

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



النظام القانوني للعلامة الجماعية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق – تخصص قانون أعمال

تحت إشراف:

الدكتور: سعودي سعيد

إعداد الطلبة:

- فرحات محمد

- بن صفي الدين علي

لجنة المناقشة

- الدكتور: جامعة الأغواط رئيسا
- الدكتور: جامعة الأغواط مقرا
- الدكتور: جامعة الأغواط عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2021/2020

علمة شكر

الحمد والشكر لله أولا وأخيرا أن مكنتنا من إتمام هذه الدراسة وإخراجها في هذه الصورة

نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ المشرف

الدكتور سعودي سعيد

علمي كل ما قدمه لنا من عون ونصح وإرشاد وتوجيه،

وعلمي صبره إلى حين إتمام هذا العمل كما لا يفوتنا أن نتقدم بخالص شكرنا وتقديرنا

للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة علمي تشرفينا بقبول تقييم ومناقشة هذه المذكرة

ولا يفوتنا في الأخير أن نوجه تحية شكر وعرفان لكل من مد لنا يد العون والمساعدة وساهم ولو معنويا في

إخراج هذا البحث إلى النور

لكم جميعا نقدم شكرنا وتقديرنا واحترامنا.

فرحات محمد بن صفى الدين علمي

مقدمة

مقدمة:

إن التقدم التكنولوجي الهائل الذي يشهده العصر الذي نعيشه وما تحقق من إنتاج بأساليب متطورة على صعيد الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، أدى إلى ازدهام الأسواق بأشكال عديدة ومتنوعة من المبتكرات، التي لم تكن معروفة من قبل من سلع وخدمات، وقد واكب هذا التطور في أساليب الإنتاج والتوزيع زيادة في حجم المخاطر التي يتعرض لها المستهلكون في تعاملهم مع هذه المنتوجات.

من هنا تكتسب هوية الشركات اليوم أهمية متزايدة في مجال ريادة الأعمال، باعتبارها إحدى الأدوات لتحقيق النجاح، وكسب ثقة العملاء، وتتحدد الهوية بمجموعة من العناصر المختلفة، تأتي في مقدمتها العلامة التجارية، ويمكن تعريفها من الناحية الفقهية بأنها كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يضعها المنتج أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدماتها لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات أو هي كل شارة أم دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة.

وقد عرفها المشرع الجزائري في المادة 02 من القانون رقم 06/03 بأنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص الأحرف الأرقام الرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن السلع وخدمات غيره.

ويعود ظهور العلامة التجارية إلى العهد الروماني، فهم أول من استعملها في معاملاتهم التجارية، أما في القرون الوسطى وبظهور نظام الطوائف فقد كانت الحاجة ملحة لتمييز منتجات كل طائفة عن الأخرى، وحتى داخل الطائفة الواحدة، لمعرفة صاحبها ومدى جودتها، وفي هذه الفترة انتشرت العلامة التجارية بشكل كبير واتخذت طابعا إلزاميا¹.

وبدأ الاهتمام بالعلامات التجارية في العصور الوسطى وبشكل خاص عند الصناع والتجار، حيث اعتادوا خاصة في فرنسا وإيطاليا وضع أسمائهم على منتجاتهم، وكانت العلامات التجارية في تلك الفترة تشمل نوعين حسب الغرض من الاستخدام:

¹ - علي احمد صالح، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مقال منشور في مجلة صوت القانون، العدد 02، أكتوبر 2018، تم الاطلاع عليه في الموقع www.asjp.cerist.dz، بتاريخ 2021/05/29، الساعة 11:30.

مقدمة

النوع الأول: هو ما يمكن تسميته بعلامات الدمغة، كان يدمغ على بعض الممتلكات والحيوانات مثلاً، وذلك للتأكيد على الملكية والدلالة عليها.

النوع الثاني: هو ما يسمى بعلامات الإنتاج، وكان الغرض من استخدامها يختلف عن النوع الأول، فكانت تستخدم من قبل فئات الصناع والتجار لتحديد صانع المنتجات وللصدور لضمان الجودة.

ومع قيام الثورة الصناعية التي بدأت في بريطانيا في القرن الـ 18، وأدت إلى تحويل الاقتصاد الزراعي إلى اقتصاد صناعي، وانتقال المنتجات من إنتاجها بشكل تقليدي داخل المنازل وللرّش الصغيرة إلى الإنتاج الكبير بمصانع ضخمة، وظهور الكثير من المخترعات الجديدة والتي كان ضرورياً أن تجد طريقها للأسواق الخارجية للتغلب على ضيق السوق المحلية¹.

وقد نمت المبادلات التجارية واتسع مجالها مع دخول دول أخرى إلى عالم التصنيع، وعليه لعبت العلامات التجارية دوراً مهماً في التعريف بالمنتجات وحمايتها من التقليد من خلال تقديم سلع متنوعة من نفس صنف المنتج يختلف في النوعية والخصائص وبأسعار متفاوتة للمستهلكين، أي إتاحة بدائل للاختيار عن طريق تسمية المنتجات، وتمييزها في السوق وهو ما يقصد به تحديداً العلامة التجارية.

هذا وقد وقعت مجموعة من الاتفاقيات الدولية التي نظمت الأطر الضابطة للعلامات التجارية، فكان منها اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، تلاه اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للبضائع والخدمات، اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية والمعروفة باختصاراً TRIPS 1995م.

وقد عمدت الدول وخاصة المتقدمة اقتصادياً إلى إبرام اتفاقيات وتنظيم أحكام خاصة لحماية العلامات التجارية، ومنها الجزائر التي سارت على هذا النهج بعد الاستقلال حيث صدر الأمر رقم 57/66، المؤرخ في 16/03/1966، المتضمن علامات المصنع والعلامات التجارية المعدل بالأمر رقم 76/223 المؤرخ في 19/10/1976، وقد تم العمل بهذا القانون إلى غاية صدور الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، وهذا القانون جاء ليتماشى مع التطور الحاصل في المجال الاقتصادي الذي تشهده الجزائر والتي تسعى من خلاله إلى تشجيع الاستثمارات الخاصة، من خلال منح ضمانات وتوفير الحماية القانونية للمتعاملين الاقتصاديين، وردع أفعال التعدي على العلامة التجارية.

إن العلامة التجارية باعتبارها حق من حقوق الملكية الصناعية تشكل قيمة مادية كبيرة بالنسبة لمالكها، فهي تعتبر العنصر الأبرز من عناصر المحل التجاري، لهذا وجب إقرار طريقة فعالة لحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة واستغلالها بطريقة غير مشروعة.

¹ - علي احمد صالح، مرجع سبق ذكره.

مقدمة

ومن جهة أخرى فإن العلامة التجارية تعد الوسيلة التي يعتمد عليها المستهلك ليتعرف على مصدر المنتجات التي يفتنيها ويضع ثقته فيها، والاعتداء عليها من شأنه تضليل المستهلك. وهناك عدة أنواع من العلامات التجارية، منها العلامات المشهورة وعلامة الخدمة، والعلامة الجماعية والتي هي محل دراستنا.

- أسباب ودوافع اختيار الموضوع:

نظرا لما تلعبه العلامة الجماعية من دور في المجالات الاقتصادية والتجارية في إثبات مصدر المنتجات والخدمات ومدى مطابقتها للمعايير والمواصفات الوطنية والدولية، لذلك ارتأينا تسليط الضوء على هذا النوع من العلامات.

- الصعوبات:

تتمثل في قلة المراجع التي لها علاقة مباشرة بموضوع العلامة الجماعية..

- الإشكالية:

ومن خلال ما تم ذكره سالفًا يمكن أن نطرح الإشكالية الآتية:

ما هو مدلول العلامة الجماعية؟ وما هي الأطر والآليات القانونية لحمايتها؟

- منهج البحث:

اعتمدنا في بحثنا هذا عن المنهج التحليلي الوصفي قصد وصف العلامة الجماعية وأهميتها في حماية المستهلك وضمان الجودة.

- تقسيم البحث:

للإجابة على الإشكالية المطروحة سابقا ارتأينا تقسيم البحث إلى فصلين:

الفصل الأول: ماهية العلامة الجماعية، خصصنا المبحث الأول لمفهوم العلامة الجماعية، والمبحث الثاني لشروط اكتساب العلام الجماعية.

الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للعلامة الجماعية، تطرقنا في المبحث الأول إلى الآليات الوطنية، وفي المبحث الثاني إلى الآليات الدولية.

الفصل الأول

الإطار العام

للعلامة الجماعية

تلعب العلامة الجماعية دورا جوهريا في إثبات مصدر المنتجات والسلع والخدمات وهذا من خلال الثقة التي تمنحها للمستهلك بشأن المنتجات التي تغطيها، سواء تعلق بنوعها وجودتها ومدى تطابقها لمعايير والمواصفات المعمول بها داخليا أو وطنيا، وقبل الخوض في دراسة موضوع العلامة الجماعية والإلمام بها يجدر بنا أن نتعرض لمفهوم العلامة الجماعية، حيث وجب علينا تعريفها وفقا للفقهاء من خلال ذكر بعض التعريفات الفقهية، كما انه سنتطرق إلى تعريفها من الناحية القانونية وفقا لما جاء في التشريع الجزائري وبعض التشريعات الأخرى.

ويجب أن نكون قادرين على تمييزها عن بعض المصطلحات المشابهة لها تماما، وهذا ما سنعالجه في المبحث الأول.

ثم نتطرق إلى شروط اكتساب العلامة الجماعية، من شروط عامة تتعلق بجميع العلامات التجارية، وشروط خاصة تتعلق حصرا بالعلامة الجماعية، وهذا ما سنتكلم عنه في المبحث الثاني.

المبحث الأول: مفهوم العلامة الجماعية.

للعلامة الجماعية مفهوم خاص بها، ولا يمكن معرفتها إلا بدراسة تعريفها من خلال ما تطرق إليه المشرع الجزائري وفي التشريعات المقارنة وكذلك لتعريف الفقه لها، وباعتبار العلامة الجماعية من عناصر الملكية الصناعية وجب مقارنة وتمييز العلامة الجماعية عن العناصر المشابهة لها (المطلب الأول)، ولما للعلامة الجماعية من أهمية ودور في حماية المستهلك والإعلان والترويج للمنتجات والخدمات (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف العلامة الجماعية وتمييزها عما يشابهها.

سنتطرق إلى تعريف العلامة الجماعية من خلال ما تطرق إليه المشرع الجزائري وفي التشريعات المقارنة وكذلك لتعريف الفقه لها

الفرع الأول: تعريف العلامة الجماعية في التشريع والفقه.

يقصد بالعلامة الجماعية التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك مميزات وخصائص لتلك البضائع.

ولقد جاء تعريف المشرع الجزائري للعلامة الجماعية متوافقا مع ما أكدته اتفاقية باريس ولم يخالف أحكامها¹، حيث افرد قانون العلامات التجارية الجزائري رقم 06/03² عنوانا مستقلا للعلامة الجماعية في الفقرة الثانية من المادة 02 منه، حيث نصت على (... العلامة الجماعية كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها...). وعليه فإن الهدف من علامة إثبات المصدر هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها قد جرى فحصها وتصديقها من قبل جهة مؤهلة لذلك³.

وتكون العلامة علامة جماعية خاصة إذا كان الشخص المعنوي الذي يملكها تابعا للقانون الخاص كجمعيات المنتجين أو التجار، وقد يوفر وجود هذه العلامة درجة من الجودة في السلعة أو طريقة معينة للإنتاج، وقد تكون العلامة الجماعية عامة وقد تكون دولية أو إقليمية أو محلية.

¹ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى 2011، الإسكندرية، مصر، ص 41.

² - الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتضمن القانون المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية رقم 44، راجع الملحق.

³ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 42.

ونص المشرع المصري في المادة 69 من القانون 82 لسنة 2002 الخاص بحماية الملكية الفكرية على أن (تستخدم العلامة التجارية الجماعية لتمييز منتج ينتجه مجموعة من الأشخاص ينتمون إلى كيان معين ولو كان لا يمتلك بذاته منشأة صناعية أو تجارية ويقدم طلب تسجيل العلامة بواسطة ممثل هذا الكيان)¹.

فيحق لجمعيات المهن الأدبية والشركات الصناعية أو الزراعية المرخص لها من الدولة أن تكون حائزة على العلامة المشتركة ليصنوها بها جودة صناعتهم أو مصدرها أو منتجاتهم فيحق حينها لأعضاء هذه الشركات وحدهم استعمال هذه العلامة المشتركة بشكل مستقل عن العلامة الشخصية التي يمكن لكل واحد منهم أن يكون حائزا عليها².

فالعلامة الصناعية تشير إلى مصدر الإنتاج وتعتبر إلزامية ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه³.

كما أشار المشرع المصري للعلامة الجماعية في المادة 30 من قانون الملكية الفكرية على أنه للوزير المختص تحقيقا للمصلحة العامة أن يزوده للأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يزاولون أعمال مراقبة المنتجات أو فحصها بتسجيل علامة تخصص للدلالة على أجزاء المراقبة أو فحص لتلك المنتجات ولذلك فيما يتعلق بمصدرها أو عناصر تركيبها أو طريقة إنتاجها أو صفتها أو تحقيقاتها أو أية خاصية أخرى تميزها.

كما أخذ القانون المعدل بالعلامة التجارية الجماعية إذ عرفتها المادة 02 أنها العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع ومثال ذلك علامة AFL_CIO وعلامة ISO9000 وتخضع العلامة الجماعية لأحكام قانون العلامات التجارية.

ولقد نص قانون العلامات الفرنسي لعام 1964 في المادة 16 على أنه يحق إيداع العلامات الجماعية للجمعيات العامة للدولة والمقاطعات وأقاليم ما وراء البحار والمؤسسات العامة، كما أشار

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون، 2011، المنصورة، مصر، ص38.

² - علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية دراسة مقارنة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، بيروت، لبنان، ص 284.

³ - فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، 2007، الجزائر، ص 283.

المشرع الفرنسي في قانون الملكية الصناعية الفرنسي رقم 597/92 المؤرخ في 01/07/1992 لهذا النوع من العلامات.

فالعلامة الجماعية هي التي تميز السلع أو الخدمات المملوكة لغيرها من الجمعيات بالبضائع أو الخدمات التي يودع مروجها تسويقها تحت العلامة وذلك في المناطق الجغرافية والإقليمية، إضافة إلى ذلك فإن المشرع الأمريكي في القانون الصادر سنة 1994 المادة 01/15 نص على علامة إثبات المصدر على أنها (علامة مقدمة من عدة أشخاص ملتزمين بالقانون العام والخاص ولديهم مصلحة تجارية أو صناعية أو زراعية فيلتزمون تسجيل علامة جماعية لهم ويتم إيداعها طبقاً للقانون).

ونضم المشرع المغربي لأول مرة العلامة الجماعية في القانون الجديد للملكية الصناعية في المواد من 166 إلى 175، فالعلامة الجماعية هي علامات تسجل لتستعمل جماعياً من قبل عدة منتجين أو مسوقي سلع أو موردي خدمة ووفقاً لنظام استعمال معد بالشكل مسبقاً وموجود لدى مكتب الملكية الصناعية مكان ملف إيداع العلامة¹.

العلامة الجماعية التي تعرف بعلامات الرقابة، هي تلك العلامات التي تستخدمها عدة مشروعات اقتصادية تباشر نوعاً من المنتجات والخدمات ويجمعها إتحاد أو تنظيم عام أو مؤسسة عامة تسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات، ويتطلب الأمر تنسيق الإنتاج ورقابته وتنظيم البيع، وتحمل منتجات هذه المشروعات علامة تجارية واحدة ويقتصر دور الهيئة أو الجهة المالكة للعلامة الجماعية على رقابة صفات المنتجات وضمان جودتها دون القيام بنفسها بعملية الإنتاج، ومن ثمة يكون وضع العلامة على المنتجات دليلاً على توافر الجودة، ولذلك تعرف العلامة بالعلامة الجماعية أو علامة الجودة².

إلا أنه هناك تباين واختلاف ما بين العلامة الجماعية وعلامة التصديق الجماعية حيث نجد أن العلامة الجماعية تهدف إلى تمييز منتجات أو سلع أو خدمات أصحاب العلامة، حيث أنها تستعمل بشكل جماعي من طرف أي شخص يتقيد بشروط الاستعمال التي أعدها صاحب التسجيل، فهي تمثل وسيلة للمنافسة، ومثال ذلك مجموعة مقاولين اتفقوا على استعمال علامة معينة بصفة جماعية وفق نظام

¹ - فواد معلال، الملكية الصناعية والتجارية دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية، منشورات مركز قانون الالتزامات والعقود، الطبعة الأولى، 2009، الرباط، المغرب، ص 414.

² - علي محمد عبد الكريم، خصوصية النظام القانوني لعلامة التصديق الجماعية، مقال منشور في مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 01، سنة 2020.

معين بغرض تطوير سياسة تسويق ومن ثمة اتفاق على إعطاء جمعية هياة أو تعاونية على استعمال علامة موحدة تميز منتجاتها أو خدماتها¹.

أما فيما يخص علامة التصديق الجماعية فإن تطبيقها على المنتج أو الخدمة تعني الاعتراف بتوفره على مواصفات محددة في نظام العلامة فهي تسعى لضمان الجودة في المنتج أو الخدمة الذين يتوفر فيهما خصائص وصفات معينة تتطابق والمميزات المحددة في نظامها المودع ومن أمثلة علامات التصديق الجماعية المشهورة علامات ISO بأنواعها.

غير أن المشرع الفرنسي اعتبر الرقابة أو التصديق أحد صور العلامات الجماعية ووضع شرط لتسجيل تلك العلامة².

إن علامة التصديق الجماعية لا يجوز إيداعها إلا من قبل شخص معنوي ليس بصانع منتجات أو خدمات أو مستورد لها أو تابع لها فالأمر يتعلق إذا بهيئة خارجية محايدة تسعى لتخدم مصلحة عامة، فتقوم بتحديد المواصفات التي يجب أن يتوفر عليها المنتج أو الخدمة ليبيد درجة الجودة التي تسعى إليها تلك الهيئة وتقوم بمراقبة استعمال العلامة عن طريق منح تصديقات إلى من يحترمون الشروط المحددة في نظام الاستعمال³.

إن الهدف من هذه العلامة هو دور رقابي كونها تدل على مواصفات وبيانات البضائع والمنتجات والسلع سواء من حيث النوعية أو الجودة أو المصدر أو من حيث طريقة الصنع⁴.

إن العلامة الجماعية هي علامة مملوكة لأشخاص اعتباريين في العمل الصناعي أو التجاري حيث أن هذه العلامة مظهر من مظاهر الحق الاعتباري، حيث أن العلامة تكفل ضمان الجودة وتعطي لهذه المنتجات والخدمات هذه الصفة، حيث أن المنتجات ليست متساوية مع بعضها البعض من حيث الجودة دائما.

الفرع الثاني: تمييز العلامة الجماعية عن العناصر المشابهة لها.

تشتمل الملكية الصناعية على عناصر تشترك وترتبط مع العلامة الجماعية من حيث الخصائص والمميزات مع هذه العناصر المكونة للملكية الصناعية، والمقصود بعناصر الملكية الصناعية في هذا المقام براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية وتسمية المنشأ والمؤشرات الجغرافية.

¹ - فؤاد معلال، مرجع سبق ذكره، ص 414.

² - أمينة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 42.

³ - فؤاد معلال، مرجع سبق ذكره، ص 415.

⁴ - يساعده سامية، حماية العلامات التجارية في الأمر 06/03 ومدى تطابقه مع أحكام اتفاقية تريبس، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2008، ص 06.

أولاً: علاقة العلامة الجماعية ببراءة الاختراع.

تعتبر براءة الاختراع شهادة ميلاد الاختراع الصادرة من قبل الدولة، فالدولة ممثلة بالإدارة المختصة عندما تصدر شهادة براءة الاختراع للمخترع إنما تقر في متن هذه الشهادة بأن الاختراع المطروح أمامها هو اختراع مستوفي لجميع الشروط الموضوعية والشكلية التي يتطلبها القانون فيه، وبهذه الشهادة أيضاً تعترف بالحقوق كافة المترتبة منها للمخترع، هذا ما جعل بعض الفقهاء يعدون أن البراءة الممنوحة عنه فيما يرى البعض الآخر أن براءة الاختراع تكون منشأة لحق المخترع في الاحتكار وليس منشأة لحق المخترع في الاستغلال فلا يكون لصاحب الاختراع الاحتكار إلا بعد حصوله على براءة الاختراع لا يتمتع بأية حماية قانونية لاختراعه بل يكون صاحب سر صناعي لا يحميه القانون، وعليه يمكن القول أن براءة الاختراع بما تمنحه لحاملها من حق استثنائي في استغلال الاختراع تعتبر أداة للاحتكار التكنولوجي.

فبراءة الاختراع وفق قانون WIPO النموذجي المعد للبلدان النامية بشأن الاختراعات لعام 1979 يقصد بمصطلح الاختراع الفكرة التي يتوصل إليها أي مخترع وتتيح عملياً حل مشكلة معينة في مجال التكنولوجيا¹.

فبموجب براءة اختراع أو شهادة تمنحها الدولة وتقر بمقتضاها بأن المخترع هو المالك الحقيقي لهذا الاختراع وليس لغيره، كما أن براءة الاختراع تحدد ببدء المدة القانونية لحق المخترع في الاحتكار لهذا الاختراع والذي إذا انتهت هذه المدة سقط هذا الحق وأصبح الاختراع ملكاً للمجتمع ويحق لأي فرد فيه استغلاله من دون أن يتحمل أي مسؤولية قانونية.

وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن براءة الاختراع هي شهادة تصدر عن الإدارة المختصة تقر فيها بأحقية المخترع على اختراعه وشموله بالحماية القانونية التي بموجبها يتمتع بجملة من الحقوق الأدبية والمالية وكذا المطالبة بتوقيع الجزاء على الغير عند الاعتداء على هذه الحقوق.

إن المشرع الجزائري ينص على أنه إذا أمكن لشيء أن يعتبر محمياً طبقاً لأحكام التشريع الخاص ببراءات الاختراع يجب أن تتوفر فيه شروط حتى يرقى إلى مرتبة اختراع أي كافة الشروط الخاصة بهذا الانجاز الفكري ومن ثمة يجب أن تتوفر فيها شروط ايجابية أي يشترط أن يكون هذا الاختراع جديد بمعنى آخر أن يكون غير معروف سابقاً، كما يشترط أن يكون ناتج عن نشاط اختراعي وأن يكون قابلاً للتطبيق الصناعي أي لا بد أن يكون للاختراع غاية صناعية حيث أن قابلية الاختراع للاستغلال

¹ - خالد يحيى الصباحين، شرط الجودة في براءة الاختراع دراسة مقارنة بين التشريعين المصري والأردني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009، الأردن، ص 21.

الصناعي هي التي تميز براءات الاختراع، ويعتبر الاختراع صناعيا متى أمكن تطبيقه عمليا بترجمته إلى شيء مادي ملموس بصورة يمكن معها الاستفادة منه عمليا عن طريق استعماله أو استغلاله أو استثماره في أي من المجالات الصناعية بمعناها الواسع كما هو الحال في الصناعات التحويلية وغيرها¹.

وعلاوة على الشروط سالفة الذكر الواجبة توفرها في براءة الاختراع يجب أن شروط منافية أي يشترط أن لا يكون قد نسبت سابقا لشخص ثاني إذ كان هذا الشخص قد قام بإيداع هذا الاختراع، ويشترط في هذا الاختراع أن لا تكون مخالفة للأداب العامة والنظام العام والصحة والبيئة، حيث أن المشرع توسع عام 2003 حيث استبعد من مجال براءة الاختراعات التي يكون استغلالها على الإقليم الجزائري مضرًا بصحة الأشخاص والحيوانات ومضرًا لحفظ النباتات أو يشكل خطرا جسيما على حماية البيئة كما اخذ بعين الاعتبار واجب حماية البيئة².

وبناء على ما سبق ذكره أن العلامة الجماعية تختلف عن براءة الاختراع من خلال محل الحق أو وظائفه أو نظام الحماية التي تخضع له.

فبراءة الاختراع أداة لحماية الاختراعات النفعية في حين أن العلامة الجماعية تسعى لضمان جودة المنتج والخدمات مما نتج عن ذلك أن مدة حماية الاختراعات تختلف عن مدة حماية العلامات الجماعية فبراءة الاختراع تتمتع بحماية مؤقتة تقدر بعشرين سنة عكس العلامة الجماعية التي تتجدد عن طريق تسجيلها مما يؤدي إلى حمايتها إلى ما لا نهاية.

أما من حيث محل الحق فيمكنهما أن يلتقيان معا من حيث المحل اللذان يقعان عليه إلا أنهما يبقيان مستقلين من حيث نظام الحماية اللذان يخضعان له، فالاختراع محمي بواسطة براءة غالبا ما سيجري تسويته من خلال علامة تميزه في السوق وتعطيه هوية خاصة به، إلا أنه حتى وإن انتهت مدة حماية البراءة فإن استغلاله يسقط في الدومان العام أي يصبح متاحا للكافة، غير أنه يمكن لصاحبها أن يستمر في استغلالها من خلال نفس العلامة فيستفيد من السمعة التي حققها في السوق وهذا له أهمية كبيرة على مستوى المنافسة بينه وبين المنتجين الآخرين³.

فوظيفة براءة الاختراع أو الاختراع هو حل مسألة تقنية أو حل مشكلة في المجال التقني، أما وظيفة العلامة الجماعية هي رقابة مواصفات الجودة واثبات المصدر المنتجات أو الخدمات وليس وظيفتها أي العلامة الجماعية حل المشكلة في المجال التقني وهذا ما يمكن استخلاصه من تعريف

¹ - أسامة نائل المحيسن، الوجيز في الحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، الأردن، ص 115.
² - فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية حقوق الملكية التجارية والأدبية، دار ابن خلدون للنشر، وهران، الجزائر، 2003، ص 59.
³ - فؤاد معلال، مرجع سبق ذكره، ص 425.

المتعلق ببراءة الاختراع حيث عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 02 من أمر 07/03¹ المتعلق ببراءة الاختراع بأنها فكرة للمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل محدد في مجال التكنولوجيا.

ثانيا: علاقة العلامة الجماعية بالرسوم والنماذج الصناعية.

إن المشرع الجزائري على خلاف نظيره اللبناني لم يقتصر على تعداد أمثلة للرسوم والنماذج الصناعية بل ذكر على غرار المشرع الفرنسي تعريفا دقيقا لها²، حيث عرفها بموجب الأمر 386/66³ المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية حيث جاءت المادة الأولى (يعتبر رسما كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، ويعتبر نموذجا كل شيء قابل للتشكيل مركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشكلة في شكله الخارجي)، وعليه فالرسوم الصناعية هي المنظر الجمالي والزخرفي في سلعة معينة حتى تظهر بمظهر جذاب يميزها عن غيرها أما النماذج الصناعية فهي الأشكال المجسدة للسلعة أو المنتج، ومن خلال ما أوردناه في تعريف الرسوم والنماذج الصناعية يتجسد أنه هناك فرق بين العلامة الجماعية والرسوم والنماذج الصناعية على المستوى الوظيفي، ذلك أن هذه الرسوم والنماذج هي أشكال مبتكرة تظهر عليها المنتجات في مظهرها الخارجي فهي وسيلة للتمييز المنتجات تستهدف إعطاء المنتج حلة خاصة به، إلا أنه خلاف العلامة الجماعية فإن هذه العلامة تهدف إلى الاعتراف والإقرار بتوفر المنتج على مواصفات ومقاييس محددة تعكس درجة وجودة المنتج⁴.

أما على مستوى المحل الذي تتشكل منه العلامة الجماعية فإن هذه العلامة تربطها بالرسوم والنماذج الصناعية علاقة تكمن في انه يمكن أن تتشكل العلامة الجماعية من رسم أو نماذج صناعية ذلك أن المادة 133 من قانون الملكية الفكرية المغربي نصت على أن(العلامة يمكن أن تتمثل من التنازلات التصويرية مثل الرسوم واللصائق والطابع والحواشي والمبرزات والرسوم بالأبعاد الثلاثية - هولوكارم- والشعارات المرسوم (لوغو) والصور المركبة والأشكال ولاسيما التي تتعلق منها بالمنتج أو

¹ - الأمر رقم 07/03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية العدد رقم 44.

² - فرحة زراوي، مرجع سبق ذكره، ص 291.

³ - الأمر رقم 86/66 المؤرخ في 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية.

⁴ - الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية، تحاليل ووثائق، مطبعة الكاهنة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2004، ص 109.

توضيحه أو تمييز حزمة ما والترتيبات ومجموعة الألوان أو تدرجات الألوان) ويتضح جليا تداخل نظم الرسوم والنماذج الصناعية مع نظام العلامات الجماعية¹.

والجدير بالذكر أنه يخول الرسم والنموذج الصناعي لصاحبها حقا مطلقا في استغلال الاختراع ويتمتع بصفة مطلقة في استغلال الرسم والنموذج الصناعي شأنهما شأن العلامة الجماعية، بمعنى أن العلامة الجماعية تخول لصاحبها حقا مطلقا أي لا يجوز لأي منتج لسلعة ومقدم لخدمة أن يستغل العلامة الجماعية هذا من حيث نطاق التحقيق، أما من حيث مدة الحق فيعتبر الحق في الرسم والنموذج الصناعي حقا مؤقتا إذ يستطيع أي شخص أن يستفيد منهما بعد سقوطهما في الدومين العام، وهذا ما نصت عليه المادة 02/14 من الأمر رقم 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية أما الحق في العلامة الجماعية فهي علامة لا تنتقل عن طريق الإرث أو البيع ولا تسقط بالتقادم حيث لا تنتفي طبيعتها مع استمرار الزمان².

ثالثا: علاقة العلامة الجماعية بتسمية المنشأ.

بناء على أحكام المادة الأولى من الأمر رقم 65/76³ تعني تسمية المنشأ" الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء بمنطقة أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا لبيئة جغرافية تشمل العوامل الطبيعية والبشرية". يستخلص مما سبق ذكره فيما يخص العلامة الجماعية أن تكون تسمية خيالية أو طريفة أو اسما مستعارا لا علاقة لها مع مكان إنتاج المنتجات، لكنه لا يجوز استعمال الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها قد يظل الجمهور عن مصدر المنتجات إذ موقف المشرع واضح في هذا الشأن⁴.

فمن حيث غرض العلامة الجماعية فهي علامة لا تهدف إلى تحديد المكان الجغرافي للمنتجات وإنما إثبات مصدرها ومدى جودتها، في حين يعد الغرض من تسمية المنشأ تحديدا للمكان الجغرافي للبضائع خاصة إذا كانت تتمتع بعوامل طبيعية وبشرية تحتوي على منتج معين.

فيمكن لتسمية المنشأ أن تستغل مع العلامة الجماعية وبالتالي تصح جزءا منه بشرط أن تكون هذه المنتجات تتمتع بخصوصيات متوفرة فعلا في تلك المنطقة مثل المياه المعدنية المعروفة في الجزائر

¹ - فؤاد معلال، مرجع سبق ذكره، ص 427.

² - حمادي زويبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2012، ص 34.

³ - الأمر رقم 65/76، المؤرخ في 16 يوليو سنة 1976، المتعلق بتسميات المنشأ.

⁴ - فرحة زراوي، مرجع سبق ذكره، ص 353.

والمنسوبة إلى المنطقة التاريخية (القولية)، غير أنه يجب أن تقيد المنتجات المعدة للتصدير علامة تثبت التسمية الأصلية وبيان المصدر .

بالرغم من أن تسمية المنشأ تحتوي بصفة ضرورية على الاسم الجغرافي للناحية التي فيها المنتج في حين أن العلامة الجماعية تتضمن تسمية لا علاقة لها مع مكان نشأة المنتجات أو مكان صنعها، إلا أنه هناك نقاط اشتراك بين تسمية المنشأ والعلامة الجماعية من خلال العلاقة اللصيقة بين تسمية المنشأ والمنتج، إذ لا يمكن استعمال هذه التسمية على منتجات معينة إلا إذا توفرت فيها الشروط المنصوص عليها قانونيا أي إلا إذا كانت تحترم المعايير المحددة بالبيان المؤشرات الجغرافية لنشأتها .

أما في العلامة الجماعية تهدف أساسا إلى إثبات جودة المواد المنتجة محليا أو المستوردة وتطابقها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية الوطنية والدولية¹.

بالإضافة إلى ذلك نجد أن تسمية المنشأ أنها تشكل شارة مميزة جماعية يثبت الحق في استعمالها فقط لمنتجي الجهة ذات الاسم الجغرافي².

ومن ثمة يمكن القول أن تسمية المنشأ حق غير قابل للتنازل وغير قابل للتنازل عنه لحماية مصالح هؤلاء المنتجين، وهذا ما نجده أيضا في العلامة الجماعية فهي علامة غير قابلة للتنازل عنها أي لا يجوز انتقال هذه العلامة عن طريق البيع أو الإرث، إذ أنها تتعلق بها حقوق بقية أعضاء الهيئة أو الجماعة، وعليه فإنه هناك ترابط وثيق بين العلامة الجماعية وتسمية المنشأ من خلال حماية المستهلك وعدم تضليله من جهة ومن جهة أخرى ضمان جودة المنتجات والخدمات.

رابعا: علاقة العلامة الجماعية بالمؤشرات الجغرافية.

يمنع القانون الجزائري استعمال المؤشرات الجغرافية كعلامة لكن يجب ألا تشكل خلط مع تسمية المنشأ وبيانات المصدر .

إن مصطلح المؤشرات الجغرافية قد عرف في الفقرة الأولى من المادة 22 من اتفاقية تريبيس والتي جاء فيها " تعتبر المؤشرات الجغرافية التي تحدد منشأ سلعة ما في أرض بلد عضو أو في منطقة أو موقع في تلك الأراضي حيث تكون النوعية، السمعة أو اللمسات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي"³.

¹ - فرحة زراوي ، مرجع سبق ذكره، ص 354.

² - حمادي زوبير، مرجع سبق ذكره، ص 04.

³ - بساعد سامية، مرجع سبق ذكره، ص 27.

وقد جاء هذا التعريف بتصنيف لمدلول قيمة المؤشرات الجغرافية وحصرها في تلك التي تحدد منشأة السلعة ما، حيث تكون النوعية والسمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي كما أن المؤشرات الجغرافية ليست علامات إنما هي بيانات تشير إلى الانتماء الجغرافي للسلعة أو الخدمة سواء كان هذا الانتماء عبارة عن بلد الذي قدمت منه السلعة، أو كان عبارة عن عنوان المؤسسة المنتجة أو المصدرة أو البائعة للسلعة أو كان عبارة عن تسمية المنشأ أو المؤشرات الجغرافية باختيار عناصرها، قد ترقى إلى علامات، إذا ما رغب أصحابها في تسجيلها كعلامة بشرط عدم تضليل المستهلك بشأن مصدر السلعة¹

انطلاقاً من المبدأ العام الذي يقضي أن العلامات الفردية يجب أن لا تكون مضللة، فإن الأسماء الجغرافية لا يمكن استعمالها كعلامات فردية إلا في حالة اكتسابها خاصية تمييزية من طرف المستهلك أو بصفة تحكيمية، بحيث لا يمكنها أن تغلط المستهلك حول أصل المنتج الذي توضع عليه لكن هذه القاعدة لا تطبق على العلامات الجماعية أو علامات الجودة والتي حسب القانون الوطني المطبق يمكن أن تحدد أصل المنتج أو الخدمة، وبالتالي في بعض الحالات تهدف لحماية المؤشر الجغرافي في البلدان التي لا تتبنى تشريع خاص بالمؤشرات الجغرافية وتسجيل العلامات الجماعية أو علامات الجودة هو وسيلة قانونية فعالة لحماية المؤشرات الجغرافية².

¹ - موفقى رابح، مرجع سبق ذكره، ص 15.
² - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 43.

المطلب الثاني: وظائف العلامة الجماعية.

للعلامة الجماعية دور هام باعتبارها علامة إثبات مصدر حيث أنها أداة لترويج السلع والمنتجات والخدمات كما أنها أداة لحماية المستهلك من خلال إثباتها لمدى تطابق المنتجات والسلع لمعايير الجودة.

الفرع الأول: العلامة الجماعية أداة للترويج.

إن العلامة الجماعية تخدم المنتج والتاجر ذاته الذي يقوم بإنتاج أو بيع المنتجات التي تحمل العلامة، فهي تمكن المستهلك من تمييز منتجاتهم عن غيرها من مثيلتها فهي تمثل نوعاً من الجودة لجذب العملاء إلى هذه المنتجات أو السلع وتفضيلها عن غيرها.

وعليه فإن العلامة الجماعية تلعب دوراً مؤثراً في الترويج للمنتجات والسلع والخدمات فهي وسيلة من وسائل الإعلان، حيث أنها تتطبع في أذهان الناس من خلال تردها في وسائل الإعلان المختلفة وهي بذلك نوع من الإعلان بهدف تحديد هوية السلعة واسم المنتج، إذ أن تكرار الإعلان عن العلامة الجماعية يترك أثراً على المستهلك وتبقى العلامة راسخة في ذاكرته ويرغب في شراءها بحيث يطلب المستهلك سلعة معينة يكون في الغالب قد ربط بين تلك العلامة من جهة وبين مميزات وصفات السلعة التي تحمل العلامة الجماعية من جهة أخرى، وذلك تبعاً لدعاية نشطة لتلك العلامة أو التجربة السابقة لتلك السلعة أو الاتنين معاً، لهذا أصبح من الصعب تجاهل الدور المؤثر الذي تلعبه الدعاية في جذب العملاء إلى منتجات أو بضائع أو خدمات مشروع معين لحرص مالك المشروع على أن يؤكد للمستهلك من خلال الدعاية التي تقنن فيها أن منتجاته أو بضائعه هي الأفضل عن غيرها، لذا فإنه من الأهمية بمكان خضوع هذه الإعلانات لنوع من الرقابة الموضوعية من قبل الجهات الرسمية المختصة وهذا من خلال مطابقة المنتجات والخدمات لمعيار الجودة¹.

لقد أصبحت العلامة الجماعية تشكل أداة أساسية للتسويق والإشهار ولا يمكن للشركات أن تستغني عنها في رسم الإستراتيجية التسويقية التي تسمح بالتعريف بسلعها أو خدماتها والترويج لها وتمييزها عن سلع وخدمات منافسيها².

إن العلامة الجماعية هي وسيلة الصانع أو التاجر لتمييز سلعة أو خدمة وينعت من خلالها إلى ذهن المستهلك وطبعها في ذاكرته من خلال تكرار الدعاية بواسطة وسائل الإعلان المسموعة والمرئية

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 49.

² - معلال فؤاد، مرجع سبق ذكره، ص 216.

والمقروءة والنشر سواء في الصحف أو التلفزيون أو غيرها، وهو ما يؤدي إلى تثبيت العلامة في ذاكرة الناس فقد أصبح من الصعب تجاهل الدور الذي تلعبه الدعاية في جذب العملاء إلى المنتجات والبضائع أو خدمات مشروع معين، لذا يحرص مالك المشروع من خلال العلامة الجماعية أن يؤكد لجمهور المستهلكين من خلال الدعاية في الإعلانات أن منتجاته هذه الأفضل وأجود المنتجات الموجودة فالعلامة الجماعية تساهم في تسهيل التعامل التجاري بين مجموع البضائع.

إن العلامة الجماعية هي علامة إثبات مصدر المنتجات والبضائع والخدمات أي أنها تحدد المصدر الشخصي للمنتجات أو البضائع وتحدد المصدر الإقليمي أي جهة الإنتاج، كما أنها رمز ثقة من حيث النوع أو الرتبة أو الضمان أو طريقة التحضير وعليه فالعلامة الجماعية وسيلة للإعلان والترويج عن المنتجات والبضائع والخدمات¹.

زيادة على ذلك فعلامة ضمان الجودة تحقق مصالح كل من المنتجين ومقدمي الخدمات، وكذلك تحقق مصالح المستهلكين والاقتصاد الوطني، فالوظيفة الأساسية للعلامة الجماعية هي ضمان جودة المنتج من خلال ضمان نوعية البضائع والخدمات ليكون المستهلك مطمئناً لما يشتريه، فعلامة الجماعية تساعد المستهلكين على معرفة البضاعة أو الخدمة التي يرغبون بها وتسهيل على العميل معرفة المنتجات بمجرد النظر إلى علاماتها التي تحدث في نفسه مقدار جودتها ومدى ملاءمتها لشباعها لحاجاته ورغباته حسب ما تعود عليها إذا كان قد سبق له شراؤها أو قرأ عن مواصفاتها أو مميزاتها بإحدى النشرات أو الإعلانات، وباعتبار العلامة الجماعية أداة للترويج فهذا من شأنه أن يشجع المنتجين على الاستمرار في إنتاج البضائع أو الخدمات التي وصلت إلي رضا المستهلك من خلال إقباله على التعامل معها بذات الجودة أو جودت علاماتها.

إن استعمال العلامة الجماعية يؤدي إلى ترويج السلع والخدمات داخل البلد وخارجها وكلما اتسع نطاق ذلك الاستعمال كلما زادت قيمة العلامة الجماعية مما يزيد الطلب على تلك المنتجات والخدمات التي تحمل العلامة الجماعية، وبالتالي زيادة على القدرة على منافسة السلع الأخرى المشابهة مما يؤثر إيجابياً في الاقتصاد الدولي من خلال زيادة الأنشطة التجارية في السوق المحلي والخارجي وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الإنتاج والعمالة وزيادة الإيرادات الضريبية للدولة وتحسين المستوى المعيشي للسكان، زيادة على ذلك فالعلامة الجماعية تساعد الدولة على تحديد السلع والخدمات التي تقي بالمعايير المطلوبة

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 46.

للجودة وتلك التي لا تقي بالمعايير المطلوبة بالإضافة إلى استخدامها كمصدر للمعلومات الإحصائية والاقتصادية.

الفرع الثاني: العلامة الجماعية أداة لحماية المستهلك.

قد يؤدي بالتجارة من طرف أصحاب النفوس الضعيفة في إتباع دروب الغش في ترويج بضاعتهم أو خدماتهم بإخفاء عيوبها ومن ثمة إظهارها على غير حقيقتها وصولاً إلى جذب المستهلكين لشراء تلك البضائع اعتقاداً منهم بأنها تحمل المواصفات المحددة والمزايا الخاصة على النحو المعلن عنه في حين تكون تلك البضائع ليست كذلك.

فالعلامة الجماعية ضمان لجمهور المستهلكين فهي تلعب دوراً هاماً في ضمان حقوق المستهلكين من ضروب الغش والاحتيال حول مواصفات الصناعات أو البضائع أو الخدمات التي يتلقونها من يد الصناع أو التجار أو مقدمي الخدمات وذلك من خلال الرجوع على هؤلاء رجوعاً قانونياً عن مسؤوليتهم عن تار تضليل جمهور المستهلكين وحمايتهم التي تتحقق من خلال الحماية المدنية والجنايئة التي أقرها المشروع للعلامة ذاتها¹.

وتتطلع العلامة الجماعية بدور أساسي في حماية المستهلك، حيث تشكل الثقة التي تكون له فيها العامل الحاسم في توجيه اختياره وهذا له أهمية خاصة في المجالات التقنية المعقدة التي يصعب فيها على المستهلك اكتشاف المكونات والمنتجات أو السلعة أو الخدمة حيث أن ثقته في العلامة الجماعية بمنطلق ما كرسته هذه العلامة في ذهنه من صورة جيدة توفر عليه عناء البحث والاستقصاء للتعرف على المنتج أو السلعة أو الخدمة التي يرغب فيها².

إضافة إلى ذلك نجد أن المعهد الجزائري للتقييس الهدف الرئيسي الموكل له هو ضمان جودة المنتج أو الخدمة المقدمة للمستهلك حفاظاً على صحته وأمنه، حيث نجد أن العلامة الجماعية هي بمثابة وسيلة التي من خلالها يثبت للمستهلك أن السلع والخدمات التي تحملها تخضع للمواصفات القانونية التي تم إعدادها من قبل مختصين وفق رغبات المستهلك المشروعة، ولكي يحصل المنتج أو البائع أو مقدم الخدمة على ترخيص باستعمال رمز تقييس جزائري يجب أن يتقدم بطلب إلى المعهد الوطني للتقييس ويكون طلبه مدعماً بالمستندات اللازمة، فيقوم المعهد باقتناء المنتجات أو الخدمات المرشحة لحمل علامة تقييس جزائري بعد فحصه لها والتأكد من استمراريته في صنع المنتجات وتقديم الخدمات بنفس

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 47.

² - معلال فؤاد، مرجع سبق ذكره، ص 420.

الجودة والمتوفرة في العينة النموذجية وذلك من خلال وضع برنامج لمراقبة استمرارية صنع المتوجات والخدمات بنفس مستوى الجودة المصرح بها بحيث يقوم المعهد بدون سابق إنذار بمراقبة المنتجات واخذ العينات بهدف اختبارها سواء في المستودعات أو في الأسواق وفقا للمادة 02 من القانون رقم 04/04¹ المتعلق بالتقييس فإنه يتم الاعتراف بأنه منتج أو خدمة مطابقة للمواصفات الوطنية أو اللوائح الفنية بواسطة العلامة الجماعية.

إن إضفاء المنتج العلامة الجماعية على منتجاته دون الحصول على ترخيص من المعهد الوطني الجزائري للتقييس يعد إخلالا بأمن وسلامة المستهلك ويثير اللبس لديه وأولى المشروع الجزائري أهمية كبيرة لهذا الجانب².

الفرع الثالث: العلامة الجماعية أداة لحماية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تبذل جهودا جمة للتعريف بمنتجاتها واستقطاب المستهلكين والحصول على رضاهم، وتضطر إلى استثمار مبالغ عالية جدا قد تفوق ميزانية العديد من الشركات كي تستطيع النفاذ إلى المحلات التجارية والأسواق المحلية وشبكات التوزيع والتعريف بمنتجاتها لدى المستهلكين أيا كانت جودة السلع المعروضة، ويصعب ذلك على العديد من تلك الشركات نظرا إلى قدرتها الإنتاجية المحدودة وإمكانياتها المالية وضع إستراتيجية تسويق قوية تمكّنها من إيجاد موقع لمنتجاتها في الأسواق وإرساء سمعة تشجّع المستهلكين على الإقبال على سلعها.

إلا انه تستطيع الشركات الصغيرة والمتوسطة وبواسطة العمل الجماعي أن تضع حملة مشتركة لتسويق منتجاتها بالانتفاع بعلامات جماعية.

ويرى الكثير أن من أكبر التحديات التي تواجهها تلك الشركات هو في الواقع انعزالها وليس صغر حجمها، وللشركات الصغيرة والمتوسطة التي تصنع منتجات متشابهة أن تستفيد من العلامات الجماعية كأساس للتجمّع مما يساعدها على التعريف بمنتجاتها لدى المستهلك وإرساء سمعة لسلعها³.

¹ القانون رقم 04/04، المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية العدد 37.

² بربوية ربيعة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات التجارية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2008، ص 23.

³ الموقع الإلكتروني www.cba.edu.kw، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2021/05/31، على الساعة 15:30.

المبحث الثاني: شروط اكتساب العلامة الجماعية.

إن اكتساب العلامة الجماعية يخضع لعدة شروط معينة يجب توفرها، حيث هناك شروط عامة يجب توفرها في العلامة الجماعية باعتبارها من العلامات التجارية، وهو ما سنعالجه في المطلب الأول، وشروط خاصة تتعلق حصراً بالعلامة الجماعية وهذا ما سنتكلم عنه في المطلب الثاني.

المطلب الأول: الشروط العامة لاكتساب العلامة الجماعية.

للعلامة الجماعية شروط عامة لاكتسابها شأنها شأن العلامات التجارية الأخرى، وسنتطرق لهذه الشروط العامة والتي هي شرط التمييز وشرط الجودة وكذلك شرط المشروعية.

الفرع الأول: شرط التمييز.

لا يمكن أن تستفيد العلامة الجماعية من حماية القانون إلا إذا كان لها طابع مميز، والأحكام القانونية في هذا الصدد صريحة، إذ تنص على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار جميع سمات المادة التي تستعمل لتمييز المنتجات أو الخدمات، وتأسيساً على هذا لا تتمتع العلامة الجماعية بالحماية القانونية التي تركز على شكل شائع أو على بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات¹.

بيد انه لا يشترط أن يتوافر في العلامة شرط الابتكار كما هو مطلوب مثلاً بالنسبة إلى الرسوم والنماذج الصناعية، فالطابع المميز لا يختلف فيها حيث يكاد يمثل استعمال تسمية بسيطة علامة مشروعاً طالما يسمح تمييز المنتج عن غيره من المنتجات المشابهة له ويجب أن لا تكون العلامة قد سبق استخدامها في إطار بضاعة مشابهة لهذا المنتج وسبق استعمالها فوق نفس الإقليم الوطني، ولقد استبعد المشرع الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز أي يشترط عدم اختيار العلامة ضمن العلامات التي أصبحت من الملك العام².

ولقد علق بعض الفقهاء على صفة عدم الشبوح العلامة الجماعية بأن هذا المصطلح أي صفة عدم الشبوح أنه يحمل صفة الأصالة ولقد صدرت فيه أن العلامة الجماعية لم تكن معروفة لدى الجمهور أي غير مألوفة لديه، أما الشائعة فهي كما يطلق عليها المشرع الإماراتي العلامة المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على البضائع والمنتجات والخدمات أو الرسوم المألوفة والصور

¹ - فرحة الزرأوي، مرجع سبق ذكره، ص 248.

² - أسامة نابل المحيسن، مرجع سبق ذكره، ص 37.

العادية للبضائع والمنتجات، فالعلامة ليست بالضرورة أن تكون مصنفا مبتكرا أو معروفا بل هي إشارة أو دلالة تكون غير شائعة الاستعمال بين التجار والجمهور¹.

ولقد اشترط المشرع الجزائري في المادة 202² من الأمر رقم 06/03 أن تكون العلامة ذات طابع مميز حيث كان فحوى النص (... التي تستعمل كلها لتمييز سلع وخدمات...) ونفس الأمر بالنسبة للمشرع الفرنسي.

ولحماية الجمهور وحتى لا يقع في الخطأ لا يمكن أن تستعمل أية تسمية ومن ثمة إذا صنعت المنتجات في الجزائر يجب ألا تضع عليها علامة لندن أو فرنسا خاصة لو استعملت العلامة للدلالة على منتجات جزائرية تشبه منتجات أجنبية³.

والملاحظ أن المشرع الجزائري تدارك مؤخرا الفراغ الموجود في هذا المجال حيث قام أسوة بموقف المشرع الفرنسي بتحديد السمات التي يحضر استخدامها كعلامة جماعية، فهي زيادة عن التسميات النوعية أو الضرورية أو العادية أو الوصفية للمنتج وكافة التسميات التي يمكن استعمالها لبيان مميزات المنتج والكمية والقيمة والمكان الجغرافي أي المصدر.

وتقدير إذا ما كانت العلامة مميزة ولها ذاتيتها الخاصة أمر تختص به محكمة الموضوع وعليها في ذلك أن تنظر إلى العلامة الجماعية في مجموعها، لأنه قد تشترك علامتان في عناصرهما أو لونهما ومع ذلك لكل منهما أوضاع ذاتية معينة تميزها عن الأخرى ويراعى في هذا وقت تسجيل العلامة، وتطبيقا لذلك قضت محكمة النقض المصرية بأنه متى كانت العلامة مركبة من عدة عناصر كانت العبرة في توافر الصفة المميزة بالمظهر الإجمالي العام وليست بالعناصر الجزئية منظورا إلى كل منهما على حدا.

ولكي تتطلع العلامة بوظيفتها يجب أن تكون قادرة على تمييز المنتجات أو الخدمات التي اعتمدت لتعيينها عن مثيلاتها المعروضة من قبل المنافسين وأن تتشكل من شارة لها طابع التمييز أي أن تكون العلامة قادرة على إعطاء تلك المنتجات أو الخدمات هوية خاصة بها تمنع عن اختلاطها بغيرها من المنتجات والخدمات المنافسة لها⁴.

وكل شارة مهما كانت بسيطة أو شائعة الاستعمال تصلح لتعتمد كعلامة مدام أنها تسمح بتعيين ذلك المنتج أو الخدمة بعينها، من هنا فليس المقصود بالتمييز هو أن تتصف الشارة المعتمدة بطابع

¹ - أسامة نايل المحيسن، مرجع سبق ذكره، ص 38.

² - راجع المادة 02 من الملحق.

³ - أمينة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 88.

⁴ - معلال فواد، مرجع سبق ذكره، ص 466.

إبداعي أو ابتكاري فالعلامة ليس لها أي علاقة بمجال الابتكار فوظيفتها هي تمييز المنتجات والخدمات، وكلما استطاعت أن تحقق هذه الوظيفة كانت صالحة مهما كانت بساطتها، وعليه يقصد بتمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على سلع مماثلة لمنع حصول اللبس لدى المستهلك العادي، فلا تعد علامة قابلة للحماية القانونية الشارات العادية أو الوصفية أو النوعية أو اللازمة فهي لا تصطلح علامة بذاتها إلا إذا اتخذت شكلا مميزا كأن تكتب بحروف بارزة بطريقة متميزة¹.

إن المشرع الجزائري يمنع في ذلك شأنه شأن المشرع الفرنسي استعمال كافة الرموز المطابقة أو المشابهة التي تحدث لبسا حيث يجب استبعاد العلامات التي تتضمن بيانات من شأنها خداع المستهلك عن طبيعة المنتج أو نوعيته أو مصدره أو تمس حقوقا سابقة أو شعارا معروفا على كافة التراب الوطني وتستبعد الرموز التي هي بمثابة ترجمة لعلامة أو اسم تجاري وفقا للمادة 07 من الأمر 06/03².

كما أن المشرع المصري في المادة 67 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري ينص على: (لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي:

1- العلامات الخالية من أية صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها...)

* ونخلص لما سبق ذكره أن الطابع المميز للعلامة الجماعية هو شرطا جوهري وأساسي إذ أنه من غير الممكن تقرير حق خاص على العلامات وإحاطتها بالحماية القانونية إلا إذا كانت للعلامة الجماعية ذاتية خاصة وصفة متميزة حتى يمكن تعيين محل الحق ورسم حدوده على وجه الدقة³.

الفرع الثاني: شرط الجودة.

لكي تصلح الشارة أن تتخذ كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية يجب أن تكون جديدة بمعنى أنه لم يسبق للغير أن اكتسب حقوقا عليها.

والمقصود بالجدة هنا في الواقع ليس الجدة المطلقة كما هو الحال في براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية أي خلق ابتكار العلامة، وإنما فقط الجودة النسبية بالتطبيق على ذات السلع فيكفي أن تكون العلامة لحظة تسجيلها ليست محلا لحق منافس في نفس مجال النشاط المعني، وترتيباً على ذلك

¹ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 79.

² - راجع المادة 07 من الملحق.

³ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 76.

فإن العلامة التجارية تعتبر جديدة على الرغم من سبق استخدامها طالما أن الاستخدام الجديد يتعلق بخدمة أخرى أو بمنتج معين يختلف على نوع الخدمة الأولى أو المنتج الأول¹.

ولم يشترط الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية الجزائري هذا الشرط لكنه يستنتج من نصوصه بحيث يجب أن يتوفر في الرمز لاعتباره علامة تحت طائلة البطلان شرط الجودة والابتكار بحيث يكون للرمز شكل مبتكر وجذاب وليس رمز عادي تألفه ظواهر الطبيعة أو المجتمع².

كما أنه لا يمكن حماية علامة جماعية يقوم باستغلالها في الجزائر تاجر أو شركة تجارية لصنع أو بيع بضاعة مشابهة أو استغلالها في تمييز خدمات أو تجهيزات معينة متشابهة، فاستغلال ذات العلامة المستعملة في بيع أو صنع بضاعة مشابهة يؤدي إلى المنافسة غير المشروعة بين المنتجين أو التاجر بسبب ما يحدثه من استغلال ذات العلامة من خلط بين المنشأين أو صناعتين أو تجاريتين.

لكن إذا قام أحدهم باستغلال علامة تجارية كانت متروكة من قبل صاحبها ولم يتم بتجديدها خلال المدة القانونية فلا تعد العلامة قد فقدت جدتها فعقد الجودة يكون في حالة ما إذا كانت العلامة ما زالت مستغلة من طرف صاحبها دون انقطاع، ولذلك يعول على مبدأ الجودة النسبية كشرط موضوعي من شروط العلامة وليس مبدأ الجودة المطلقة وبناء على ذلك يمكن استغلال العلامة لتمييز بضاعة عن بضاعة التي تستغل بها العلامة الجماعية لأنه لا يحدث هذا الاستغلال طلباً بين المصنوعات أو المبيعات وكذلك الحال في استغلال العلامة لتمييز خدمات مختلفة على الخدمات التي تستغل فيها العلامة.

فتحدد حماية العلامة في حدود الإقليم دون أن يكون للعلامة الأخرى حماية معينة فإذا استعملت علامة مشابهة لعلامة مستعملة في خارج دول اتحاد اتفاقية باريس لا يكون التشابه دليلاً على عدم الجودة وفقاً للمادة 06 من اتفاقية باريس.

كما يثار هنا الحماية المؤقتة للعلامة التجارية فقد قدر المشرع المصري في المادة 72 من قانون حماية الملكية الفكرية منح العلامة التجارية الموضوعية على منتجات معروضة في المعارض الوطنية أو الدولية حماية مؤقتة خلال فترة العرض ولا يترتب على تلك الحماية امتداد المدة المنصوص عليها في المادة 75 من القانون ذاته³.

¹ - أمانة صامت، مرجع سبق ذكره، ص 80.

² - راجع المادة 07 من الملحق.

³ - فرحة الزرأوي، مرجع سبق ذكره، ص 230.

الفرع الثالث: شرط المشروعية.

لا يكفي أن يختار التاجر أو الصانع علامة من بين السمات الواردة في التعداد القانوني بل ينبغي زيادة على ذلك أن العلامة الجماعية المختارة ذات طابع مشروع إذ يجب أن لا تكون العلامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

إن هذا الشرط لا يتطلب توضيحات أو مناقشات حيث يظهر من المنطقي عدم قبول عبارة أو كلمة أو صورة مخلة بالآداب كعلامة، تأسيسا على هذا يمكن أن يتعرض التاجر أو الصانع الأجنبي لرفض إيداع العلامة إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر ولو كانت التسمية المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة في بلاده.

والجدير بالذكر أن هذا الشرط أي شرط المشروعية نصت عليه كافة التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية كما أكدت على ذلك الاتفاقيات الدولية المعنية بحماية العلامات¹. وكذلك اشترط المشرعان الجزائري والفرنسي هذا الشرط في العلامات التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية.

كما يجب استبعاد الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقل أو تقليد شعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رمزية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منطقة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنطقة بذلك.

وتبعا لهذا يمنع استعمال أعلام الشرف، الرايات والرموز الأخرى لإحدى الدول الصليبان الحمراء والأهلة الحمراء الدمغات الرسمية وضمان المعادن الثمينة، وكذلك كل تقليد للعلامات المتعلقة بشعارات الإشراف.

إضافة لهذا يتعين على الدول الأعضاء لاتفاقية باريس إرسال القائمة الخاصة بالشعارات الدولية وبالعلامات والدمغات الرسمية الخاصة بالرقابة والضمان وكل التعديلات اللاحقة عليها والتي ترغب أو قد ترغب فيما بعد في حمايتها بصفة مطلقة إرسالها إلى المكتب الدولي.

¹ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 82.

كما تمنع بعض المعاهدات الدولية استغلال علامات معينة منها معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي الذي تم بموجبها منع استغلال الرمز الأولمبي في القضايا التجارية حسب المادة 01 من المعاهدة¹.

وقد تضمن القانون رقم 06/03 المتعلق بالعلامات في المادة 07 منه بيانا بالعلامات التي لا يجوز قبول تسجيلها وهي على التفصيل التالي:

- 1- الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 (الفقرة الأولى)².
- 2- الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز.
- 3- الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها.
- 4- 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.
- 5- الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف الدولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك.
- 6- الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.
- 7- الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، وفي حالة م إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله.
- 8- الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

¹ معاهدة نيروبي لحماية الرمز الأولمبي، تم اعتمادها بنيروبي، كينيا، بتاريخ 26 أيلول 1981، انضمت الجزائر إليها في 16 يوليو 1984، تم الاطلاع عليها في الموقع الإلكتروني www.wipo.int بتاريخ 2021/05/18، على الساعة 12:00.

² راجع المادة 02 من الملحق.

9- الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

كما يجب أن لا أن تتشكل العلامة من شارات تمس بالأمن مثل تلك التي تعرض على العنف والثورة أو تمس بالنظام العام، كأن تكون تمس بكرامة الوطن أو المواطنين أو تدعوا للتمييز العرقي أو الجهوي أو القبلي أو تشجع على الممارسات المضرة مثل تعاطي المخدرات أو الخمر¹.
كما لا يمكن أن تتشكل العلامة من شارات تخدش الحياء أو الآداب العامة مثل الشارات التي تتضمن كلمات أو عبارات أو إشارات إيحائية أو إباحية أو تتضمن السب والشتم.

المطلب الثاني: الشروط الخاصة لاكتساب العلامة الجماعية.

كما أن للعلامة الجماعية شروط خاصة بها حيث أن العلامة الجماعية لها نظام خاص بها تتمتع به دون العلامات التجارية الأخرى وهذا ما سنعالجه في فرعين، ثم نتطرق في الفرع الثالث إلى الحق الناشئ عن اكتساب العلامة الجماعية.

الفرع الأول: صاحب العلامة الجماعية شخص اعتباري.

المعتاد أن يتقدم الشخص الفردي بإعلانه للكافة أنه يمتلك علامة تجارية ويكون إعلانه هذا عن طريق الطلب من المصالح المختصة بان تصبح علامته تتوفر على الحماية القانونية المقررة بموجب قانون العلامات وأي قانون آخر من قوانين الدولة يعزز هذه الحماية حيث نسمي هذه العلامة بالعلامة الفردية.

لكن قد تستدعي عوامل متميزة بيئية أو اجتماعية أو تاريخية أو ثقافية بأن تطلب مجموعة من الأشخاص مكونين شخصا معنويا تسجيل علامة جماعية، ويقوم كل عضو في هذه المجموعة بالاستفادة من هذه العلامة في تسويق منتجاته.

الهيئة أو الجماعة مالكة للعلامة الجماعية لا تنتج السلع بنفسها وإنما يقتصر دورها على مراقبة صفة المنتجات لتضع عليها بعد ذلك العلامة الجماعية، ضمنا لتوفر تلك الصفات فالعلامة الجماعية علامة رقابة وليست في الواقع علامة تجارية ولذلك يحضر انتقال ملكيتها والمالك الوحيد في الوقت الحالي للعلامة الجماعية في الجزائر هو المعهد الجزائري للنقييس، وفق للمادة 09 من القرار المؤرخ في

¹ - معلال فؤاد، مرجع سبق ذكره، ص 454.

23 يوليو 1996 والتي نصت على: (ترجع الملكية المطلقة لعلامة المطابقة للمواصفات الجزائرية المذكورة أعلاه إلى الجهاز المكلف بالتقييس بموجب تسجيل، بصفة علامة جماعية، تمت باسمه لدى الهيئة الوطنية المختصة في الجزائر وإيداع دولي لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية...)¹.

وعليه فالعلامة الجماعية تملكها جمعية أعضاؤها شركات أو أي هيئة أخرى قد تكون مؤسسة عامة أو تعاونية، ويتولى مالك العلامة الجماعية مسؤولية الحرص على أن يستوفي أولئك الأعضاء معايير محددة توضح عموماً في اللائحة التي تضم الانتفاع بالعلامة التجارية.

فالجمعيات والشركات الصغيرة والمتوسطة تسجل علامة جماعية من أجل العمل معاً على تسويق منتجات لمجموعة من الشركات والإسهام بالتعريف بتلك المنتجات².

إن المشرع الجزائري جعل ملكيات العلامة الجماعية حكراً على الشخص الاعتباري الذي سجلت باسمه أو باسم خلفه القانوني، فحضر وضعها تحت طائلة أي حكم تنفيذي إجباري أو حضر نقل ملكيتها نظراً لارتباطها بالشخص الاعتباري الذي سجلت باسمه.

إن سبب عدم جواز انتقال هذه العلامة عن طريق البيع أو الإرث أنها تتعلق بها حقوق أعضاء الشخص المعنوي فإذا كان أعضاء هذه الهيئة أو الجماعة إحدى المؤسسات الحكومية فتكون العلاقة متعلقة بالحق العام، ولذلك لا يجوز التنازل عنها أو نقل ملكيتها وكذلك الحال بالنسبة للترخيص للعلامة.

ولقد نصت المادة 70 من قانون الملكية الفكرية المصري على أنه للوزير المختص تحقيقاً للمصلحة العامة أن يرخص للأشخاص الاعتباريين الذين يزاولون أعمال مراقبة المنتجات أو فحصها بتسجيل علامة تخصص للدلالة على أجزاء المراقبة أو الفحص لتلك المنتجات وذلك فيما يتعلق بمصدرها أو عنصر تركيبها أو طريقة إنتاجها أو صفتها أو حقيقتها أو أية خاصية أخرى تميزها ولا يجوز التصرف في تلك العلامة إلا بموجب ترخيص خاص من الوزير المختص، وهذا ما نصت عليه المادة 35 من القانون الإماراتي والتي نصت على أنه يجوز للأشخاص الاعتباريين الذين يتولون مراقبة وفحص بعض المنتجات أو الخدمات من حيث مصدرها أو عناصر تركيبها أو طريقة صنعها أو جودتها أو أية خاصية أخرى أن يطلبوا من الوزارة الترخيص لهم تسجيل علامة تكون مخصصة للدلالة على إجراء المراقبة والفحص، وعليه وفقاً لنص المادة 70 من القانون المصري ونص المادتين 35 و36 من القانون الاتحادي الإماراتي في شأن العلامة التجارية فإن علامة رقابة الجودة هي علامة تضعها أشخاص

¹ - القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996، المحدد لشروط منح علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وسحبها وإجراءات ذلك، الجريدة الرسمية العدد 33، لسنة 1997.

² - بوغنجة بن عباد، العلامة التجارية بين احتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الملكية الفكرية، كلية بن عكنون، جامعة الجزائر، 2013، ص 55.

اعتبارية تتولى في العادة فحص المنتجات أو الخدمات من حيث الجودة أو التركيب أو طريقة الصنع أو أية خاصية أخرى لهذه الأشخاص المعنوية صناعة أو إنتاج ما تميزه العلامة.

إن ملكية العلامة الجماعية في الجزائر ترجع إلى الجهاز المكلف بالتقييس ونظرا لاعتبار أن العلامة الجماعية ذات طابع خاص فهي غير قابلة للتنازل وغير قابلة للحجز.

إلا أن صرامة هذه الأحكام لا تنفي السلطة الممنوحة للمعهد الوطني للتقييس حيث يمكن له أن يؤذن باستعمال علامة المطابقة إذا توفرت الشروط المحددة قانونا وفقا للمادة رقم 11 من القرار المحدد لشروط منح علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وسجها وإجراءات ذلك، وهذه الهيئة تتمثل في المعهد الجزائري للتقييس وليس المعهد الوطني للملكية الصناعية.

وهو يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تحت وصاية وزير الصناعة، تبعا لهذا منحت له مهام تنفيذ السياسة الوطنية للتقييس، أي يتكفل بإعداد المواصفات الجزائرية وتوزيعها وكذا اعتماد علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية ولا بد من الإشارة إلى أن علامات المطابقة هي علامات خاضعة للأحكام التشريعية والتنظيمية المطبقة على العلامات الجماعية.

وبالتالي يلتزم المعهد الجزائري للتقييس بصفته صاحب العلامة الجماعية بتسجيلها لدى الهيئة المختصة بالعلامات أي لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية وليس المركز الوطني للسجل التجاري كما يجوز أن تكون العلامة الجماعية موضوع إيداع دولي لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية¹.

الفرع الثاني: خضوع العلامة الجماعية لقانونها الأساسي.

المقصود بالقانون الأساسي هو عقد تأسيسي لشركة تجارية يجب أن يكون رسميا ولا كانت الشركة باطلة يحدد القانون شكل هذا العقد ومضمونه كما يحدد القانون الأساسي للشركة شكلها ومدته أو عنوانها وكذلك مبلغ رأس مالها، فالعلامة الجماعية علامة تستعملها عدة مشروعات اقتصادية تباشر نوعا معينا من المنتجات ويجمعها اتحاد يسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة للمشروعات المتحدة، ويقتضي الأمر تركيز الإنتاج والرقابة عليه وتنظيم البيع فتحمل منتجات تلك المشروعات علامة تجارية واحدة يمتنع على الهيئة المالكة للعلامة الجماعية أن تنتج السلعة بنفسها وإنما يقتصر دورها وفقا لقانونها التأسيسي على رقابة صفات المنتجات ثم تضع عليها العلامة الجماعية ضمانا لتوفير تلك الصفات في العلامة الجماعية.

¹ - المواد 6-8-9-11 من القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996، المحدد لشروط منح علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وسجها وإجراءات ذلك، مرجع سبق ذكره.

إن العلامة الجماعية تتميز عن مختلف تصنيفات العلامة وهي علامة يملكها شخص معنوي يخضع لقانون أساسي يحكمه ويحدد فيه شروطا خاصة لاستعمال هذه العلامة وضمان فعاليتها نظرا لما توفره من أمن للمستهلك وجب إخضاع استغلالها لرقابة فعلية ومستمرة كما تتميز بأنها لا يمكن أن تكون محل انتقال أو رهن أو أن تكون تحت طائلة حكم تنفيذ جبري¹.

إن المشرع اشترط بعض البيانات الإلزامية في حالة المطالبة بتسجيل علامة جماعية من قبل هيئة أو جماعة مكونة وفقا للقانون وتتمثل هذه البيانات في ضرورة توافر نظام خاص بالهيئة، كما يجب أن يتضمن نظام العلامة الجماعية اسم الجماعة أو اسم محلها وعنوان العلامة أو بيان مركزها واسم الشخص المرخص له بتمثيلها، وإلى جانب هذه الشروط يشترط تقديم قائمة المرخص لهم باستعمالها وشروط الاستعمال خاصة تلك المتعلقة بخاصية المنتجات أو بصنف الخدمات كما يجب أن يتضمن نظامها حقوق وواجبات الأعضاء والعقوبات التي تطبق في حالة سوء استعمال العلامة.

إن فكرة رقابة المنتجات والخدمات فكرة واضحة في التشريع الجزائري على أن هذه الهيئة تلتزم بأن تكون لها لائحة تتضمن الاسم التجاري للهيئة ومركزها التجاري.

إن العلامة الجماعية تخضع للأحكام التشريعية والتنظيمية المنظمة لها وبالتالي تحدد خصائصها عن طريق التنظيم بحيث يرمز لها بحرف (ت.ج) ويعني هذا الرمز التقييس الجزائري وكل إخلال من طرف صاحب العلامة الجماعية أو كل من له الحق استعمالها في أي من الالتزامات المتعلقة بها يرتب جزاءات مختلفة فالإخلال بإجراءات التسجيل والاستعمال يعد إخلال بواجب الإعلام، كما أن الاستعمال غير المشروع للعلامة الجماعية كأن يضيف منتج العلامة الجماعية على منتجاته دون الحصول على ترخيص من المعهد الوطني للتقييس الذي لا يمنحه هذا الأخير إلا بعد التحقق من مطابقة المنتجات للمواصفات الوطنية يعد إخلالا بالقانون التأسيسي الذي أنشأت من أجله العلامة الجماعية، وأول جزاء قد يتعرض له المخل هو رفض المعهد الوطني للملكية الصناعية التسجيل بالنسبة للعلامة الجماعية المراد تسجيلها ويعد هذا بمثابة جزاء وقائي².

¹ - بروبة ربيعة، مرجع سبق ذكره، ص 20.

² - حمادي زوبير، مرجع سبق ذكره، ص 203.

احتكار العلامة الجماعية.

يترتب على اكتساب ملكية علامة جماعية أن يصبح لمالكها حق احتكار استغلالها دون غيره، وبمقتضى حق احتكار استعمال العلامة الجماعية فإنه يحق لمالكها منع الغير من استيراد أو استخدام أو بيع أو توزيع المنتجات محل ضمان جودة هذه العلامة، بمعنى أنه لا يحق لغير مالك العلامة الجماعية التعامل على المنتجات والخدمات التي تستخدم العلامة الجماعية لإثباتها جودة هذه المنتجات والخدمات ويعد ذلك نتيجة لطبيعة الحق الإستثنائي الذي ترتبه ملكية العلامة الجماعية، ويعتبر حق المالك الاستثنائي على العلامة الجماعية حقا دائما إذ ما قام بتجديد تسجيل هذه العلامة كل 10 سنوات¹. كما يعطي القانون لمحتكر العلامة الحق في تتبع التعدي على العلامة والمحافظة عليها وطلب التعويض في مواجهة من يتولى إيداع أو استعمال هذه العلامة.

إن لصاحب العلامة الجماعية الحق في الاستثناء بالعلامة الجماعية المسجلة وله أن يعترض على تسجيل علامة مشابهة كما أن له أن يعارض في استعمال علامة مشابهة متى ترتب على التسجيل أو الاستعمال احتمال حصول خلط أو لبس بين المنتجات التي تميزها العلامة الأخرى وبين منتجات مالك العلامة الجماعية، كما أن لمالك العلامة الجماعية المسجلة أن يعارض في تسجيل علامة تميز منتجات مشابهة متى كان من شأنها تضليل العملاء حول جودة المنتجات ومطابقتها للمواصفات المعتمدة محليا ودوليا².

فالاحتكار داخل إقليم الدولة يكون إذا كانت مسجلة وفقا للقوانين المنصوص عليها، فهو يأتي انطلاقا من ملكية هذه العلامة حيث أنها حق معنوي، إذ تعتبر العلامة شيئا له قيمة مالية وحقا معنويا قابلا للامتلاك فيكون استعمال العلامة الجماعية خاصا بمالكها دون غيره فإذا استعمل الغير هذه العلامة تعتبر اعتداء على الملكية وموجبا للتعويض، فضلا عن إلزام المعتدي بوقف اعتدائه على العلامة الجماعية محل الاحتكار.

إن احتكار استعمال العلامة الجماعية منحصر داخل إقليم الدولة فلا يمتد هذا الحق ولا الحماية المقررة له خارج الإقليم فالعلامة الجماعية يجوز أن تستغل خارج حدود الدولة وتتمتع بالحماية المقررة لها إذا ما قام محتكرها بتسجيلها في ذلك البلد خلال 6 أشهر وكانت لهذا البلد اتفاقية مع بلد تسجيلها الأصلي أو كان هذا البلد عضو في اتفاقية باريس المادة 04 فقرة ج³.

¹ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 110.

² - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 232.

³ - فاضلي إدريس، مرجع سبق ذكره، ص 291.

إن احتكار العلامة الجماعية هو حق دائم وهذا ما يميز حق مالك العلامة الجماعية عن حق المخترع أو المؤلف الذي ينقضي بعد فترة معينة من الزمن مراعاة لمصلحة المجتمع إن ديمومة الحق في الاحتكار العلامة الجماعية المملوكة من طرف الأشخاص المعنوية سواء كانوا ينتمون إلى القانون الخاص أو العام، حيث يكفي الانتظام بصورة مستمرة في استعمال العلامة من قبل محتكرها حتى يبقى محتقظا باحتكاره لها¹.

ومن منطلق الحق الاحتكاري الذي يمتلكه مالك العلامة الجماعية فإن سلطته تكون سلطة مطلقة على الاستعمالات الاقتصادية للعلامة الجماعية في حدود المنتجات أو الخدمات المعينة لها، وكما هو الشأن بالنسبة لكل حق ملكية فإن هذا الحق يتصف بأنه حق مطلق يمكن الاحتجاج به في مواجهة الغير².

إن العلامة الجماعية لها طابع خاص فهي علامة غير قابلة للتنازل وغير قابلة للحجز والرهن وفقا للمادة 24³ من قانون العلامات والتي نصت على أنه لا يمكن أن تكون العلامة الجماعية محل انتقال أو تنازل أو رهن ولا يمكن أن تكون تحت طائلة أي حكم تنفيذ جبري، حيث أن العلامة الجماعية هي علامة منفصلة عن علامة السلعة وتميزها عنها بصفة إجبارية، كما أن العلامة الجماعية هي ملك الجهاز المكلف بالتقييس أي المعهد الوطني للتقييس، وانطلاقا من الشروط الخاصة لاكتساب العلامة الجماعية، حيث تعكس هذه الشروط الطابع والنظام الخاص بالعلامة الجماعية.

ولمنح ترخيص لاستغلال العلامة الجماعية على السلعة أو الخدمة التي يقدمها المنتج أو مقدم الخدمة، فإنه يتقدم بطلب ذلك إلى المعهد الوطني للتقييس، ويكون طلبه مدعما بالمستندات اللازمة فيقوم المعهد باختبار المنتجات أو الخدمات المرشحة لحمل العلامة بعد فحصه لها، وتؤكد من أن الصانع أو مقدم الخدمات قادر وباستمرار على صنع المنتجات وتقديم الخدمات بنفس الجودة المتوفرة في العينة النموذجية، ويحول إجراء الفحص إلى اللجنة المكلفة بذلك، كما أنه يجب وضع برنامج لمراقبة مدى محافظة المنتجات أو الخدمات على مستوى الجودة المصرح بها⁴.

¹ - علي نديم الحمصي، مرجع سبق ذكره، ص 291.

² - فرحة الزرأوي، مرجع سبق ذكره، ص 241.

³ - راجع المادة 24 من الملحق.

⁴ - بروبيرة ربيعة، مرجع سبق ذكره، ص 23.

الفصل الثاني
الآليات القانونية
لحماية العلامة
الجماعية

يترتب على تسجيل العلامة الجماعية منح شهادة تسجيل تعتبر بمثابة سند بملكية العلامة الجماعية، وتكون هذه العلامة الجماعية حجة على الغير بمجرد نشرها، مع ما يترتب على ذلك من حقوق لمالكها، غير انه وفي كثير من الأحيان قد تتعرض العلامة الجماعية شأنها شأن العلامات التجارية الأخرى إلى الاعتداء عليها من خلال التقليد أو محاولة تشويه سمعتها، لذلك تم إقرار لصاحب العلامة الجماعية الحق في حماية علامته إزاء مختلف أنواع المساس بالحقوق ذات الصلة بالعلامة الجماعية.

وتتفرع هذه الحماية إلى حماية وطنية للعلامة الجماعية مقررة في قانون العلامات رقم 06/03 وغيره من القوانين، وتنقسم إلى حماية مدنية وحماية جزائية، وذلك ما سنبينه في المبحث الأول.

بالإضافة إلى ذلك توجد حماية دولية للعلامة الجماعية منصوص عليها في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية ذات الصلة كاتفاقية باريس ونظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية وغيرهما، وهو ما سنتكلم عنه في المبحث الثاني.

المبحث الأول: الآليات الوطنية لحماية العلامة الجماعية.

عند استيفاء العلامة الجماعية لإجراءات الإيداع والتسجيل فإن مالك العلامة الجماعية يتمتع بالحماية المدنية والجزائية معا، أما في حالة عدم تسجيل العلامة الجماعية فإنه لا يجوز لصاحب العلامة الجماعية إلا التمتع بالحماية المدنية، وذلك عن طريق رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر اللاحق به بسبب تقليد العلامة الجماعية أو تشبيهها، وتسمى هذه الدعوى بدعوى المنافسة غير المشروعة.

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة الجماعية.

تقوم المسؤولية المدنية وفقا للقواعد العامة على أساس أن كل ضرر بالغير يزم فاعله بضمان الضرر، ويكون ضمان أو جبر الضرر في العادة بالتعويض المادي، ذلك أن القواعد القانونية تنهى عن الإضرار بالآخرين، كونها تفرض التزاما على الكافة، مقتضاها عدم الإضرار بالآخرين، وعليه فإن الأشخاص القانونيين مجبرين من باب العناية اللازمة عند ممارسة أفعالهم، ففي حالة صدور فعل أو عمل غير مشروع من قبلهم وجب على من فعل أو من تسبب بهذا العمل غير مشروع جبر الضرر الواقع على المتضررين، ويترتب على ذلك مقاضاة من صدر منه العمل الغير مشروع من طرف المتضرر طالبا التعويض مما ترتب عليه من ضرر على أساس المسؤولية التقصيرية أو عن طريق دعوى المنافسة غير مشروعة، ومن خلال الأمر 06/03 فقد اعتمد هذا الأمر على آليتين في الحماية المدنية للعلامة الجماعية ويتجسد ذلك من خلال دعوى إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة الجماعية والآلية الثانية تتجسد في دعوى المنافسة غير مشروعة في حالة المنافسة غير المشروعة.

إضافة إلى ذلك تتمتع العلامة الجماعية بالحماية المدنية سواء كانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة، إن الحماية المدنية تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية علامة الجماعية متى كانت غير مسجلة، في حين لا تتمتع العلامة الجماعية بالحماية الجزائية إلا إذا كانت مسجلة، فالتسجيل لا يعتبر شرطا لقيام الحماية المدنية للعلامة الجماعية في حين يعتبر التسجيل شرطا أساسيا لقيام الحماية الجزائية للعلامة الجماعية¹.

¹ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 69.

الفرع الأول: دعوى إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة الجماعية.

يوجد نوعان من الدعوى المتعلقة بالعلامات التجارية عموماً والعلامة الجماعية خصوصاً.

أولاً: دعوى إبطال تسجيل العلامة الجماعية.

يجوز لأي شخص سواء كان جزائرياً أو أجنبياً أن يختار رمزاً أو أشكالاً معينة ويسجله كعلامة جماعية لإثبات مدى جودة المنتجات والخدمات ومدى تطابقها للمواصفات المعمول به لوطنياً أو دولياً لجذب جمهور المستهلك إليها، لكن على مالك ومبتكر العلامة أن يسجل العلامة الجماعية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، والذي بدوره يمنحه شهادة التسجيل التي تعد سنداً للملكية العلامة الجماعية.

إلا أنه قد يحدث أن يسجل شخص آخر نفس الشكل أو الرمز لاحتكاره كعلامة لضمان الجودة خاصة وأن العلامة الجماعية لا تخضع رسمياً لفحص الأسبقية، إلا أنه ينص القانون على أن ملكية العلامة الجماعية يختص بها من كانت له الأسبقية في الإيداع، وعليه فقد منح الأمر 06/03 وبالتحديد في مادته رقم 106¹ لمن كانت الأسبقية في الإيداع أن يطالب بإبطال إيداع أو تسجيل علامة أخرى من شأنها أن تحدث اختلاطاً مع علامته².

مع مراعاة أحكام المادة 06 في فقرتها الثانية³ التي تعطي الأولوية في تسجيل العلامة الجماعية للذي قام بعرض المنتجات أو الخدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسمياً، ويتقرر حق الأولوية في هذه الحالات أثناء من تاريخ عرض المنتجات أو الخدمات تحت هذه العلامة، وينقضي الحق في المطالبة بهذا الحق بعد مضي ثلاثة أشهر من تاريخ انتهاء العرض، فلو قام شخص بإيداع طلب تسجيل نفس العلامة الجماعية أو علامة تحدث تشابهاً معها، في المدة المحددة ببداية العرض إلى غاية ثلاثة أشهر بعد انتهائه، فإنه لا يعتد بأحقية في الإيداع أو التسجيل بل تكون الأولوية في التسجيل للذي استعمل العلامة أثناء المعرض⁴.

ويكون الاختصاص للنظر في دعوى إبطال إيداع العلامة التجارية للمحاكم إذا اعتبرها المشرع الجزائري ذات اختصاص عام في النظر في كل منازعات ماعدا ما استثني بنص خاص.

¹ - راجع المادة 06 من الملحق.

² - حمادي زويبير، مرجع سبق ذكره، ص 127.

³ - راجع المادة 06 من الملحق.

⁴ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 132.

أما فيما يخص شروط دعوى إيداع العلامة الجماعية فهناك شروط عامة لقبول دعوى إبطال إيداع العلامة الجماعية وشروط خاصة، بالنسبة للشروط العامة فقد ذكرها المشرع الجزائري في المادة 13¹ من قانون الإجراءات المدنية والإدارية وهي الصفة المصلحة الأهلية، أما الشروط الخاصة المتعلقة بدعوى إبطال العلامة الجماعية هي إثبات طالب الإبطال لأسبقيته في الإيداع²، حيث أن الإيداع له دور في اكتساب ملكية العلامة حيث أن المعهد الوطني للملكية الصناعية يفحص ملف الإيداع من الناحية الشكلية والموضوعية، وفي حالة قبول الإيداع يحرر المعهد محضر الإيداع الذي يوثق تاريخ الإيداع ورقم التسجيل ودفع الرسوم ويعتبر هذا المحضر قرينة قانونية خاصة في حالة نشوب نزاعات بين أصحاب العلامات الجماعية المودعين لها حيث يجوز لصاحب العلامة الجماعية أن يؤكد أسبقيته في الإيداع وبطلب بحق أولويته المتصل بالإيداع، ويتعين عليه أن يبين مكان وتاريخ ورقم هذا الإيداع في طلب تسجيله أو في التصريح الذي يجب أن يصل إلى المصالح المختصة³.

وثاني شرط من الشروط الخاصة بدعوى إبطال إيداع العلامة الجماعية هو إمكانية الاختلاط بين العلامتين حيث يقصد به هو ذلك التماثل في الجزء الأكبر من العناصر أو الأشياء التي تتكون منها العلامات فالعبرة في أوجه التشابه بين هذه العلامات وليس في أوجه الاختلاف ولهذا فإن الاختلاط هو التشابه الحاصل في مجموع العلامتين لا في جزء من أجزائهما، ويعتبر اختلاطاً بين علامتين ذلك الاختلاط الذي يؤدي إلى غش جمهور المستهلكين.

ويمكن القول أن معايير وأسس تقدير هذا الاختلاط بين العلامة الجماعية وعلامة أخرى تتمثل في الفكرة التي تتطوي عليها العلامة الجماعية حيث أن أساسها إثبات مصدر المنتجات والخدمات ومدى تطابقها وملائمتها لمعايير الجودة حيث يؤكد القضاء والفقهاء أن الاختلاط يعتبر موجوداً في حالة احتمال وقوع الالتباس بين علامة وأخرى عن طريق النظر إليهما أو عن طريق سماع اسمهما أو عن طريق لفظهما، وعليه فلا يجوز تمثيل علامة جماعية تطابق أو تشابه علامة مسجلة حتى ولو كانت مكتوبة بلغة أخرى حيث أن هذا من شأنه أن يؤدي إلى غش جمهور المستهلكين كما لا يجوز وضع العلامتين للمقارنة بينهما والمناظرة في وقت واحد للتعرف على أوجه الاختلاف بينهما، إذ تكفي أن تكون الفكرة الرئيسية للعلامتين واحدة، أي ليس من الضروري أن تكون العلامتان معاً تحت نظر المستهلك عند شراءه للبضاعة، أما فيما يخص تقادم الدعوى فإن دعوى الإبطال تتقادم بمضي خمس سنوات من تاريخ

¹ - القانون رقم 09/08، المؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

² - راجع المادة 20 من الملحق.

³ - حمادي زويبير، مرجع سبق ذكره، ص 140.

تسجيلها¹، ولا تتقدم إذا أثبت المدعي عليه في تسجيله للعلامة ولا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التميز بعد تسجيلها².

ثانيا: دعوى إلغاء تسجيل العلامة الجماعية.

في حالة إحداث علامة تجارية للبس مع علامة جماعية أخرى يستوجب رفع دعوى قضائية من طرف محتكر العلامة الجماعية وذلك من أجل إلغاء تسجيل هذه العلامة التي يعتمدها المنتجون الطفيليون الذين يسعون إلى عكس ما تصبو إليه المنافسة الشريفة، إن عملية إلغاء تسجيل العلامة التي يقع جمهور المستهلكين ضحية اللبس الذي تحدثه تعتبر طريقة قانونية وضمانة عملية فعالة لتشجيع المنافسة المشروعة ولقد نص على إلغاء تسجيل العلامة في المادة 21 من قانون العلامات 06/03³.

ويختلف الإلغاء عن الإبطال، حيث أن الإلغاء أساسه نشأة سبب الإلغاء بعد تسجيل العلامة، ويكون أثر الحكم به بأثر فوري أليبتداءً من صدور الحكم أو ظهور أسباب الإلغاء، وأسباب الإلغاء نصت عليها المادة 07 في الفقرات 3 و 5 إلى 7 من الأمر 06/03⁴، أما فيما يخص الإبطال فيكون بأثر رجعي أي من تاريخ الإيداع، وأساسه أنه السبب فيه موجود قبل الإيداع والتسجيل⁵.

الفرع الثاني: دعوى المنافسة غير المشروعة.

يقصد بها كل تصرف أو وسيلة تستخدم لتحقيق غرض معين حيث تكون وسائل منافسة مخالفة للقانون والعادات أو الشرف، المنافسة غير المشروعة تتحقق باستخدام وسائل تتنافى مع العادات المحلية التجارية في المنافسة التجارية والصناعية، والمنافسة غير المشروعة كما لو كانت تعرف مخالفة للعادات التجارية الحسنة أو المبادئ المتعلقة بالمنافسة في مجال تداول المنتجات، ودعوى المنافسة غير المشروعة هي الوسيلة التي حولها القانون لصاحب الحق في الالتجاء إلى القضاء لتقرير الحماية له أو أنها الوسيلة الاختيارية للمضروب في أن يستعملها أو لا يستعملها أي هي حماية توجد دائما سواء لجأ

¹ - راجع الفقرة الثانية من المادة 20 من الملحق.

² - حمادي زوبير، مرجع سبق ذكره، ص 142.

³ - راجع المادة 21 من الملحق.

⁴ - راجع المادة 07 من الملحق.

⁵ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 133.

الشخص إلى القضاء أم لم يلجأ إليه فإذا لجأ إلى القضاء فإنه يكون قد باشر حق في الدعوى وهذا ما يسمى بالمطالبة القضائية¹.

وتكون من قبيل المنافسة غير المشروعة استعمال الغير لعلامة جماعية أو مشابهة لعلامة مسجلة تؤدي إلى اللبس والخلط لدى المستهلك بشأن مصدر المنتجات ومدى مطابقتها لمعايير الجودة والمواصفات الوطنية والدولية، كما يعتبر استعمال العلامة على شكل اسم موقع من غير مالكة المحترق لها من قبيل المنافسة غير المشروعة، وعليه يجوز للمتضرر من جراء هذا التصرف أن يلجأ إلى الجهة القضائية المختصة للمطالبة بالتعويض ويكون ذلك عبر رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

أولاً: صور المنافسة غير المشروعة.

لم يتعرض الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إلى الأعمال التي تعتبر منافسة غير مشروعة غير أن القانون رقم 02/04² المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تعرض إلى الممارسات التجارية غير النزيهة في المواد 26 و 27 منه، ووفقاً لمعظم القوانين الوطنية والدولية فإننا لا يمكن أن نضع تعريفاً عاماً³ يبين مجمل الأخطاء التي تشكل منافسة غير مشروعة³.

1- إحداث اللبس أو الخلط في أذهان المستهلكين:

إن أساليب المنافسة التي تؤدي إلى الالتباس هي الأكثر شيوعاً بين الوسائل المستعملة في المنافسة غير المشروعة ويرمي المنافس من وراء عمله إلى إحداث اللبس أو الخلط بين منتج ومنتج غيره، واللبس يقع بشكل عام على مصدر المنتجات ومدى مطابقتها لمعايير الجودة أي أنه يقدم منتجاته بشكل مشابه لمنتجات المؤسسة المنافسة التي تحمل العلامة الجماعية.

وينتج الالتباس في أذهان جمهور المستهلكين نتيجة غياب العلامة الجماعية المميزة للجودة مع ملاحظة أن هذا التصرف يسمى أيضاً بتزييف العلامات وتدخل دعوى المنافسة غير المشروعة في هذه الحالات ليس من باب الانتباه أو الاحتياط بل تدخل الدعوى بما تمتاز به من أبعاد كثيرة، منها رد مخاطر الاختلاط الحاصل اتجاه العملاء⁴.

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 355.

² - القانون رقم 02/04، المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41.

³ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 136.

⁴ - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 362.

فالمنافس الذي يلجأ إلى استعمال الوسائل التي من شأنها إحداث الخلط أو الالتباس في أذهان العملاء يرمي من وراء أفعاله هذه إلى الاستفادة من السمعة الطيبة التي يتمتع بها منافسه في وسط العملاء عن طريق تضليلهم، محاولاً بذلك إحداث خلط بين منتجاته ومنتجات منافسيه لذلك يشترط القضاء الفرنسي على المنافس الذي كان ضحية فعل الالتباس والخلط ضرورة إثباته لثلاث شروط لإقامته دعوى المنافسة غير المشروعة وهي:

- ضرورة وجود علامة أو تسمية منشأ يتم من خلالها تعيين المنافس أو منتجاته.
- قيام المنافس بأساليب من شأنها إحداث الالتباس بقصد تحويل عملاء منافسيه إليه.
- وجود نية الاستفادة من شهرة وسمعة المنافس¹.

2- تشويه سمعة المنافس أو الحط من منتجاته:

يحق لصاحب المؤسسة أن يمنح منتجاته تبيان مدى مطابقتها لمعايير الجودة وتبيان مصدرها من خلال علامة جماعية، لكن لا يحق له التعرض إلى سمعة منافسه أو الحط من ما يمتاز به من جودة ويكون ذلك من خلال ادعاء بأنها غير مطابقة لمعايير الجودة أو أنها غير معروفة المصدر وغير مطابقة للمواصفات المعمول بها وطنياً أو دولياً أو بإجراء مقارنة بينها وبين منتجاتها، بحيث تروج إلى أذهان جمهور المستهلكين بأن هذه الأخيرة الأحسن من حيث الجودة والمعايير المعمول بها الدولية والوطنية.

إن تشويه سمعة المنافس يكون عبر استخدام الإشهار المقارن وذلك بإبراز مزايا السلعة أو الخدمة المعلن عنها مقارنة بعيوب غيرها من السلع والخدمات، ويشترط القضاء الفرنسي بضرورة توفر أربعة شروط للإدانة بدعوى المنافسة غير المشروعة في هذه الحالة وهي:

- الادعاء السلبي ويتمثل في نشر بيانات كاذبة على المنتج أو صاحب الخدمة المنافس للإضرار به أو تحقيق منفعة على حسابه، والبيانات الكاذبة التي يمكن نشرها تتعلق بعلامة إثبات المصدر من خلال أن منتجاتها وسلعها وخدماتها وبهدف صرف زبائنه عنه وتحويلها إلى المنافس.
- وثاني شرط الإشهار حيث يكون موجهاً لجمهور العملاء أو المستهلكين وتكون عبر وسائل الإشهار والبت المختلفة، كنشر مقال في جريدة أو ملصقات إعلانية.

¹ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 137.

- ثالث شرط يتعين بالمنافس أي أن يكون المنافس أراد المساس بسمعته أو بسمعة منتجاته أو خدماته مشار إليه بطريقة صريحة أو ضمنية بحيث لا تدع مجالاً للشك بأن المقصود منها شخص معين وتتجه أنظار المستهلكين إليه بفعل هذه الدعاية.
- ورابع شرط يجب أن تكون الأفعال السابقة موجهة ضد منافس أي شخصاً يمارس نشاطاً تجارياً أو صناعياً في مجال المنافسة.

3- إحداه الاضطراب في مشروع منافس أو في السوق :

- إن الهدف من الاضطراب هو إنقاص عملاء المنتجين وأصحاب الخدمة عن طريق إثارة الاضطراب في محله بواسطة البحث عن معرفة أسرار المنتجين أو¹ الصانع المنافس وإفشائها، أو تقديم سلع ومنتجات تحمل علامة جماعية الخاصة بمالكها المنافس أو تحريض عمال الصانع أو مقدم الخدمات على مغادرة عملهم، ويعد ذلك من قبيل المنافسة غير المشروعة.
- ثانياً: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة.

يترتب على دعوى المنافسة غير المشروعة جزاءات مدنية، تتمثل في إيقاف الاستمرار في أعمال المنافسة غير المشروعة وتعويض الضحية عما أصابه من ضرر أو ما فاتته من كسب بسبب تصرفات المدعي عليه.

1- إيقاف الاستمرار في المنافسة غير المشروعة:

لقد منح المشروع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في اتخاذ التدابير اللازمة لإيقاف استمرار المنافسة غير المشروعة وتلاف تلك المواد التي تعد مواد جرمية بالنسبة لجريمة التقليد ومواد معدة للتحضير من أجل القيام بالمنافسة غير المشروعة.

أما إذا استمرت المنافسة غير المشروعة بعد صدور الحكم فيمكن للمضرور رفع دعوى جديدة يطالب فيها بالتعويض عن الأضرار اللاحقة لصدور الحكم وفي هذه الحالة يصدر الحكم بالتعويض زائد الغرامة التهديدية².

¹ - حمادي زوبير، مرجع سبق ذكره، ص 173.

² - نفس المرجع السابق، ص 182.

ويجوز للمحكمة أن تأمر بالإجراءات اللازمة لمنع وقوع الضرر في المستقبل كما تأمر بحضر استخدام العلامة الجماعية ويجوز للمحكمة أيضا إن تأمر بنشر الحكم في جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه¹.

2- التعويض:

يترتب علي هذه الدعوى الحصول علي تعويض بسبب ما وقع لصاحب العلامة الجماعية من ضرر سواء كان هذا الضرر مادي أو معنوي، كأن تكون الخسارة التي لحقته أو الفرص التي ضاعت منه أو الإساءة إلى سمعته، والسلطة التقديرية في تقدير الضرر تعود إلى قاضي الموضوع وأهل الخبرة حيث تنص المادة 2124² من القانون المدني الجزائري علي انه: (كل فعل أي كان مرتكبه شخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سبب في حدوثه بالتعويض).

وبموجب هذه المادة فان الحماية المدنية مقررة لكافة الحقوق استنادا للقواعد العامة للمسؤولية والتعويض في القانون المدني، فقد تكون ناتجة عن مسؤولية عقدية وهي جزاء عدم تنفيذ العقد، وقد تكون مسؤولية تقصيرية ناشئة عن الإخلال بالالتزام قانوني وهو عدم الإضرار بالغير، ويكون جزاء المسؤولية العقدية التنفيذ العيني إذا كان ممكنا أما في حالة عدم الإمكانية فيلجأ القاضي إلي تنفيذ بالمقابل وهو ما يسمى بالتعويض هذا فيما يخص جزاء المسؤولية العقدية.

أما جزاء المسؤولية التقصيرية الناشئة عن قيام بإضرار بالغير فيتمثل في التعويض المالي عن الأضرار سواء كان الضرر ماديا أو معنويا حيث يكون التقدير المادي وفق المادة 182 من القانون المدني بمعيار ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، أما تقدير الضرر المعنوي وفق المادة أنفة الذكر يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحرية أو الشرف أو السمعة³.

والتعويض وفق الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات فانه يحق لمالك العلامة الجماعية الذي أصابه ضرر مادي أو معنوي جراء التعدي علي علامته أن يطالب بالتعويض كما جاء نص المادة 29 منه⁴.

¹ - حمادي زويبير، مرجع سبق ذكره، ص 182.

² - الأمر رقم 58/75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

³ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 142.

⁴ - راجع المادة 29 من الملحق

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة الجماعية.

تعد الحماية الجنائية أو الجزائية للعلامة التجارية بمثابة الحماية الفعالة والناجعة التي تكفل لمالك العلامة منع الاعتداءات التي تقع على علامته، والتي يرتكبها منافسوه في إطار المنافسة غير المشروعة، ذلك أن المشرع وهو بصدد تقرير هذه الحماية لم يقتصر على تجريم المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مستعملة دون وجه حق أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع، وذلك من أجل فرض حماية شاملة للعلامة التجارية، وتظهر الأهمية البالغة لموضوع العلامات التجارية من خلال ارتباطه الوثيق باقتصاد الدولة، حيث تشكل الجرائم الواقعة على العلامات التجارية اعتداء على المقومات الاقتصادية للدولة، والتي تعتبر من المواضيع الشائكة التي شغلت ولا تزال تشغل فكر فقهاء القانون الجنائي، ولعل خير دليل على ذلك كثرة المؤتمرات الدولية والاتفاقيات التي عقدت في هذا الشأن¹.

الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة الجماعية.

نجد أن المشرع الجزائري ومن خلال القانون رقم 06/03 تجنب حصر الأفعال المجرمة في مجال اعتداء على العلامة، كما كان عليه الحال في القانون السابق الذي حدد الجرائم المعاقب عليها في المادة 28 من الأمر رقم 57/66²، حيث أن قانون العلامات رقم 03/06 جاء بنص عام بحيث يعتبر كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة الجماعية المسجلة وفقا للإجراءات القانونية تقليدا للعلامة التجارية، ويجب أن تكون العلامة المقلدة مستوفية لشروطها القانونية وأن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي يضمنها المشرع الجنائي على ملكية العلامة الجماعية، وبالتالي تبقى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع في اعتبار العمل المشتكي منه يمس فعلا بحقوق مالك العلامة الجماعية لما له من حقوق احتكارية، ومن ثم يشكل جريمة تقليد أصلا³.

1- أمنة صامت، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، مقال منشور في مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 13، جانفي 2015، تم الاطلاع عليه في الموقع www.asjp.cerist.dz ، بتاريخ 2021/05/19، الساعة 13:30.

² - الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 16/03/1966، المتضمن قانون علامات المصنع والعلامات التجارية.

³ - أمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 136.

أولاً: مفهوم تقليد العلامة الجماعية.

يعد تقليد العلامة الجماعية أو تشبيهها جريمة يعاقب عليها القانون ولم يعطي المشرع تعريفاً للتقليد¹، حيث أن المشرع الجزائري لم يحدد في ظل الأمر 57/66 مفهوم التقليد إلا أنه تدارك هذا الفراغ ونص على أنه (يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة)².

ولقد تبني المشرع الجزائري بهذه الأحكام المفهوم الواسع للتقليد، إذ يقصد به عامة كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهداراً لحقوق صاحب البراءة وكل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه الشرعية³، إلا أنه لعبارة التقليد معنًاً أضيقاً كذلك وهو اصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامات الأصلية، أما التشبيه فهو اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين.

إن التعديلات التي عرفها التشريع الفرنسي في السنوات الأخيرة، خاصة بعد التوجيه الأوربية رقم 104/89 المؤرخة في 1988/12/21 أدت إلى جمع كافة الاعتداءات الواقعة على العلامة تحت مصطلح التقليد الذي أصبح يشمل التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه.

وهكذا يلاحظ أن المشرع الجزائري بتبنيه المفهوم الواسع للتقليد عند إصداره للأمر رقم 06/03 يكون قد سلك مسلك المشرع الفرنسي⁴.

إن تقليد العلامة يعاقب عليه جزائياً في حد ذاته أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يشمل في اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً لعلامة أصلية⁵.

ويمكن تعريف التقليد وفقاً للاتجاه القانوني الحديث الذي ضم كل أنواع الاعتداء على العلامة تحت جريمة واحدة، أنه اصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية أي نقلها نقلاً حرفياً مما يجعل العلامة المقلدة صورة طبق الأصل عن العلامة الأصلية واستعمال نسخ طبق الأصل عنها، أو نقل العناصر الأساسية للعلامة قريبة التشبه بها بحيث يصعب التفرقة بينهما لما يوجد بينهما من تشبيه يظل جمهور المستهلكين، أو هو كل عمل يقوم به الغير ويؤدي إلى اللبس والتظليل للمستهلكين بحيث يعتقدون أن العلامة المقلدة هي العلامة الأصلية، ويجرم جنحة التقليد استعمال العلامة الجماعية المقلدة

¹ - حمادي زويبير، مرجع سبق ذكره، ص 187.

² - راجع المادة 26 من الملحق.

³ - فرحة الزراوي، مرجع سبق ذكره، ص 259.

⁴ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 142.

⁵ - فرحة الزراوي، مرجع سبق ذكره، ص 260.

استعمالاً مباشراً على البضائع والمنتجات، أو غير مباشر على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع كالحاويات والمغلفات أو أي شيء آخر تباع أو تعرض فيه البضائع أو تحفظ لأجل البيع، لأن كل هذه الأفعال تعسفاً بحقوق صاحب العلامة الجماعية¹.

وبالرجوع إلى قانون العلامات 06/03 نلاحظ أن المشرع الجزائري استبعد التمييز بين التقليد بحصر المعنى والتشبيه، إذ نص على أنه يعد جنحة التقليد لعلامة ما مسجلة كل عمل يقوم به الغير إضراراً بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة الجماعية، وهذا دليل على أن التشبيه يكون تقليداً ويخضع لنفس العقوبة².

إن جريمة التقليد تقوم بتوافر الركن المادي دون اشتراط الركن المعنوي وفقاً لقانون العلامات 06/03 في مادته 26 بنصها (...يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة...). حيث توحى كلمة خرقاً القصد الجنائي أي قصد في خرق لحقوق صاحب العلامة سواء بقصد أو بحسن نية، أن اشتراط توافر الركن المادي دون الركن المعنوي يعتبر خلافاً لما هو مقرر في القواعد العامة لقانون الجنائي التي تشترط توافر العنصرين، وهذا بغرض إعطاء حماية فعالة لمالكي العلامة التجارية بصفة عامة ولمالكي العلامة الجماعية بصفة خاصة، فبمجرد توفر المساس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة الجماعية تقوم الجريمة³.

إن تقدير مدى توافر جريمة تقليد العلامة الجماعية ومسألة المساس بالحقوق الاحتكارية لمالك العلامة الجماعية هي مسألة موضوع تخضع في تقديرها لسلطة قاضي الموضوع وهذا ما استقر عليه القضاء حيث يلاحظ أن المحاكم الجزائرية كانت قدرت التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية، أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها⁴.

ولا يكلف المدعي بإثبات سوء نية المتهم، إنما عليه إثبات ارتكاب المتهم للنشاط المادي الذي أدى أو سيؤدي إلى المساس بحقوقه، وللمتهم أن ينفي التهمة عن نفسه أو يثبت بأنها لا تمس بحقوق صاحب العلامة⁵.

¹ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 123.

² - أمينة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 142.

³ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 123.

⁴ - أمينة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 146.

⁵ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 123.

ثانيا: مجال تطبيق الحماية الجزائية.

إن تطبيق الحماية الجزائية مقررة لحماية الحق الاحتكاري لمالك العلامة الجماعية ذاتها بغض النظر عن قيمة البضائع والخدمات التي تستخدمها العلامة في إثبات مصدرها ومدى تطابقها مع معيار الجودة، فالعبرة هنا ليس في إثبات أن المنتجات أو الخدمات المعتدي أقل أو أكثر جودة من بضائع أو خدمات محتكر العلامة الجماعية المعتدى عليها، كما أن الحماية الجزائية تقوم لحماية علامة ضمان الجودة سواء وقع الاعتداء على العلامة أو على الجزء منها فقط، حيث تتم محاربة الغش في السلع والمنتجات في إطار إستراتيجية المستهلكين والمتمثلة في تأمين الاستهلاك كما أن الحماية الجزائية مقررة للعلامات الجماعية التي تم تسجيلها فعلاً ابتداءً من تاريخ نشر تسجيلها، أما قبل ذلك التاريخ فلا تتمتع العلامة الجماعية بأية حماية جزائية، عدا الحماية المدنية التي تسري من تاريخ التسجيل لدى المصالح المختصة والمتمثلة في المعهد الوطني للملكية الصناعية.

والحماية الجزائية مقررة وفقا لقانون العلامات التجارية رقم 06/03 المادتين 28-29¹ منه

لصاحب علامة مسجلة ضد كل شخص:

- 1- ارتكبتقليد^أ في الماضي.
 - 2- بصدد ارتكاب تقليد في الحاضر.
 - 3- بصدد القيام بأعمال تدل بأن تقليدا وشيكا سيرتكب.
- وهذه الوقائع تعطي صاحب العلامة المعتدى عليها الحق في الدعوى القضائية ويقع عليه عبء إثبات الوقائع المشار إليها، فإن نجح في الإثبات تحكم له المحكمة بالتعويضات المنصوص عليها في المادة 32² والمتمثلة في الغرامة من 2 مليون و 500 ألف دينار جزائري إلى عشرة ملايين دينار جزائري مع القيام بالإجراءات المنصوص عليها في المادة 29 والمتمثلة في:

- 1- وقف أعمال التقليد
- 2- إلزام المدعي بوضع كفالة.
- 3- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.
- 4- مصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في المخالفة.
- 5- إتلاف الأشياء محل المخالفة.

¹- راجع المادتين 28-29 من الملحق.

²- راجع المادة 32 من الملحق.

إن عبء الإثبات بأن المساس بالعلامة الجماعية أصبح وشيكا يقع إثباته على صاحب العلامة الجماعية أي من له الحقوق الاستثنائية والاحتكارية محل حماية العلامة الجماعية، فإذا نجح مالك العلامة الجماعية في ذلك فإن المحكمة تأمر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد ولا يحكم له بأية تعويضات إلا فيما يتعلق بالمصاريف القضائية إذا طلبها.

إلا أنه يثار تساؤل حول ما نصت عليه المادة 26 من القانون 06/03 (كل عمل يمس بالحقوق) حول ما المقصود بهذا النص حيث اعتبرت الفقرة الثانية من نفس المادة أن الأعمال التي ستمس في المستقبل بحقوق مالك العلامة الجماعية المسجلة تعتبر تقليداً إلا أنه لا تترتب نفس العقوبة التي ترتبها الأعمال الماسة بحقوق الاحتكارية لمالك العلامة الجماعية في الماضي أو الحاضر حيث أنه في هاتين الحالتين الأخيرتين يقع عليه عبء إثبات العمل الماس بحقه لاحتكاره على العلامة الجماعية في الماضي أو الحاضر، ومن ثمة يستفيد من التعويض ويتعرض الجاني للعقوبة الجزائية¹، أما في حالة أن المساس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة الجماعية أصبح وشيكا فهذا لا يترتب أي تعويض أو عقوبة جزائية لأن هذا المساس بحقوق الاحتكارية لمالك العلامة الجماعية لم يقع بعد أي لم يتم الفعل الضار لمالك العلامة الجماعية على علامته إلا أن ذلك لا ينفي على صاحب العلامة الجماعية حق في المطالبة في التعويض عن الأضرار الناتجة عن قيامه برفع الدعوى وإعداد أدلة الإثبات كمحاضر معاينة من قبل المحضر القضائي مثلا وأتعاب المحامي أي المصاريف القضائية².

إن المشرع الجزائري ومن خلال المادة 32 من الأمر رقم 06/03 فقد ذهب في النص على عقوبة الحبس كعقوبة أصلية في حال ارتكب شخص لأي صورة من صور التعدي على العلامات الجماعية، حيث جعل العقوبة الحبس من 6 أشهر إلى سنتين وأقرنها بعقوبة الغرامة من مليونين وخمس مائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار جزائري وكذلك أجاز المشرع الجزائري في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين³.

والملاحظ أن المشرع الجزائري مقارنة مع ما كان منصوص عليه في التشريع السابق قد قام برفع الغرامة إلا أنه قام بموازاة ذلك بتحقيق عقوبة الحبس والجدير بالذكر أن موقف المشرع الجزائري قد جاء أكثر تشددا من موقف المشرع المصري وهذا ما نجده من خلال تحديد المشرع الجزائري من الحد الأدنى لعقوبة الحبس بمدة لا تقل عن 6 أشهر بينما حددها المشرع المصري بمدة لا تقل عن شهرين هذا

¹ - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 125.

² - نفس المرجع السابق، ص 126.

³ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 248.

بالنسبة لعقوبة الحبس، أما فيما يخص الغرامة فلقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32¹ من القانون 06/03 إلى اعتبار الغرامة في جرائم التعدي على العلامة التجارية عقوبة تمييزية، ويتضح ذلك من خلال استخدامه لعبارة (...أو بإحدى العقوبتين فقط...) وهذا يعني انه منح للقاضي سلطة تقديرية في اختيار العقوبة التي يرى أنها تتلاءم مع الجرم المسند للمدعى عليه².

وإلى جانب العقوبات الأصلية نجد العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة الجماعية، فلقد نص المشرع الجزائري ومن خلال المادة 32 من الأمر 06/03 على عقوبة المصادرة كأحد العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقرها، حيث يحكم القاضي بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت، حيث أنه في الأحكام الراهنة جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة، فلا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم في العقوبة الجزائية خلافا للتشريع السابق حيث كان القاضي غير ملزم بالحكم بالمصادرة لكونها اختيارية، وما يميز التشريع عن باقي التشريعات اعتبار المحرض فاعلا وليس شريكا وذلك منذ تعديله للمادتين 41 و42³ من قانون العقوبات الجزائري بموجب القانون رقم 04/82 المؤرخ 1982/02/13.

*وثاني عقوبة من العقوبات التكميلية هي عقوبة الإلتلاف والتي نصت عليها المادة 39 من قانون العلامات القديم رقم 57/66 (وتأمر المحكمة في جميع الحالات بإتلاف الأختام -الكليشيات- والنماذج العلامة المعنى بها) ويلاحظ من خلال هذا النص أن القاضي يحكم بإتلاف الأختام والكليشيات ونماذج العلامة في جميع الحالات، سواء كان حكم المحكمة يتضمن تبرئة المتهم أم لا⁴.

ونصت المادة 32⁵ من قانون العلامات الساري المفعول رقم 06/03 على إتلاف الأشياء محل

المخالفة.

¹ - راجع المادة 32 من الملحق.

² - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 252.

³ - الأمر رقم 156/66، المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.

⁴ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 252.

⁵ - راجع المادة 32 من الملحق.

* وثالث عقوبة تكميلية نجد عقوبة النشر حيث تعرف التشريعات المختلفة نظام نشر الأحكام القضائية، الصادرة بالإدانة وذلك كعقوبة تكميلية تصيب المدان عن بعض الجرائم في سمعته، ويتم نشر الحكم الصادر بالإدانة سواء بالشهر على واجهة المحلات أو بالنشر في الصحف¹.

الفرع الثاني: أسس ومعايير قيام تقليد العلامة الجماعية.

إن مسألة تقدير تقليد العلامة تترك لقاضي الموضوع حيث تعد من الوقائع المادية، حيث يكون لقاضي الموضوع مطلق السلطة في هذا الصدد دون رقابة عليه من أحد، ويستخلصها القاضي من ظروف كل حالة على حدا مستعينا بذلك بمجموعة من الأسس وتتمثل هذه المعايير في:

أولاً: أوجه الشبه بين العلامتين.

عند المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة يجب التركيز والبحث عما يوجد بينهما من نقاط تشابه يندفع به المستهلك لا ما يوجد بينهما من اختلاف، فالفحص يجب أن ينصب على التشابه الإجمالي، أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة الجماعية المتمتعة بالحماية القانونية، وهذا أكثر من الفروق الجزئية التي لا يستطيع المستهلك تمييزها، وعليه فالتقليد يقوم إذا ما وصل التشابه بين العلامتين إلى إيقاع الغير في الخلط واللبس بصرف النظر عما يوجد بينهما من اختلاف، أما التقليد الكلي للعلامة التجارية فيعاقب عليه بحد ذاته ولو لم يعرض المستهلك لخلط بين العلامتين الأصلية والمقلدة².

ثانياً: العبرة بالمظهر العام للعلامتين.

النظرة تكون إلى العلامة الجماعية في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها العلامة ويتعين أن تكون العبرة عند المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة بالتشابه بينهما في طابعها ومفهومها العام لا في تفاصيلها أو جزئيتها، فالعبرة هي الصورة العامة التي تطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الصورة أو الرموز ببعضها، وللشكل الذي تبرز به علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تتركب منها، فالعبرة بمحاكاة الشكل العام للعلامة في مجموعها والتي تدل عليها السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية³.

وعليه يقاس التشابه في المظهر العام بمقارنة الصدى الصوتي العام للعلامة أو الأثر المرئي لها، ومتمى تترتب على المقارنة احتمال حصول لبس بينهما كانت العلامة مقلدة.

¹ - حمادي زوبير، مرجع سبق ذكره، ص 224.

² - نفس المرجع السابق، ص 190.

³ - نفس المرجع السابق، ص 191.

ثالثاً: العبرة بتقدير المستهلك متوسط الحرص.

والمقصود عند التقدير توافر التقليد من عدمه إلى المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، إذ المعيار في هذا الصدد ليس المستهلك الشديد الحرص الذي يكثر من الفحص العادي الذي يقضي به العرف¹.

فعند إجراء المقارنة بين العلامات وأسماء المواقع الأصلية والمدعى بتقليدها ينبغي الأخذ بتقدير المستهلك العادي، حيث لا يشترط في المستهلك أن يكون خبير في العلامات، فلا يمكن افتراض أن المستهلك يقوم بفحص العلامة الجماعية للبضاعة المشتق قصد² أدقياً².

رابعاً: عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين.

لإجراء المقارنة بين العلامة الجماعية الأصلية والعلامة المقلدة، ينبغي عدم النظر إليها متجاورتين، بل الواحدة تلو الأخرى، ذلك أنه في الواقع العملي يستبعد عرض المنتجات والبضائع أو الخدمات التي تحمل علامة غير أصلية بشكل مجاور للمنتجات التي تحمل علامة أصلية، كما أن المستهلك لا يكون معه نموذجاً للعلامات الأصلية ليقوم بالمقارنة بين ذلك النموذج وبين العلامة الموضوع على السلعة التي يريد شراءها.

إجمالاً تبقى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع مستنداً في ذلك على الأسس المشار إليها سابقاً ولكي تكون العلامة الجماعية مناطاً للحماية القانونية وجب استيفاءها لشرط التسجيل والنشر، لأن النشر قرينة قانونية على علم الكافة بها، فإذا حصلت إساءة بأفعال سابقة لنشر التسجيل، فلا يمكن ملاحقتها بدعوى التقليد، وكذا القول بعد انتهاء مدة التسجيل المحددة بـ 10 سنوات أو عدم تجديده، فيجوز حينئذ الملاحقة بدعوى المنافسة غير المشروعة.

¹ - حمادي زوبير، مرجع سبق ذكره، ص 191.
² - بوغنجة بن عباد، مرجع سبق ذكره، ص 130.

الفرع الثالث: صور الاعتداء على العلامة الجماعية.

إن صور أو حالات التعدي على العلامة الجماعية كثيرة ومتعددة نذكر منها بعض الحالات

أولاً: التعدي على علامة جماعية مملوكة للغير أو وضع علامة جماعية هي ملك للغير.

يعاقب جزائياً الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو خدماتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامات جماعية تثبت مصدر هذه المنتجات وتوافقها مع معايير الجودة والمواصفات حيث تكون هذه العلامة الجماعية هي ملك غيرهم، أي وضع علامة جماعية أصلية على منتجات أو خدمات غير صادرة عن صاحب تلك العلامة الأصلية قصد خداع المستهلك، ولا تتطلب هذه الجنحة توافر القصد الجنائي نظراً لعمومية النص القانوني، أي تتطلب إظهار نيته في الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الجماعية الأصلية، بل يكفي تحقق فعل وضع العلامة الجماعية الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها¹، وتقع هذه الجريمة عادة في حالة ملء الفراغ التي تحمل العلامة الحقيقية، مثل ملء الزجاجات والأكياس أو الصناديق الفارغة التي تحمل علامات مميزة مملوكة للغير بمحلول أو مواد أو بضائع أخرى غير مخصصة لتمييز هذه العلامات الحقيقية ولذلك يطلق على هذه الجريمة عادة جريمة الملء أو التعبئة².

ويمكن تصور الاعتداء أيضاً ولو كانت العلامة مما يندمج في السلعة، وذلك بنزع جزء الذي عليه العلامة الأصلية ولصقه على سلعة أخرى وتشمل هذه الجريمة حيازة هذه البضائع بقصد بيعها، وحيازة هذه السلع للاستعمال الشخصي.

ومن أخطر الجرائم المتعلقة بالعلامات جريمة الاعتداء على العلامة الجماعية لأنها لا تتطلب مجهوداً إذ يكفي المعتدي نقل العلامة الأصلية ووضعها على المنتجات المقلدة³.

ثانياً: استعمال علامة تحمل بيانات يقصد بها خداع المشتري في نوع المنتج.

يعاقب المشرع الجزائري كل من يستعمل علامة تحمل بيانات يقصد بها خداع المشتري في نوع المنتج، كما يعاقب كل من يبيع أو يقدم للبيع عن قصد منتجاً واحداً أو عدة منتجات ملبسة بعلامة تتم محاكاتها بطريقة تتلبس أو تتضمن بيانات كافية لخداع المشتري في نوع المنتج، وفي هذه الجريمة يجب

¹ - يساعد سمية، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 344.

³ - حمادي زويبير، مرجع سبق ذكره، ص 197.

توافر الركن المادي والتمثل في استعمال علامة تحمل البيانات يقصد من ورائها خداع المشتري وتغليظه لاقتناء تلك المنتجات على أساس أنه من نوع مطابق لمواصفات ومعايير وطنية ودولية أي معايير الجودة، كما يتحقق الركن المادي في حالة بيع أو تقديم للبيع أو عرض منتج، وتختلف هذه الأفعال عن استعمال علامة مقلدة أو مشابهة، إذ أن نية المشرع تذهب إلى معاقبة كل تاجر أو صانع أو أي شخص كان يقوم بترويج هذه المنتجات يقصد بها خداع السوق بغرض حماية المستهلك بالدرجة الأولى¹.

ويقع عبث إثبات سوء نية المتهم على عاتق المدعي، وذلك بكافة الوسائل، غير أن السلطة التقديرية في تقدير مدى توفرسوء نية المتهم تعود للقاضي وذلك بإسناده إلى كافة الوقائع الممكنة وعليه يجب أن يستجيب المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة وأن يقدم المنتج وفق مقاييس تغليفه، وأن يذكر مصدره وتاريخ الإنتاج والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعملية المراقبة التي أجريت عليها وهذا ما تؤديه العلامة الجماعية من ضمان للجودة².

لقد سار قانون العقوبات الجزائري على نهج قانون العقوبات الفرنسي في تجريمه للغش وقد نص على بعض جرائم الغش، ومن بين هذه الجرائم الجريمة المنصوص عليها في الباب الرابع الخاص بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، ويوجد من مواد قانون العقوبات الجزائري تنص على تجريم الغش منها المادة 429 والتي تعاقب بالحبس لشهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من عشرين ألف إلى مائة ألف دينار جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول خدع المتعاقد، سواء في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، كما شدد المشرع الجزائر العقوبة إلى السجن حتى 5 سنوات إذا ارتكب جريمة الخداع أو الشروع فيها بواسطة أي طريقة المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري³.

¹ - حمادي زويبير، مرجع سبق ذكره، ص 201.

² - نفس المرجع السابق، ص 202.

³ - أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سبق ذكره، ص 188.

ثالثا: عدم وضع علامة إلزامية.

طبقا لقانون العلامات 06/03 وفي مادته¹ 33 التي تنص على (يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة والغرامة من 500 ألف دينار إلى مليوني أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص: اللذين خالفوا المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا البيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة...)، وتعتبر هذه الأحكام أمرة، لذلك كان من المنطقي إخضاع كل من قام بخرقها لعقوبة جزائية²، ويعتبر المشرع الجزائري علامة المصنع إلزامية³، ولهذا يعاقب على كل بيع أو عرض لمنتج لا يحمل هذه العلامة، كما يعاقب على كل منتج معد للتصدير لا يحمل التسمية الأصلية أو بيان المصدر إلى جانب علامة البضائع، كما اشترط المشرع بعض البيانات الإلزامية في حالة المطالبة بتسجيل علامة جماعية من قبل هيئة أو جماعة مكونة وفقا للقانون، وتتمثل هذه البيانات في ضرورة توافر نظام خاص بالهيئة، كم يجب أن تتضمن نظام العلامة الجماعية اسم الجماعة أو اسم محلها وعنوان العلامة أو بيان مركزها واسم الشخص المرخص له بتمثيلها وإلى جانب هذه الشروط يشترط تقديم قائمة المرخص لهم باستعمالها، وشروط الاستعمال خاصة تلك المتعلقة بخاصية المنتجات أو بصنف الخدمات، كما يجب أن يتضمن نظامها حقوق وواجبات الأعضاء والعقوبات التي تطبق في حالة سوء العلامة⁴.

¹ - راجع المادة 33 من الملحق.

² - يساعد سمية، مرجع سبق ذكره، ص 81.

³ - راجع المادة 03 من الملحق.

⁴ - حمادي زويبير، مرجع سبق ذكره، ص 203.

المبحث الثاني: الحماية الدولية للعلامة الجماعية.

إن حماية العلامة التجارية تقف في الأصل عند الحدود الإقليمية للدولة التي تسجل فيها العلامة، وذلك تطبيقاً لمبدأ السيادة الإقليمية، لذا فإن أثر تسجيل العلامة لا يسري إلا في حدود إقليم الدولة التي تم تسجيل العلامة فيها.

إلا أن الحماية الوطنية للعلامة التجارية أصبحت غير فعالة في حماية العلامات الأجنبية، خاصة مع سهولة انتقال السلع والبضائع والخدمات عبر الدول من خلال التجارة الدولية، لذلك سعت الدول في إطار المنظمات الدولية، إلى إبرام اتفاقيات دولية لتضمن لرعاياها حماية دولية لعلاماتهم، وأصبحت تلك الاتفاقيات الدولية بعد إبرامها والمصادقة عليها ونشرها، تسمو على التشريعات الوطنية.

ولحماية العلامة خارج دولة المنشأ وفق النظام القائم حالياً، يجب إما تسجيلها في كل دولة يريد مالكيها الحصول على الحماية فيها وذلك وفق ما يقرره قانونها، إما سلوك طريقة التسجيل الدولي لدى المكتب الدولي للملكية الصناعية بجنيف التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، وفي كلتا الحالتين فإن ذلك يخضع لقواعد الحماية التي أرسنها اتفاقية باريس لسنة 1883 مع التعديلات التي أدخلت عليها، بالإضافة إلى اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية التي تخضع لها الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية.

والمقصود بالحماية الدولية للعلامة الجماعية، هو حماية هذه الأخيرة خارج الدولة التي حصل فيها الإيداع والتسجيل، إذ في ظل نظام اقتصادي يقوم على حرية تداول السلع والمنتجات والخدمات والأموال بين الدول، من الطبيعي أن تطرح حماية العلامة مشاكل عند اجتيازها لحدود الدول، فالمنتجات التي تحمل العلامة تكون مدعوة في كثير من الأحيان إلى تجاوز الحدود، كما أنه قد تكون العلامة مملوكة لأحد رعايا دولة أجنبية غير تلك التي تم فيها الإيداع والتسجيل، وقد يجري إيداع وتسجيل نفس العلامة في دول مختلفة تأخذ بأنظمة حماية متباينة¹.

¹ - سماح محدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه العلوم في القانون، تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة، السنة الجامعية 2015/2016، ص 226-227.

المطلب الأول: حماية العلامة الجماعية وفق اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية 1883.

أبرمت اتفاقية باريس في 20 مارس 1883 وتم تنقيحها في بروكسل سنة 1900، وفي واشنطن سنة 1911، وفي لاهاي سنة 1925، وفي لندن سنة 1934، وفي لشبونة سنة 1958، وفي ستوكهولم سنة 1967، وعدلت سنة 1979، والاتفاقية متاحة لكل الدول. ويجب إيداع وثائق التصديق أو الانضمام لدى المدير العام لليويو¹، وقد انضمت الجزائر إلى اتفاقية باريس في 16 سبتمبر 1965.

لا شك أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية هي الدعامه الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية.

ووفقا للمادة الأولى من الاتفاقية فقد أنشئ اتحاد يضم كافة الدول الأطراف في الاتفاقية أطلق عليه اتحاد باريس، وكان الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس هو أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم بإحدى الدول الأطراف في الاتفاقية أو له منشأة تجارية فيها، الحق في حماية اختراعه أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامته التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية في كل دولة من دول اتحاد باريس، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد على حده ووفقا لقانونها الوطني². تطبق اتفاقية باريس على الملكية الصناعية بأوسع مفاهيمها، بما في ذلك البراءات والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية ونماذج المنفعة وعلامات الخدمة والأسماء التجارية والبيانات الجغرافية. وتنقسم الأحكام الأساسية للاتفاقية إلى ثلاث فئات رئيسية هي المعاملة الوطنية وحق الأولوية والقواعد العامة³:

الفرع الأول: المعاملة الوطنية.

تنص الاتفاقية على أنه يجب على كل دولة متعاقدة أن تمنح مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لرعاياها في مجال الملكية الصناعية، كما تقضي بأن يتمتع مواطنو الدول

¹ - ملخص عن اتفاقية باريس 1883، تم الإطلاع عليه في الموقع الإلكتروني www.wipo.int بتاريخ 2021/05/24، على الساعة 15:30.

- حسام الدين الصغير، الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية: من اتفاقية باريس إلى اتفاقية تريبس*، مداخلة أقيمت في حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) ومعهد الدراسات الدبلوماسية، القاهرة، 29 إلى 31 يناير/كانون الثاني 2007.

³ - ملخص عن اتفاقية باريس 1883، مرج سبق ذكره.

غير المتعاقدة بحقوق المعاملة الوطنية إذا كانوا يقيمون في دولة متعاقدة أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية.

الفرع الثاني: حق الأولوية.

فيما يخص العلامات التجارية يجوز لمودع الطلب الذي يودع أول طلب قانوني في إحدى الدول المتعاقدة أن يتمتع بمهلة معينة بـ 06 أشهر للعلامات التجارية، ليلتمس الحماية في أية دولة متعاقدة أخرى، وعندئذ تعتبر الطلبات اللاحقة كما لو أنها قدمت في تاريخ إيداع الطلب الأول نفسه، وبعبارة أخرى تحظى الطلبات اللاحقة بالأولوية بالنسبة إلى الطلبات التي يودعها أشخاص آخرون بشأن العلامة التجارية ذاتها خلال المهلة المذكورة، وعلاوة على ذلك لا تتأثر الطلبات اللاحقة بأي حدث يقع في هذه الأثناء، كنشر الاختراع أو بيع السلع التي تحمل العلامة أو تجسد الرسم أو النموذج الصناعي نظرا إلى استنادها إلى الطلب الأول، ومن أهم المزايا العملية لهذا الحكم أن مودع الطلب الذي يلتمس الحماية في عدة بلدان لا يضطر إلى تقديم كل طلباته في آن واحد، بل يمنح مهلة زمنية تتراوح بين 6 أشهر و12 شهرا لاختيار البلدان التي يرغب في الحصول على الحماية فيها واتخاذ التدابير اللازمة لضمان الحماية بكل عناية¹.

الفرع الثالث: القواعد العامة.

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

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

¹ - ملخص عن اتفاقية باريس 1883، مرج سبق ذكره.

ويتعين على كل دولة متعاقدة أن ترفض تسجيل العلامة وتمنع الانتفاع بها إذا كان من شأنها أن تثير اللبس لكونها استنساخاً أو تقليداً أو ترجمة لعلامة أخرى مستخدمة في سلع مطابقة ومماثلة تعتبرها السلطات المختصة في تلك الدولة معروفة فيها وتخص شخصاً يحق له الاستفادة من مزايا الاتفاقية.

كما يتعين على كل دولة متعاقدة أن ترفض تسجيل العلامات التي تتألف من شعارات الدول المتعاقدة ورموزها وإشارات الرسمية أو تتضمنها دون تصريح بذلك، وأن تحول دون الانتفاع بها، شريطة أن يكون المكتب الدولي للويبو¹ قد أخطر بها. وتسري الأحكام نفسها على شعارات بعض المنظمات الدولية الحكومية وراياتها وغيرها من الإشارات والمختصرات والتسميات الخاصة بها².

وقد كرست اتفاقية باريس حماية العلامة الجماعية من خلال نص المادة 07 بنصها (... ثانياً - العلامات الجماعية -):

- 1- تتعهد دول الاتحاد بقبول إيداع وحماية العلامات الجماعية الخاصة بالجمعيات التي لا يتعارض وجودها مع قانون دولة المنشأ حتى وإن كانت تلك الجمعيات لا تمتلك منشأة صناعية أو تجارية.
- 2- تقرر كل دولة الشروط الخاصة التي يجب توافرها لحماية العلامة الجماعية، ويجوز لها أن ترفض الحماية إذا كانت العلامة تتعارض مع المصلحة العامة.
- 3- ومع ذلك لا يجوز رفض حماية تلك العلامات بالنسبة لأية جمعية لا يتعارض وجودها مع قانون بلد المنشأ استناداً إلى أن تلك الجمعية ليس لها مقر في الدولة التي تطلب فيها الحماية أو أنها لم تؤسس وفقاً لتشريع هذه الدولة³.

¹ - الويبو wipo، هي المنظمة العالمية للملكية الفكرية، تابعة للأمم المتحدة، مقرها جنيف بسويسرا، تأسست في 14 يوليو 1967.

² - ملخص عن اتفاقية باريس 1883، مرجح سبق ذكره.

³ - اتفاقية باريس 1883، تم الاطلاع عليها في الموقع الإلكتروني www.wipo.int، بتاريخ 2021/05/24، على الساعة 16:00.

المطلب الثاني: حماية العلامة الجماعية وفق نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات.

يستند نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات إلى المعاهدتين التاليتين:

- اتفاق مدريد الذي أبرم سنة 1891 وتم تنقيحه في بروكسل سنة 1900 وفي واشنطن سنة 1911 وفي لاهاي سنة 1925 وفي لندن سنة 1934 وفي نيس سنة 1957 وفي ستوكهولم سنة 1967 و عدّل سنة 1979.

- بروتوكول اتفاق مدريد الذي أبرم سنة 1989 بهدف جعل نظام مدريد أكثر مرونة واتساقا مع التشريعات المحلية في بعض البلدان أو المنظمات الدولية الحكومية التي لم يكن بإمكانها الانضمام إلى الاتفاق.

ويشار إلى جميع الدول والمنظمات الأطراف في نظام مدريد بعبارة الأطراف المتعاقدة، ويسمح النظام بحماية العلامة في عدد كبير من البلدان عن طريق التسجيل الدولي الذي يسري في كل من الأطراف المتعاقدة المعينة¹.

لا يجوز إيداع طلب التسجيل الدولي إلا لشخص طبيعي أو معنوي تربطه شركته أو إقامته أو جنسيته بأحد الأطراف المتعاقدة في الاتفاق أو البروتوكول، ولا يجوز إيداع طلب دولي لتسجيل العلامة إلا إذا سبق تسجيلها لدى مكتب العلامات التجارية في الطرف المتعاقد الذي تكون لمودع الطلب الصلة اللازمة به، وإذا تم تعيين أي طرف متعاقد بموجب البروتوكول، جاز أن يستند الطلب الدولي إلى طلب التسجيل يودع لدى مكتب المنشأ، ويجب تقديم الطلب الدولي إلى المكتب الدولي للويو بواسطة مكتب المنشأ.

الفرع الأول: طلب التسجيل الدولي.

يجب أن يتضمن طلب التسجيل الدولي تعيين طرف متعاقد واحد أو أكثر للحصول على الحماية لديه، ويجوز تعيين المزيد من الأطراف لاحقاً، ولا يجوز تعيين طرف متعاقد إلا إذا كان طرفاً في معاهدة أبرمها الطرف المتعاقد الذي لديه مكتب المنشأ. ولا يجوز تعيين هذا الأخير في الطلب الدولي.

ويمكن أن يودع الطلب الدولي بالإنكليزية أو الفرنسية أو الإسبانية، أيا كانت المعاهدة أو المعاهدات التي يخضع لها، إلا إذا فرض مكتب المنشأ استخدام لغة أو لغتين من هذه اللغات.

ويكون إيداع الطلب الدولي مرهوناً بتسديد رسم أساسي (يخضع إلى نسبة 10 بالمائة من المبلغ المنصوص عليه للطلبات الدولية التي يودعها مودعون بلد منشئهم من البلدان الأقل نمواً الواردة في

¹ ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، وبروتوكول اتفاق مدريد لسنة 1989، تم الإطلاع عليه في الموقع الإلكتروني www.wipo.int، بتاريخ 2021/05/25، على الساعة 14:30.

القائمة الموضوعية من قبل الأمم المتحدة)، ورسم إضافي يفرض على كل فئة من فئات السلع والخدمات بعد الفئة الثالثة، ورسم تكميلي يفرض على كل طرف متعاقد معين.

الفرع الثاني: التسجيل الدولي.

يفحص المكتب الدولي الطلب الدولي عند تسلمه للتحقق من استيفاء شروط الاتفاق والبروتوكول واللائحة التنفيذية المشتركة بينهما، ولا يفحص إلا الشروط الشكلية بما في ذلك تصنيف قائمة السلع والخدمات واستيفائها، وإن لم يثبت وجود أي مخالفات، يدون المكتب الدولي العلامة في السجل الدولي وينشر التسجيل الدولي في جريدة الويبو للعلامات الدولية، ويخطر به كل طرف متعاقد معين. ويتولى مكتب العلامات التجارية التابع لكل طرف متعاقد معين البت في أي مسألة جوهرية كأهلية العلامة للحماية أو تضاربها مع علامة سابقة في هذا الطرف المتعاقد، وذلك طبقاً للتشريع المحلي المعمول به. والنسخة الإلكترونية من الجريدة (الجريدة الإلكترونية) متاحة على موقع نظام مدريد على الإنترنت.

ويسري التسجيل الدولي لمدة 10 سنوات قابلة للتجديد لفترات إضافية مدة كل منها 10 سنوات مقابل سداد الرسوم المنصوص عليها¹.

الفرع الثالث: مزايا نظام مدريد

يكفل نظام مدريد مزايا عديدة لأصحاب العلامات التجارية. فبدلاً من إيداع عدة طلبات وطنية في جميع البلدان المعنية وتحريها بلغات مختلفة وفقاً للقواعد والأنظمة الإجرائية الوطنية والإقليمية المتباينة ودفع عدد كبير من الرسوم المختلفة (التي غالباً ما تكون مرتفعة)، يمكن أن يتم التسجيل الدولي بمجرد إيداع طلب لدى المكتب الدولي بلغة واحدة (الإنكليزية أو الفرنسية أو الإسبانية) وبتسديد مجموعة واحدة من الرسوم فقط.

ويكفل النظام المزايا ذاتها فيما يتعلق بالاحتفاظ بالتسجيل وتجديده، وإذا نقل التسجيل الدولي إلى الغير أو طرأ أي تغيير آخر كتبديل الاسم والعنوان أو أحدهما، تقيّد تلك البيانات باتخاذ إجراء واحد ويسري أثرها في جميع الأطراف المتعاقدة المعنية.

وتيسيراً لعمل المنتفعين بنظام مدريد، ينشر المكتب الدولي دليل التسجيل الدولي للعلامات بناء على اتفاق مدريد وبروتوكول مدريد².

¹ - ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، وبروتوكول اتفاق مدريد لسنة 1989، مرجع سبق ذكره.
² - نفس المرجع السابق.

ولقد نصت المادة 02 من بروتوكول اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات على¹:
 إذا أودع طلب تسجيل علامة لدى مكتب طرف متعاقد، أو إذا سجلت علامة في سجل مكتب طرف متعاقد، جاز للشخص الذي أودع باسمه ذلك الطلب أو جاز لصاحب ذلك التسجيل أن يضمن حماية علامته في أراضيا الأطراف المتعاقدة شرط مراعاة أحكام هذا البروتوكول، وذلك بالحصول على تسجيل لتلك العلامة في سجل المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية...
 واتفاق مدريد وبروتوكول مدريد متاحان لكل الدول الأطراف في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883.

والنصان متوازيان وكل منهما مستقل عن الآخر، ويجوز للدول الالتزام بأحدهما أو كليهما، وبالإضافة إلى هذا يجوز لأي منظمة دولية حكومية لديها مكتبها الخاص لتسجيل العلامات أن تصبح طرفا في البروتوكول، ويجب إيداع وثائق التصديق أو الانضمام لدى المدير العام للويبو².

¹ - بروتوكول اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، تم الاطلاع عليه في الموقع الإلكتروني www.wipo.int، بتاريخ 2021/05/25، على الساعة 15:00.

² - ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، وبروتوكول اتفاق مدريد لسنة 1989، مرجع سبق ذكره.

الغائفة

خاتمة:

وفي ختام هذا البحث يمكن القول أن العلامة الجماعية هي نوع من العلامات التجارية، إذ تعتبر هذه الأخيرة واحدة من أهم عناصر الملكية الصناعية، ويقصد بالعلامة الجماعية هي تلك العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك مميزات وخصائص لتلك البضائع، كما أن العلامة الجماعية تهدف إلى تمييز منتجات أو سلع أو خدمات أصحاب العلامة، حيث أنها تستعمل بشكل جماعي من طرف أي شخص يتقيد بشروط الاستعمال التي أعدها صاحب التسجيل.

وتختلف العلامة الجماعية عن باقي عناصر الملكية الصناعية، مثل براءات الاختراع حيث يختلفان من حيث محل الحق وكذلك نظام الحماية الذي يخضع كل واحد منهما، كما تختلف عن الرسوم والنماذج الصناعية من حيث حق التصرف من تنازل ورهن وترخيص.

وللعلامة الجماعية عدة وظائف بالغة الأهمية نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، دورها في ترويج السلع والخدمات فهي تخدم المنتج والتاجر ذاته الذي يقوم بإنتاج أو بيع المنتجات التي تحمل العلامة، كما أن للعلامة الجماعية دور آخر وهو ضمان الجودة، إذ تعتبر العلامة الجماعية بتطبيقها على المنتج أو الخدمة تعني الاعتراف بتوفره على مواصفات محددة في نظام العلامة فهي تسعى لضمان الجودة في المنتج أو الخدمة الذين يتوفر فيهما خصائص وصفات معينة تتطابق والمميزات المحددة في نظامها المودع ومن أمثلة علامات التصديق الجماعية المشهورة ISO 9000، وتعتبر كذلك أداة لحماية المستهلك من السلع المغشوشة، بالإضافة إلى وظيفتها في دعم وحماية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مواجهة كبريات العلامات التجارية المشهورة.

وينظم العلامة التجارية في الجزائر سابقا الأمر 57/66 المتضمن قانون علامات المصنع والعلامات التجارية، والذي تم سنه في ظل الاشتراكية وسيطرة الدولة على وسائل الإنتاج، وبعد توجه الجزائر نحو الانفتاح الاقتصادي ومحاولة الجزائر الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، وتشجيعا للاستثمار الوطني والأجنبي تم إلغاء هذا القانون بالأمر رقم 06/03 المتضمن لقانون العلامات، والذي تضمن تدابير وإجراءات جديدة من أجل تنظيم العلامات التجارية بصفة عامة والعلامة الجماعية بصفة خاصة.

الخاتمة

أما فيما يخص الآليات التي تبناها المشرع الجزائري لحماية العلامة الجماعية فنجد نوعين من الحماية، وهما حماية مدنية وحماية جزائية، فالهدف من هذه الحماية تسليط العقوبة المقررة على الجاني جزاءا على اعتدائه على حقوق غيره، والجدير بالذكر أن المشرع الجزائري ومن خلال القانون رقم 06/03 تجنب حصر الأفعال في مجال الاعتداء على العلامة التجارية على عكس القانون السابق رقم 57/66 كما انضمت الجزائر إلى عدة اتفاقيات ومعاهدات دولية في مجال حماية العلامة الجماعية، منها اتفاقية باريس واتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، والتي تعتبر السند القانوني لحماية العلامة الجماعية خارج حدود دولة موطن صاحب العلامة، إذ لا يمكن للتشريعات الوطنية ان توفر الحماية للعلامة الجماعية خارج حدود دولتها.

الملحق

قائمة

المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع المعتمدة:

1-الكتب:

- أمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى 2011، الإسكندرية، مصر.
- محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون، 2011 المنصورة، مصر.
- علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية دراسة مقارنة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، بيروت، لبنان.
- فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، 2007، الجزائر.
- فؤاد معلال، الملكية الصناعية والتجارية دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية، منشورات مركز قانون الالتزامات والعقود، الطبعة الأولى، 2009، الرباط، المغرب.
- خالد يحيي الصباحين، شرط الجدة في براءة الاختراع دراسة مقارنة بين التشريعين المصري والأردني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009، الأردن.
- أسامة نائل المحيسن، الوجيز في الحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، الأردن.
- فرحة زرلوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية حقوق الملكية التجارية والأدبية، دار بن خلدون للنشر، وهران، الجزائر، 2003.
- الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية، تحاليل ووثائق، مطبعة الكاهنة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2004.

قائمة المراجع

- حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2012.

2-المرسائل و المذكرات:

- سماح محدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه العلوم في القانون، تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة، السنة الجامعية 2015/2016.
- بساعد سامية، حماية العلامات التجارية في الأمر 06/03 ومدى تطابقه مع أحكام اتفاقية تريبس، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2008.
- بربية ربيعة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات التجارية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2008.
- بوغنجة بن عباد، العلامة التجارية بين احتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الملكية الفكرية، كلية بن عكنون، جامعة الجزائر، 2013.

3-المقالات:

- عدلي محمد عبد الكريم، خصوصية النظام القانوني لعلامة التصديق الجماعية، مقال منشور في مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 01، سنة 2020.
- آمنة صامت، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، مقال منشور في مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 13، جانفي 2015.
- علي احمد صالح، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مقال منشور في مجلة صوت القانون، العدد 02، أكتوبر 2018.

قائمة المراجع

4-المدخلات:

- حسام الدين الصغير، الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية: من اتفاقية باريس إلى اتفاقية تريبس، مداخلة أقيمت في حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) ومعهد الدراسات الدبلوماسية، القاهرة، 29 إلى 31 يناير/كانون الثاني 2007.

5-القوانين والأوامر والقرارات:

- الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 09/08 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.
- القانون رقم 02/04، المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41.
- القانون رقم 04/04، المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية العدد 37.
- الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتضمن القانون المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية رقم 44.
- الأمر رقم 07/03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية العدد رقم 44.
- الأمر رقم 86/66 لمؤرخ في 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية.
- الأمر رقم 65/76، المؤرخ في 16 يوليو سنة 1976، المتعلق بتسميات المنشأ.
- الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 16/03/1966، المتضمن قانون علامات المصنع والعلامات التجارية.
- القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996، المحدد لشروط منح علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وسحبها وإجراءات ذلك، الجريدة الرسمية العدد 33، لسنة 1997.

قائمة المراجع

6-الاتفاقيات والمعاهدات الدولية:

- اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية 1883.
- اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891.
- بروتوكول اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات 1989.
- معاهدة نيروبي لحماية الرمز الأولمبي 1981.

7-المواقع الالكترونية:

- الموقع الالكتروني www.wipo.int
- الموقع الالكتروني www.asjp.cerist.dz
- الموقع الالكتروني www.cba.edu.kw

الفهرس

الصفحة	المحتويات
	كلمة شكر
01	مقدمة
الفصل الأول: الإطار العام للعلامة الجماعية	
06	المبحث الأول: مفهوم العلامة الجماعية
06	المطلب الأول: تعريف العلامة الجماعية وتمييزها عما يشابهها
06	الفرع الأول: تعريف العلامة الجماعية في التشريع والفقہ
09	الفرع الثاني: تمييز العلامة الجماعية عن العناصر المشابهة لها
16	المطلب الثاني: وظائف العلامة الجماعية
16	الفرع الأول: العلامة الجماعية أداة للترويج
18	الفرع الثاني: العلامة الجماعية أداة لحماية المستهلك
19	الفرع الثالث: العلامة الجماعية أداة لحماية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
20	المبحث الثاني: شروط اكتساب العلامة الجماعية
20	المطلب الأول: الشروط العامة لاكتساب العلامة الجماعية.
20	الفرع الأول: شرط التمييز
22	الفرع الثاني: شرط الجودة

الفهرس

24	الفرع الثالث: شرط المشروعية
26	المطلب الثاني: الشروط الخاصة لاكتساب العلامة الجماعية
26	الفرع الأول: صاحب العلامة الجماعية شخص اعتباري
28	الفرع الثاني: خضوع العلامة الجماعية لقانونها الأساسي
الفصل الثاني: الآليات القانونية لحماية العلامة الجماعية	
34	المبحث الأول: الآليات الوطنية لحماية العلامة الجماعية
34	المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة الجماعية
35	الفرع الأول: دعوى إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة الجماعية
37	الفرع الثاني: دعوى المنافسة غير المشروعة
42	المطلب الثاني: الحماية الجزائرية للعلامة الجماعية
42	الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة الجماعية
48	الفرع الثاني: أسس ومعايير قيام تقليد العلامة الجماعية
50	الفرع الثالث: صور الاعتداء على العلامة الجماعية
53	المبحث الثاني: الحماية الدولية للعلامة الجماعية
54	المطلب الأول: حماية العلامة الجماعية وفق اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية 1883
54	الفرع الأول: المعاملة الوطنية

الفهرس

55	الفرع الثاني: حق الأولوية
55	الفرع الثالث: القواعد العامة
57	المطلب الثاني: حماية العلامة الجماعية وفق نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات
57	الفرع الأول: طلب التسجيل الدولي
58	الفرع الثاني: التسجيل الدولي
58	الفرع الثالث: مزايا نظام مدريد
61	الخاتمة
	الملحق
	قائمة المراجع
	الفهرس