

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



الحماية المدنية للعلامة التجارية

مذكرة في إطار مقتضيات نيل شهادة ماستر تخصص عقود ومسؤولية

إشراف الدكتورة :

- عائشة عمران

من إعداد الطالبين :

1- بن عودة أحمد

2- محبوب بن شهرة

لجنة المناقشة

رئيسا

مناقشا

مشرفا

(1) الدكتورة : عائشة طويسات

(2) الدكتور : بوزيدي أحمد التجاني

(3) الدكتورة : عمران عائشة

السنة الجامعية: 2020/2019

شكر و عرفان

الحمد لله وحده على توفيقه لنا وأتمنا هذا العمل في حلته
النهائية التي لم تكن بهذا النمط لولا دعم وملاحظات وتعب
الأستاذة المشرفة عائشة عمران، وصبرها معنا ولا ننسى
أعضاء اللجنة، كما لا يفوتونا أن نتقدم بموصول الشكر
لكل من علمنا ومن له حق علينا ومن رافقنا طيلة مسارنا
الجامعي، خاصة أساتذة قسم الحقوق تخصص عقود
ومسؤولية.

بسم الله الرحمن الرحيم

{قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون}

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك .. ولا تطيب
اللحظات إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك "الله جل
جلاله"

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور العالمين
"سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم"

إلى من كلله الله بالهبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار .. إلى
من نحمل أسمها بكل افتخار .. أرجو من الله أن يمد في عمركما لتري ثماراً قد حان
قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد
وإلى الأبد.. والدي العزيزين

إلى جميع الأسرة والأبناء كما لا يفتوتنا زملائنا في العمل والدراسة
إلى الإخوة إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى ينابيع
الصدق الصافي إلى من معهم سعدت ، وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة
والحزينة سرت إلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير
إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم
أصدقائي وكل الأحبة .

بن عودة أحمد

إهداء

إلى من قال فيهما المولى عز وجل : " وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا " إلى التي سهرت على راحتي وسعادتي إلى فيض الحنان ومنبع المحبة إلى التي أول من نطق به لساني

أمي العزيزة.

إلى من علمني أن الحياة كفاح وعمل وصبر وأخلاق إلى الذي علمني حتى أتقنت معاني الرجولة والشهامة إلى من أنار لي درب الحياة وعلمني أن لا أتوانى عن طلب العلم حتى الممات إلى مثلي الأعلى وقدوتي الأولى إلى الذي مهما فعلت فلن أرد له جزاء من عمله .إليك يا من يا من غمرتني بنصائحك

أبي العزيز

إلى سندي في هذه الحياة إلى الذين سعادتهم في سعادتي وحزنهم في حزني إلى شموع البيت اخوتي واخواتي الاعزاء وأعمامي وعماتي وأخوالي وخالاتي وجدتي أطال الله في عمرها كل باسمه بارك الله فيهم

وإلى من سهر على تعليمي من معلمين وأساتذة عبر جميع الأطوار وإلى كل من جمعتني بهم أيام ومقاعد الدراسة إلى كل طلبة قسم الحقوق جامعة عمارثليجي الأغواط

محبوب بن شهرة

مقدمة

مقدمة

تنقسم الملكية الفكرية إلى ملكية صناعية و ملكية أدبية وفنية، حيث تندرج العلامة التجارية تحت باب الملكية الصناعية ولقد برزت أهمية العلامة التجارية منذ القدم، تمتد حوالي ثلاثة مائة (300) عاما، كان الحرفيون الهنود يحفرون أختامهم على ابتكاراتهم قبل ارسالها إلى ايران وكانت القبائل البادية العربية تضع الأختام والأوشام على إبلهم لتمييزها عن ابل القبائل الأخرى ، وفي هذا الصدد فإننا نجد ما يزيد عن مائة (100) علامة استخدمها في الفخاريات الرومانية ومن بينها علامة (Fortts) (فورتيس) التي اشتهرت كثيرا حتى أصبحت عرضه للاستنساخ والتزوير ولقد زاد استخدام العلامات التجارية مع ازدهار التجارة في القرون الوسطى ثم تلاهم الايطاليون في القرن الخامس عشر (15) ثم الفرنسيين فيما بعد¹.

حيث كان استخدام العلامة التجارية إلزامية في تلك الفترة ظل نظام الطوائف لتمييز المنتجات كل طائفة في الطائفة الأخرى بل كانت هناك علامات خاصة بكل من الصناع في داخل الطائفة الواحدة، حتى يسهل معرفة صانعيها ومدى جودتها بحيث تحطم أو تصادر كل سلعة ليس لها علامة ضمانا لحماية المستهلكين وبإلغاء هذا النظام صدر قانون العلامات في 23 جوان 1857م الفرنسي، والمتعلق بالعلامات وهو المعمول به الآن في أغلب بلدان العالم ولقد استخدم العلامات التجارية في وقتنا الحالي إلى درجة أصبح معظم الناس على وجه الأرض يستطيعون التمييز بين العلامتين التجاريتين للمشروبين الغازيين بيبسي كولا وكوكا كولا، ويبدو أن خروج بعض أصحاب الصناعات أو بعض التجار عن تقاليد التعامل التجاري النزيه، واللجوء إلى الوسائل الغير مشروعة في مجال المنافسة وذلك باستعمال وتقليد علامات غيرهم قد دفع إلى إصدار تشريع جنائي يحمي علاماتهم من التزوير والتقليد، مما أدى إلى إضفاء الحماية القانونية للعلامة التجارية حتى غدت تتمتع بحماية قانونية مدنية وجزائية على مستوى التشريع المحلي للدول والدولي على حد سواء².

¹ عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني ،بيروت ، لبنان، دار إحياء التراث العربي، 1973م، ص

² عبد الرزاق السنهوري، مرجع سابق، ص 405.

مقدمة

وفي الجزائر حظيت العلامة التجارية باهتمام كبير عند المشرع الجزائري خاصة في ظل انفتاح السوق، وإتباع التوجه الرأس مالي العالمي، ومحاولة الجزائر الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة العالمية .

فأول تشريع صدر سنة 1966م، أين صدر الأمر رقم 57-66¹ المعدل في نفس السنة والمتمم في سنة 1967م، وألغي هذا الأمر بالأمر رقم 03-06² الذي عرف العلامات في المادة الثانية(02).

ونظرا للعدد المتزايد للعلامات الذي يدل على النمو الاقتصادي العالمي وانعكاسه على النمو المحلي والوطني، كان من الضروري إيجاد سبيل للحماية الدولية للعلامات لتجارية، وفي هذا الصدد جاءت اتفاقية باريس سنة 1833م، التي تشكل الدستور الأساسي للحماية الدولية للملكية الصناعية، بحيث أنها تمثل أول اتفاقية دولية في هذا المجال، وتضم القواعد الأساسية للحماية الدولية لكل عناصر الملكية الصناعية، وكذلك جاءت اتفاقية مدريد للتسجيل العلامات التجارية سنة 1891م، وهكذا تتالت الاتفاقيات الدولية حتى وصلت إلى اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة الملكية الفكرية (TRIPS)، التي تسيورها منظمة التجارة الدولية.

وتجدر الإشارة إلى أن الجزائر تعتبر من بين الدول العربية الخمس المراقبة، أي التي تنتظر قرار قبولها كدولة عضو في اتفاقية منظمة التجارة العالمية.

وعليه فإن النشاط الاقتصادي عموما، والقطاع التجاري على وجه الخصوص أدى إلى ازدياد صور التعدي على العلامة، مما دفع الدول إلى سن قوانين خاصة لحماية العلامة عموما، والحماية المدنية خصوصا ومن هنا تطرقنا في دراستنا هذا وخصصنا دراستنا للحماية المدنية للعلامة التجارية.

هذا الموضوع يحتل أهمية بالغة من عدة جوانب والتي نخلصها فيما يلي:

¹ الأمر رقم 57-66 المؤرخ في 19 مارس المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، الجريدة الرسمية الصادرة في 1966/03/22م، العدد رقم 23.

² الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 م ، المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية الصادرة في 2003/07/19م، العدد رقم 44.

مقدمة

إن العلامة كحق من حقوق الملكية الفكرية أضحت تحتل مكانة نظرا لقيمتها المادية، إذ تشكل في بعض الأحيان القيمة الأعلى من عناصر المشروع التجاري الذي يقوم على استغلالها، وبالتالي أوجب إيجاد وسائل فعالة لحمايتها من الاعتداء عليها، واستغلالها بصورة غير مشروعة.

تكمن أهمية الحماية المدنية للعلامة التجارية، في حماية جمهور المستهلكين، إذ تعد العلامة التي تعتمد عليها المستهلكون لتعرفهم على مصدر المنتجات التي يتعاملون بها، والتي يولون ثقتهم بها، نظرا لما تعنيه هذه العلامة من رمز للجودة وخصائص تلك المنتجات، لذلك فإن الاعتداء ليها من شأنه تضليل المستهلك، بل وحتى الإضرار به بسبب هذه المنتجات المقلدة.

ومن الأسباب التي دعتنا لاختيار هذا الموضوع تمثلت في :
خطورة ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية التي تهدد كل من الاقتصاد العالمي والوطني، وصحة وسلامة المستهلك.

من الصعوبات التي اعترضت طريقنا من أجل دراسة موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية، والتي تعتبر دراسة مهمة، هو الحجر الصحي مما صعب علينا الوصول مصادر المعلومات المادية فاعتمدنا بشكل كبير على العالم الافتراضي وايضا صعوبة الاتصال ببعضنا البعض والاستاذة المشرفة

من خلال ما تقدم عرضه نطرح الاشكالية التالية وهي : كيف ارسى المشرع الجزائري قواعد الحماية المدنية للعلامة التجارية؟.

نظرا لتعدد سمات الموضوع وتشعبه كانت علينا استعمال أكثر من منهج من أجل الإيفاء الكافي بحق الموضوع، وذلك باستعمال مناهج البحث العلمي، فقد قمنا باستعمال المنهج الوصفي لبيان أسس قيام الحماية المدنية بالحق الناشئ عنها، وكذا استعمال هذا المنهج لتبيان اليات الحماية المدنية، واستعملنا المنهج الاستدلالي في عرض النصوص القانونية.

بعد بحث طويل ودراسة موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية، استندنا إلى خطة مقسمة من مقدمة وفصلين وخاتمة ، الفصل الاول نتعرض فيه الى مفهوم الحماية المدنية

مقدمة

للعلامة التجارية و ننتاول فيه مبحث الأول يتعلق بتعريف العلامة التجارية وتصنيفها وشروط اكتساب الحق في العلامة في المبحث الثاني.

والفصل الثاني نتعرض فيه الى آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية ونتطرق فيه الى الاليات الموضوعية في مبحث أول والآليات الاجرائية في مبحث ثاني.

وفي الأخير كانت الخاتمة من أجل حوصلة ما تم دراسته وتحليله.

الفصل الأول :

مفهوم العلامة

التجارية

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

عندما ظهرت العلامة التجارية وقبل تطور إستعمالها وإستقلالها كانت عبارة عن منظومة من القواعد العرفية والمكتوبة تنظم في القانون التجاري بإعتبارها أحد العناصر المعنوية المكونة للمتجر مع غيرها من العناصر المعنوية الأخرى، أي لم يكن لها تشريع خاص ينظم هذا الحقل من حقول الملكية التجارية، إلا إنه مع التطور الاقتصادي وبعد الثورة الصناعية التي إجتاحت معظم بلدان العالم في القرن السابع عشر ألفت هذه الثورة الاقتصادية والصناعية والتجارية تأثيراتها على كافة النواحي التجارية، مما دفع معظم دول العالم الاهتمام بالعلامة التجارية من خلال إصدار قوانين تنظمها بإعتبارها جزءاً معنوياً من المحل التجاري، ومع مرور الزمن أصبحت العلامة التجارية جزءاً هاماً في المتجر ويسعى جميع التجار إلى التميّز في إختيار علامتهم التجارية لتمييز خدماتهم أو منتجاتهم عن باقي الخدمات أو المنتجات لحماية حقوقهم ومصالحهم¹.

وسنحاول من خلال هذا الفصل بيان كيفية نشأة هذا الحق وشروطه القانونية من خلال مبحثين المبحث الأول، نبرز فيه مفهوم العلامة، وأنواع العلامة التي خصها المشرع بالحماية، أما المبحث الثاني نبرز فيه الشروط الواجب توافرها لاكتساب الحق على العلامة.

¹ قد سنت فرنسا تشريع العلامات التجارية في سنة 1857 ،وسنت ألمانيا قانون علامات تجارية في سنة 1874 ،كما قرت الإمبراطورية العثمانية قانوناً لحماية العلامات التجارية في سنة 1879 ، محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين ، اطروحة إستكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين ، 2006، ص 15

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

المبحث الأول: تعريف العلامة التجارية وتصنيفها

يختلف تعريف العلامة التجارية من دولة لأخرى، أو من شخص لآخر حسب الزاوية التي ينظر منها للعلامة التجارية، وهذا الاختلاف في وضع تعريف شامل للعلامة التجارية فتح الباب أمام الفقه القانوني في تحديد المقصود في العلامة التجارية، وسيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطلبين التاليين الأول خصصناه إلى تعريف العلامة التجارية والثاني تطرقنا فيه إلى تصنيفات العلامات التجارية.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عما يشابهها

تظهر أهمية العلامة في المجال التجاري والاقتصادي، خاصة أمام تفتح الأسواق، وتنوع السلع والخدمات، وأصبحت العلامة المميزة وسيلة لجذب العملاء وجمهور المستهلكين، بما تؤديه لهم من سهولة التعرف على ما يفضلونه من سلع وخدمات¹، لذا يقتضي منا الأمر تعريف هذه العلامة وذلك من خلال الفرع الأول؛ وبما أن العلامة عنصر من عناصر الملكية الصناعية، كان من الضروري تمييزها عن غيرها من المفاهيم المرتبطة بالملكية الصناعية والتجارية وذلك من خلال الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

يقصد بالعلامة السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محلته التجاري أو الصانع على منتجات مصنعه قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها و المعروضة في السوق ، و لقد جمع المشرع هذين النوعين تحت عبارة علامة السلعة أما الشارة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات فردية كانت أو جماعية لتشخيص الخدمات . المقدمة فيطلق عليها بعلامات الخدمة².

أولاً: التعريف اللغوي والفقهي للعلامة التجارية

سوف نتطرق في هذا العنصر إلى التعريف اللغوي للعلامة ثم التعريف الاصطلاحي

¹ نزلي الزهرة، رجب سارة، الحماية القانونية للملكية الصناعية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق - تخصص :قانون اعمال جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي، 2016-2017، ص 47

² حليلة بن دريس ، تقليد العلامات التجارية ، مذكرة تخرج للحصول على شهادة الماجستير ، كلية الحقوق جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، الجزائر ، السنة الجامعية 2007-2008، ص 11

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

1.التعريف اللغوي: المقصود بالعالمية في اللغة، هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه وتعريفه وتمييزه عن غيره وهي مشتقة من العلم، بمعنى المعرفة ومثل ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها¹، وقد يقال عن العالمية أنها عبارة عن خطين متقاطعين يستعاض بهما عن الامضاء أحيانا من ال يستطيع الامضاء².

2. تعريف العلامة التجارية فقها:

فهناك من عرفها على أنها كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو وضعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة³. كما تعرف على أنها أداة مميزة تخص تاجر أو صانع لتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها وقد تكون رمزا، رسما، حرف،...تستهدف التدليل على أصل السلعة وضمان مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعمالته، وتمكنه من الاستئثار بثقتهم⁴. إذن فالعلامة التجارية هي السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري وهي إضافة لدالاتها على السلع والمنتجات تبين مميزاتها وخصائصها فتعتبر بمثابة مرآة تعكس رغباتها ومتطلباتها، وقد تتدخل بشكل غير مباشر لتحديد ملامح الإنسان وترسم شخصية، وبذلك فهي إذا من أهم الوسائل لجذب الزبائن والعملاء لما تسهله عليهم من يسر في التعريف على ما يفضلونه من سلع فهي وسيلة من وسائل المنافسة غير المشروعة بين المنتجين والتجار⁵.

ثانيا: تعريف المشرع الجزائري للعلامة التجارية وجاء المشرع الجزائري بتعريف للعلامة حيث جاء فيها ما يلي : العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف و الأرقام و الرسومات ، أو الصور و الأشكال المميزة أو توضحها ، والألوان بمفردها أو المركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص

¹ فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر شعبة الحقوق - تخصص :قانون جنائي للأعمال جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي-،2013-2014، ص 06

² رفيق شاوش. الحماية الجنائية للعالمية التجارية في التشريع المقارن، مذكرة لنيل شهادة ماجستير. جامعة عباس لغرور خنشلة. دون تاريخ مناقشة. 2010-2011، ص 45

³ سميحة القليوبي. الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة. دار النهضة العربية. مصر. 2003. ص249

⁴ فتيحة لعلام، المرجع السابق، ص 06

⁵ إدريس فاضلي، المدخل إلى الملكية الفكرية. دون طبعة. دار هومة. الجزائر، 2003، ص 283

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره إن التعداد الذي جاءت به المادة الثانية فقرة 2 من الأمر 06/03 ورد على سبيل المثال لا الحصر و الدليل على ذلك العبارة لا سيما التي أدرجت في النص

. تكون العلامة عبارة عن إشارة أو رمز يمكن تمثيله في تخطيط ، ويكون قادرا على تمييز وتفریق سلع أو خدمات شخص ما عن غيرها من السلع ،والخدمات المماثلة لها¹

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المقاربة لها

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية والتجارية، لهذا قد يقع الخلط بينها وبين باقي المفاهيم الأخرى، مثل بعض عناصر المحل التجاري وتسمية المنشأ وغيرها، هذا ما يستدعي منا الأمر إلى تمييزها عن ما يشابهها.

أولاً: العلامة التجارية والاسم التجاري

العلامة هي كل رمز قابل للتمثيل الخطي ، يستعمل من أجل تمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي ع ن غيرها من سلع وخدمات المماثلة لها ما.

الاسم التجاري فانه العبارة التي يطلقها و يستخدمها التاجر ، لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية المماثلة لها .وتعود ملكية الاسم التجاري للأسبقية في استعماله ، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في التسجيل وتقتصر حماية الاسم التجاري على النطاق المكاني الذي يتسع له نشاطه عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة بينما تتمتع العلامة بحماية قانونية مدنية وجزائية على كافة التراب الوطني.

إن العلامة التجارية هي الاشارات أو الرموز التي يتخذها صاحب العلامة لتمييز منتجاته عن غيرها من المنتجات المماثلة لها، أما الاسم التجاري فهو تسمية ما يختارها التاجر لكي يميز بها متجره عن غيره من المتاجر وللتاجر مطلق الحرية في اختيار هذه التسمية، لكن شرط أن تكون هذه التسمية جديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام و الآداب.

وبذلك فإن الاختلاف بين العلامة التجارية والاسم التجاري تكون كما يلي :

_الاسم التجاري هو عبارة عن تسمية كاسم التاجر أو لقبه يمثل هوية المتجر، أما العلامة التجارية قد تكون حروفا أو أرقاما أو رسوما تمثل هوية المنتج.

¹ نعيمة علواش ، العلامات في مجال المنافسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة بن عكنون، كلية الحقوق ، 2001،

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

_اتخاذ العلامة التجارية أمر اختياري، أما العنوان التجاري اتخاذه أمر إجباري.
_الأصل مكان وجود العنوان التجاري هو واجهة المحل، بينما مكان وجود العلامة التجارية هو على السلع ذاتها.

_كلاهما يخضعان لنظام قانوني خاص به.

ومع ذلك يمكن أن تكون العلامة التجارية هي الاسم التجاري إذا ما اتخذه صاحبه كعلامة لتمييز السلعة، ففي هذه الحالة يقوم الاسم التجاري بوظيفة العلامة التجارية علاوة على وظيفته لتمييز المنشأة التجارية أو الصناعية، وهناك العديد من العلامة ذات الشهرة العالمية والتي تتكون من الاسم التجاري للشركة مثل Sony ، Nestlé¹.

ثانيا: العلامة التجارية وتسمية المنشأ

يقصد بتسميات المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة أو ناحية أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه ، ويجب أن تكون جودة المنتج أو ميزاته منسوبة لبيئة جغرافية معينة ،تشمل على عوامل طبيعية وبشرية . ويتبين انه توجد علاقة لصيقة بين تسميات المنشأ و المنتج إذ لا يمكن استعمال هذه التسمية على منتجات معينة إلا إذا توفرت فيها الشروط المنصوص عليها قانونا ، إلا إذا كانت تحترم المعايير المتعددة لبيان البيئة الجغرافية لنشأتها . بينما العلامة تعتبر منفصلة عن المنتجات لأنها تتعلق ببضائع قابلة للتغير في تكوينها نظرا للدور الذي تلعبه إرادة الصانع .²

علاوة على ذلك تعتبر تسميات المنشأ جماعية لكونها ، ترجع إلى كافة منتجي الناحية ولا يمكن تملك تلك التسمية لأغراض شخصية كاستعمالها كعلامة. لكن من البديهي إن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في تسجيلها ، وله حرية التصرف فيها في إطار القانون بالرجوع لنص المادة الأولى من التشريع رقم 65-76،المتعلق بتسميات المنشأ الصادر - بتاريخ 16 يوليو 1976 والتي جاءت كالاتي تعني تسمية المنشأ الإسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا

¹ راشدي سعيدة، العلامة في القانون الجزائري الجديد، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014، ص 24

² ميلود سلامي ،النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري ، أطروحة نيل درجة دكتوراه، جامعة الحاج لخصر ،كلية الحقوق، باتنة ، 2011،ص33

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو ميزته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية.¹

ثالثا: العلامة التجارية والعلامة الجماعية

العلامة 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 من مميزات و خصائص تلك البضائع، والهدف من هذا النوع من العلامة هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها هذه العلامة قد جرى فحصها والتصديق عليها من الجهة الاقتصادية مالكة العلامة الجماعية، فدور هذه العلامة هو دور رقابي، كونها تدل على مواصفات وبيانات المنتجات من حيث النوعية والجودة والمصدر وطريقة الصنع .

رابعا: تمييز العلامة التجارية عن الوسم

يعرف المشرع الجزائري الوسم بأنه :جميع العلامة والبيانات وعناوين المصنع والتجارة والصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتاب أو رسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتجات ما أو خدمة أو يرتبط بهما. تعد العلامة التجارية عنصرا من عناصر الملكية الصناعية، تمنح صاحبها حقا استثنائيا، وتلعب دورا مزدوجا في حماية صاحبها من المنافسة غير المشروعة وحماية المستهلك من اختلاط المنتجات التي يقتنيها أو يشتريها.

في حين لا يعد الوسم عنصرا من عناصر الملكية الصناعية ولا يمنح لصاحبه حق الاستثناء به باستثناء العلامة التجارية، إذا كانت من بين البيانات التي يحتويها، كما أنه يلعب دورا أساسيا في الإشهار بالسلعة وتوجيه المستهلك.

المطلب الثاني :تصنيف العلامة من حيث مدى الحماية

جاء في قانون العلامات التجارية الجزائري من خلال المادة الثانية من الأمر 06/03 جملة من الرموز القابلة لتكوين علامة على سبيل المثال لا الحصر الا أننا نركز في بحثنا على انواع العلامة من حيث نطاق الحماية على اعتبارها على علاقة مباشرة بموضوع الدارسة،

¹ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الحقوق الفكرية ، الجزء الثاني ، ابن خلدون ،الجزائر ، 2006 ، ص 253،254

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

حيث تحمي العلامة التجارية سواء بدعوى مدنية أو بدعوى جزائية متى تم الإعتداء عليها، لكن هذه الحماية قد تقتصر على حماية العلامة التجارية المسجلة دون العلامة التجارية الغير مسجلة، وهذه الحماية راجعة إلى البلد الذي تم إيداع فيه تسجيل العلامة ، وفي بعض الأحيان حتى ولو لم تكن العلامة مسجلة إلا أنها محمية في هذه البلدان، فكل بلد له قوانينه الداخلية الخاصة به والتي تنظم نطاق الحماية القانونية للعلامات التجارية. لذلك سوف نتطرق لكل نوع على حدة لتوضيح ذلك أكثر.

الفرع الأول :العلامة التجارية المسجلة

تتمتع العلامة التجارية المسجلة بالحماية القانونية كونها تم تسجيلها لدى الجهات المختصة وبالكيفيات المنصوص عليها، ولا تختلف معظم التشريعات المقارنة أو الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامة التجارية على هذه الأخيرة.

إن التسجيل هو قيام مالك العلامة بقيد علامته لدى الجهات المختصة وتسلم له الشهادة التي تثبت تسجيله لعلامته_ ، وتوفر شرط التسجيل يضي على العلامة التجارية الحماية القانونية الواجبة، ويكفي مجرد تسجيل العلامة لتتمتع بالحماية القانونية حتى ولو لم يتم استعمالها ووضعها فعلا على البضائع¹ .

إن صاحب العلامة المسجلة يستعمل وينتفع بعلامته فعلا، لكن يمكن، إما يستعملها بصفة احتياطي، أو بهدف منع الغير من التعدي على علامته، لذلك تنقسم العلامة المسجلة الى:

أولا :العلامة المانعة

وهي تلك العلامة التي يقوم صاحبها بتسجيلها ليس على أساس استعمالها في الحال أو الاستفادة منها ماليا في الحال كذلك، ولكن بقصد منع الغير من القيام باستعمالها أو تسجيلها مستقبلا، والهدف منها هو الحيلولة بين الغير وبين تسجيل أو استعمال تلك العلامة لكونه قد سبق وسجلها، وبذلك يكون صاحب العلامة المانعة قد استفاد من أثر التسجيل المتمثل في استثنائه بها ومنع الغير من التعدي عليها بأي صورة من صور التعدي².

لقد لقي تسجيل العلامة المانعة تأييدا من القضاء في بعض الدول على غرار ألمانيا والأرجنتين .

¹ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 247

² صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر. والتوزيع، عمان، 2006 ص 77

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

ثانيا :العلامة الوقائية

ويقصد بها العلامة التي يتم تسجيلها من شخص بغية منه لاستعمالها في وقت مستقبلي وفقا لتطور تجارته وانتشارها، فقد يسجل شخص علامة تجارية في دولة معينة ويستعملها فيها، دون قيامه باستعمالها أو تسجيلها في دول أخرى، ثم تحقق له تلك العلامة التجارية تميزا خاصا أو سمعة تجارية أو شهرة على مستوى العالم، فالهدف من تسجيل هذا النوع من العلامة هو هدف وقائي مستقبلي وليس لغايات الاستعمال الفعلي الفوري من قبل صاحبها على البضائع، وهذه العلامة تشبه نوعا ما العلامة المانعة. .

الفرع الثاني :العلامة التجارية غير المسجلة

تعتبر العلامة التجارية غير المسجلة من أكثر المواقف غموضا وطرحا للأسئلة في الكثير من التشريعات المقارنة، لأن مالك العلامة يستعمل علامته على السلع والخدمات دون قيامه بتسجيل هذه الأخيرة، مما يسبب وينشئ مشاكل عدة عند الاعتداء على هذه العلامة الغير مسجلة. فالتسجيل يعد شرطا أساسيا حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية المقررة لها، وفي حالة ما إذا كانت العلامة التجارية غير مسجلة فلا يمكن حمايتها قانونيا مثلها مثل العلامة التجارية المسجلة .

أولا :حماية العلامة التجارية غير مسجلة

بالرجوع لنص المادة 34 من قانون العلامة التجارية رقم 33 لسنة 1952 والمعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999 من التشريع الأردني والتي تنص على:

"لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة..."

أعطى المشرع الأردني الحق لصاحب العلامة التجارية المسجلة تسجيلا قانونيا المطالبة بالتعويض عن الاضرار اللاحقة به جراء التعدي على علامته، ومنع ذلك على أي مالك لعلامة تجارية غير مسجلة.¹

¹ عالية يوسف الطراونة الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في الأردن مقال منشور على موقع الالكتروني

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

فكل هذا لا يمنع حماية العلامة التجارية غير مسجلة، وذلك عن طريق المنافسة غير المشروعة، والتي تؤدي إلى إيقاع الجمهور في اللبس وتضليلهم عند القيام بأعمال من الأعمال المنافسة غير المشروعة¹ .

وعليه وبناء على ما سبق يمكن حماية العلامة التجارية غير المسجلة، وذلك عن طريق احكام المنافسة الغير مشروعة، والتي تؤدي إلى إيقاع الجمهور في اللبس وتضليلهم عند القيام بأعمال من الأعمال المنافسة غير المشروعة، اي حمايتها وفقا للقواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية عن الأفعال الضارة² ..

ثانيا :موقف المشرع الجزائري من العلامة التجارية غير المسجل

باستقراءنا لنص المادة 04 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة و التي جاء فيها"لا يمكن إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة."

فأية علامة تجارية غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها لا تتمتع بالحماية القانونية في حالة وقوع تعدي عليها مهما كانت صورة هذا الاعتداء، ومهما كانت نوع الحماية سواء مدنية أو جزائية، فكلتا نوعين الحماية مقتصرة إلا على العلامة المسجلة التي قام مالکها بتسجيلها واتباع الإجراءات اللازمة لذلك لقد كان موقف المشرع الجزائري واضحا بالنسبة للعلامات التجارية غير المسجلة، لأنه اشترط وأوجب تسجيل العلامة التجارية وذلك من أجل القيام بحمايتها قانونيا، وأي عمل يخالف ذلك لا يمكن الاقتداء به، بل وذهب المشرع الجزائري إلى أبعد من ذلك حين قرر عدم إمكانية استعمال أي علامة إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها، فالمشرع الجزائري لم يكن صريح بشأن حماية العلامة التجارية غير مسجلة كونه لم يورد أي نصوص قانونية توضح ذلك أو تنظم ذلك³ .

¹ صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر. والتوزيع، عمان، 2007ص

176

² صلاح زين الدين شرح التشريعات التجارية و الصناعية مرجع سابق ص 176

³ ميلود سلامي مرجع سابق ص 157

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

المبحث الثاني: شروط اكتساب الحق في العلامة

حتى تحظى العلامة بحماية قانونية فلا بد أن تستجيب لبعض الشروط التي يتطلبها القانون لصحتها ،وصنفت الشروط إلى شروط موضوعية وأخرى شكلية

المطلب الأول :الشروط الموضوعية

تتمثل الشروط الموضوعية في شرط الصفة المميزة ،شرط الجودة،وشرط المشروعية وهذا ما سوف يتم تناوله من خلال الفروع التالية:

الفرع الأول: شرط الصفة المميزة

يقصد بشرط الصفة المميزة. أي أن تكون ذات صفة فارقة تمنع الخلط بينها وبين أي علامات أخرى توضع على سلع أو منتجات مماثلة .

يجب أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو عالمت أو خليط من ذلك لها صفة فارقة، أي قادرة على تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس. ويقصد بذلك أن يكون للعامة شكل مميز خاص بها أي أن تتصف العامة بطبيعة ذاتية تمنع من الخلط بغيرها، وتجعل من اليسر معرفتها¹

والصفة المميزة ال تعني صفة الابداع بل يقصد بها التمييز بمفهومه البسيط الذي يمنع من الوقوع في الغلط والالتباس، وعلى هذا الاساس فإن العامة التجارية التي ال تتضمن ما² يميزها عن العامة المشابهة تفقد شرط أساسي، فال تعد موجودة وال يمكن استغلالها ،وال يقصد من هذا الشرط أن تتضمن العامة التجارية شيئاً أصيلاً لم يكن موجود من قبل، وانما هو تمييزها عن غيرها من العالمت التي توضع على بضائع أو خدمات متشابهة لتمييزها وعدم إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور، و تقدير ذلك يختص به محكمة الموضوع بحسب ماهية كل قضية³

¹ حواش حفيظة ، قويدر عيسى فتحية ، الوظيفة القانونية والاقتصادية للعلامات التجارية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص: قانون أعمال ، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة ، 2019، ص 06

² سماح محمدي، الحماية القانونية للعامة التجارية، أطروحة دكتوراه العلوم في القانون ، تخصص قانون الأعمال ، جامعة باتنة ،2015، ص 26

³ ملال عبد الكريم ،الحماية الجنائية للعامة التجارية، مذكرة ماستر في القانون، تخصص القانون الجنائي والعلوم الجنائية، جامعة سعيدة،2016، ص 16

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

ولكي تستفيد العلامة من الحماية القانونية ، يجب أن تكون مميزة عن غيرها إذ. تنص المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات : " العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ... " التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره فهي تشترط أن تكون جميع تلك السمات قادرة على تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها. لذلك فانه لا تتمتع بالحماية القانونية العلامة التي تمثل شكلا شائعا أو بيانات متداولة بصورة عادية في التجارة، لأن ذلك يعيق النشاط التجاري أصلا .

مما لا شك فيه هو أنه لكي تتوفر شرط الصفة المميزة للعلامة التجارية وجب أن تكون هذه العلامة لها صفة فارقة تجعلها بعيدة كل البعد عن الخلط بينها وبين غيرها ومن اليسير معرفتها، حيث تمتلك شكل مميز خاص بها سواء كانت أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسوم، أو الصور والأشكال، كل هذه العناصر من شأنها أن تضمن الصفة المميزة للعلامة .

ووقد اقر المشرع الجزائري اعتبار وجوب وجود الصفة المميزة للعلامة التجارية، وهو ما أورده في التعريف المقدم منه للعلامات في المادة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة، وذلك بأن العلامة هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي... والأشكال المميزة... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره¹ . ومنه كل علامة مجردة من أية صفة مميزة لا تعد علامة صحيحة كالعلامة التي تتكون من شكل شائع مألوف، أو إذا كانت العلامة مجرد علامة وصفية كأن تدل على مصدر المنتجات فحسب، وقد جاء في قرارات المحاكم حول هذا الأمر، أن القاعدة الأساسية لجواز تسجيل علامة تجارية أو عدم تسجيلها وجب أن تكون تلك العلامة ذات صفة فارقة، وأن لا تكون مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية تخص شخصا آخر² .

يتعين أيضا أن تكون العلامة ذات صفة مميزة بالنسبة للعلامات التي سبق وأستعملها مالکها أو التي سبق إيداع طلب لتسجيلها، وبالتالي يفقد الرمز الصفة المميزة له بالنسبة للعلامات الأخرى، متى كان الرمز مطابقا أو مشابها لعلامة تجارية سابقة، تميز منتجات مماثلة ولا

¹ المادة الثانية من الامر 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو

2003 عدد 44 ص 23

² صلاح زين الدين العلامة التجارية وطنيا و دوليا مرجع سابق ص 97

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

يعني ذلك التشابه التطابق التام أو أن أوجه التشابه تكون بارزة، بل يكفي أن يكون التشابه من شأنه أن يخلط الأمر على المستهلك .

الفرع الثاني : شرط الجودة

يجب أن تكون العلامة التجارية جديدة ، لم يسبق لشخص آخر استعمالها ، ولا يشترط أن تكون الجودة مطلقة ، بل تكفي الجودة النسبية من حيث نوع المنتجات ، ومن حيث الزمان والمكان¹.

من حيث نوع المنتجات : يقصد بنسبة الجودة من حيث المنتجات أو البضائع أو الخدمات ، هو أن الاستعمال الممنوع للعلامة من قبل الغير يكون في حدود المنتجات أو ، البضائع التي خصصت لها تلك العلامة .

ويترتب على ذلك أن استعمال علامة لتمييز نوع معين من المنتجات لا يمنع من استعمالها لتمييز منتجات مختلفة أي من نوع أو فئة أخرى.

حيث المكان : إن العلامة تعتبر جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل الإقليم بأكمله فإذا سبق استعمالها في جزء فقط من الإقليم كان هذا كافيا لفقد عنصر الجودة في العلامة هلا أن أصبح من العسير حصر حدود السكان ، بعد أن تقدمت طرق ووسائل المواصلات الداخلية منها والخارجية.

من حيث الزمان : لا يشترط لكي تعد العلامة جديدة أن لا يكون قد حصل استعمالها في السابق مطلقا ، بل تعد العلامة جديدة إذا كان قد استعملها شخص ثم ترك استعمالها لفترة طويلة من الزمن ، أو إذا انتهت مدة الحماية المقررة لها دون أن يتقدم مالكها بطلب تجديد هذه المدة فيجوز للغير استعمالها دون أي أن عد ذلك استعمالا للعلامة دون وجه حق².

يعد شرط الجودة من أهم الشروط الموضوعية الواجب توافرها من أجل تسجيل العلامة التجارية، والمقصود هنا بشرط الجودة هو أن تكون العلامة جديدة لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد، ولا اعتبار العلامة جديدة وجب توفر فيها عنصر مميز لها على الأقل وتقدير جدتها من عدمها يكون بالنظر إلى مجموع عناصرها المكونة لها كوحدة واحدة، ولا

¹ ثروت عبد الحليم ، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية ، مكتبة جامعة الملك سعود ، ص 147.

² سمير جميل حسن الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1988 ص 281، 282.

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

يوجد مانع من اشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة أخرى حتى لو كانتا مستعملتين في صناعة واحدة، مادام أن عناصرهما في مجموعهما مختلفة التركيب والمظهر .

واقر المشرع الجزائري بخصوص شرط الجودة والأسبقية في نص المادة السابعة في الفقرة التاسعة منها « تستثنى من التسجيل... ، 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 لبسا¹ » .

يفهم من نص المادة أنه لا يمكن طلب تسجيل علامة قد طلب تسجيلها من قبل وهذا لكي لا يكون هناك لبس لدى المستهلك، فالمشرع الجزائري مباشرة في نص المادة السابعة السالفة الذكر. يتحدد شرط الأسبقية من عدة نواحي وهي كالتالي:

_الأسبقية من ناحية المنتجات فإذا كانت هناك علامة تجارية قد سبق وأن استعملها صاحبها لتمييز منتوجاته، هذا لا يمنع الغير من استعمال نفس العلامة لكن لتمييز منتوجات أخرى مختلفة عن المنتوجات الأولى، فالجدة المقصودة ليست الجودة المطلقة في خلق وابتكار العلامة التجارية ، وإنما المقصود من الجودة في التطبيق على ذات السلع.²

_الأسبقية من حيث الزمان فيجب أن تنتهي الحماية المترتبة على إيداع العلامة التجارية دون أن يتقدم صاحبها بطلب تجديد تسجيلها قانونا من أجل حمايتها، وبالتالي يعتبر أنه قد تنازل عن حقه المخول له قانونا على علامته، فيجوز شطبها من سجل العلامة التجارية باعتبارها علامة مهجورة، فيؤدي ذلك إلى جواز استعمالها من قبل الغير دون اعتبار ذلك تعديا على حقوق صاحب العلامة.

_الأسبقية من حيث المكان فالعلامة التجارية لها حجة في كافة إقليم الدولة الواحدة، فإذا كانت العلامة تستخدم داخل الإقليم فلا يجوز استخدامها من قبل شخص آخر موجود داخل نفس الإقليم ما دامت أودعت فيه، فتعتبر العلامة جديدة إذا لم تستعمل داخل كافة إقليم الدولة الواحدة.

¹ المادة السابعة من الامر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو

2003 عدد 44 ص 23

² حامدي زويير مرجع سابق ص 66

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

وبالتالي إن شرط الجدة ليس مطلقا وانما نسبي ومقيد من حيث الشروط المذكورة سابقا من ناحية الأسبقية في المنتجات، ومن حيث الأسبقية في الزمان والمكان.

الفرع الثالث : شرط المشروعية

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية مميزة وجديدة فقط على النحو السابق ذكره، وانما يشترط أيضا أن تكون العلامة مشروعة، وتعتبر العلامة التجارية غير مشروعة إذا ما خالفت نصا قانونيا امرا أو جاءت مخالفة للنظام العام أو حسن الآداب، بمعنى المخالف أن تسمح النصوص القانونية بتسجيلها أو على الأقل لا تعارض استعمالها، فالشخص له حرية مطلقة في اختيار علامته أو العناصر المكونة لها¹.

من حيث المبدأ، فإن للشخص مطلق الحرية في اختيار علامته أو العناصر التي تتركب منها تلك العلامة انسجاما مع الحرية الشخصية للتجارة والصناعة، واختلفت التشريعات في هذا المبدأ، فمنهم من ضيق ووضع قيود واستثناءات مثل ما فعل المشرع الفرنسي والمشرع الجزائري اللذان حظرا استعمال دمغة الحكومة وشعارها، وكذلك العلامة التي تؤدي إلى خداع المستهلكين باحتوائها على علامات كاذبة، ومن التشريعات من وسع في تلك القيود والاستثناءات على المبدأ، كالتشريع الألماني الذي حظر استعمال الحروف والأعداد وكذلك الشعارات والرموز².

لذلك تكون العلامة التجارية فاقدة لشرط المشروعية إذا ما خالفت أي نص قانوني سواء ورد في قانون العلامة التجارية أو غيره من القوانين والأنظمة السارية المفعول، كما تكون العلامة التجارية فاقدة لشرط المشروعية إذا ما كانت مخالفة للنظام العام والآداب والمشرع الجزائري لم يخفي ذلك حين نص في المادة السابعة من الإمر 06/03 المتعلق بالعلامة بوضعه قيود واستثناءات على طلب تسجيل علامة تجارية فذكر عدة رموز لا تصلح أن تكون علامة ومن بينها الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة، والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.

¹ عطاء الله سمية ،حماية العلامة التجارية في علاقتها بالعنوان الالكتروني، مذكرة ماستر في الحقوق ،تخصص قانون الاعمال، جامعة المسيلة،2013 ، ص 22 ، ص 494

² صلاح زين الدين شرح التشريعات التجارية والصناعية مرجع سابق ص 104

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

إن المشرع الجزائري قد وسع في مفهوم المخالفة للنظام العام والآداب العامة، فلم يحصرها في القانون الداخلي للجزائر فقط، بل وسع في مفهومها لتشمل الاتفاقيات الثنائية وحتى المتعددة الاطراف التي تكون الدولة الجزائرية طرفا فيها وقد صادقت عليها¹.

لا يوجد معيار ثابت لتحديد النظام العام والآداب العامة، فهو يختلف من مجتمع لآخر، فهي ترتبط بالعادات والاعراف والتقاليد وحتى بالدين، وعليه يمكن أن يتعرض التاجر أو الصانع الأجنبي لرفض طلب إيداع علامته إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر، ولو كانت التسمية أو الرموز المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة في بلاده، فما يعتبر مشروع في بلد ما قد لا يعتبر كذلك في بلد آخر².

المطلب الثاني: الشروط الشكلية

إن الشروط الموضوعية لا تكفي وحدها لحصول وتمتع العلامة بحق الحماية القانونية، بل يجب توافر شروط شكلية يقوم بها صاحب العلامة أو من ينوب عنه في ذلك وهذه الاجراءات يقوم بها لدى هيئة مختصة ومخول لها قانونا القيام بفحص وتسجيل العلامة التي تتوفر فيها جميع الشروط المطلوبة لذلك.

الفرع الاول :الهيئة المختصة

أنشئ المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بموجب المرسوم التنفيذي 68-98 وعلى هذا الاساس، يجب على كل من يرغب في إيداع علامة أي يستكمل الاجراءات وعلى هذا الاساس، يجب على كل من يرغب في إيداع علامة أي يستكمل الاجراءات المطلوبة قانونا لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي يقوم بدراسة طلبات إيداع العلامات ثم نشرها ويسجل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية وعقود التراخيص وعقود بيع هذه الحقوق، و يعتبر المعهد الوطني للملكية الصناعية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي

¹ المادة السابعة من الامر 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003

عدد 44 ص 23

² وليد كحول، المسؤولية القانوني عن جرائم التعدي على العلامة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون اعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014.2015، ص 33

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وهذا ما نصت عليه المادة 3 الثانية من المرسوم التنفيذي 68/ 98 ¹.

الفرع الثاني : الإجراءات

نصت المادة 13 من الأمر 06/03 على أنه: "تحدد شكليا إيداع العلامة وكيفية إجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طرق التنظيم " ولهذا الغرض صدر المرسوم التنفيذي رقم 277-05 ²، الذي ينظم إجراءات تسجيل العلامة عبر المراحل التالية: أولاً/الإيداع :

يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة التجارية، ويتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وتجدر الإشارة هنا إلى التفرقة بين الإيداع والتسجيل وعدم الخلط بينهما ألن المشرع الجزائري ميز في الباب الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 277-05 بين كل من الإيداع والفحص والتسجيل وخص كل منها بنصوص قانونية مختلفة، فالإيداع وفقا لنص المادة 03 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي 277-05 يتمثل في "إيداع الطلب لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية"، بينما التسجيل يأتي بعد التحقق من أن الإيداع استوفى الشروط القانونية وذلك بعد الفحص وسنرى ذلك لاحقا ³ أخذ المشرع الجزائري بنظام الإيداع البسيط، المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع بتقديم الطلب إلى المصلحة المختصة أو بإرساله عن طريق البريد، الموصى عليه مع العلم بالوصول ⁴

وإذا كان صاحب العلامة مقيما في الخارج، فإنه يجب أن ينوب عنه ممثلا جزائريا مقيما في الجزائر لإتمام إجراءات الإيداع، وعملا بأحكام المادة 07 من المرسوم التنفيذي 277/05 يحدد كيفية إيداع العلامة وتسجيلها التي تنص على ما يلي:

¹ المرسوم التنفيذي رقم 68/98، المؤرخ في 24 شوال عام 1418 الموافق 21 فبراير 1998، المتضمن إنشاء المعهد

الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الاساسي، الجريدة الرسمية، عدد 54، الصادر بتاريخ 21 فبراير 1998

² المرسوم التنفيذي رقم 277-05، المؤرخ في 02/08/2005، الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة

الرسمية، عدد 54، الصادر في 07/08/2005

³ وليد كحول، مرجع سابق، ص 35

⁴ الغلام قعنب، آليات انقضاء العلامة التجارية، مذكرة ماجستير، تخصص القانون الخاص فرع الملكية الفكرية، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2014، ص 18.

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

في حالة تمثيل المودع من قبل وكيل يجب أن يرفق طلب تسجيل العلامة بوكالة، تكون الوكالة مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه¹ .

يتم إيداع طلب تسجيل علامة مباشرة لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وهذه في حالة التوجه مباشرة للمصلحة المختصة، في حين يمكنه أن يرسل إليها عن طريق البريد أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام. بعد ذلك تسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله في حالة النيابة عنه نسخة من طلب التسجيل ويكون مؤشر عليه من قبل المصلحة المختصة، ويجب أن يتضمن تاريخ وساعة الإيداع وذلك حتى لا يستطيع أحد أن يدعي أنه أول من قام بإيداع علامة ما على حساب شخص آخر² .

يتضمن طلب التسجيل على ما يلي:

- _ طلب التسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم الودع وعنوانه كاملا.
- _ نموذج العلامة وبيان المنتجات والخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة.
- _ صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة.
- _ وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة..
- _ ختم العلامة.

ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ إستلام المصلحة المختصة للطلب، ويمكن للمودع قبل تسجيل علامته أن يطلب استدراك الأخطاء المادية إن وجدت في الوثائق المودعة، ويمكنه كذلك أن يسحب طلب تسجيل العلامة في أي وقت ولكن بشرط قبل أن يتم تسجيل العلامة، وفي حالة السحب لا تسترد الرسوم المدفوعة .

ثانيا/فحص الطلب :

يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية الموضوع، فمن الناحية الشكلية يقوم المعهد الوطني للملكية الصناعية بفحص ما إذا كان الإيداع مستوفيا للشروط المحددة في

¹ فاضلي ادريس مرجع سابق ص 172

² المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 مؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1426 الموافق 2 غشت سنة 2005

يحدد كفايات إيداع العلامة وتسجيلها ص 11

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

المواد 04 إلى 07 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، وعند عدم استفاء الايداع للشروط ، يطلب من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين وفي حالة عدم قيام المودع بالتسوية خلال المدة القانونية المحددة، فإنه يتم رفض طلبه في أجل شهرين ، وهذا ما تنص عليه المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-277.¹

وإذا كان الفحص الشكلي إيجابيا ، فإن المصلحة المختصة تنتقل لفحص المضمون، وذلك بالبحث فيما إذا كانت العلامة المودعة مطابقة للقانون أم ال، أي التأكد من كونها مستثناة من التسجيل لسبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الامر 03/06 ، وعند التأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض، فإن المصلحة المختصة تقوم بتسجيل العلامة، أما إذا كان الفحص سلبيا، فإن المصلحة المختصة تبلغ المودع بذلك من أجل تقديم ملاحظاته في أجل لا يتعدى شهرين من تاريخ التبليغ² .

ويمكن تمديد هذا الاجل عند الضرورة لنفس المدة، أما إذا تبين الفحص من حيث المضمون أنه مطابق فقط لجزء من السلع أو الخدمات، فإن تسجيل العلامة يكون فقط لهذا الجزء من السلع والخدمات .

أما بالنسبة للعلامات الدولية، والتي تمتد حمايتها للجزائر في إطار الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر، فهي تخضع كذلك للفحص التلقائي، من أجل التحقق من أنها غير مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المبينة في المادة 07 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات وفي حالة إذا كان الفحص سلبيا فإن المصلحة المختصة تمنح مهلة شهرين لصاحب التسجيل الدولي لتقديم ملاحظاته، وهذا طبقا لنص المادة 13 من المرسوم التنفيذي 05-277³

ثالثا/التسجيل والنشر: يؤدي التسجيل إلى قيد العلامة في سجل خاص لدى المصلحة المختصة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي تذكر فيه كل العلامة تجارية

¹ بن فاتح أمين، الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون

جنائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص 54

² وليد كحول، مرجع سابق، ص 37

³ حواش حفيظة ، قويدر عيسى فتحية ، المرجع السابق، ص 15

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

كانت أو صناعية، وذلك بعد الفحص والتأكد أنها مطابقة شكلا ومضمونا للشروط الواجب توافرها قانونا¹ .

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والمتعلق بقيد العلامة في فهرس خاص يمسكه المعهد والذي يذكر فيه كافة العلامة وباقي حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى التي تم تسجيلها حسب الأصول .

لقد جاء في نص المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 يحدد كيفيات إيداع العلامة وتسجيلها حيث جاء في مضمونها ما يلي:

تمسك المصلحة المختصة سجلا خاصا تقيد فيه العلامة التي تبين بعد الفحص أنها مطابقة شكلا ومضمونا، كما تقيد فيه كل العقود التي نص عليها الأمر 06/03. أو النصوص المتخذة لتطبيقه.

بعد تسديد الرسوم المستحق من قبل المودع، والتي تمكنه من الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل، وكذا نسخة لما قيد في السجل أو شهادة تثبت عدم وجودها، وتقوم المصلحة المختصة بدورها بتسليم لصاحب التسجيل أو لوكيله الذي ينوب عنه شهادة تسجيل لكل علامة قد قامت بتسجيلها² .

بتسجيل العلامة لدى الجهة المختصة يتم اكتساب الحق في العلامة، وبترتب عن الحق في العلامة المسجلة حماية قانونية، حددها القانون بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، ويمكن تجديد الإيداع لفت رت متتالية كلما انتهت المدة المحددة قانونا، ويسري هذا التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل.

كل هذا دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقات الدولية المعمول بها في الجزائر³ .

ويقصد بحق الأولوية أن لكل من قام بإيداع طلب بتسجيل علامة تجارية في دول من دول الاتحاد على النحو الصحيح، يخول له هذا الحق القيام بمثل ذلك الإيداع في سائر بلاد الاتحاد وبعد هذا الحق امتيازاً جوهرياً لتنسيق الحق في العلامة التجارية.

¹ المادة 05 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة ص 23

² المواد 15 و 16 من المرسوم التنفيذي رقم 277-05 يحدد كيفيات إيداع العلامة وتسجيلها ص 13

³ المادة 05 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة ص 23

الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية

وفقا لنص المادة 04 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، يكون لكل من تقدم بطلب بتسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد، حق الأفضلية والأسبقية في باقي دول الاتحاد بالنسبة لتسجيل علامته خلال ستة أشهر من تاريخ تقديمه طلب التسجيل الأول، وبناء على ذلك لا يحتج على من له حق الأسبقية بأي استعمال أو تسجيل لذات العلامة خلال هذه المدة في أي دولة من دول الاتحاد، ولقد اتجه القضاء الجزائري من خلال هذا القرار، إلى أن العبرة عند عرض منتج في معرض دولي يعطي لصاحب المنتج مهلة 03 أشهر للتسجيل بعد نهاية المعرض هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن لمن يريد طلب حماية علامة مسجلة في الخارج تبعا لمبدأ الأولوية الذي قرره اتفاقية باريس له مدة سنة والا سقط حقه.

لذلك قضت بقبول الطعن شكلا وإبطال القرار المطعون فيه الصادر عن مجلس قضاء الجزائر بتاريخ 2009/03/22 و بدون احالة¹ إذا كانت العلامة التجارية تتوافر على جميع الشروط الموضوعية، وكان الإيداع صحيحا وتم تسجيلها بعد فحص الملف من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإنه توضع على كل نسخة من طلب التسجيل رقم التسجيل وطابع المصلحة وتأشير المدير أو ممثله، وتوجه إلى المودع أو وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة التسجيل.

تقوم الجهة المختصة بشهر العلامة عن طريق النشر في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية الخاصة بالعلامة ويكون النشر دوريا، فتتشر في النشرة الرسمية تسجيلات وتجديدات العلامة وذلك على نفقة صاحب العلامة، ويعد نشر العلامة بمثابة تقرير لحق موجود سابقا عن طريق الإيداع أي كاشفا للحق وليس منشأ له².

بالإضافة إلى إبطالها والغائها إذا ما سجلت العلامة بدون وجه حق، فيجوز لأي ذي مصلحة أن يطلب من المحكمة المختصة شطبها، فالبطلان مطلق يجوز المطالبة به في أي وقت³.

¹ قرار المحكمة العليا في 03-06-2010 الغرفة التجارية والبحرية (مجلة المحكمة العليا) العدد الثاني 2010 ص 198-200

² سمير جميل حسن الفتلاوي، المرجع السابق، ص 88

³ المواد 27-28 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 يحدد كفايات إيداع العلامة و تسجيلها ص 14

الفصل الثاني :

آليات الحماية المدنية

للعلامات التجارية

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

إن إتمام عملية التسجيل للعلامة بالشكل المنصوص عليه في القانون، ينتج عنه اعتراف قانوني بهذه العلامة؛ ويتجسد هذا الاعتراف في الاستفادة من الحماية القانونية التي يربتها القانون لتلك العلامة المسجلة وتتجلى هذه الحماية في أصحاب العلامة حيث قرر له القانون دعوى قضائية، من خلالها يطلب حماية القضاء لحقه في العلامة ويمكن أن يقاضي كل من يعتدي على هذا الحق و من خلال استعراض نصوص القانون المنظم للعلامات في الجزائر نجد بأنه تشمل حماية العلامات نوعين من الحماية وهذا ما سوف ندرسه في المباحث التالية، وعليه سوف نتطرق للآليات المدنية الموضوعية لحماية العلامة التجارية في المبحث الأول ثم الآليات المدنية الاجرائية لحماية العلامة التجارية (المبحث الثاني)

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

المبحث الأول: الآليات المدنية الموضوعية لحماية العلامة التجارية

أن الهدف من الحماية المدني هو حماية حقوق صاحب العلامة من كل إعتداء قد يؤدي إلى حدوث اضرار سواء كانت مادية عن طريق فقدان صاحب العلامة لربح في السوق ، و اضرار معنوية تمس بسمعة منتجاته ، وتستند الحماية المدنية الى القواعد العامة في القانون المدني وتحديدًا أحكام المسؤولية المدنية ، بنوعيتها العقدية والتقصيرية، حيث تمنح لصاحب العلامة المعتدى عليها الحق في المطالبة المدنية بالتعويض عن الاضرار التي لحقت، فالمبدأ المعمول به قانونا هو من يضر بغيره للمساءلة و الازمة بالتعويض¹ ، وهذا ما سوف نتطرق اليه من خلال المطلبين التاليين:

المطلب الأول :المسؤولية العقدية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة

التجارية

ان الحقوق المقررة لصاحب العلامة التجارية مثل الحق في استغلالها أو بالترخيص للغير باستغلالها في إطار تعاقدى ووفقا لما ينص عليه القانون، والعقد المبرم بين صاحب العلامة وهو ما يعرف بالمرخص، والطرف الثاني وهو ما يعرف بالمرخص له تحت مسمى عقد الترخيص كنموذج من العقود التي يكون موضوعها العلامة التجارية، وسوف نحاول من خلاله تسليط الضوء على الجانب المتعلق بتنظيم عملية التنازل على العلامة التجارية في اطار عقد الترخيص باستعمال علامة تجارية، وكيف تتجسد حماية العلامة من خلاله.

الفرع الأول :تعريف عقد الترخيص باستعمال علامة تجارية

يتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن بعض التصرفات القانونية التي قد يشته بها، وهذه التصرفات قد تأخذ شكل العقود التجارية الدولية ، او تكون مجرد تصرفات واردة على العلامة التجارية ،إن عقد الترخيص باعتباره آلية تعاقدية لحماية العلامة التجارية و كغيره من العقود يخضع للقواعد العامة للعقود من حيث وجوب تلاقي ارادتين أو أكثر واتجاهها الى ترتيب آثار قانونية سواء كانت هذه الآثار هي إنشاء الالتزام أو نقله أو تعديله

¹ المادة 124 من القانون المدني الجزائري "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرارا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

أو إنهائه، وفي حالة عدم قيام المتعاقد المدين بتنفيذ التزامه فهذا يعتبر خطأ عقدياً يترتب مسؤولية المدين، كل ذلك مع مراعاة خصوصية هذا العقد وموضوعه.

إن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عقد حديث النشأة وعلى هذا الأساس قدمت حوله عدة تعاريف، فهو يعد من أهم العقود التجارية في الوقت الحاضر وأكثرها استعمالاً لأنه يتيح لمالك العلامة التجارية فرصة استغلال علامته مقابل ثمن نقدي مع الاحتفاظ بحقه في الملكية في احتكار الاستغلال.

ومن هنا ثار جدل كبير بخصوص عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية من حيث تكييفه القانوني، هناك من أسنده إلى أنه عقد يرد على حق الانتفاع وهناك من أسنده إلى أنه عقد إيجار¹.

أولاً: تعريف عقد الترخيص قانوناً

يعرف عقد الترخيص بأنه عقد بمقتضاه يمنح أحد طرفيه، والذي يطلق عليه بمانح الترخيص، والطرف الآخر الذي يطلق عليه بالمرخص له، من حق استخدام حق من حقوق الملكية الصناعية (العلامة التجارية) لإنتاج سلعة أو لتوزيع منتجاته تحت العملة التجارية التي ينتجها أو يستخدمها مانح الترخيص، في مدة معينة في نظير مقابل معين² كما تعرفه المنظمة العالمية للملكية الفكرية بأنه: إذن أو رخصة تقدم من طرف صاحب هذا الحق لشخص لاستعمال أو إنجاز بعض الأعمال التي يتضمنها هذا الحق³.

وبهذا الترخيص تنشأ علاقة تعاقدية بين الطرفين على هذا يحق غالباً ما يلجأ مالك العلامة إلى منح الغير ترخيصاً باستغلالها، للمرخص له القيام بالاستغلال حسبما تقضي الشروط الواردة بعقد الترخيص، فهذا الأخير لا يعطي المرخص له سوى القيام بالاستغلال فقط أما الحق في ملكيتها فيظل دائماً مالك العلامة محتفظاً به، وعليه يمكنه التصرف فيها بعد إجراء الترخيص باستغلالها، كما يحق له منح شخصاً آخر الحق في استغلال هذا ما لم يسلب

¹ سماوي سعود ريم براءات الاختراع في الصناعات الدوائية الطبعة الثانية دار الثقافة للنشر و التوزيع الأردن 2011 ص

109

² هدى جعفر ياسين الموسوي الترخيص الاجباري باستغلال براءة الاختراع الطبعة الأولى دار الصفاء للطباعة و النشر و

التوزيع عمان 2012، ص 24

³ حمادي زويير مرجع سابق ص 102

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

المرخص له الأول ذلك الحق منه .وهكذا يتضح أن عقد الترخيص مثله مثل العقود الأخرى له أنواع والتي يمكن تعدادها على النحو التالي¹ :

1-عقد الترخيص الاستثنائي :والذي بموجبه لا يستطيع المرخص إستغلال العلامة أو منح ترخيص جديد، والا يعتبر ذلك اعتداء.

2-الترخيص غير الاستثنائي :الذي بموجبه يستطيع صاحب العلامة أن يمنح ترخيص آخر ويمكنه استغلال العلامة بنفسه أو بواسطة شخص آخر، بينما لا يجوز للمرخص له منح ترخيصات أخرى إلا بموافقة المرخص.

3-عقد الترخيص الوحيد : هنا يتفق المرخص والمرخص له أن يكون الترخيص وحيد فيستغل كلاهما العلامة دون أن يكون لأي منهما منح ترخيص أخرى.

ثانيا/ حماية العلامة التجارية عبر المراحل التي يمر بها العقد

يمر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كغيره من العقود بالمراحل التالية وتتجسد في كل مرحلة مستوى معين من الحماية المدنية:

1/حماية العلامة في مرحلة المفاوضات في عقد الترخيص :

يلعب التفاوض دورا رئيسيا في إبرام العقود بصفة عامة، بالخصوص العقود التي أسفرت عنها الأساليب الحديثة في التعامل مثل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وتبرز أهمية هذه المرحلة من خلال تعرف المتعاقدين على بعضهم البعض وتتيح لهما أيضا دراسة الجوانب الفنية والمالية والقانونية.

إن المفاوضات هي عبارة عن حدوث اتصال مباشر أو غير مباشر بين شخصين أو أكثر بمقتضى إتفاق بينهما ويتم خلالها تبادل العروض والمقترحات وبذل المساعي المشتركة بهدف التوصل إلى اتفاق أو بشأن عقد معين تمهيدا لإبرامه في المستقبل².

تبدأ المفاوضات عادة بدعوة أحد الطرفين للآخر للتفاوض بشأن إبرام عقد بينهما فيوافق الطرف الآخر على التفاوض، وفي عقد الترخيص تتم المفاوضات بين المرخص والمرخص له، ويجب أن تكون إرادة كل منهما صحيحة منذ بدأ المفاوضات، ويتم تحديد التزامات

¹ حمادي زويبر مرجع سابق ص 103-104

² علي احمد صالح المفاوضات في العقود التجارية والدولية دار هومة للنشر الجزائر-د.س.ن- ص 51

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

الطرفين وجزاء المخالفات لبنود العقد، وعلى أية حال فإن وجود الإرادة عند التفاوض لا يكفي لإجراء هذه المفاوضات التي يجب أن تكون إرادة كل طرف من أطرافها صحيحة منذ بدء المفاوضات بين الطرفين، وعليه فإن ما شاب الإرادة أي عارض من عوارضها فإن هذه المفاوضات لا يمكن أن تستمر¹.

إن المفاوضات تنصب أساساً على ما هو موجود في العقد، وكيفية التعامل محله والأدوات التي ستكون لها دور مهم في تنفيذ العقد، لذلك فإن مرحلة التفاوض تعتبر مهمة، لأن فيها تعطى المعلومات الفنية والسرية التي يجب الحرص عليها وعدم تسريبها للغير.

لذلك توجد ما تسمى بضمانات التفاوض وهي تعهد كتابي الذي يعده المرخص ويعتبر ملزم لجانب واحد وهو المرخص له، حيث يلتزم هذا الأخير بالمحافظة على سرية المعلومات التي تخص العقد، وكذلك دفع مبلغ من المال من طرف المرخص له مقابل اطلاعه على بعض الأسرار، أو اتفاقات مبدئية حيث يطمئن من خلال هذه الاتفاقات كل مفاوض إلى حسن نية الطرف الآخر².

عند نجاح المفاوضات فإنه يتم الانتقال إلى تحرير عقد الترخيص، الذي يتضمن أطرافه ومدة سريانه وقيود استغلاله التزامات الطرفين وجزاءات مخالفات الالتزامات وكيفية انقضائها، فهذه المرحلة تكون مرحلة نهائية حيث يتم إبرام العقد وفق البنود والشروط التي تم التفاوض عليها.

تتعدد المسؤولية العقدية للمتفاوض كلما أثبت وجود عقد بين الاطراف نتيجة تطابق الإيجاب مع القبول فإذا كان هناك اتفاق ينظم عملية التفاوض انعقدت مسؤولية المتفاوض العقدية، أما إذا لم يكن هناك اتفاق على التفاوض، بل مفاوضات حررت خلالها أوراق أو عقدت أثناء سيرها اتفاقات، ففي حال نشوء نزاع حولها، فإن القاضي يلتزم بالرجوع إليها، مادام أن أطراف التفاوض لم تتفق على استبعادها، فأثناء مرحلة التفاوض قد يتم التوصل إلى اتفاق إلا أن بعض عناصره لم تتضح بعد، ووجدت اتفاقات في المرحلة قبل التعاقد، ولم يرد في الاتفاق شرط بأن عدم الاتفاق على هذه المسائل الثانوية يؤدي إلى عدم انعقاد العقد، فيوسع

¹ علي احمد صالح مرجع نفسه ص 51

² علاء عزيز الجبوري عقد الترخيص الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان 2011 ص 91-92

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

القاضي إذا ما تأكد من اتفاق الاطراف على النقاط الجوهرية، أن يستشف من هذه الاتفاقيات عقودا يستطيع من خلالها الوقوف على ارادة المتعاقدين¹ .

2/ حماية العلامة التجارية في مرحلة ابرام عقد الترخيص :

إن مرحلة الابرام النهائي تتمثل في اقتران القبول بالإيجاب البات، الذي يشترط فيه من جهة أن يكون قائما ومن جهة أخرى أن يطابق القبول الإيجاب مطابقة تامة، كما تتمثل هذه المرحلة أيضا ببيان مضمون ذلك الاقتران الإتفاق، حيث يتحدد من جراء ذلك إعداد العقد².

عقد الترخيص هو عقد شكلي لا يرتب آثاره بمجرد توافق الارادتين، حيث يستلزم انعقاده توافر شكل معين أو إتخاذ اجراء محدد، وبسبب أهمية هذا العقد ولدقة الشروط الواردة فيه مثل :المدة ونوع الترخيص والمقابل المالي والإقليم الذي يمكن إستعمال العلامة في مجاله، كل ذلك جعل من الضروري أن تتم كتابة هذا العقد، وذلك لتثبيت كل تلك المعلومات والكيفية التي سيتم بناءا عليها تنفيذ العقد³ ، لذلك نجد المشرع الجزائري قد نص في المادة

15 من الأمر 06/03

المتعلق بالعلامة على مايلي:

تشتط، تحت طائلة البطلان، الكتابة وامضاء الاطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة في مفهوم المادة 14 أعلاه، وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود . لذلك يجب القيام بتسجيل هذا الترخيص لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، ويتعين على مالك العلامة منع تعرض الغير للمرخص له عند قيامه بالاستغلال، لكونه يملك حق الدفاع عن العلامة عند تعدي الغير عليها⁴ .

3 -حماية العلامة في مرحلة تنفيذ العقد:

يعتبر عقد الترخيص من العقود التبادلية فالعقد ينشأ التزامات في ذمة المرخص

¹ سماوي ريم سعود مرجع سابق ص 161-162

² علاء عزيز الجبوري مرجع سابق ص 104

³ احمد طارق بكر البشتاوي عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع مذكرة قانون خاص.جامعة النجاح الوطنية فلسطين

2011 ص 40

⁴ سماوي ريم سعود مرجع سابق ص 112

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

والمرخص له بمجرد إنعقاد العقد، ويعتبر كذلك من عقود المعاوضة طالما كل طرف يحصل على مقابل لما يعطي¹ .

إن إبرام عقد الترخيص ينتج بدوره كأى عقد من العقود حقوقا للالتزامات متبادلة بين المتعقدين وهما المرخص والمرخص له، فالالتزامات المرخص له هي الالتزام بأداء مقابل الإستغلال، وباستغلال العلامة بالشروط المتفق عليها، و الالتزام بالسرية² ، باعتباره من عقود الإعتبار الشخصي التي تقوم على السمعة والكفاءة الفنية والتجارية والإئتمان المالي وثقة المرخص بالمرخص له³ .

يقع على عاتق صاحب العلامة المرخص الالتزام بتسليم العلامة التجارية للمرخص له ويضمن له الحرية في عدم التعرض له في استغلالها طوال فترة الرخصة المتعلقة بالاستغلال، كما يضمن له حمايتها من أشكال التعدي عليها، وبضمان العيوب الخفية للعلامة، في المقابل يصبح المرخص له صاحب حق شخصي يمكنه من استغلال العلامة في نطاق شروط العقد، ولا يملك العلامة ويمتتع منح تراخيص للغير، كما يقع عليه الالتزام باحترام بنود وشروط العقد،

كما يقع على عاتقه استغلال العلامة بحسن نية وفي نطاق الإقليم المسموح باستعمال العلامة، كما يلتزم بالحفاظ على سمعة العلامة والمحافظة أيضا على قيمتها⁴ .

الفرع الثاني :جزاء الإخلال بالالتزامات في عقد الترخيص

تنشأ المسؤولية العقدية عن إخلال الشخص بالتزام مرتبط بعقد من العقود مما يحدث ضرر للآخر، و قيام المسؤولية العقدية يرتبط بقيام عقد صحيح ومنتج لآثاره القانونية ومن ثم يقوم التزام قانوني على اطرافه وهو التزام بتنفيذ العقد بحسن نية ،قد تثور منازعات بين طرفي عقد الترخيص في بداية تنفيذه أو أثناءها، وغالبا ما تنتج هذه المنازعات نتيجة لإخلال أحد الطرفين بالالتزامات والشروط التعاقدية سواءا كانت واردة في بنود العقد أو الملاحق المعتمدة لهذا العقد، وأيا كان فلا بد من تسوية هذه المنازعات عند نشوئها

¹ علاء عزيز الجبوري عقد الترخيص الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان 2011 ص 55-57-59

² هدى جعفر ياسين الموسوي مرجع سابق ص 105

³ احمد طارق بكر البشتاوي مرجع سابق ص 42

⁴ ميلود سلامي النظام القانوني للعلامات التجارية مرجع سابق ص 140-141

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

أولا :صور الخطأ العقدي الماسة بالعلامة التجارية

حسب نص المادة 107 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على:¹

- يجب تنفيذ العقد طبقا لما إشتمل عليه وبحسن نية.
 - ولا يقتصر العقد على الزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل أيضا ماهو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الإلتزام.
- فطرفا العقد ملزمان بتنفيذ العقد المتفق عليه والا قامت المسؤولية العقدية، فيفترض لقيام المسؤولية العقدية عموما أن هناك عقدا صحيحا واجب التنفيذ ولكن أحد طرفي العقد أو كلاهما لم يقم بتنفيذ التزاماته مع تحقق شروط الضرر وعلاقة سببية.²
- في حالة عدم قيام المرخص له بالالتزامات الملقاة على عاتقه يمكن لصاحب العلامة التمسك بحقوقه المكتسبة اتجاه المرخص له الذي يخل بالتزاماته التي يحددها عقد الترخيص، وهو ما جاءت به نص المادة 18 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامة بنصها على مايلي:

-يمكن صاحب العلامة التمسك بالحقوق المكتسبة تجاه حامل الرخصة الذي يخل بأحد الشروط المذكورة في المادة 17 من نفس الأمر.

وتنص كذلك المادة 17 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامة على ما يلي :

-يجب، تحت طائلة البطلان، أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 من نفس الأمر المبرم وفقا للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة والإقليم الذي يمكن إستعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة.

لذلك من استقرائنا للنصين المذكورين أعلاه يمكن أن نستنتج أنه من صور الخطأ العقدي في عقد الترخيص والتي تضر بالعلامة التجارية إستعمال سلع وخدمات للعلامة غير التي منحت لها الرخصة من أجل إستعمالها، وكذلك يمكن أن يتم إستعمال المرخص له العلامة المرخصة خارج الإقليم المتفق عليه في عقد الترخيص، كذلك من صور الخطأ العقدي

¹ المادة 107 من الامر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم ص 19

² علاء عزيز حميد الجبوري مرجع سابق ص 160

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

الماس بالعلامة هو عدم المحافظة على سمعة العلامة والمحافظة على قيمتها وذلك باستعمالها في أعمال مخالفة للقانون وغير مشروعة كل هذه الصور من شأنها أن تمس بالعلامة وينشأ عنها الخطأ العقدي.

ثانيا / أثر تقرير المسؤولية في عقد الترخيص

إن أطراف العقد غالبا ما يقومون بتحديد جميع الأمور التفصيلية التي تتعلق بالعقد من وقت إبرامه إلى انقضاءه وفي حالة غياب ذلك يتم اللجوء إلى إعمال نصوص القانون الواجب التطبيق على العقد، من حيث الاجراءات التي تترتب على الإخلال بالتزامات التعاقدية¹ .
إن تقرير مسؤولية أحد الطرفين، وثبت إخلاله بالتزامات الملقاة على عاتقه، يعني بالمقابل قيام حق الطرف الآخر بالمطالبة بفسخ العقد أو التعويض أو بكليهما معا على حسب الأحوال.

أو قيام المسؤولية العقدية عند إستحالة التنفيذ العيني فيكون المدين مسؤولا عن الاضرار التي يسببها الدائن نتيجة عدم الوفاء بالتزامات الناشئة عن العقد² .
مثلا إستغلال العلامة في هذه المدة مما يستحيل معها إعادة هذا الإنتفاع للمرخص وهو عدم القدرة على إعادة المتعاقدان إلى الحالة التي كان عليها، فإذا إستحال ذلك جاز الحكم بالتعويض³ .

2/ الحق في التعويض : فيما يخص التعويض فهو لجبر الضرر الذي أصاب أحد الطرفين، وبأخذ عموما صورتين، إما تعويضا عينيا أو يكون نقديا.

التعويض العيني ويعني قيام الطرف المخل بإصلاح واتمام النقص الذي ظهر خلال مراحل التنفيذ أو عند بدايته، ويستمد هذا النوع من التعويض أساسه من القواعد العامة للقانون المدني، التي تقرر صراحة بإمكانية قيام المدين بإعادة الحال إلى وضعه الطبيعي أو أداء عمل أو شيء متصل بالمشروع المنقول أو حتى القيام بعمل آخر لحساب الدائن.

¹ علاء عزيز حميد الجبوري مرجع سابق ص 145-146

² محمد الكيلاني عقود التجارة الدولية الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع الإسكندرية 1995 ص191

³ "إذا فسخ العقد أعيد المتعاقدان الى الحالة التي كانا عليها قبل العقد فتذا استحال ذلك جاز للمحكمة ان تحكم بالتعويض"
انظر المادة 122 من الامر 58-75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانوني المدني المعدل والمتمم ص 21

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

أما التعويض النقدي أو التعويض بمقابل متى كان التعويض العيني مستحيلا جاز المطالبة بالتعويض النقدي، ولما كان أساس المسؤولية هنا عقدية، فإن القواعد العامة تقتضي بأن يقدر التعويض على أساس ما لحق بالدائن من خسارة وما فاتته من كسب، وتستبعد هنا الاضرار التي لا يمكن توقعها إلا في حالتها الخطأ الجسيم والغش¹.

نستنتج مما سبق أن العلامة التجارية هي حق من حقوق صاحبها وهو المرخص في عقد الترخيص التي يحميه القانون من كل تعدي عليها، إذ يمكن للمرخص له أن يخل بالتزاماته التعاقدية والشروط المتفق عليها، فيسبب ضرر للمرخص كاستغلال العلامة في أمور تخالف النظام العام، هذا ما يؤدي إلى الإعتداء على العلامة في حد ذاتها وكذلك في حق صاحبها لتقوم المسؤولية العقدية.

ومن خلال ما سبق و في حدود بحثنا وفي ظل عدم وجود تقنين ينظم عقد الترخيص - - باستعمال العلامة التجارية في الجزائر بشكل مفصل يمكن الوصول الى النتيجة التالية تخضع الحماية في عقد الترخيص في القانون الجزائري الى القواعد العامة للعقود في انتظار صدور قانون خاص بالترخيص مع مراعاة ان الجزائر منظمة للاتفاقيات الدولية المتعلقة بالملكية الصناعية trips; وعضو في منظمة الويبو² ومن ثم تعتبر هذه الاتفاقيات جزء لا يتجزأ من تفسير وتنفيذ هذا النوع من العقود.

المطلب الثاني: المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية

تنشأ المسؤولية التقصيرية عن الإخلال بواجب قانوني عام، يتمثل في الاضرار بالآخرين، وهي على هذا النحو صورة من صور المسؤولية القانونية على إعتبار أن لها أثر قانوني، هو الالتزام بالتعويض على الضرر الذي حدث للغير، وفي الغالب يكون ذلك بتعويض مالي ، وتقوم المسؤولية التقصيرية بحسب القواعد العامة على ثلاث اركان الخطأ والضرر والعلاقة السببية، وترتبط احكام المسؤولية بمفهوم المنافسة غير المشروعة و سوف نحاول

¹ علاء عزيز حميد الجبوري مرجع سابق ص 146-147

² www.wipo.int/members/fr

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

معرفة صور التعدي على العلامة التجارية التي ترتب احكام المسؤولية التقصيرية من خلال الفرعين التاليين:

الفرع الأول :الاساس القانوني للمسؤولية التقصيرية المترتبة عن المساس بالحق في العلامة

إن الجزائر من البلدان التي عرفت تغيرا جذريا في نظامها الاقتصادي، إذ بعدما كان نظاما موجها، أصبحت تعتمد على نظام اقتصاد السوق منذ دستور سنة 1989 ، يؤسس لحرية التجارة والصناعة¹، ومن ثم حرية المنافسة بقصد تحقيق الربح وذلك بواسطة إجتذاب أكبر عدد من العملاء، وقيام التاجر أو الصانع بإستعمال طرق ووسائل لكي يشجع بها العملاء على التردد على محله، فالحق في المنافسة المشروعة متاح لكل تاجر، ويتمثل هذا الحق في مجموعة من السلطات والصلاحيات التي تمكنه من إستخدام كافة الوسائل العادلة التي لا تتعارض مع الأعراف والعادات التجارية، ومن باب أولى أن لا تتعارض مع الضوابط التي يحددها القانون من أجل تحقيق أفضل النتائج، وإذا خرج التاجر عن هذه الصلاحيات والسلطات وضوابطها القانونية عندئذ توصف أفعاله بأنها غير مشروعة بحيث يترتب عليه مسؤوليته² .

وعلى ذلك إذا كان تاجر ما يتمتع بالحرية في استخدام ما يشاء من الوسائل لجذب العملاء لديه وفقا لمبدأ حرية المنافسة، إلا أن ذلك ليس مطلق بل ترد عليه بعض القيود والتي يترتب على مخالفتها إمكانية قيام المضرور برفع دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض ووقف التصرفات غير المشروعة أو ازلتها³ .

¹ حرية الاستثمار والتجارة معترف بها و تمارس في اطار القانون....

يمنع القانون.... والمنافسة غير النزيهة" المادة 43 من قانون رقم 16-01 مؤرخ في 26 مارس سنة 2016 يتضمن

التعديل الدستوري الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 14 ص 11

² محمود احمد عبد الحميد "العلامة التجارية و طرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين " مذكرة ماجستير قانون خاص جامعة النجاح

الوطنية فلسطين 2006 ص 39

³ حماد مصطفى عزب "المنافسة غير المشروعة في مجال الاعلامات التجارية " دار النهضة العربية للنشر مصر

2004 ص 126

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

حين ننظر لمعظم التشريعات نجدها لم تنص صراحة على تعريف المنافسة غير المشروعة، كون إعطاء تعريف محدد للمنافسة غير المشروعة سوف يجعل هذا المصطلح أكثر جموداً بحيث لا ينسجم تعريفه في مجتمع يسوده التطور العلمي والفني في مجال إبتكار الحيل وأساليب الغش، كما أن تشريع القانون في فترة معينة قد لا يتناسب تطبيقه بعد مرور عشرات السنين، فقد يتخللها حصول التطور والتغيير واتباع وسائل غير مشروعة قد لا تكون معروفة لدى المشرع عند سن القانون¹

الفرع الثاني :شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق

في العلامة و الجزاء المترتب عنها

تعتبر المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة مظهر من مظاهر المسؤولية المدنية، فالأعمال التجارية تفرض على الافراد الاحترام الضوابط التي تقوم عليها هذه الأعمال كاحترام حقوق الغير على العلامة التجارية وعدم التعدي عليها، وأي إخلال بهذا النظام يتحمل صاحبه تبعات و الجزاءات المترتبة على هذا الإخلال.

أولاً :شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الإعتداء على العلامة التجارية العناصر التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية، إذا فرغ دعوى المنافسة غير المشروعة معناه رفع دعوى المسؤولية التقصيرية، وعليه يحق لكل تاجر أصيب بضرر ناجم عن فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى أمام القضاء يطالب فيها بالتعويض عما أصابه من ضرر جراء تلك الأعمال.

في هذا الصدد نصت المادة 124 من القانون المدني الجزائري على أنه:

كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض.

فكلما توفرت شروط المسؤولية وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة.

¹-زينة غانم عبد الجبار الصفار "المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية " الطبعة الأولى دار الحامد للنشر والتوزيع

عمان 2002 ص 23

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

1/الخطأ :إن أساس المسؤولية عن العمل الشخصي هو الخطأ، فلا بد لكي يسأل الشخص عن تعويض الضرر الذي سببه بفعله الشخصي أن يكون قد إرتكب خطأ، فالخطأ في المسؤولية التقصيرية يقوم على ركنين هما الانحراف والتمييز، إذ يلزم المشرع الناس ببذل عناية في كل تصرفاتهم، وتتمثل هذه العناية في وجوب يقظة الشخص في سلوكه حتى لا يضر بغيره، ويستوي أن يكون الخطأ عمدياً أو غير عمدي¹ .

إن لقيام المنافسة غير مشروعة يشترط فيها قيام المدعى عليه بممارسات مخلة بالمنافسة منافية للقوانين والعادات و الأعراف التجارية وقواعد النزاهة والشرف، مما يشكل خطأ من قبيل المنافسة غير المشروعة، ويعد الخطأ من أدق عناصر دعوى المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، لأن الأصل في الميدان التنافسي حرية المنافسة بوصفها حقاً لكل عون اقتصادي، و نظراً لعدم تحديد فكرة الخطأ في القوانين المقارنة عند تنظيمها للمسؤولية عن الفعل غير المشروع، وقد تعددت الآراء في تحديد معنى الخطأ، والمعيار الذي استقر عليه الفقه والقضاء في تحديد معنى الخطأ هو القيام بأفعال لا تتفق وقواعد الأمانة والشرف و النزاهة في التجارة² .

إن للخطأ صور كثيرة يمارسها بعض التجار، ويبتكر البعض الآخر صور أخرى تستهدف جميعها مخافة القواعد القانونية والعادات التجارية، وبالتالي نشوء المنافسة غير المشروعة³ .

من خلال استخدام التاجر لطرق منافية للقوانين أو العادات أو مبادئ الشرف والأمانة في المعاملات، والتي يمكن أن تكون باتخاذ أساليب أو طرق لا تتفق مع الاعراف التجارية وقواعد الأمانة، وبعبارة أخرى، إن المنافسة بحد ذاتها لا تكفي أن تكون سبباً ليرتب عليها المسؤولية، بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة، سواء كان المنافس حسن النية أو سيئ النية، لأنه لا يعقل افتراض النية الحسنة في شخص قام بأفعال يعلم أنها تخالف الاعراف والعادات والقوانين التجارية بين التجار الذين يمارسون نفس النشاط، ولكي نكون أمام منافسة

¹ حمادي زبير مرجع سابق ص 169

² هناء قماري دليلة هداية مرجع سابق ص 55

³ زينة غانم عبد الجبار الصفار مرجع سابق ص 139

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

غير مشروعة لا بد من وجود تاجرين أو أكثر يمارسون حرفة مماثلة أو متشابهة وهذا شرط بالغ الأهمية¹ .

-وحسب نص المادة 27 من قانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على:

تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي: تقليد العلامة المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك"، إلا أن هناك صورة أخرى من المنافسة غير المشروعة وترتبط بالمنافسة الطفيلية، فالمشروع الطفيلي يحاول أن يفيد من مبادرة وجهود و استثمارات مشروع آخر، أو ما توصل إليه من تقنيات مبتكرة أو ما حظي به إسميه وعلاماته التجارية من قبول لدى العملاء، على الرغم من أن كلا المشروعين يمارس نشاطا تجاريا مختلف عن نشاط الآخر، فقد تحظى علامة تجارية معينة بشهرة كبيرة في قطاع اقتصادي ما كقطاع السيارات علامة مازدا مثلا، فيحاول منتج آخر غير من سجلت العلامة باسمه أن يستخدمها في قطاع اقتصادي بعيد عن صناعة السيارات كالمصابيح الكهربائية، فهذا يعد عمل من الأعمال الطفيلية² إن العمل الذي يتحصل في الإفادة من جهد الآخرين وما أجروه من دعاية وإعلان، وما بذلوه من استثمارات دون وجه حق، يعد عملا من أعمال المنافسة الطفيلية، وخطأ يقتضي تعويض ما ينشأ عنه من اضرار، ومفهوم الأعمال الطفيلية من شأنها أن توسع من نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة لتشمل أعمالا لم تكن لتقع تحت طائلتها من قبل، كاستغلال قيم اقتصادية حصلها مشروع آخر بجهد أو باستثماراته دون أن تكون هناك علاقة تنافسية بينه وبين المشروع المتطفل، ويتوسع البعض في نطاق نظرية الأعمال الطفيلية ليجعلوا منها صورة من صور³ الاثراء بلا سبب .

¹ محمود احمد عبد الحميد مبارك مرجع سابق ص 40 41

² محمد سلمان الغريب مرجع سابق ص 99

³ كل من نال أو اثري من عمل الغير أو من شيء له منفعة ولو بحسن نية ودون سبب قانوني فانه يلتزم بتعويض من وقع

الاثراء على حسابه بقدر ما استفاد من العمل أو الشيء وفي حدود ما لحقه من خسارة المادة 141 من الامر 58/75

المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم ص 26

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

2/الضرر :لما كانت دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، فإنه لا يكفي وجود خطأ لقيامها وإنما يجب أن يكون هناك ضرر يقع على رافع الدعوى، فوجود الضرر شرط لازم للمطالبة بالتعويض وفقا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية¹.

إذ لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أدت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للتاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية، والضرر² قد يكون ضررا ماديا يصيب صاحب العلامة في علامته التجارية المتعلقة بالتجارة سواء كانت علامة تجارية أو علامة صنع أو خدمات متعلقة بالخدمات، كما قد يكون الضرر معنويا يصيب صاحب العلامة في سمعته التجارية وسمعة علامته المتعلقة بتجارته³ لا يشترط في الضرر أن يكون جسيما أو طفيفا وإنما يكفي أن يكون الضرر إحتماليا، خصوصا وأن حق الاتصال بالعملاء ليس حقا ثابتا وأكد، وإنما هو حق متحرك ومتقلب ينطوي على مجرد استمرار التعامل معهم دون عنصر الالتزام⁴، لذلك يقع عبء إثبات الضرر على المدعي، سواء أكان ضررا ماديا أو أدبيا، صغيرا أو جسيما، حالا أو مستقبلا، إلا أنه قد يجد القضاء بعض الصعوبات في تحديد مقدار التعويض، إذ أن الضرر الذي ينتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة، متمثلا في التقليد أو الاغتصاب، إنما يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على عنصر الإتصال بالمستهلك، ويمكن رفع الدعوى وإن لم يكن الضرر متحققا، بل يتوقع حدوثه في المستقبل، فتمتد صلاحية القاضي للحد من تمادي أفعال المنافسة غير المشروعة التي تحدث مستقبلا، فتمتد صلاحية القاضي للحد من تمادي أفعال المنافسة غير المشروعة التي تحدث مستقبلا، وفي سبيل إجبار المنافس على الكف عن تلك الأعمال دون تكليف المدعي إثبات الضرر⁵.

¹ حماد مصطفى عزب مرجع سابق ص 164

² يعرف الضرر بأنه المساس بحق من حقوق الإنسان او بمصلحة مشروع له والجدير بالذكر انه اذا لم يترتب الضرر تنتفي المسؤولية المدنية عملا بالقاعدة العامة لا دعوى بلا مصلحة وعلى من يدعي الضرر ان يثبت ان يثبته بكافة

الوسائل حمادي زويير مرجع سابق ص 175

³ ميلود سلامي مرجع سابق ص 183

⁴ حمادي الزويير مرجع سابق ص 176

⁵ زينة غانم عبد الجبار الصفار مرجع سابق ص 140-141

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

3- **العلاقة السببية:** العلاقة السببية هي الركن الثالث من أركان المسؤولية، ويقصد بها أنه إذا توافر ركنا الخطأ والضرر فلا بد أن يكون الضرر قد نشأ عن الخطأ نفسه، فالعلاقة السببية هي علاقة السبب بالنتيجة، وبالتالي يجب أن يكون خطأ المنافس منافسة غير مشروعة سببا في حدوث الضرر بالنسبة للمنافس،¹ تعتبر تحديد فكرة الرابطة السببية بين الخطأ والضرر من الأمور أو المسائل الدقيقة ويرجع إلى سببين أساسيين هما:

_الأول هو أنه كثيرا ما تساهم عدة أسباب في إحداث الضرر وبذلك فمن اللازم معرفة مدى مساهمة كل هذه الأسباب في إحداث الضرر وتسمى هذه الحالة بتعدد الأسباب ووحدة الضرر، أما الثاني فيتمثل في حالة حدوث خطأ واحد يكون سببا في إحداث عدة أضرار متتالية وتسمى هذه الحالة بوحدة السبب وتسلسل الأضرار.²

وعليه يمكن القول بأن رابطة السببية تقتضي في الأساس أن يكون هناك تشابه أو تماثل بين نشاط كل من مرتكب الفعل غير المشروع والشخص المتضرر منه، أي أن يباشر كل من المدعي والمدعى عليه نفس النشاط المنافس، ويقدم للزبائن منتجات أو خدمات ذات نماذج متماثلة أو علامات مشابهة³

على صاحب العلامة المتضرر أن يقيم الدلائل على إرتكاب فعل المنافسة ثم على الضرر الذي لحق به، وعليه أيضا أن يثبت أن هذا الضرر كان نتيجة مباشرة للفعل المرتكب، ويكون ذلك بكافة طرائق الإثبات، وقد يصعب على المدعي إثبات العلاقة السببية، إلا إن الإتجاه القضائي الرامي إلى التخلص من صعوبة إثبات العلاقة السببية، وجعل عبء الإثبات أيسر بالنسبة للتاجر المتضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة، لم يكن يعني التخلص تماما من عبء الإثبات، بل مجرد تخفيفه⁴.

لذلك نجد القضاء في مجال دعوى المنافسة غير المشروعة لا يتشدد في ضرورة إقامة رابطة سببية بين الخطأ والضرر، لأنها تعتبر من الأمور الأكثر تعقيدا ويصعب إثباتها، فكيف

¹ حمادي زويبر مرجع سابق ص 177

² هناء قماري دليلة هداية مرجع سابق ص 56

³ زينة غانم عبد الجبار الصفار مرجع سابق ص 145-146

⁴ زينة غانم عبد الجبار الصفار مرجع نفسه ص 145

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

يمكن إثبات أن فقدان العملاء كان نتيجة فعل المنافسة غير المشروعة، ضف إلى ذلك إن آثار المنافسة غير المشروعة لا تظهر إلا بعد مرور زمن من الوقت¹ .

لكن يمكن أن تنتفي العلاقة السببية متى كان الفعل الصادر من أحد التجار ناتجا عن سبب أجنبي كالقوة القاهرة أو فعل الغير، أو خطأ المضرور، كما تنتفي العلاقة كذلك في حالة انتفاء أي شرط من شروط المنافسة بما فيها شرط المنافسة نفسه² .

ثانيا /جزاء قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة إذا توافرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة يجوز لصاحب العلامة المضرور المطالبة بالتعويض، ويكون التعويض متمثلا بدفع ما قد يستحق للمضرور مقابل الضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو فوات فرصة ربح وهو ما يعرف بالتعويض المادي³ .

أما فيما يتعلق بمقدار التعويض، فيكون أصلا على وفق القواعد العامة في المسؤولية المدني، التقصيرية منها والعقدية، أي يكون التعويض بقدر الضرر، وإذا لم يتيسر للقاضي تقديرا لتعويض فله أن يحكم بمبلغ جزافي لتعويض الضرر، أي لا يراعي في تقديره أن يكون مساويا لقيمة الضرر، بل يكون كافيا لجبر الضرر، ويتوفر للمحكمة في دعوى المنافسة غير المشروعة إمكانية تحديد نطاق التعويض والضرر باستخدام السلطة التقديرية لها، استنادا إلى الأدلة القائمة، أو قد تستعين بأهل الخبرة لتحديد مقدار الضرر⁴ .

¹ عائشة شابي مروة بن سديرة "الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري" مذكرة شهادة الماستر تخصص قانون اعمال جامعة 08

1945 قالمة 2013-2014 ص 54

² معين فندق الشناق الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن 2010 ص 233

³ وعلى هذا الأساس قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية Rêve Dor الذي ينافس صاحبها صاحب علامة Rêve Désiré منافسة غير مشروعة، ومن ثم حكمت بالتعويض للمضرور، وقد يكون بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته، وهذا ما يسمى بالضرر المعنوي حمادي زويبر مرجع سابق ص 108

⁴ زينة غانم عبد الجبار الصفار مرجع سابق ص 148

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

المبحث الثاني :الآليات المدنية الاجرائية لحماية العلامة التجارية

يعد القضاء نموذجاً للآليات الاجرائية، اذ أن كل شخص له مصلحة يحميها القانون يتمتع بحق اللجوء إلى القضاء ورفع الدعوى فالدعوى هي وسيلة حماية الحق وطريق من الطرق التي يسلكها صاحب العلامة التجارية من أجل حماية علامته من الاعتداء، وكذلك لوقف الاعتداء عليها، والمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي سببها له الاعتداء، الذي قد تلحقه من ممارسات بعض التجار الآخرين على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة، وتبرز أهمية هذه الدعوى جلياً في الدول التي تأخذ بنظام الاقتصاد الحر ومبدأ التجارة إذ تصل المنافسة بين التجار إلى أقصى درجاتها بقصد الحصول على أكبر قدر من الربح. كما يمكن لصاحب الحق إذا أراد التعجيل في بعض الأمور التي يراها إذا لم يتم التعجيل فيها قد يؤدي ذلك إلى أضرار أخرى تصيبه أكثر، لذلك أعطى له القانون الحق في اللجوء للقضاء من أجل رفع دعوى استعجالية لحماية حقه بطريقة مستعجلة. وهذا ما نحاول تناوله من خلال هذين المطلبين

المطلب الأول :دعوى المنافسة غير المشروعة

إن العلامة التجارية تعد إحدى وسائل المنافسة الحرة لجذب العملاء والتعريف بالمنتجات فإن أية إساءة إليها بوسائل غير مشروعة تجعل من حق صاحب المصلحة أن يرفع دعوى المنافسة، في الأصل تعتبر حرية المنافسة أمراً مشروعاً ومرغوباً فيه، إذ يرجع الفضل لها في ازدهار المشاريع الاقتصادية للبلدان، فهي بمثابة قدرة خلاقة تدفع الشخص إلى الابتكار وتحفزه على الإلتقان والإبداع، إذا تمت بطرق مشروعة، أما إذا تمت بوسائل غير مشروعة فينجم عنها ضرر يستوجب التعويض.

الفرع الاول :أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

إن الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية فقط، بل يمتد ليشمل كل شخص أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية تهدف إلى تعويض أي ضرر ناشئ عن الفعل الضار، وعليه تقبل الدعوى من كل من أصابه ضرر سواء مالك العلامة أو شخص آخر¹.

¹ زينة غانم عبد الجبار الصفار مرجع سابق ص 129

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

يمكن مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة ضد شخص لا يمارس تجارة مشابهة، في حالة تمتع المدعي بشهرة واسعة تجذب المستهلك، إما لاسمه التجاري أو لعلامته التجارية المميزة، فيؤدي استخدام المدعى عليه ذات الاسم أو العلامة وان كانت التجارة مختلفة، إلى اعتقاد الجمهور بعائديه هذه التجارة للمدعي صاحب الاسم أو العلامة، ويطلق على هذا النوع من المنافسة، المنافسة الطفيلية¹، فقد حل أحد الفقهاء المتخصصون في دراسة حقوق الملكية الصناعية وهو Saint Gal فكرة المنافسة الطفيلية بأنها تتألف من الغير الذي يعيش على الاستفادة من مجهودات الغير التي يبذلها هؤلاء وحقت لهم شهرة وسمعة طيبة باسمهم التجاري أو علامتهم المميزة لمنتجاتهم، فالمنافسة الطفيلية لا تبحث صراحة من أجل الخلط بين المنتجات، ولكنها توحى بأنها تصرفات تعد خرقاً لحقوق الغير، وتؤدي إلى اجتياز كل حدود المنافسة غير المشروعة²

لهذا يمكن ادراج فئة معينة يحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، وتتمثل هذه الفئة في صاحب العلامة الذي باشر اجراءات تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الاجراءات صحيحة وفقاً للقانون، وكانت العلامة مستجيبة للشروط، يجوز له أن يرفع دعوى قضائية للحصول على التعويض من جراء تصرفات غير شرعية، وكذلك يجوز للمرخص له وهو الشخص الذي يمنح له صاحب العلامة التجارية حق استغلال علامته، فيجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء التعدي على العلامة، هناك كذلك فئة المستهلك المستحق الحماية، فهو المستهلك³ الأخير الذي يتمثل في الشخص الطبيعي المقتني لمنتج معين لتحقيق رغبة الاستهلاك الشخصي أو العائلي، لذا يحق لهذا المستهلك

¹ الكائن الطفيلي هو الذي يعيش على غذاء كائن اخر مما يؤدي الى ذبول هذا الأخير وهلاكه وكذلك الطفيلي على الصعيد الاقتصادي يسعى الى حصاد ثمار ما زرعه الآخرون.

² زينة غانم عبد الجبار الصفار مرجع سابق ص 131

³ المستهلك هو كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بمقابل او مجاناً سلعة او خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجته الشخصية او تلبية حاجة شخص اخر او حيوان متكفل به قانون 03/09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجريدة الرسمية العدد 15 ص 13

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

متى تضرر من جراء تصرف تاجر آخر كان يوهمه بأن المنتج من نوع معين أو يحمل علامة معينة ذات سمعة مثلاً، أن يرفع دعوى ضده للمطالبة بالتعويض¹.

وقد اشترط المشرع أن تكون العلامة التجارية مسجلة لكي يستطيع صاحبها رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ويكون ذلك لدى المصلحة المختصة حتى تتمتع بالحماية القانونية المقررة لها في حالة التعدي عليها، فجميع العلامة التجارية مهما كان نوعها يجب القيام بتسجيلها، فلا وجود لاعتداد مالك العلامة بأنه لا يعلم بالإجراءات الواجب إتباعها.

إن التسجيل هو قيام مالك العلامة بقيد علامته لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية وتسلم له الشهادة التي تثبت تسجيله لعلامته والعبرة هنا ليست بالأسبقية في الاستعمال، وإنما في تسجيل العلامة كما سبق وأن رأينا، و توفر شرط التسجيل يضيف على العلامة التجارية الحماية القانونية الواجبة، فالتسجيل يعد شرط أساسي حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية المقررة لها، ويكفي مجرد تسجيل العلامة لتتمتع بالحماية القانونية حتى ولو لم يتم استعمالها ووضعها فعلاً على البضائع².

وفي حالة ما إذا كانت العلامة التجارية غير مسجلة فلا يمكن حمايتها قانونياً مثلها مثل العلامة التجارية المسجلة، ولكن يمكن حمايتها وفقاً للقواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية عن الأفعال الضارة إلا أن المشرع الجزائري لا يربط بين تسجيل العلامة لتمتعها بالحماية القانونية فقط، بل أنه لا يجيز إطلاقاً استعمال العلامة غير المسجلة ولا يضيف عليها أي حماية قانونية، فالمشرع الجزائري يمنع استعمال أي علامة تجارية مهما كانت إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب لتسجيلها، فشرط تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري هو شرط لحماية العلامة، فضلاً على أنه شرط أساسي لاستعمال العلامة على السلع والخدمات³.

لقد كان موقف المشرع الجزائري واضحاً بالنسبة للعلامات التجارية غير مسجلة، لأنه اشترط وأوجب تسجيل العلامة التجارية وذلك من أجل القيام بحمايتها قانونياً، وأي عمل يخالف ذلك لا يمكن الاعتداد به، بل وذهب المشرع الجزائري إلى أبعد من ذلك حين قرر عدم إمكانية

¹ حمادي زبير مرجع سابق ص 164-166

² صلاح زين الدين الملكية الصناعية والتجارية مرجع سابق ص 247

³ ميلود سلامي مرجع سابق ص 154

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

استعمال أي علامة إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها، فالمشرع الجزائري لم يكن صريح بشأن حماية العلامة التجارية غير مسجلة كونه لم يورد أي نصوص قانونية توضح ذلك أو تنظم ذلك.¹

وكذلك يملك صاحب علامة ذات شهرة في الجزائر الحق في منع الغير من إستعمال علامته دون رضاه، وهو ما جاءت به نص المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة. لم يشترط الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة لتمتع العلامة التجارية المشهورة بالحماية القانونية في الجزائر أن يكون قد سبق وأن تم تسجيلها في بلدها الأصلي، في المقابل اشترط فقط أن تكون العلامة قد اكتسبت شهرتها في الجزائر، وهذا على خلاف بعض القوانين التي تشترط لتمتع العلامة المشهورة بالحماية في البلد المراد حمايتها فيه أن تكون مسجلة في بلدها الأصلي

الفرع الثاني :الجهة القضائية المختصة

تعتبر المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوى المنافسة غير المشروعة² ، وجب أن تكون مختصة سواء كان اختصاصها نوعيا أو محليا. أولا :الاختصاص النوعي إن فيما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة للفصل في الدعاوى المدنية فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الاجراءات المدنية والإدارية والمتمثلة كأصل عام في نص المادة 32³ والتي تنص على: المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام يمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة.

تفصل المحكمة في جميع القضايا لا سيما المدنية والتجارية و ...التي تختص بها إقليميا...

¹ ميلود سلامي مرجع سابق ص 157

² وليد كحول مرجع سابق ص 239

³ المادة 32 من قانون رقم 09/08 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 يتضمن قانون

الإجراءات المدنية و الإدارية

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

إن الجهة المختصة نوعيا للفصل في الدعوى هي المحكمة غير أن العمل جرى على تخصيص أقسام في المحاكم وكل قسم مختص بمنازعات محددة، فمثلا القسم التجاري يختص بالمنازعات التجارية.

تعتبر أعمال المنافسة غير المشروعة أعمالا تجارية بالتبعية¹، لذلك يعد القسم التجاري للمحكمة هو المختص للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة. إن جعل المحاكم ذات اختصاص نوعي للفصل في القضايا المتعلقة بالعلامة التجارية أهمية بالغة تكمن في ما يلي:

_ من حيث الاطراف يجوز لأي خصم الدفع بعدم الاختصاص النوعي، وهذا يشمل حتى الخصم الذي رفع الدعوى على خلاف قاعدة من قواعد الإختصاص النوعي، ويجوز للمتدخل في الخصومة أن يدفع بعدم الإختصاص، على النيابة العامة إذا كانت ممثلة في الدعوى بصفتها طرفا منضما أن تلفت نظر المحكمة إليه ولو لم يدفع به الخصوم، وتقضي المحكمة من تلقاء نفسها بعدم اختصاص، ولا يجوز للخصوم الاتفاق على مخالفة قواعد الاختصاص النوعي أو التنازل عنها.

_ من حيث المواعيد يمكن إثارة الدفع المتعلق بالنظام العام في أية مرحلة تكون عليها الدعوى ويتم ذلك حتى ولو قدم لأول مرة أمام المحكمة العليا².

وقد استحدث المشرع الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم، وتختص الأقطاب المتخصصة بالنظر في قضايا التجارة الدولية، والإفلاس والتسوية القضائية والمنازعات المتعلقة بالبنوك ومنازعات الملكية الفكرية، والمنازعات البحرية والنقل الجوي ومنازعات التأمينات، وتحدد محاكم الأقطاب المتخصصة عن طريق التنظيم وتفصل الأقطاب المتخصصة في القضايا المطروحة أمامها بتشكيلة جماعية من ثلاثة قضاة وتكون أحكام المحاكم قابلة للاستئناف³.

¹ يعد عملا تجاريا بالتبعية "الاعمال التي يقوم بها التاجر و المتعلقة بممارسة تجارته او حاجات متجره والالتزامات بين التجار. المادة 04 من الامر 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم فيه ص

² حمادي زويبر مرجع سابق ص 159-160

³ فريجة حسين المبادئ الأساسية في قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ديوان المطبوعات الجامعية 2010 ص 35

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

وعليه يبقى هناك فارغ على مستوى تطبيق النص الي حين تتصيب الاقطاب القضائية المتخصصة بمنازعات الملكية الفكرية

ثانيا: الاختصاص المحلي

بالنسبة للاختصاص المحلي أو ما يعرف بالاختصاص الإقليمي فإنه يطبق نفس القواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الاجراءات المدنية والإدارية ذلك لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من اجراءات لرفع الدعاوى في مجال حقوق الملكية الصناعية وخاصة دعوى المنافسة غير المشروعة¹، وقد نصت المادة 37 من قانون الاجراءات المدنية والإدارية على:

يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها، موطن المدعى عليه، وان لم يكن له موطن معروف فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة اختيار موطن يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك.

نجد أن المشرع الجزائري قد خص المحكمة التي يقع بدائرة اختصاصها موطن المدعى عليه، ومعلوم أن موطن المدعى عليه هو مكان مزاولتها للتجارة هذا إن كان شخصا طبيعيا، أما إذا كان شخصا معنويا فموطنه هو مقر الشركة.²

أما فيما يخص التقادم ففي جميع الأحوال يرجع إلى القواعد العامة وذلك بانقضاء 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار، ذلك أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى التعويض عن الأضرار³

المطلب الثاني: الدعوى الاستعجالية كآلية مدنية لحماية العلامة التجارية

إن الدعوى الاستعجالية هي الدعوى التي يلجأ لها صاحب الحق في العلامة التجارية عند الاعتداء عليها في حالة ما اذا أراد التعجيل و الاسراع في بعض الأمور التي يرى أن استمرارها في الوقت الحالي سيزيد من الاضرار التي تصيبه، وكما هو معلوم فإن القضاء

¹ عائشة شابي -مروة بن سديرة مرجع سابق ص 56

² وليد كحول مرجع سابق ص 239

³ تسقط دعوى التعويض بانقضاء 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار المادة 133 من الامر رقم 58/75 المتضمن القانون

المدني المعدل و المتمم ص 244

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

الاستعجالي أو قضاء الأمور المستعجلة هو ذلك النوع من القضاء الذي يبيث في القضايا والمسائل التي يخشى عليها من فوات الوقت أو من خطر عاجل، ولا ينعقد الاختصاص فيه إلا لرئيس المحكمة بصفته قاضيا للأمور المستعجلة بشروط محددة، إلا أن اختصاص رئيس المحكمة التجارية بصفته قاضيا للأمور المستعجلة ينعقد بغض النظر عن توفر تلك الشروط من عدمها، حيث منح هذا الاختصاص بقوة القانون.

إن القضاء المستعجل هو قضاء مؤقت لا يمس بأصل الحق وذلك وفقا لما جاء في نص المادة 918 من قانون الاجراءات المدنية والإدارية التي تنص على أنه: يأمر قاضي الاستعجال بالتدابير المؤقتة.

لا ينظر في أصل الحق، ويفضل في أقرب الآجال.

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

الفرع الأول :الاجراءات التحفظية

يمكن مالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم ان وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة.

عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة.

يتضح من خلال هذا النص أنه يجوز لكل صاحب علامة تجارية مسجلة أن يطلب إتخاذ اجراءات تحفظية لإثبات الاعتداء على حقه في العلامة التجارية سواء بتقليدها أو اغتصابها قبل رفع الدعوى، لكن بشروط معينة يجب توافرها¹.

الفرع الثاني :شروط الاجراءات التحفظية

يجب أن تتوفر بعض الشروط لإتخاذ الاجراءات التحفظية وتتمثل هذه الشروط فيما يلي²:

¹المادة 37 من الامر رقم 06/03 المتعلق بالعلامة

²حمادي زويير مرجع سابق ص 212

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

يجب أن يكون الاجراء دائما بطلب من صاحب العلامة، إذ يعد هذا الاجراء أمرا إختياريا، فيجوز له التنازل عنه.

يجب على صاحب العلامة التجارية إثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وذلك عن طريق تقديم شهادة التسجيل الممنوحة من المعهد.
_ أن يرفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختصة.

_ تقديم كفالة من صاحب الطلب، وهذا الشرط لا يعد ضروريا، إلا أنه يمكن للقاضي أن يشترط تقديم كفالة إذا رأى أن هناك ضرورة في ذلك، أما بالنسبة للأجانب فإن تقديم الكفالة يعد شرطا الزاميا.

_ ترك نسخة من الأمر أو نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة، وذلك لأصحاب الأشياء الموصوفة أو الحجز.

_ اللجوء إلى المحكمة المختصة للفصل في الموضوع، في أجل أقصاه شهر من تاريخ طلب الاجراءات التحفظية، والا بطلت هذه الاجراءات بقوة القانون.
وهكذا يتعين على كل من يطلب الاجراءات التحفظية لإثبات الاعتداء على ملكية علامته أن تتوفر فيه الشروط السابقة والا اعتبرت تلك الاجراءات باطلة بقوة القانون.

الفرع الثالث : اجراءات الحجز والوصف

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

أولا : اجراء الوصف المفصل

يقصد بهذا الاجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أم تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة وعن المنتجات أو البضائع أو عنوان المحل أو الأغلفة أو الأوراق أو غيرها من الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة، وكذلك البضائع المستوردة من الخارج إثر ورودها¹.

¹ المادة 34 من الامر رقم 06/03 المتعلق بالعلامة

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

كل هذا يكون بموجب أمر على عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة بعد إثبات تسجيل العلامة، ويقوم بتنفيذ الوصف المحضر القضائي في الأصل، كما يمكن الإستعانة عند الإقتضاء بخبير مختص، وفي حالة اجراء الوصف المفصل للسلع مع ضرب الحجز عليها، فإن الحجز هنا يعد حجزا تحفظيا وتطبق في شأنه أحكام المواد 650 و 659 وما بعدها من قانون الاجراءات المدنية والإدارية.¹

ثانيا: اجراءات الحجز

يتم توقيع الحجز على الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة، وذلك بوضع هذه المنتجات والآلات تحت تصرف القاضي، ويجوز للقاضي الإستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله، والهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تطمس أدلتها.²

وقد أجاز القانون الجزائري لرئيس المحكمة عند تأكد الحجز أن يأمر مالك العلامة بدفع كفالة وهو ما نصت عليه نص المادة 34 المذكورة سابقا من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامة، وقد أجاز المشرع الجزائري في قانون الاجراءات المدنية والإدارية للمحضر القضائي أن يستعين بالقوة العمومية لتنفيذ أمر الحجز التحفظي إلا أن القضاء الفرنسي اعتبر الحجز تعسفيا عندما يتم استدعاء القوة العمومية وحضورها إجراءات الحجز.³ لقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو بالطريق الجزائي في أجل شهر، والا أصبح الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون مع إمكانية المطالبة بالتعويض.⁴

وبطلان محضر الحجز لا يمس بصحة دعوى الموضوع المرفوعة سواء أمام القضاء المدني أو القضاء الجزائي، أي أن ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي

¹ ميلود سلامي مرجع سابق ص 202-203

² حمادي زويير مرجع سابق ص 213

³ ميلود سلامي مرجع سابق ص 202-203

⁴ عائشة شابي-مروة بن سديرة مرجع سابق ص 75

الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

الموضوع، كون الحجز لا يعد في هذه الحالة سوى دليل من أدلة الإثبات، لكن يترتب على هذا البطلان ضرورة إستبعاد محضر الحجز من ملف الدعوى¹.

إن المشرع الجزائري ألزم صاحب العلامة باللجوء إلى القضاء المدني أو الجزائي خلال أجل قدره شهر من توقيع الحجز، ولا يوجد مبررا لكل هذه المدة في رفع دعوى الموضوع كون القاعدة في الحجز التحفظي في قانون الاجراءات المدنية والإدارية هو ضرورة تثبيت الحجز في أجل 15 عشر يوما، كما أن أغلب التشريعات قلصت هذه المدة إلى أقل من 15 عشر يوما، فقد حدد المشرع الفرنسي والمصري أجل قدره 15 عشر يوما فقط، بينما ذهب المشرع الأردني إلى لأجل 8 أيام فقط، ومن ثم فإن أجل 30 يوما الذي حدده المشرع الجزائري يعد أجلا طويلا يتعين على الأقل تقليصه إلى أجل 15 عشر يوما توحيدا للأجال في قانون العلامة وقانون الاجراءات المدنية والإدارية.²

¹ميلود سلامي مرجع سابق ص 204

²ميلود سلامي مرجع سابق ص 204

الغائبة

الخاتمة:

خاتمة

إن أهم نتيجة يمكن التوصل إليها من خلال هذه الدراسة أن الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون 03-06 المتعلق بالعلامات كما تستند إلى أحكام القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، إلا أنه لا فرق في اشتراط المشرع في كل من الدعوى المدنية الأصلية أو دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية ضرورة أن تكون العلامة التجارية مسجلة ، كما أنه لا يمكن رفع كلا الدعويين إلا لمالك العلامة التجارية المسجلة في حين أن أغلب التشريعات تجيز حماية العلامة التجارية غير المسجلة وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة لاستنادها في العموم إلى قواعد المسؤولية المدنية كما أنها تجيز رفع هذه الدعوى من قبل كل متضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة بما فيها المستهلك حتى تشمل الحماية وفق دعوى المنافسة غير المشروعة العلامة التجارية غير المسجلة وفي ختام هذه الدراسة توصلت إلى بعض النتائج:

1. اشترط المشرع الجزائري أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها قابلة للتمثيل الخطي، وهنا نفهم أن المشرع استبعد من نطاق الحماية كل العلامة غير القابلة للإدراك بالبصر أو الشم أو الرائحة، والتي مع التطور التكنولوجي الذي فرض وجودها، مثل علامات الرائحة والصوت على عكس بعض التشريعات التي أجازت هذا النوع من العلامة
2. أخذ المشرع الجزائري في تعريفه للعلامة التجارية بالمفهوم الواسع الذي تبناه المشرع في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة والذي تبناه المشرع المصري كذلك والاتفاقيات الدولية كاتفاقية تريبس التي أدخل ضمنها علامة التجارة والصناعة وعلامة الخدمة.
3. أخذ المشرع الجزائري أن اكتساب الحق في العلامة يكون عن طريق التسجيل، فيعتبر هذا الأخير قرينة قاطعة لاكتساب الحق في العلامة التجارية قانونا بل وجرم أي استعمال للعلامات غير المسجلة، على عكس التشريعات المقارنة التي تعطي الحق لصاحب العلامة غير المسجلة وتعتبر التسجيل قرينة بسيطة.

الخاتمة:

4. المشرع الجزائري اشترط وجوب التسجيل المسبق للعلامة التجارية حتى يمكن لصاحب الحق في العلامة التجارية من الحماية، على خلاف التشريعات المقارنة وكذا المشرع المصري الذي أعطي الحماية المدنية للعلامة غير المسجلة.

اقر المشرع الجزائري الحماية المدنية بالنص على المنافسة غير المشروعة في نص المادة 26 من القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم حيث اقر مسؤولية بدون ضرر لأنها ردعية وعقابية، أما المسؤولية في المادة 124 من القانون المدني فهي قائمة على أساس الضرر، أنها تهدف إلى إصلاحه، فالامر 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية له طابع جزائي، لأن مواده تنص على الغرامة وكان من الافضل أن يترك المشرع ذلك للقاضي المدني، لأن القاضي الجزائي ال يعول عليه كثيرا في إثراء التعداد التشريعي للممارسات التجارية.

استقر الفقه والقضاء على عدد معين من الحالات كصور المنافسة غير المشروعة ، والتي يمكن للقاضي القياس عليها واعتبراها صورة من صور المنافسة غير المشروعة، ألن الحياة العملية التجارية وكذلك المنازعات القضائية أبرزت صوراً متكررة الا يمكن أن تقع تحت حصر بسبب القدرات التي يتمتع بها بعض التجار غير الشرفاء في خلق وابتكار الاساليب غير النزيهة، فإن صور الخطأ في المنافسة غير المشروعة يصعب حصرها، ولذلك نجد بعض الفقه راح يجتهد ويحدد أشكال هذا الخطأ، ويكون أساس رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هو الضرر اللاحق بالمدعي، وهذا ما نصت عليه المادة 124 من القانون المدني.

لا يمكن أن يترتب على دعوى المنافسة الغير مشروعة الا المطالبة بالتعويض، ومن دون أي عقوبات زجرية أو وقف الاعمال غير المشروعة باستثناء ما ورد في النصوص الخاصة الاخرى.

المراجع

المراجع

الكتب العامة

1. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، بيروت، لبنان، دار إحياء التراث العربي، 1973م
2. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ط غير موجودة دار ابن خلدون للنشر وتوزيع، الجزائر، سنة 2006،
3. سماوي سعود ريم براءات الاختراع في الصناعات الدوائية الطبعة الثانية دار الثقافة للنشر و التوزيع الأردن 2011
4. هدى جعفر ياسين الموسوي الترخيص الاجباري باستغلال براءة الاختراع الطبعة الأولى دار الصفاء للطباعة و النشر و التوزيع عمان 2012.
5. محمد الكيلاني عقود التجارة الدولية الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع الإسكندرية 1995
6. معين فندق الشناق الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن 2010
7. فريجة حسين المبادئ الأساسية في قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ديوان المطبوعات الجامعية 2010
8. علي احمد صالح المفاوضات في العقود التجارية والدولية دار هومة للنشر الجزائر-د.س.ن

الكتب المتخصصة

1. إدريس فاضلي، المدخل إلى الملكية الفكرية .دون طبعة .دار هومة .الجزائر، 2003
2. ثروت عبد الحليم ، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية ، مكتبة جامعة الملك سعود
3. حماد مصطفى عزب "المنافسة غير المشروعة في مجال الاعلامات التجارية " دار النهضة للعربية للنشر مصر 2004
4. زينة غانم عبد الجبار الصفار "المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية " الطبعة الأولى دار الحامد للنشر والتوزيع عمان 2002

المراجع

5. سميحة القليوبي .الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة .دار النهضة العربية .مصر . 2003
6. سمير جميل حسن الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1988
7. صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر . والتوزيع، عمان، 2006
8. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012
9. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر . والتوزيع، عمان، 2007
10. علاء عزيز الجبوري عقد الترخيص الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان 2011
11. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الحقوق الفكرية ، الجزء الثاني ، ابن خلدون ،الجزائر ،2006

الاطروحات والرسائل والمذكرات

أ.الاطروحات

1. راشدي سعيدة، العلامة في القانون الجزائري الجديد، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014
2. سماح محمدي، الحماية القانونية للعالمية التجارية، أطروحة دكتوراه العلوم في القانون ، تخصص قانون الأعمال ، جامعة باتنة ،2015
3. ميلود سلامي ،النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري ، أطروحة نيل درجة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر ،كلية الحقوق، باتنة ، 2011
4. وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون اعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014.2015

المراجع

ب. الرسائل

1. حليلة بن دريس ، **تقليد العلامات التجارية** ، مذكرة تخرج للحصول على شهادة الماجستير ، كلية الحقوق جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، الجزائر ، السنة الجامعية 2007-2008
2. رفيق شاوش. **الحماية الجنائية للعالمية التجارية في التشريع المقارن** ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير. جامعة عباس لغرور خنشلة. دون تاريخ مناقشة. 2010-2011
3. الغلام قعنب، **آليات انقضاء العلامة التجارية**، مذكرة ماجستير، تخصص القانون الخاص فرع الملكية الفكرية، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2014
4. محمود أحمد عبد الحميد مبارك، **العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين** ، اطروحة إستكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين ، 2006
5. محمود احمد عبد الحميد "العلامة التجارية و طرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين " مذكرة ماجستير قانون خاص جامعة النجاح الوطنية فلسطين 2006
6. نعيمة علواش ، **العلامات في مجال المنافسة** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة بن عكنون، كلية الحقوق، 2001،

ج. المذكرات

1. احمد طارق بكر البشتاوي **عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع** مذكرة قانون خاص.جامعة النجاح الوطنية فلسطين 2011 .
2. بن فاتح أمين، **الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري**، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون جنائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016
3. حوحاش حفيظة ، **قويدر عيسى فتحية** ، **الوظيفة القانونية والاقتصادية للعلامات التجارية** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص: قانون أعمال ، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة ، 2019،
4. عائشة شابي مروة بن سديرة "الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري" مذكرة شهادة الماستر تخصص قانون اعمال جامعة 08 ماي 1945 قالمة 2013-2014

المراجع

5. عطاء الله سمية ،حماية العالمة التجارية في علاقتها بالعنوان الالكتروني، مذكرة ماستر في الحقوق ،تخصص قانون الاعمال، جامعة المسيلة،2013
6. فتيحة لعلام، حماية العالمة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر شعبة الحقوق - تخصص :قانون جنائي للأعمال جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي-،2013-2014
7. ملال عبد الكريم ،الحماية الجنائية للعالمة التجارية، مذكرة ماستر في القانون، تخصص القانون الجنائي والعلوم الجنائية، جامعة سعيدة،2016
8. نزلي الزهرة، رجب سارة، الحماية القانونية للملكية الصناعية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق - تخصص : قانون اعمال جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي، 2016-2017

النصوص التشريعية

1. الامر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم
2. الامر 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم
3. الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 م ، المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية الصادرة في 2003/07/19م، العدد رقم 44.
4. الامر 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003 عدد 44
5. المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02/08/2005، الذي يحدد كيفيات إيداع العالامات وتسجيلها ،الجريدة الرسمية ،عدد54، الصادر في 07/08/2005
6. الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، الجريدة الرسمية الصادرة في 22/03/1966م، العدد رقم 23.
7. القانون رقم 16-01 مؤرخ في 26 مارس سنة 2016 يتضمن التعديل الدستوري الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 14

المراجع

8. المرسوم التنفيذي رقم 68/98، المؤرخ في 24 شوال عام 1418 الموافق 21 فبراير 1998، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الاساسي، الجريدة الرسمية، عدد 54، الصادر بتاريخ 21 فبراير 1998

الفهرس

شكر وعرفان

إهداء

1.....: مقدمة

الفصل الأول: مفهوم العلامة التجارية

06المبحث الأول: تعريف العلامة التجارية وتصنيفها

06.....المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية وتميزها عن المفاهيم المقاربة لها

06.....الفرع الاول : تعريف التشريعي للعلامات التجارية

08.....الفرع الثاني :التعريف الفقهي للعلامات التجارية

10.....المطلب الثاني :تصنيف العلامة من حيث مدى الحماية

11.....الفرع الأول :العلامة التجارية المسجلة

12الفرع الثاني :العلامة التجارية غير المسجلة

14.....المبحث الثاني: شروط اكتساب الحق في العلامة

15المطلب الأول :الشروط الموضوعية

14.....الفرع الأول: شرط الصفة المميزة

16.....الفرع ثاني :شرط الجودة

18.....الفرع الثالث :شرط المشروعية

19.....المطلب الثاني :الشروط الشكلية

19.....الفرع الاول :الهيئة المختصة

20.....الفرع الثاني :الاجراءات

الفصل الثاني :آليات الحماية المدنية للعلامات التجارية

27.....المبحث الأول:الآليات المدنية الموضوعية لحماية العلامة التجارية

27المطلب الأول :المسؤولية العقدية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية

27.....الفرع الأول :تعريف عقد الترخيص باستعمال علامة تجارية

32.....الفرع الثاني :جزاء الاخلال بالالتزامات في عقد الترخيص

المطلب الثاني : المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية35

الفرع الأول :الاساس القانوني للمسؤولية التقصيرية المترتبة عن المساس بالحق في العلامة36

فهرس المحتويات

الفرع الثاني: شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة و	
الجزء المترتب عنها.....	37
المبحث الثاني: الآليات المدنية الاجرائية لحماية العلامة التجارية.....	43
المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة.....	43
الفرع الاول: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.....	43
الفرع الثاني: الجهة القضائية المختصة.....	46
المطلب الثاني: الدعوى الاستعجالية كآلية مدنية لحماية العلامة التجارية.....	48
الفرع الأول: الاجراءات التحفظية.....	49
الفرع الثاني: شروط الاجراءات التحفظية.....	49
الفرع الثالث: اجراءات الحجز والوصف.....	50
الخاتمة:.....	54