جامعة عمار ثليجي _الأغواط

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

حماية العلامة التجارية في الإتفاقيات الدولية

مذكرة في إطار مقتضيات نيل شهادة الماستر في القانون الدولي العام

إعداد الطلبة:

-محمود آسيا

-بن الصديق خديجة

إشراف:

-الاستاذ: الدكتور بن عطية لخضر

لجنة المناقشة

-الأستاذ : الدكتور	ديدوني بلقاسم	رئيسا
-الأستاذ : الدكتور	بن عطية لخضر	مشرفا ومقررا
-الأستاذ : الدكتور	بوزيدي أحمد التيجاني	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللهِ الرَحْمَنِ الرَحِيم

(قَالُواْ سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَآ إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَآ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ.)

صَدَقَ اللهُ العَظِيم

الآية 32 من سورة البقرة.

إهداء

أهدي عملي المتواضع الى روح أمي الغالية وأطلب من الله عزوجل أن يغفر لها ويسكنها فسيح جنانه.

الى والدي العزيز أطال الله في عمره وأمده بالصحة والعافية.

كما أخص بالذكر زوجي الذي كان له فضل كبير في إتمام مشواري الدراسي هذا.

كما أهدي عملي هذا الى فلذة أكبادي الأعزاء ابنائي: عبد المقتدر (وسيم)، آدم، تيم الله، والكتكوت الصغير أحمد قصي.

كما أخص بالذكر كل إخوتي وأخواتي وكل عائلة زوجي الكريم وأخص بالذكر والديه الكريمين.

أما الطالبة بن صديق خديجة فأهدي عملي الى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما والى كل اخوتي وأخواتي

وفقنا الله لما يحبه ويرضاه.

شكر وعرفان

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير الى كل من الأستاذ المشرف الدكتور:

بن عطية لخضر الذي قدم لي كل النصح والإرشاد لإتمام عمل هاته المذكرة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل الى كل **أساتذة القانون الدولي العام** اللذين لم يبخلوا علينا بالمادة العلمية، كما لا يفوتني أن أشكر الطاقم الإداري الساهر على خدمة الطلبة.

وفي الأخير أسأل الله عزوجل التوفيق والسداد للجميع

مقدمة

سعت الدول الى إدراج الملكية الفكرية ضمن سياستها الوطنية بإعتبارها آداة رئيسية في تنمية المجتمعات، فتقسم الملكية الفكرية الى ثلاث مجموعات وهم:

الملكية الصناعية وتشمل براءة الاختراع والنماذج والرسوم الصناعية أما الثانية فتسمى الملكية الفكرية الأدبية وتشمل حقوق المؤلف والحقوق المجاورة له، والمجموعة الأخيرة وهي الملكية التجارية وتشمل الأسماء والعنوان التجاري والعلامة التجارية.

إن للعلامة التجارية أهمية بالغة فهي تساهم في نجاح المشروع التجاري، بل إن قيمتها الاقتصادية تكاد تحتل مكانة عليا بين تلك العناصر التي يعتمد عليها نجاخ المشروع الاقتصادي وإرتقاءه، وتكمن تلك الأهمية في جانبين:

الجانب الاقتصادي: تتمثل في القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية وما يتبع ذلك من حرص مستغليها على دعمها أمام المستهلكين في السوق.

أما بالنسبة للجانب القانوني: فيتمثل في وجود تنظيمات تشريعية حديثة ومتطورة تساهم في تعزيز القيمة القانونية للعلامة التجارية.

فمع تلك التطورات للعلامة التجارية وجب حمايتها داخليا ودوليا ووضع ترسانة من التنظيمات القانونية لجعلها محمية من أي خطر يعترضها سواءا كانت علامة وطنية أو أجنبية، ولذلك إتجهت الجزائر نحو إبرام العديد من الإتفاقيات الدولية أهمها:

إتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية والإتفاقية المتصلة بجوانب التجارة المتعلقة بجوانب الملكية الفكرية التي عملت على وضع العديد من الأحكام والقواعد لحماية ملكية الحقوق الفكرية بوجه عام والعلامة التجارية بوجه خاص.

غير أن هذه الإتفاقيات سواءا كانت متعددة الأطراف أو ثنائية لم تكن كافية لتغطية جميع الجوانب المتعلقة بحماية العلامة التجارية إضافة الى أن هاته الإتفاقيات لها حدود فهي لاتستطيع إلزام الدول بتطبيق ماورد فيها من أحكام إحتراما لسيادتها.

وتسعى هذه الدراسة الى توضيح الجوانب القانونية المتعلقة بالعلامات التجارية ومن هذه الجوانب ما يتعلق بتسجيل العلامة التجارية وضرورة توافر شروط شكلية وأخرى موضوعية في العلامة التجارية المراد تسجيلها، كذلك نسعى إلى توضيح الآثار القانونية المترتبة على التسجيل المتمثلة في توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية.

ومما لا شك فيه أن الوصول بالعلامة الى الشهرة هو هدف مالك كل علامة سواءا أكانت صناعية أو تجارية أو خدمة، حيث أن قوة هاته الأخيرة تقاص إنطلاقا من شهرتها، وهي الدليل الأكبر للنجاح الاقتصادي الذي تحققه.

لذلك فهي تختلف من العلامة المشهورة لدى الجمهور الى العلامة ذات الشهرة العالية أي العالمية.

وبهذا فإن مجال الحماية يتسع ويزداد بين حماية محلية للعلامة، وحماية تتطلب تعاون دولي من خلال المعاهدات والإتفاقيات الدولية التي تحمي العلامة التجارية وتعزز قيمتها القانونية، وأهم هاته الإتفاقيات إتفاقيتي باريس وتريبس.

أما بالنسبة لسبب إختيار الموضوع فيعود إلى مدى تأثير العلامة على السوق والتسويق بالإضافة الى أنها تقوم بدور مهم في ربط الشركات والمؤسسات وخلق روح التنافسية بينهم، وكذلك نجد أن العلامة التجارية نمذج تجاري ذو أرباح، تتكفل بتمويل الاقتصاد بشكل مباشر.

وتهدف هاته الدراسة الى:

أولا: السعي الى دراسة طرق حماية العلامة التجارية سواءا محليا أو دوليا.

ثانيا: بيان المخاطر التي تتعرض لها العلامة التجارية.

ثالثا: الوقوف على مدى فاعلية القوانين والإتفاقيات الإقليمية والدولية في حماية العلامة التجارية بالإضافة الى معرفة مدى التعاون الدولي في مجال الحماية المقررة لها.

وفي ظل الظرف الصحي الراهن الذي يعيشه العالم ومن بينه الجزائر فقد واجهتنا صعوبة التنقل الى الجامعات وذلك للتعمق والبحث أكثر في الموضوع والحصول على أكبر عدد من المراجع المتاحة.

وأمام تزايد الانتهاكات التي تتعرض لها العلامات التجارية من تقليد وتزوير واستعمال غير مشروع وإعتداء من قبل العناوين الإلكترونية وأمام إزدياد أهمية التعاون الدولي لحماية العلامة التجارية عن طريق الإتفاقيات الدولية سنحاول معالجة الإشكالية التالية:

الى أي مدى ساهمت الإتفاقيات الدولية في حماية العلامة التجارية؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة إعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لبيان العديد من الأحكام الخاصة بحماية العلامة التجارية وتحليل نصوص القانون الداخلي والإتفاقيات الدولية ذات العلاقة. وقد قمنا بتقسيم موضوعنا هذا الى فصلين تناولنا في الفصل الأول:

النظام القانوني ومجال الحماية الواقعة على العلامة التجارية والذي قسمناه الى مبحثين المبحث الأول: النظام القانوني للعلامة التجارية، أما البحث الثاني فتطرقنا فيه الى مجال الحماية المقررة للعلامة التجارية.

في حين تناولنا في الفصل الثاني: حصر وتحديد مظاهر الحماية المقررة في هذه الإتفاقيات، والذي قسمناه الى مبحثين المبحث الأول: تحديد الإتفاقيات الحمائية للعلامة التجارية والمبحث الثاني: تحديد مظاهر الحماية المقررة في اتفاقيتي باريس وتريبس.

وقد ختمنا موضوعنا هذا بخاتمة تضمنت جملة من النتائج والاقتراحات

الفصل الأول

النظام القانوني ومجال الحماية الواقعة على العلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية أداة الائتمان للمنتج والمستهلك معا، فهي تمنح اختلاط منتجات تحمل علامة معنية لمنتجات أخرى مشابهة لها تحمل علامة أخرى، كما تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها عندما تحمل علامة موثوق بها، وللحيلولة من ظهور سلع متشابهة، اتجه المنتجون إلى استخدام العلامة التجارية للتعريف بمنتجاتهم، وكسب أكبر عدد من العملاء والجمهور على حد سواء.

وقد ظهرت العلامة التجارية نتيجة عولمة التجارة والتطور المذهل في وسائل الاتصال والدعاية في الإعلان، لذلك فهي رمز أو اسم أو غيرهم يميز سلعة أو خدمة معينة، كما تعد همزة وصل بين مالك العلامة والمستهلك، وللإلمام بأهمية هاته الأخيرة سوف أقسم هذا الفصل إلى مبحثين، الأول تطرقت فيه لمفهوم العلامة التجارية، أما الثاني فيتضمن مجال الحماية الواقعة على العلامة التجارية.

- المبحث الأول: النظام القانوني للعلامة التجارية ويكون مطلبنا الأول مفهوم العلامة التجارية أما المطلب الثاني: الإطار المنظماتي للحماية المقررة للعلامة التجارية.
- أما المبحث الثاني: مجال الحماية المقررة للعلامة التجارية وكان المطلب الأول: الحماية الجزائية للعلامة التجارية أما المطلب الثاني: الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية.

المبحث الأول:

النظام القانوني للعلامة التجارية

للتعرف على مفهوم العلامة التجارية ينبغي التطرق إلى التعريف بها ومميزاتها وبيان مختلف صورها وأنواعها.

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

في هذا الفرع تناولنا تعريف العلامة التجارية وأهم خصائصها وشروطها، وما يميزها عما يشابهها

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها

أولا: تعريف العلامة التجارية

العلامة لغة[1] جمع علم أو علامات وهي السمة أو الإشارة، كما تنعني الأثر أو المنارة أو الراية، قال تعالى: " **وَلَهُ الْجَوَارِ الْمُنْشَآتُ فِي الْبَحْرِ كَالأَعْلامِ** " الرحمن الآية 24.

أما تشريعا فبموجب الأمر 03-06 من القانون الجزائري المتعلق بالعلامات الذي عرّف العلامة التجارية بأنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور أو الأشكال المميزة للسلع أو توضيحها أو الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره[2].

كما عرّف القانون الفرنسي العلامة التجارية بأنها:

[1] الفبروز بادي، القاموس المحيط، ج4، تحقيق مجدي فتحي السيد للمكتبة التوفيقية، مصر، دط ، دت ، ص173

[2] المادة 02 الفقرة 01 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، ج ر العدد 44 الصادر في 23 جويلية 2003

« Est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou moral »[1].

فهي إشارة يمكن أن تظهر بصورة خطية وتستخدم لتمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي.

أما في مجال الفقه فقد وردت عدة تعريفات للعلامة التجارية: فقد عرّفها الفقيه بويه بأنها الوسيلة المادية الضامنة لمشتريها منشأ أو أصل السلع، أو هي كل رمز يساعد في ذاتية السلعة سواء صنعت من قبل صانع، أو بيعت من قبل تاجر[2].

وعرفها الدكتور صلاح زين الدين بأنها: "كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يضعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون"[3].

أما الفقه الجزائري فقد عرفها بأنها:

«كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر مقدم الخدمة شعارا لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن مثيلاتها التي يمتلكها الآخرون»[4].

أما دوليا فقد نصت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تربس لسنة 1994 بقولها : « تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية ، وتكون هذه العلامات لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان ، وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية ، وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح

[1] Art. 1er loi no 91-7 du 4 janvier 1991 , relative aux marques de fabrique de la commerce ou de service , JORF N°5 , du 06 janvier 1991.

[2] فقيه فرنسي والتعريف مأخوذ من الأستاذ علي هارون

[3] صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، 2010 ، ص254.

[4] أنظر نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري للأعمال التجارية "التاجر – المحل التجاري ،" ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ص 170

بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتميز المكتسب من خلال الاستخدام ، كما يجزز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرك لتسجيلها»[1].

ثانيا: خصائص العلامة التجارية

للعلامة التجارية عدة خصائص، تتمثل في:

1-**الحق في العلامة التجارية:** بمعنى هل هذا الحق نسبي أو مطلق.

أ/الحق في العلامة نسبي وليس مطلق: بمعنى أن صاحب العلامة له الحق فقط في مواجهة من يزاول نفس النوع من الصناعة أو التجارة أو الخدمات التي يزاولها هو[2].

ب/ الحق في العلامة حق مؤقت وليس دائم: حيث أنه محدد بمدة زمنية وفي القانون الجزائري 10 سنوات من تاريخ طلب تسجيل العلامة[3].

ج/ الحق في العلامة له حماية مزدوجة: حماية مدنية وأخرى جزائية، فالمدنية على أساس المنافسة الغير مشروعة، وبالتالي المسؤولية عن الفعل الضار، أما الحماية الجزائية ويكون فقط للعلامة المسجلة، وهي جريمة يعاقب عليها القانون[4].

2- تمييز العلامات التجارية عما يشابهها:

سنحاول تمييز العلامة التجارية عن بعض التسميات التجارية المشابهة لها.

---

[1] المادة 15 فقرة (1) من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة و من حقوق الملكية الفكرية ، التريبس لسنة 19947

[2] صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية ، المرجع السابق ، ص 338.

[3] المادة 05 الفقرة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات المؤرخ في : 19 جويلية 2003 ، ج ر العدد 44 الصادر في 23 جويلية 2003

[4] صلاح زين الدين ، العلامة التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع الاردن,طبعة2009, ص 55.

أ/ تمييز العلامة عن الاسم التجاري: العلامة هي كل رمز يستعمل من أجل تمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره. أما الاسم التجاري فهو العبارة التي يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات المماثلة له، كما يعتبر أحد عناصر المحل التجاري، ويكون وجوبي، وتعود ملكيته للأسبقية في استعماله، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في التسجيل.

الحماية في المحل التجاري تقتصر على النطاق المكاني عن طريق دعوى المنافسة الغير مشروعة، بينما تتمتع العلامة بحماية مزدوجة[1].

ب/تمييز العلامة عن البيان التجاري:

البيان التجاري هو كل إيضاح يتعلق بصورة مباشرة بنوع البضائع وعددها ومقدارها ومقاييسها ووزنها، أي كل ما يتعلق بالمنتوج، وأهم شيء أنه لا يمكن للتاجر أن يتمتع بحق احتكار استغلاله، في حين أن العلامة تخوّل لصاحبها الحق في احتكارها واستعمالها[2].

ج/ العلامة والنموذج والرسم الصناعي:

الرسم هو كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي، أما النماذج الصناعية هي كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان وبدونها، مثل زجاجات العطور وقوالب الأحذية[3].

تشترك العلامات مع الرسوم والنماذج الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية، فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة التي تميز السلعة الخدمة عن غيرها.

[1] نسرين شريقي ، حقوق الملكية الفكرية ، دار بلقيس ، الجزائر ، طبعة 2014 ، ص 140

[2] وهيبة لعوارم بن أحمد ، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري ، مكتبة الوفاء القانونية ، الإسكندرية ، مصر ، طليعة 1 ، 2015 ، ص25

[3] نسرين شريقي ، مرجع سابق ، ص 142

د/ العلامة وبراءة الاختراع:

العلامة التجارية تقوم بتحديد مصدر المنتجات والبضائع التي ترمز إليها، بينما تقوم براءة الاختراع بمنح الحماية القانونية لمنتج جديدا وطريقة صناعية جديدة بغض النظر عن مصدر الإنتاج.[1]

الفرع الثاني: أنواع العلامة التجارية ووظائفها

في هذا الفرع سنفصل في مختلف أنواع العلامات في نقطة أولى ووظائف العلامة التجارية في نقطة ثانية.

أولا: أنواع العلامات التجارية

تقسم العلامات التجارية بحسب الغاية المرجوة منها إلى علامة صناعية وعلامة تجارية وعلامة خدمة وبحسب استعمالها إلى علامة احتياطية، علامة مانعة، علامة دفاعية، علامة جماعية.

1- تصنيف العلامات التجارية حسب الغاية:

أ/ علامة صناعية: هي تلك الإشارة التي يضعها الصانع لتمييز منتوجاته مثل علامة TOCHIBA للحواسيب[2].

ب/ علامة تجارية: يستخدمها التاجر لتمييز السلع والبضائع الخاصة به سواء في المجال التجاري أو الصناعي أو الزراعي[3].

ج/ علامة الخدمة: تستخدم في شركات النقل والفنادق، وذلك للتفرقة بين خدماتهم وخدمات المنافسين[4].

---

[1] صلاح زين الدين، ، مرجع سابق ، ص 56.

[2] وهيبة لعوارم بن أحمد ، مرجع سابق ، ص 56.

[3] صلاح زين الدين ، ، مرجع سابق ، ص 72

[4] صلاح زين الدين ، شرح التشريعات الصناعية والتجارية ، دار الثقافة للنشروالتوزيع,عمان,الاردن,الطبعة1، 2007ص 130

2- تصنيف العلامات حسب الاستعمال:

أ/ **العلامات الاحتياطية:** الهدف منها تمييز منتجات لم تطرح في السوق بعد، وذلك من أجل الحماية الوقائية لها.

ب/ **العلامة المانعة:** يقوم صاحبها بتسجيلها لمنع الغير من استخدامها [1].

ج/ **العلامات الدفاعية:** تشبه العلامة المانعة، ولكن ما يميزها أنها مقترنة بأخرى مستقلة لتصبح صعبة التقليد[2].

د/ **العلامات الجماعية:** وهي العلامات الخاصة بأحد الأشخاص المعنوية سواء كانت عامة أو خاصة.

وقد أورد المشرع الجزائري عنوانا مستقلا للعلامات الجماعية في الباب السادس من المواد من 22 إلى 25 تحت اسم أحكام خاصة بالعلامات الجماعية[3].

ثانيا: وظائف العلامة التجارية

للعلامة التجارية وظائف عديدة سواءا للصانع، التاجر، مقدم الخدمة أو المستهلك ويمكن إجمال وظائفها فيما يلي:

1-العلامة التجارية تحدد مصدر المنتجات والبضائع والخدمات:

-تحدد العلامة التجارية المصدر الشخصي للمنتجات أو البضائع، أي المنتج لها، كما أنها تحدد المصدر الإقليمي أي جهة الإنتاج ومن المعروف أن المنتجات خاصة بالبضاعة بينما البضائع خاصة بالتجارة [4]

[1] صلاح زين الدين ، ، مرجع سابق ، ص 77

[2] صلاح زين الدين ، ، مرجع سابق ، ص 130

[3] صلاح زين الدين ، ، مرجع سابق ، ص 130

[4] صلاح زين الدين, مرجع سابق ص255

-ومن جهة أخرى فهي تسهل على المستهلك التعرف على ما يريد بالرغم من كثرة ما هو معروض عليه.

2-العلامة التجارية ضمان لحماية جمهور المستهلكين

-تعتبر العلامة التجارية من صفات المنتجات والبضائع من حيث نوعها ومرتبتها وضماناتها وطريقة تحضيرها.

-النوع: هو الخصائص التي تتميز بها المنتجات والبضائع عن غيرها.

-المرتبة: هي درجة الجودة والإتقان للمنتجات والبضائع.

3-العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة

-العلامة التجارية إحدى الوسائل الهامة في نجاح المشروع الاقتصادي

-كذلك هي تقدم مصلحتين، مصلحة التاجر أو الصانع بإعتبارها وسيلة تميز سلعهم وبضائعهم، كذلك مصلحة المستهلكين فهي وسيلتهم للتعرف على السلع والبضائع والخدمات[1]

-يتضح أن العلامة التجارية هي أداة تنافسية سواءا على الصعيد الدولي أو المحلي

الفرع الثالث: شروط حماية العلامة التجارية

أولا: الشروط الموضوعية: تطرقت التشريعات الوطنية إلى جملة من الشروط الموضوعية، وكذا الاتفاقيات الدولية التي تحيلنا في كثير من أحكامها إلى التشريعات الوطنية، ولتوضيح هذه الشروط، سنتطرق على سبيل المثال إلى التشريع الجزائري، وما تضمنته اتفاقية باريس وتريبس في هذا الشكل.

1- أن تكون العلامة مميزة: وهذا ما أكدته المادة 02 في فقرتها الأولى من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والذي يفهم منعها أن تكون جميع تلك السمات قادرة على تمييز السلع أو

[1] صلاح زين الدين المرجع السابق ص 258

الخدمات عن غيرها لمنع حصول التدليس على المستهلكين، فالعلامة المجردة من أية صفة مميزة تخرج عن نطاق الحماية[1].

2- أن تكون جديدة: الجدة تفترض عدم سبق للاستعمال فوق التراب الوطني، وهذا ما يمكن استنتاجه من المادة 07 في فقرتها السلعة.

3- أن تكون العلامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة: حيث تكون غير مشروعة حتى خالفت أحكام الفقرة الرابعة من المادة 07 من الأمر 03-06 السابق، وبقي أن أشير إلى التفاوت في معظم التشريعات في هذا الشرط بين مصنف وموسع فيه.

بالإضافة إلى هاته الشروط الثلاثة هناك من أضاف شروط أخرى مثل التشريع الأردني الذي أضاف شرط كتابة العلامة التجارية في اللغة العربية، كذلك شرط الإدراك عن طريق البصر[2].

ثانيا: الشروط الشكلية

بغية توضيح هذه الشروط نتطرق إلى التشريع الجزائري وما تضمنته الاتفاقيات الدولية في هذا الشأن، حيث اشترط التشريع الجزائري لحماية العلامة التجارية شروط متمثلة في إجراءات وتسجيل العلامات ونشرها ويتم تحديد كيفيات إبداع العلامة وتسجيلها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-277 مؤرخ في غشت 2005.

يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها [3]، ومعدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقك 08-346[4].

وقد وضعت اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 م[1] نظاما للتسجيل الدولي للعلامات، حيث يكون لكل شخص تابع لإحدى الدول المتعاقدة أن يكفل حماية علامته التجارية

[1] أنظر المادة "07" من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

[2] أنظر صلاح زين الدين العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص 106.

[3] الجريدة الرسمية رقم 54 مؤرخة في 2005/08/07

[4] الجريدة الرسمية رقم 63 مؤرخة في 2008/11/16

مسجلة في بلده الأصلي وفي جميع دول الاتحاد، وقد نظمت أحكام التسجيل الدولي المادة 6/ الفقرة 3 من الاتفاقية.

وقد نصت اتفاقية تريبس على عدم جواز رفض تسجيل العلامات التجارية كقاعدة عامة ن وهو ما ذهبت إليه اتفاقية باريس في مادتها السادسة إلا إذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة، أو إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة.

كما أجازت اتفاقية تريبس للدول الأعضاء أن تجعل تسجيل العلامة معلقا على الاستخدام الفعلي لها والمحدد بـ 3 سنوات في الاتفاقية (المادة 19 فقرة 01 من الاتفاقية).

- أما بالنسبة لاتفاقية باريس فتسجيل العلامات التجارية يخضع للقوانين الوطنية للبلد المراد إيداع وتسجيل العلامة فيه.
- كما حددت اتفاقية تريبس مدة التسجيل الأول للعلامة التجارية سبعة سنوات، ويجوز تجديد التسجيل لمدة مماثلة لا تقل عن سبعة سنوات[2].

الفرع الرابع: آثار تسجيل العلامة التجارية

يترتب على تسجيل العلامة التجارية مجموعة من الآثار وفق ما يقتضيه القانون في النحو التالي:

أولا: ملكية العلامة

حسب اتفاقية تريبس يعتبر التسجيل كقاعدة عامة سببا منشأ لملكية العلامة التجارية، كما أجازت المادة 10 فقرة 03 من الاتفاقية للبلدان الأعضاء، جعل قابلية التسجيل معتمدة على استخدام العلامة.

---

[1] اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات الموقعة بتاريخ 14 أفريل 1891 والتي أصبحت سارية المفعول في 1928 م ، وأعيد النظر فيها بلندن سنة 1934 م ، وفي نيس 1957 وستكهولم عام 1967 ، انضمت إليها الجزائر سنة 1972 بموجب الأمر 27-10 المؤرخ في 1972/03/22 الجريدة الرسمية الصادرة في 1972/04/21 العدد 32

[2] جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية تريبس ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر ، 2004 ، ص 114

مع العلم أن هذا الاحتكار للعلامة نسبي، أي استعمالها يكون داخل إقليم الدولة فقط، ولا حماية مقرر له خارج الإقليم.

غير أن اتفاقية باريس أجازت أن تستعمل العلامة خارج حدود الدولة وتتمتع بالحماية المقررة إذا ما قام صاحبها بتسجيلها، وكان لهذا البلد اتفاقية مع بلد تسجيلها الأصلي وكان لهذا البلد عضوا في اتفاقية باريس حسب نص المادة 04 فقرة ج من اتفاقية باريس، أو يستثنى من ذلك العلامة الأجنبية ذات الشهرة الخاصة في تمييزها منتجات شخص من رعايا دول الاتحاد استنادا إلى المادة 06 مكرر من اتفاقية باريس[1].

ثانيا: الترخيص والتنازل عن العلامة

يجوز لمالك العلامة الترخيص باستعمال العلامة التجارية لشخص آخر دون أن يفقده ذلك حق استغلالها حسب ما نصت عليه المادة 21 من اتفاقية تريبس تحت عنوان "**التراخيص العقدية**"، كما أجازت أيضا التنازل عن العلامة حسب قوانين الدول الأعضاء، كما منعت "**التراخيص الإجبارية**" عكس اتفاقية باريس التي تجيز الترخيص الإجباري للعلامات التجارية، كما أجازت اتفاقية تريبس بجواز التنازل عن العلامة بدون نقل المنشأة أو المحل عكس اتفاقية باريس، بحيث لا يجوز التصرف في العلامة التجارية استقلالا عن المتجر[2].

ثالثا: انقضاء العلامة: تنقضي العلامة ويسقط الحق في حمايتها بسبب عدم تجديد التسجيل، أو بشطبها أو تركها أو عدم استعمالها.

1/ **عدم تجديد التسجيل:** حددت اتفاقية باريس مدة التسجيل كما سبق ذكره بمدة 7 سنوات، غير أن أغلب الدول أخذت بمدة التسجيل المقدرة بـ: 10 سنوات، وهذا جائز في ظل اتفاقية تريبس

[1] جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية تريبس ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر ، 2004 ، ص 114

[2] جلال وفاء محمدين، مرجع سابق ، ص 176.

طالما أن مدة الحماية لا تقل عن الحد الذي وضعته، أي 7 سنوات، ولكن يشترط تطبيق مبدأ المعاملة الوطنية.

وقد أعطى المشرع الجزائري مدة 06 أشهر موالية لتاريخ انقضاء التسجيل، ويفقد صاحبها حقه في الحماية بعدها.

2/ **التخلي أو الترك:** يسقط حق صاحب العلامة في حمايتها بتخلي مالكها عنها أو تركها صراحة أو ضمنيا إما بالسماح باستعمالها دون معارضة أو بموجب تصريح مقدم إلى الجهة المختصة للملكية الصناعية عن طريق إشعار باستلام مضمون[1].

3/ **عدم استغلال العلامة:**

يسقط حق صاحب العلامة في حمايتها بقوة القانون بمجرد عدم استعمالها، وهذا ما نصت عليها المادة 11 فقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على ارتباط الحق للاستعمال الجدي للعلامة[2].

المطلب الثاني: الإطار المنظماتي للحماية المقررة للعلامة التجارية

قبل إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) لم تكن هناك منظمة عالمية موحدة تفي بشؤون الملكية الفكرية دائما تضمنت الاتفاقيات الدولية المتعددة هيكلة لاتحاداتها المتخصصة بصفة خاصة اتحادي باريس وبرن الأول خاص بالملكية الصناعية والثاني في مجال الملكية الأدبية والفنية ومنذ 1970 حلت المنظمة WIPO محل هاته الاتحادات ومباشرة جمع اختصاصاتها لذا وجب التعريف بالمنظمة في فرع أول وفي فرع ثاني نتعرف عند دور الويبو في مجال حماية العلامة التجارية من اعتداء العناوين الالكترونية.

الفرع الأول: التعريف بالمنظمة

[1] نوارة حسين ، الملكية الصناعية في القانون الجزائري ، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2015 ، ص 60.

[2] نوارة حسن ، مرجع سابق ، ص 61.

للتعرف على المنظمة العالمية للملكية الفكرية نتطرق إلى أهداف ووظائف المنظمة (أولا) ثم بيان أجهزتها (ثانيا)

أولا :أهداف ووظائف المنظمة

المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)هي منظمة دولية تهدف إلى تقديم المساعدة من اجل ضمان حماية حقوق المبدعين وأصحاب الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم وبالتالي الاعتراف للمؤلفين والمخترعين ومكافأتهم، تعتبر الحماية الدولية حافزا يشجع أصحاب العمل على الإبداع ويزيل الحواجز والعقبات أمام العلوم والتكنولوجيا على وجه الخصوص[1]

و قد نشأت هذه المنظمة باتفاقية في14 /1967/07

وتكمن أهمية هاته المنظمة في أنها جمعت بين اتحادات مختلفة أين وحدت الجهة المختصة للملكية الفكرية دعما لحماية عناصرها المذكورة في الفقرة الثامنة من المادة الثانية من للاتفاقية وتهدف المنظمة بنص المادة الثالثة إلى دعم حماية الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم عن طريق التعاون بين الدول والتعاون مع أي منظمة دولية أخرى متى كان ملائما وكذلك ضمان التعاون الإداري بين الاتحادات وتحقيقها لهاته الأغراض.

وتطرقت المادة الرابعة منها إلى وظائف المنظمة بواسطة أجهزتها المختصة وهي كالتالي[2]:

1-العمل على دعم اتخاذ الاجراءات الهادفة لتيسير الحماية الفعالة للملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم و إلى التنسيق بين التشريعات الوطنية في هذا المجال

2-القيام بالمهام الإدارية لاتحاد باريس و الاتحادات الخاصة المنشئة فيما يتعلق بذلك الاتحاد و لاتحاد برن.

3-جواز قبول مهام إدارية تنفيذا لأي اتفاق دولي يهدف لدعم حماية الملكية الفكرية أو المشاركة في مثل هذه المهام

4-تشجيع ابرام اتفاقيات دولية الهادفة لتدعيم حماية الملكية الفكرية

[1]- غسان رباح :الوجيز في قضايا حماية الملكية الفكرية و الفنية -منشورات الحلبي الحقوقية -لبنان ط 1 2008 ص 175

[2] الطيب زيروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية (تحاليل ووثائق) ، مطبعة الكاهنة، الجزائر، ط 1 ، ص84

5-عرض خدماتها للدول التي تتطلب المساعدة القانونية و الفنية في مجال الملكية الفكرية

6-جمع المعلومات الخاصة للحماية الملكية الفكرية و نشرها و اجراء الدراسات في هذا المجال و تشجيعها و نشر نتائج تلك الدراسات

7-القيام بتوفير خدمات الميسرة للحماية الدولية للملكية الفكرية و النهوض بأعباء التسجيل في هذا المجال و نشر البيانات الخاصة بالتسجيلات متى كان ذلك مناسبا

8-اتخاذ أي اجراء آخر ملائم يتعلق بمسائل الملكية الفكرية

وإضافة إلى المهام المتعلقة بإدارة المنظمة للمعاهدات الداخلة في نطاق اتحاداتها والتعاون مع المنظمات الأخرى وكذلك المهام المتعلقة بالتسجيل الدولي تقوم المنظمة بتقديم خدمات هامة خاصة للدول النامية يمكن إجمالها في:

-برنامج المنظمة الخاصة للتعاون القانوني الفني للدول النامية

-تقديم مساعداتها بواسطة خبرائها ومؤرخيها في مجال إعداد مشاريع القوانين و المعاهدات بمجال الملكية الفكرية و كذا الاتفاقيات في مجال التعاون ما بين الدول النامية[1]

ثانيا :أجهزة المنظمة

يتشكل هيكل المنظمة من الأجهزة الآتية:

1-الجمعية العامة

وتتشكل من الدول الأعضاء في الاتفاقية وتمثل كل حكومة بمندوب واحد يكون ممثلا إلا لدولة واحدة فقط بصوت واحد ويجوز أن تشارك الدول الاطراف في هذه المعاهدة والتي ليست أعضاء في أي من الاتحادات في اجتماعات الجمعية العامة بصفة مراقبين

أما النصاب القانوني للاجتماعات هو % 50 وتجتمع مرة كل ثلاث سنوات في دورة عادية ولها الحق في الاجتماع عن طريق دورة استثنائية بدعوة من المدير العام بناءا على طلب لجنة التنسيق او 1/4 من الدول الأعضاء في الجمعية .وتبت في قراراتها بأغلبية ثلثي الأصوات المشتركة في الاقتراع مبدئيا.

[1] الطيب زيروتي مرجع سابق ص 91

وفي بعض المسائل تشترط إما أغلبية 4 /3 من الأصوات المشتركة في الاقتراع أو 10/ 9 منها. ويتطلب تعيين المدير العام والموافقة على الاجراءات المقترحة منه لتنفيذ الاتفاقات الدولية ونقل المقر إذ لا تقتصر توفر الأغلبية المطلوبة في الجمعية العامة فحسب بل أيضا في جمعية اتحاد باريس وجمعية اتحاد برن (حسب نص م 6 فقرة 3 من الاتفاقية.)

ومن مهام الجمعية العامة:

-تعيين المدير العام و البت في تقاريره الخاصة و اعتمادها.

-تعد ميزانية المنظمة لمدة ثلاث سنوات و تعتمد لائحتها المالية.

-تعتمد الاجراءات التي يتخذها المدير العام لتنفيذ الاتفاقيات الدولية.

-تتولى تحديد من يسمح له حضور اجتماعاتها كمراقبين من الدول غير الأعضاء من المنظمة و من المنظمات الدولية الأخرى.

-كما يجوز لها أن تباشر أي مهام أخرى تدخل في نطاق الاتفاقية.

2-**المؤتمر:**

ويتشكل من كل دول أطراف الاتفاقية وتمثل كل الحكومة بصوت واحد عن طريق مندوبها ويجتمع المؤتمر في دورة عادية كل ثلاثة سنوات وفي دورة استثنائية في نفس الوقت والمكان الذي تجتمع فيه الجمعية العامة.

أما النصاب القانوني المطلوب في المؤتمر هو3 / 1 عدد الدول الأعضاء

ومن مهام هذا المؤتمر:

-مناقشة الموضوعات ذات الأهمية العامة في مجال الملكية الفكرية.

-اتخاذ التوصيات المناسبة بشأنها دون التجاوز على اختصاصات الاتحادات و استقلالها الذاتي.

-وضع برنامج لمدة ثلاثة سنوات للمساعدة القانونية الفنية في حدود الميزانية المخصصة.

-كما يجوز له مباشرة أي مهام أخرى مناسبة تخص هذه الاتفاقية.

3- **:لجنة التنسيق**[1]

[1] الطيب زيروتي ، المرجع السابق ، ص88

تتشكل من الدول الأطراف في هاته الاتفاقية ويمثل كل حكومة مندوب واحد يصوت باسمها فقط .

وتتميز مهام لجنة التنسيق بالطابع التقني والإجرائي فهي تقدم المشورة في أجهزة الاتحادات والجمعية العامة والمؤتمر والمدير العام، وتعد مشروع جدول أعمال الجمعية العامة وجدول أعمال المؤتمر وترشح لمنصب المدير العام أين تعرض اسمه على الجمعية العامة كما تعين المدير العام بالنيابة في حالة شغور منصب المدير العام بين دورتين للجمعية العامة.

تجتمع لجنة التنسيق مرة واحدة سنويا في دورة عادية كما تجتمع في دورة استثنائية بدعوة من المدير العام تكون بمبادرة منه وبناءا على طلب من رئيس اللجنة أو 4/ 1عدد أعضائها.

أما النصاب القانوني المطلوب يتطلب الأغلبية البسيطة (50%+1) للأصوات المشتركة في الاقتراع

4-المكتب الدولي:

ويمثل سكريتاريا المنظمة ويسيره المدير العام الذي تعينه الجمعية العامة ويعين لمدة ستة سنوات قابلة للتجديد لمدة محددة.

وتتمثل مهام المدير العام في:

-كونه الرئيس التنفيذي للمنظمة و ممثلها القانوني

-يقدم للجمعية العامة تقريره و يعمل وفق توجيهاتها فيما يخص المسائل الداخلية أو الخارجية للمنظمة

-يعد مشاريع البرامج والميزانيات وتقارير نشاط المنظمة ويبلغها إلى حكومات الدول المعنية وإلى الأجهزة المختصة في الاتحادات والمنظمة

-يعين الموظفين و احد نوابه بعد موافقة لجنة التنسيق

-يتولى مهاما تنظيمية بإخطار جميع الدول ب : دخول الاتفاقية حيز التنفيذ ،توقيعات و إيداعات وثائق التصديق و الانضمام و غيرها.

الفرع الثاني: دور الويبو في حماية العلامة التجارية

قصد حماية العلامة التجارية سيما بعد التطور التكنولوجي في مجال الانترنت قامت الويبو بإصدار تقارير خاصة لأسماء المواقع الالكترونية (أولا) كما يلعب مركز التحكيم والوساطة الذي أنشأته الويبو دورا فعالا في حل النزاعات بين العلامة التجارية وأسماء المواقع

أولا: التقارير المنشورة من طرف الويبو لحماية العلامة التجارية.

ظهر التقرير الأول للمنظمة في04/30 / 1999[1] و تضمن مجموعة من التوصيات الرئيسية التي يجب أن تراعي أثناء تسجيل العناوين الالكترونية ومن هذه التوصيات:

1-إنشاء عناوين الكترونية جديدة تسمح بتمثيل أكثر للعلامات التجارية على شبكة الانترنت أين تشير إلى العديد من التسجيلات المتعسفة على حقوق مالكي العلامات التجارية

2-استثناء العلامة المشهورة بضرورة وضع نظام استثنائي للعلامات عند تمثيلها على شبكة الانترنت حتى تحقق لها الحفظ لشهرتها على المستوى الدولي و يتمثل هذا النظام في منع تسجيل هذه العلامات إلا من جانب مالك هذه العلامة فقط

3-الاجراء الإداري و تسوية النزاع بين مالك العنوان الالكتروني و العلامة التجارية و تتمثل هذه الوسيلة في تنظيم اجراءات إدارية تحت اشراف الشركة الأمريكية المختصة بتسجيل و إدارة نظام العناوين الالكترونية(ICANN) لتسوية النزاعات المتعلقة بالعناوين الالكترونية

ثانيا :مركز التحكم بالوساطة:

بغية حماية العلامة التجارية، أسست الويبو هذا المركز من اجل تقديم المساعدة لتسوية المنازعات القائمة بين الافراد والشركات من أي بلد في العالم.

وقد أنشأ هذا المركز في جينيف بسويسرا عام1994 ، ويمتلك هذا الأخير قائمة تضم أكثر من 800وسيط أو محكم من 70 بلدا مختلفا، يتولى هؤلاء الوسطاء والمحكمون توجيه الاجراءات لتسوية المنازعات وفقا لقواعد الويبو ومن بين هاته الاجراءات[2]:

---

[1] ص 7 من التقرير المتاح على العنوان الالكتروني:http/wipo/ 2.wipo.int

[2] كوثر مازوني، قانون الملكية الفكرية في مواجهة التكنولوجيات الحديثة (التجربة الجزائرية) ،دار هومة، الجزائر ص 153 و154

1-**التحكيم** : وهو أي اجراء تتفق عليه اطراف النزاع اختيار محكمة فرد أو هيئة تحكيم كل النزاع ويصدر في النهاية قرار يكون ملزم لكل الأطراف ولا يستطيع احد من الأطراف أن ينسحب من هذا الإجراء لأنه اختاره منذ البداية بإرادته الحرة.

2-**التحكيم السريع** :ويفرض وجود تعديلات جوهرية في نظام التحكيم السابق تهدف إلى صدور قرار التحكيم في وقت قصير وبتكلفة اقل وبغية تحقيق هاته النتائج لبعض الاجراء مع وقوع النزاع لمحكم وحيد بدلا من خضوعه لهيئة تحكيم تتضمن أكثر من محكم وتحديد مدة قصيرة لاتخاذ الاجراءات ضمانا لصدور قرار سريع في النزاع.

3-**الوساطة التي يتبعها التحكيم** : هذا الاجراء مزدوج لكونه يبدأ بالوساطة وينتهي بالتحكيم عند عدم الوصول بقرار من الوساطة وإذا اختار الاطراف هذا الاجراء فيعني أنهم سيبذلون ما في وسعهم للوصول إلى حل ودي للنزاع، وفي حالة عدم الوصول إلى هذا الحل في غضون 20إلى 90يوما يحال النزاع بناءا على طلب احد الاطراف أو كليهما إلى التحكيم.

وتتم الوساطة من خلال وسيط محايد يساعده الاطراف للوصول إلى حل يرضي الطرفين ويقتصر دور الوسيط على المساعدة فقط دون أن يعرض عليهم حل معين، ويجوز للأطراف التحلل من الوساطة في أي وقت أرادو ذلك.

ويكون اللجوء إلى مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة من خلال شرط تحكيم يدرج في العقد يمنح الاختصاص لنظر المنازعات التي تثور بصدد تنفيذه إلى مركز التحكيم والوساطة .ولتسهيل الأمر على المتعاقدين أعدت المنظمة شرطا نموذجيا لكل شكل من أشكال التحكيم[1]

كما يقدم المركز خدمة الاستشارة إلى ذوي الشأن لتسوية المنازعات ويساعد العديد من الهيئات والمؤسسات في دفع نظم خاصة بها ويعمل المركز مع اتحاد ما يسمىApplication Service provider consortum

كما يضم أكثر من 400 مشروع تسيير في العالم، وقد فصل المركز في قضيتين وهما:

قضية شركة TF1 الخاصة الفرنسية، وقضية Diorذات العلامة المشهورة الخاصة بالعطور[1].

[1]كوثر مازوني قانون الملكية الفكرية في مواجهة التكنولوجيا الحديثة التجربة الجزائرية، ص 153-154

وقد حدد التقرير حالات اللجوء إلى هذا الاجراء عن سوء نية مسجل العنوان الاليكتروني أو حالات التسجيل المتعسف له مخالف بذلك حقوق مالك العلامة التجارية

كما أوصى التقرير النهائي [2] أن يكون هذا الاجراء الإداري سريعا وفعالا وقليل التكلفة، يتم بشكل كلي على شبكة الانترنيت وتقتصر القرارات الصادرة على هذا الاجراء على إلغاء العنوان الاليكتروني أو نقله من صاحبه إلى مالك العلامة التجارية.

كما عمدت الويبو في إنشاء برنامج يخص العناوين الالكترونية الوطنية عن طريق مؤتمر عقد في جنيف (سويسرا) في فبراير 2001 تضمن مجموعة من المبادئ والتوصيات للهيئات المختصة بتسجيل العناوين الاليكترونية تنصب من مجملها في تبيان بعض الشروط والبيانات الخاصة بعقود تسجيل العناوين الالكترونية من اجل حماية مالكي العلامات التجارية من هاته البيانات.

الاسم الكامل – العنوان البريدي – العنوان الاليكتروني– رقم الهاتف والفاكس إن وجد – عنوان المقر المختار للمراسلة القانونية والإدارية لمسجل العنوان الاليكتروني.

كما أوصت المنظمة في برنامجها أن تشير هاته البيانات إلى اسم العنوان الاليكتروني وتاريخ تسجيله في قاعدة بيانات معروفة لدى الجميع مثل قاعدة بياناتwhois .

المبحث الثاني:

مجال الحماية المقررة للعلامة التجارية

إذا كانت العلامات التجارية تتمتع بالحماية حتى ولو لم تكن مسجلة وحمايتها غير مقيدة بالزمان والمكان ولا حتى الصنف إلا أن ذلك لا يمنع الغير من التعدي عليها، وفي هذا الحال يجب حمايتها بالقانون الجزائي، ويجب جبر الضرر مدنيا إذا كان التعدي لا يرقى الى درجة الجرم الجزائي وعليه سأتناول في هذا المبحث الحماية الجزائية في المطلب الأول، والحماية المدنية في المطلب الثاني.

---

[1] كوثر مازوني الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية , المجلة 246 الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية و السياسية,العدد 2088/3 كلية الحقوق جامعة بجاية ص 247/246

[2] متاح تحت العنوان الالكتروني: http/wipo 2.wipo.int

المطلب الأول: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تنص المادة 21 من اتفاقية تريبس في القسم المتعلق بالإجراءات الجنائية أنه: تلتزم البلدان الأعضاء بفرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على الأقل، في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المستعجلة، أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري ...

وتنص المادة 26 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر على أنه: (مع مراعات أحكام المادة 10 أعلاه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية للعلامة، قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ...)

وفي هذا الإطار سنحاول أن نتعرض قي صلب هذا المطلب الي ما يلي:

أولا الاشكال المختلفة للمساس بالعلامة

ثانيا الإجراءات القانونية المختلفة وهذا على ضوء ما جاء به الامر 06/03 المتعلقة بالعلامات التجارية والذي يحيلنا الي الامر 156/66 المتضمن قانون العقوبات في كثير من مواده القانونية

الفرع الأول: جرائم التعدي على العلامات التجارية

انه من الملائم أولا حصر مختلف الاشكال التي تمثل مساسا بالحق في العلامة، ويعتبرها القانون جريمة قائمة بأركانها ويمكن أن تكون محل للمساءلة الجنائية وايقاع العقوبة الملائمة، ومن هذه الأشكال ما يلي:

1:جنحة تقليد العلامة

2:جنحة التقليد التدليسي للعلامة

3:وهناك جرائم تضمنها الأمر 06/03 تتعلق بمخالفة الأحكام الإلزامية لهذا الأمر, وأخرى تضمنها قانون العقوبات

أولا: جنحة تقليد العلامة

جنحة تقليد العلامة هو اصطناع العلامة المقلدة، أي التنفيذ المادي بغض النضر عن كل استعمال لها، ويعرف الأستاذ Roubierالتقليد بكونه :(إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي والمميز) أنه الاصطناع (الشرس) والكامل والحرفي للعلامة، وتكون الجريمة مرتكبة من خلال التصنيع المادي للعلامة[1].

استعمل المشرع الجزائري في المادة 26 من الامر 06/03 مصطلح التقليد contrefaçonفقط، أما في قانون العلامات رقم 57/66 الملغى، استعمل مصطلح التقليد contrefaçonوالمحاكاة L'imitation.

والاختلاف قائم بين المصطلحين(contrefaçon) التقليد بالتزوير والمحاكاة، L'imitation التقليد بالتدليس , ويشتد الخلاف بالخصوص في عنصر حسن النية, الذي لا أهمية له في جريمة التقليد بالتزوير ,أما اذا تعلق الأمر بجريمة التقليد التدليسي للعلامات , فعلى القاضي التثبت من وجوده[2]. والمقصود بالتزوير في العلامة أيضا، هو إعادة وضع عناصر العلامة المودعة بصفة كلية أو جزئية على سلعة من طرف شخص طبيعي أو معنوي [3] .

وإذا كان المشرع الجزائري أورد مصطلح التقليد للعلامة بوجه عام، فان المشرع الفرنسي يفرق بين التقليد الكلي والتقليد الجزئي لها، وهو ما يعرف عنده بمصطلح

Contrefaçon stricto sensu[4]وهذا لا يعني بالذات أن المشرع الجزائري لا يأخذ بالتقليد الجزئي للعلامة, وهو ما سنشير اليه من خلال بعض القرارات القضائية في هذا الفرع من البحث.

---

[1] أ بيوت ندير 'مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية' مقال منشور في المجلة القضائية الصادرة عن المحكمة العليا 'العدد الثاني 'سنة 2002 ص 55 الى 93.

[2] أ حديدان سفيان, جريمة التقليد التدليسي للعلامات الصناعية والتجارية وعلامة الخدمة, مذكرة ماجستير, كلية الحقوق جامعة الجزائر 2002, ص 36.38.

[3] أ حديدان سفيان, المرجع نفسه ص 36

[4] CHRISTOPHE Roquilly .Op cit ,P 84

وعلى عكس قواعد قانون العقوبات التي تشترط توفر ركنين لقيام الجريمة، الركن المادي والركن المعنوي، فان جريمة التقليد لا تتطلب –في الغالب – الا ركنا واحدا وهو استنساخ العلامة، ولا أهمية لحسن النية، أو لانعدام القصد لدى المصطنع فالركن المعنوي غير ضروري في قيام الجريمة، واصطناع العلامة يكفي لتجسيد الركن المادي في جريمة التقليد.

ان التقليد بالمعنى الاصطلاحي وعلى عكس جريمة المحاكاة التدليسية التي يتثبت فيها القاضي من إمكانية الخلط، لا يتطلب تقديرا قضائيا، فاذا كانت العناصر الأساسية المميزة للعلامة مصطنعة، فانه لا يطلب أكثر من ذلك، ولا تهم المجهودات التي يقوم المقلد بها لتمييز علامته من خلال نقاط أخرى، عن تلك التي تم تقليدها في جانبها الأساسي [1] وهو ما ذهب اليه قرار صادر في 17 مارس 1999 عن مجلس قضاء الجزائر، في قضية قائمة بين شركة عطور (Lancom) وبين جديدي، وحكم المجلس بأن المتهم الذي سمى عطره ب (Trésor) قد ارتكب جنحة التقليد عندما اصطنع علامة(trésor de lancom) وحكم عليه بالتعويض وبإلغاء علامة (trésor) المقلدة [2]

وجريمة تقليد العلامة هي من الجرائم التي يكون الهدف من وراءها الاعتداء على الحق في العلامة، وكذا غش المستهلك وتضليله، وليس من اللازم أن يكون الغش والتضليل مؤكدا، بل يكفي أن يكون محتملا فلا تعتبر الواقعة تزويرا بل تقليدا للعلامة التجارية إذا انتفت حلالة اللبس أو التضليل لدى المستهلك، أو نية الاحتيال لدى الفاعل ويبدو أن نية الاحتيال في بعض الجرائم قد تكون مفترضة.

كما يعتبر تسجيل العلامة قرينة على علم الغير بها، خاصة بالنسبة للتاجر اذ يفترض في هذا الأخير أن يكون على علم بجميع العلامات التجارية المسجلة، وذلك بحكم أن تسجيل العلامة

[1] أ بيوت نذير , المقال السابق ص61

[2] أ بيوت نذير , المقال السابق ص62

التجارية ينشر في المجلة الرسمية وبحكم مقتضيات العرف التجاري أيضا فضلا على أن فعل التزوير أو التقليد لا يمكن اعتبارهما من باب المصادفة البحتة أو التوافق البريء.

ثانيا: جنحة التقليد التدليسي للعلامة

يقصد بالتقليد التدليسي للعلامة، هو المحاكاة التي تدعو الى تضليل الجمهور، ويتم ذلك عن طريق اتخاذ الصانع أو التاجر، علامة مشابهة للعلامة الأصلية لوضعها على منتوجه، دون أن يستعير جزء من العناصر التي تتكون منها العلامة الأصلية، حيث أن هنا العمل من شأنه أن يحدث خلطا في ذهن المستهلك يدفعه الى شراء منتوج أو سلعة تتمتع بنفس مواصفات السلعة المراد تناولها، وهو يظن أنه اشترى السلعة الأصلية، وهذا العمل الذي يقوم به المنتج من شأنه أن يمس بالمبادئ التي تقوم عليها المنافسة الحرة، خاصة فيما يتعلق بمبدئ الشفافية, كما يمس في نفس الوقت إرادة المستهلك, فيقع هدا الأخير ضحية التلاعب[1].

وتعد جريمة التقليد التدليسي الأكثر حضورا, ان لم نقل الوحيدة المتداولة في الاجتهاد القضائي الجزائري, وتخضع هذه الجريمة على خلاف جريمة التقليد التي تتطلب الركن المادي فقط, الى القواعد العامة في قانون العقوبات وتقوم بتوفر ركنين , الركن المادي يتمثل في محاكاة تنصب على التأثير في الطابع الأساسي للعلامة, الكفيل بخلق اللبس في ذهن المشتري, أما الركن الثاني فيتمثل في القصد الجنائي, أي قصد الغش لدى المحاكي ; وعلى خلال ما هو عليه الحال في الاصطناع الحرفي أو التقليد, فانه يتم ترتيب المحاكاة بطريقة تحدث لبسا في ذهن المستهلك غير النية في التمييز بين المنتجات المشهورة بعلامتين[2].

وينطلق القضاء لتحيد الخلط الذي يقع فيه المستهلك من مجموعة من المعايير، وهذا على عكس تزوير العلامة، اذ يسهل العمل أكثر على القاضي، ومن هذه المعايير نذكر منها ما يلي:

---

[1] الأستاذين حسن الفهاني وعبد المنعم حسني، الموسوعة الذهبية للقواعد القانونية، الإصدار المدني الجزء السابع، ص 904 و920 , الدار العربية للموسوعات القاهرة 1982.

[2] Haroun ali , Op cit , P87

1: المعيار المتعلق بالعلامة

ينطلق القضاء في الكثير من أحكامه لتقدير وقوع خلط في ذهن المستهلك، بالمقارنة بين العلامة الحقيقية والعلامة المقلدة، بين أوجه التشابه والتطابق بينهما. وتقليد العلامة يتم بالنظر الى جميع عناصر العلامة، دون تحليل كل عنصر ومقارنته مع العنصر الذي يقابله للعلامة المقلدة، هذا التقدير يتم على أساس التشابه الكلي وليس على أساس الاختلاف، وفي حكم صادر عن محكمة النقض المصرية: "أن العبرة في التقليد بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف [1] "ومن أوجه الشبه التي من خلالها تعتبر المحاكم التقليد قائما هي[2]:

أ: أوجه التشابه القائمة على أساس النطق. Similitude Verbal

يقصد بأوجه الشبه القائمة على أساس النطق، مجموعة العناصر المتشابهة في العلامة والتي يتم الكشف عنها من خلال التسمية المقدمة للعلامة المقلدة، والمبدأ المسطر هنا هو أن يكون اللبس الحاصل بين العلامتين ممكنا في ذهن المشتري أو الزبون أو المستهلك أو المستعمل .... وإذا كان التقدير يتم بما لقاضي الموضوع من سيادة، فانه مطالب بضرورة التصريح به.

ب: أوجه الشبه القائمة على أساس الشكل الخارجي للعلامة

قد يعتمد القضاء في تقديره لتوافر جريمة التقليد التدليسي للعلامة على أوجه الشبه بين

العلامة الأصلية والمقلدة على أساس الشكل الخارجي لها[3], ويقصد بالشكل الخارجي، الملصقات والألوان وشكل العلبة أو الزجاجة, وكل شكل اخر يمكن أن يوقع المستهلك في خلط, عند عدم

---

[1] أ بيوت نذير، المقال السابق ص 63-64

[2] جاء قي حكم صادر عن محكمة النقض المصرية ما يلي: يقوم تقليد العلامة التجارية على محاكاة تتم بها المشابهة بين أصل وتقليد ومن ثم فان خلو الحكم من وصف العلامة الصحيحة والعلامة المقلدة والاستناد في ثبوت توافر التقليد على كتاب إدارة العلامة التجارية أو رأييها من وجود تشابه بين العلامتين يجعله مشوبا بالقصور لأن القاضي في المواد الجنائية انما يستند في ثبوت الحقائق القانونية الى الدليل الذي يقتنع به وحده ولا يجوز له أن يؤسس حكمه على رأي غيره.... وجاء في حكم أخر ان العبرة في التقليد بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف .... أنظر حديدان سفيان، الرجع السابق ص 42

[3] Haroun ali , Op cit , P47

تواجد كل من السلعة المقلدة والسلعة الأصلية أمام المستهلك عند قيام عملية البيع, ومن أمثلتها علامة تأخذ شكل مثلث ملون بالأحمر والأزرق مودعة من طرف شركة CINANO وهذا المثلث معروف لدى الغير بأنه رمز يميز بين منتجات هذه الشركة، فقامت شركة أخرى بإنتاج نفس المثلث مكتوب عليه باللون الأبيض الاسم التجاري لهذه الشركة PERREND ET CIE يكون ذلك العمل تقليد تدليسي[1]

ج: أوجه الشبه القائمة على أساس التقارب الفكري

Similitude par association d'idées.

في هذه الحالة التقارب له طابع فكري وهنا التشابه يكون من حيث المقصود الذي تؤديه كل من العلامة الأصلية والعلامة المقلدة ومن أمثلة ذلك:

(La vache joyeuse) و (La vache qui rit)

وأيضا (BONJOUR LES COUPAINS) و (SALUT LES COUPAINS)

وأيضا (la Vache qui rit) و (la vache gracieuse)[2].

2: المعيار المتعلق بالمستهلك

ويتعين التساؤل هنا عن أي مشتري يتعين على الاجتهاد القضائي أخذه بعين الاعتبار، وماهي العناية الواجب بذلها؟ هل هي عناية الرجل المستهلك العادي أم عناية المستهلك الحريص؟

الاجتهاد القضائي في فرنسا بخصوص جريمة التقليد التدليسي للعلامات في قطاع منتجات التجميل، أعطى ملاحظات مهمة قابلة للتطبيق من قبل القضاة تتمحور في قاعدتين:

[1] أ حديدان سفيان، المرجع السابق ص 49.

[2] أ جبارة شوقي، المعالجة الجمركية و القضائية لتقليد العلامة،مقال منشور في المجلة القضائية,الصادرة عن المحكمة العليا سنة ,2002 ص 16.

أ-التقليد التدليسي يقوم على أساس التشابه الكلي وليس على الاختلاف.

L'imitation se fait par rapport aux ressemblances et non pas par rapport aux différences.

ب-البحث عن الغموض يكون بالأخذ في الحسبان المشتري المتوسط الانتباه.

La possibilité de confusion doit être recherchée se mettant à la place de l'acheteur d'intention moyenne.

الفرع الثاني:

عقوبات المساس بالحق في العلامة التجارية

يأخذ الجزاء صورتين: العقوبة وتدبير الأمن، وسنتناول مدى انطباق هاتين الصورتين من الجزاء على الجرائم التي تمس بالحق في العلامة التجارية

أولا: العقوبات الأصلية

وتتمثل في إيلام المعتدي على العلامة التجارية المشهورة بالانتقاض من بعض حقوقه الشخصية، وأهمها الحق في الحياة والحق في الحرية وتتمثل هذه العقوبات فيما يلي:

1-**الحبس:** لقد نصت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في القانون الجزائري على ما يلي: "... كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر الى سنتين".

2-**الغرامة:** ونصت أيضا المادة 32 من الأمر 06/03 على ما يلي: "... كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس ... وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.5000 دج) الى عشرة ملايين دينار (10.000.000دج).

والمشرع الجزائري في كل ما يتعلق بالجريمة من حيث أحكام المساهمة الجنائية في مجال العلامات، لم بنص عليها صراحة وإنما ألح على ضرورة مراعاة أحكام الأمر 156/66 المؤرخ في 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات الجزائري طبقا للمادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وبخصوص العقوبتين المنصوص عليهما في

المادة32 من الأمر 06/03 تنص صراحة بأنه "يمكن للقاضي أن يطبق عقوبة الحبس وحدها وعقوبة الغرامة لوحدها أو يطبقهما معا ، حسب ظروف الجريمة وهذا ما تشير إليه صراحة بقولها: "... أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط...".

وإذا ما ذهبنا الى أحكام الأمر 156/66 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، وبالضبط الى المادة 426 منه، نجدها جاءت بأحكام عامة تخص الغش في البيع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، والذي تعاقب عليه بالحبس من شهرين الى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 الى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، والتي يمكن أن تصل الى 5 سنوات حبسا طبقا لنص المادة 430، وإن كانت مقبولة بخصوص عقوبة الحبس فهي بالنسبة للغرامة قليلة جدا إذا ما قارناها مع الضرر الذي يصيب المنتج والمستهلك، ولا تشجع على جلب وتشجيع المستثمر الأجنبي[1].

وعليه وفي ظل وجود النص الخاص الذي يقيد النص العام، فإنه يتعين على القاضي أن يطبق أحكام المادة 32 من الأمر 06/03 التي تتناسب في عقوبتها التي تتضمنها مع ما يقع من إعتداء على العلامات التجارية المشهورة وخاصة بعقوبة الغرامة التي يصل حدها الأقصى الى عشرة ملايين دينار.

هذه الأخيرة التي تعكس نية المشرع الجزائري في حماية الحق في العلامة من التقليد التدليسي، بدليل أن عقوبة الغرامة تشكل أضعافا مضاعفة لتلك التي كان ينص عليها الأمر 57/66 الملغى المنضم للعلامات التجارية وعلامات المصنع، حيث كانت المادة 29 منه تقضي بأن يعاقب كل من إرتكب جريمة التقليد التدليسي بغرامة من 1000 الى 15000 دج، أما بخصوص عقوبة الحبس فهي أيضا شدد فيها العقوبة بحيث زاد من حدها الأدنى والأقصى الذي كان في الأمر 57/66 الملغى من شهر الى سنة فأصبح من 6 أشهر الى سنتين.

[1] د.أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2002، ص 195.

والمشرع الجزائري في تقديرنا وهو ينحو هذا المنحى، يهدف من جهة الى تعزيز حماية حق العلامة بصفة خاصة وحقوق الملكية الفكرية بصفة عامة، ومن جهة أخرى سعيا منه إلى مسايرة ما تنص عليه الاتفاقيات الدولية في هذا المجال، وخاصة منها اتفاقيتي "باريس[1]"1883 واتفاقية «تربس[2]" 1994 في ضمان أكثر حماية لأصحاب الحقوق الفكرية والصناعية.

أما بخصوص الجرائم التي لا تشكل جنحة التقليد، فقد نصت المادة 33 من الأمر 06/03 على عقوبتي الحبس والغرامة بقولها: "يعاقب بالحبس من شهر الى سنة وبغرامة من 50.000 دج الى 2000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين الأشخاص: الذين خالفوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة والذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر".

والمشرع الجزائري بمعاقبته على كل مخالفة لأحكام الأمر 06/03 يسهم في إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وتشجيعها بقواعد امرة، بما يحقق المنفعة المشتركة لكل من المستهلك والمنتجين وتحقيق التجارة المشروعة[3].

ولا يمكن النطق في كل الأحوال بعقوبتي الحبس والغرامة إلا من طرف محكمة الجنح إذا ما ثبت قيام الجنح المقررة في التشريع المتعلق بالعلامات، وإلا فإن التعويض المدني هو وحده الذي يطبق[4].

ثانيا: العقوبات التكميلية

وهي على عدة أنواع نوردها كما يلي:

[1] د. أحسن بوسقيعة، المرجع نفسه، ص 190.

[2] أ . حديدان سفيان، المرجع السابق، ص 110-111.

[3] أنظر في ذلك المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، وأنظر أيضا د. الطيب زروتي المرجع السابق.

[4] أنظر في ذلك المواد 15 إلى 16 من اتفاقية "تربس"، وأنظر أيضا د. الطيب زروتي، المرجع نفسه.

1-المصادرة: ويقصد بالمصادرة نقل ملية المال المصادر قهرا وبدون مقابل من ملكية صاحبه الى ملكية الدولة[1]، وعرفت المادة 15 من قانون العقوبات المصادرة هي الأيلولة النهائية الى الدولة لمال معين أو أكثر.

وتنصب المصادرة على الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، وهذا ما أشارت إليه المادة 32 فقرة 3 من الأمر 06/03.

والمصادرة مقيدة بثلاث شروط، بحيث لا تشمل ما أشارت إليه الفقرة 1 و2 و3 من المادة 15 من قانون العقوبات، ولا تشمل الأشياء المملوكة للغير، ما لم ينص القانون صراحة على خلاف ذلك، وأن تأمر بها المحكمة بإستثناء حالة الجنايات، فيجوز الأمر بالمصادرة في كل الحالات، والأصل أن تكون المصادرة مسبوقة بالحجز فتأتي المصادرة لتثبيته[2]، وتعد المصادرة في نفس الوقت عقوبة وتعويضا مدنيا، وحتى يتم النطق بها لا بد من معاينة مادية للجرائم المقررة في ذات الصلة بالعلامات (التقليد المحاكاة، الاستعمال أو الوضع التدليسي) غير أنها لا تحتاج الى سبق النطق بعقوبة جزائية، فهي تحكم بها حتى في حالة البراءة، الأمر الذي يعني حسن نية المتهم.

فطبقا لأحكام المادة 35 من الأمر 57/66 الملغى أمرت محكمة الجزائر في القسم الجزائي بتاريخ 1967/07/17 بمصادرة منتجات "BANITA "" وبإتلاف رواسم ونماذج هذه العلامة[3].

2-الإتلاف: تنص المادة 33/ من الأمر 06/03 على إمكانية إتلاف الأشياء محل المخالفة.

---

[1] أنظر المواد 7 و41 من اتفاقية " تربس" وأنظر أيضا د. الطيب زروتي، المرجع نفسه.

[2] أ.بيوت نذير، المقال السابق، ص 70.

[3] د. عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، جزء 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 580.

وكثيرا ما يتم النطق بالمصادرة بحيث يبدو في نظر المحاكم تكملة ضرورية له، ويلاحظ أن الحكم بإتلاف تلك الأشياء كلها أو بعضها، أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية، إذ أن أمر الإتلاف جوازي وليس إلزامي[1].

3-النشر: إن الأحكام القضائية الصادرة في مجال العلامات، كثيرا ما تنص على نوع من الإشهار الذي يمكن أن يتم إما بواسطة الإلصاق وإما بالنشر في الجرائد، وهذا التدبير مناسب تماما وملائم، ما دام المقصود هو إعلام الزبائن أو المستهلك بصورة عامة بخصوص حالة العلامة.

فالمادة 2/34 من الأمر 57/66 الملغى كانت تنص على جواز الحكم بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها، وبنشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها، وذلك على نفقة المحكوم عليه.

ففي قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر، تم الترخيص للمستأنف عليه إضافة فحوى الحكم المستأنف بإلصاق القرار في خمس نسخ ونشره في يوميات المجاهد والجمهورية والنصر على نفقة المستأنفين (محكمة الجزائر-القسم المدني بتاريخ 1971/04/23)[2].

وأن كان المشرع الجزائري لم ينص في الأمر 06/03 على عقوبة النشر كما أشار إليه صراحة في المادة 2/34 من الأمر 57/66 الملغى، فإنه يتم في هذه الحالة الرجوع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات التكميلية وضوابطه القانونية بصفة عامة[3].

ثالثا: تدابير الأمن

يعتبر تدبير الأمن الصورة الثانية للجزاء الجنائي، وهو جزاء حديث مقارنة بالعقوبة. ولم يعرف المشرع الجزائري تدابير الأمن كنظام عقابي، غير أن غالبية علماء العقاب يتفقون

[1] د. أحسن بوسقيعة، المرجع نفسه، ص 226.

[2] د. أحسن بوسقيعة، المرجع نفسه، ص227.

[3] أ. حديدان سفيان، المرجع السابق، ص 116.

على أنها مجموعة الإجراءات التي يصدرها القاضي لمواجهة الخطورة الإجرامية الكامنة في شخص مرتكب الجريمة بغرض تخليصه منها.

وإذا كان قانون العقوبات الجزائري لم يعرف تدابير الأمن، فقد نص عليها في المادة الأولى، وساوى بينها وبين العقوبة من حيث خضوعها لمبدأ الشرعية بنصه: "... لا عقوبة ولا تدابير أمن بغير قانون" ولما كان تدبير الأمن يخضع للركن الشرعي، فقد نص المشرع الجزائري في المادة 1/32 من الأمر 06/03 على عقوبة الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة وإعتبار الغلق المؤقت والنهائي للمؤسسة تدبير أمن في تقديرنا وليس عقوبة تكميلية، راجع إلى إعتماده على الركن الشرعي من جهة وورود الغلق المؤقت أو النهائي في قانون العقوبات في الأحكام العامة ضمن التدابير العينية من جهة أخرى[1].

أما بخصوص المصادر المشار إليها في أحكام المادة 2/32 من الأمر 06/03 فأدخلناها ضمن العقوبات التكميلية، ولم ندخلها ضمن تدابير الأمن، لأن نص المادة 2/32 يشير على مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة. في حين أن المصادرة تحمل معنى تدبير الأمن إذا كانت صناعتها أو إستعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها يعتبر في حد ذاته جريمة[2]. (قرار الغرفة الجزائية بالمحكمة العليا قرار 1993/2/23، ملف رقم 94230).

وأشارت المادة 2/32 إلى الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، وهي تدابير أمن عينة قد تلحقه الشخص المعنوي، وتمنعه من الاستمرار في ممارسة نشاطه، والمشرع الجزائري وإن إعترف أخيرا وصراحة بمسؤولية الشخص المعنوي فإنه وطبقا لمبدأ الشرعية فقد حصرها في نطاق محدد[3].

[1] أ. بيوت نذير، المقال السابق، ص 74.

[2] أنظر المواد 9 إلى 18 من قانون العقوبات الجزائري.

[3] أنظر في ذلك المادة 14 وما بعدها من قانون العقوبات الجزائري.

وحكم المادة 2/32 من الأمر 06/03 أشار على أن هذه العقوبة تطبق على كل شخص إرتكب جنحة تقليد، وإن كان من المتعارف عليه أن الشخص يشمل الشخص الطبيعي والمعنوي، إلا أن ذلك وإن كان معمول به في قواعد المسؤولية المدنية، فإن ذلك يصطدم بمبدأ الشرعية في قانون العقوبات والقوانين المكملة له، مما يجعل تطبيق هذه العقوبة على الشخص المعنوي إفتراضا[1].

ونأمل من المشرع الجزائري في مشروع القانون القادم أن يعترف صراحة بمسؤولية الشخص المعنوي عامة، وهذا حتى تنسجم القوانين مع مضمونها ويزول اللبس أثناء تطبيقها، ومن جهة ثانية يتسنى له مسايرة التشريعات والقوانين الدولية التي إتجهت على الإعتراف بمسؤولية الشخص المعنوي صراحة ومنها المشرع الفرنسي في المادة 121 من قانون العقوبات سنة 1994[2].

المطلب الثاني: الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية

نظرا للدور الفعال للعلامة التجارية في تسويق المنتجات والخدمات المحلية والدولية، ونظرا لأهميتها في الحياة التجارية، فقد ظهرت صور متعددة للتعدي عليها، منها القرصنة على العلامات التجارية بتقليدها بمختلف الطرق، أو استخدامها من قبل غير أصحابها كوسيلة لتسويق منتجاتهم أو خدماتهم عبر وسائل الاتصال الحديثة وخاصة برامج الأنترنيت، الأمر الذي يتطلب توفير الحماية القانونية الملائمة مدنيا وجزائيا، محليا ودوليا في حال ثبوت التعدي، ما جعل

---

[1] أنظر في ذلك المجلة القضائية، العدد الرابع، 1993، ص 284.

[2] د. عمر سالم، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995، ص50. فإلى جانب عقوبة الحبس والغرامة أو غلق المؤسسة ونشر الحكم التي أقرها المشرع الفرنسي ضد الشخص المعنوي نجد عقوبات أخرى منها:

-المنع من ممارسة النشاط المهني.

-حل أو إعدام الشخص المعنوي.

-الإشراف القضائي.

-الإبعاد من السوق العام، أي عدم إمكانية التعامل مع أشخاص القانون العام. – المنع من الدعوة العامة للإدخار، ويقصد بها منعه من استثمار أو توظيف السندات أو اللجوء إلى مؤسسات الإئتمان أو المالية منها أو إجراء الإعلانات. – المنع من إصدار شيكات أو بطاقات الإئتمان.

المشرع الجزائري يجري تعديلات جوهرية على تشريعات الملكية الفكرية، ومنها العلامات التجارية حتى ينسجم تشريعه المحلي مع أحكام الاتفاقيات الدولية خاصة منها اتفاقية "تربس".

وعليه سنتطرق في هذا المطلب من الدراسة **أولا** الى الأساس القانوني للحماية المدنية للعلامة التجارية، **وثانيا** الى الجزاءات المترتبة على الدعوة المدنية حماية للعلامة التجارية.

الفرع الأول: الأساس القانوني للحماية المدنية للعلامة التجارية

تنص المادة 124 من القانون الجزائري[1] على أنه: "كل عمل أيا كان يرتكبه المرء بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض" واستنادا إلى هذه المادة فالحماية مقررة لكافة الحقوق، استنادا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية، إذ يحق قانونا لكل من وقع اعتداء على حق من حقوقه المادية أو المعنوية إن يطالب بالتعويض عما لحقه من ضرر مادي أو معنوي، وبالنتيجة لكل من وقع عليه إعتداء على حق من حقوقه المعنوية الأدبية أو الصناعية، ومنها العلامات التجارية أن يطالب بالتعويض وإلزام الغير بجبر الضرر على هذا الأساس.

كما تنص المادة 29 من06/03 المتعلق بالعلامات التجارية على أنه:" إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد إرتكب او يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية.." وعليه فالإعتداء على علامة تجارية مشهورة أو غير مشهورة بطريق التقليد أو بطريقة تشكل مخالفة لأحكام قانون العلامات، يشكل مساسا وتعديا على المبادئ المشروعة لكل منافسة تجارية، تعطي الحق لكل من لحقه ضرر مادي أو معنوي المطالبة بالتعويض.

ويستنتج من ذلك أنه يمكن حماية العلامة التجارية المشهورة أو العادية وفقا لأحكام قانون العلامات التجارية، وكذا وفقا لقواعد المنافسة غير المشروعة بإثبات فعل التعدي والضرر والعلاقة السببية، وكذا وفقا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية في القانون المدني، وعليه سنبحث في هذه المسألة وفقا للأسس والنقاط الثلاثة الاتية:

أولا: الحماية المدنية وفقا لقانون العلامات التجارية.

ثانيا: الحماية المدنية وفقا للقانون المدني.

ثالثا: الحماية المدنية وفقا لقانون المنافسة غير المشروعة.

[1] د. أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص.187.و227.

أولا: الحماية المدنية وفقا لقانون العلامات التجارية

تنص المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر على أنه: " إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد إرتكب أو يرتكب فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية..." وعليه فالإعتداء على علامة تجارية مشهورة أو غير مشهورة بطريق التقليد أو بطريقة تشكل مخالفة لأحكام قانون العلامات، يشكل مساسا وتعديا على المبادئ المشروعة لكل منافسة تجارية، تعطي الحق لكل من لحقه ضرر مادي أو معنوي المطالبة بالتعويض.

ووفقا لأحكام المواد 5 و6 من الأمر المتعلق بالعلامات في الجزائر، فإن إكتساب الحق في العلامة يكون بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، وهي المعهد الوطني للملكية الصناعية، وإن التسجيل هو الذي يمنح ويخول لصاحب العلامة التجارية حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها له، وأيضا حق حمايتها، ولم تشر المواد المتعلقة بالعلامات إلى إستثناء خاص بالعلامات التجارية من شرط لحمايتها، لأن الواقع العملي يفرض تسجيلها أمام المصلحة المختصة لمعرفة أصحاب الحق القانونية، في حال المطالبة بالتعويض، في الحال الإدعاء بالتعدي عليها بأي شكل من أشكال التعدي المذكورة سابقا، ولا يتعارض شرط تسجيل العلامة التجارية المشهورة أمام المصلحة المختصة مع أحكام إتفاقية "تربس"، التي لم تشترط تسجيل العلامات التجارية العادي أو المشهورة لحمايتها مدنيا أو جزائيا المشهورة أو العادية، بالإضافة إلى المصروفات التي تكبدها ومنها مصروفات المحامي المناسب، ويمكن حتى أن تأمر باسترداد الأرباح التي حققها المعتدي.[1]

ثانيا: الحماية المدنية وفقا للقانون المدني

إن المسؤولية بشكل عام هي الإلتزام بتعويض الضرر، وهي قد تكون مسؤولية عقدية ناشئة عن عقد، كما قد تكون مسؤولية تقصيرية ناشئة عن الإخلال بالإلتزام القانوني، وهو عدم الإضرار بالغير، وتكون مسؤولية المتعدي على العلامة التجارية مسؤولية تقصيرية لا عقدية، لأنه إذا وجد إتفاق بين تاجرين ينص على تنظيم المنافسة أو عدم المنافسة، ففي حالة مخالفة هذا الإتفاق تقوم

[1] –الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

المسؤولية العقدية ليس على أساس أنه فعل منافسة غير مشروعة بل منافسة ممنوعة، وفيما عدا ذلك تكون المسؤولية تقصيرية.

وقد نظمت المادة 124 من القانون المدني الجزائري المسؤولية التقصيرية، إذ أعطت الحق لكل من وقع عليه ضرر المطالبة بتعويضه وعليه إستنادا على هذه المادة فإنه يحق لمن وقع إعتداء على علامته التجارية المشهورة أو العادية المطالبة بالتعويض، إذا ما أثبت الضرر الذي وقع عليه. ولا يشترط تسجيل العلامة التجارية للمطالبة بالتعويض في هذه الحالة وفقا لهذه المادة التي تنظم المسؤولية المدنية، وعليه فإنه يمكن المطالبة بالتعويض في حالة الإعتداء على علامة تجارية مسجلة أو غير مسجلة إستنادا إلى هذه المادة، دون إستلزام شكليات معينة كالتسجيل المسبق للعلامة التجارية ما دام بوسع المدعي إثبات عناصر المسؤولية المدنية، وهي: الفعل، الضرر، والعلاقة السببية.

وقد أوجب القانون المدني الجزائري التعويض عن الضرر المادي والضرر الأدبي الواقعي فعلا بشكل نهائي، أو الحكم بتعويض مؤقت قابل لإعادة النظر بعد مدة معينة، وفي كل الأحوال لإقامة دعوة المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية مسجلة أو غير مسجلة في الجزائر، لابد للمتضرر من إثبات واقعية التعدي، كتزوير أو تقليد العلامة التجارية أو المشهورة، أو إستعمالها بدون موافقة صاحبها أو أي فعل أخر الحق به ضرر.

كما يجب على المدعي إثبات الخسارة التي لحقته جراء فعل الإعتداء، ويدخل في حساب الخسارة تلك التي لحقت بالمدعي فعلا، بالإضافة إلى الربح الفائت كإنخفاض مبيعات المدعي، كما لابد من إثبات العلاقة السببية بين واقعية التعدي والضرر وفقا لقواعد المسؤولية المدنية التي هي في كل الأحوال دعوى المنافسة غير المشروعة التي تتطلب شروط معينة[1].

ثالثا: الحماية المدنية وفقا لقانون المنافسة غير المشروعة

[1] د.صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية،1982،ص259.

إن الأساس القانوني لحقوق الملكية الصناعية هو بوجه عام تنظيم المنافسة المشروعة[1]، والحق في العلامة التجارية كفل له المشرع حماية مدنية الى جانب الحماية الجزائية، إذ يحق لمن وقع تعد على حقه في العلامة التجارية، أن يرفع دعوة تعويض تأسيسا على المنافسة غير المشروعة [2]، ولا يشترط التسجيل لقيام هذا النوع من الحماية، بل أن الحماية المدنية تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية ملكية العلامة التجارية، متى كانت هذه الأخيرة غير مسجلة.

فإذا وقع إعتداء على علامة تجارية غير مسجلة، فلا يكون أمام المالك سوى الحماية المدنية، بينما إذا وقع ذلك التعدي على علامة تجارية مسجلة، فإنه يشكل جرما يعاقب عليه القانون إضافة إلى الحق في التعويض، ما لم يستحيل إثبات غش المقلد[3].

ونصت المادة 28 من الأمر 06/03 على ما يلي: "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص إرتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة، ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص إرتكب أو يرتكب أعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب".

وقد نصت إتفاقية "باريس" على قمع المنافسة غير المشروعة في المادة 2/1 فدعوى المنافسة غير المشروعة تشكل لصاحب العلامة التجارية وسيلة لحماية علامته من كل أشكال التعدي.

الفرع الثاني: الجزاءات المترتبة على الدعوى المدنية لحماية العلامة التجارية

تنص المادة 29 من الأمر 06/03:" إذا أثبت صاحب العلامة تقليدا قد إرتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية وتأمر بوقف أعمال التقليد وتربط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال...".

إذن فعلى المدعي اثبات دعواه بكافة طرق الاثبات بما ذلك البيئة والقرائن لأن أركان هذه الدعوى كلها وقائع مادية[1]. وعليه من أثار دعوى المنافسة غير المشروعة، الحكم بالتعويض والحكم بإبطال أو إلغاء تسجيل العلامة واتخاذ الإجراءات والتدابير التحفظية.

---

[1] انظر اكثر الدكتور عبدالله الخشروم، دراسة في الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية، دراسة في التشريع الأردني، من دون تاريخ، ص4 وما يليها.

[2] د. عبدالله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ط2دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2008ص7-8.

[3] د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري. دار النهضة العربية القاهرة، ص 6.

أولا: الحكم بالتعويض في الدعوى المدنية

ويجوز رفع الدعوى المدنية من مالك العلامة التجارية قبل وقوع أي ضرر مادي، بأن يرفع الدعوى لمنع وقوع هذا الضرر بإزالة التشابه، فهذا التشابه أو الخلط أو اللبس بين علامته وغيرها من العلامات المتشابهة في ذاته ضرر أدبي، وهذه الحماية يتمتع بها صاحب العلامة عند الاعتداء على حقه سواء كانت مسجلة او غير مسجلة على أساس المادة 124 مدني جزائري او على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة[2].

كما يجوز رفع الدعوى المدنية من الغير، فتقضي المادة 31 من الأمر 06/03 عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص يمكن المستفيد من حق إستئثار في إستغلال علامة أن يرفع بعد الاعذار دعوى التقليد، إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه.

تقام دعوى المنافسة غير الملائمة من قبل كل شخص متضرر، وإذا تعددوا حق لكل واحد منهم أن يقيم الدعوى منفردا، لكنه لا يحصل على تعويض إلا إذا لحق به ضرر شخصي، كما أنها تقام على من صدر منه الخطأ. كما يمكن إقامتها على كل من اشترك معه، شرط أن يكون عالما بعدم شرعية العمل، أو كان بإمكان أن يعلم ذلك كصاحب الطبعة الذي يقوم بطبع البطاقات التي تحمل علامة تجارية مقلدة[3].

هذا وتربط الجهة القضائية المختصة المتابعة المدنية، بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال[4].

وتقضي المحكمة متى اقتنعت بأدلة الإثبات، بإصلاح الضرر المادي الذي أصاب المضرور عن طريق التعويض النقدي، ويقدر التعويض وفقا للقواعد العامة في القانون المدني، ولا تقضي المحكمة بالتعويض إلا عن الضرر الذي وقع بالفعل، وحتى صدور الحكم في الدعوى،

---

[1] د. محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية. المؤسسة الوطنية للكتاب. الجزائر 1985.، ص 264.

[2] د. محمد حسنين، المرجع السابق، ص 265.

[3] أنظر المادة 2/29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر.

[4] د. محمد حسنين، المرجع السابق، ص 272-273.

وغني عن البيان أن إستمرار المحكوم عليه في القيام بأعمال المنافسة غير المشروعة يعد خطأ جديدا ويجوز رفع دعوى جديدة بناء على ذلك.

ثانيا: الحكم بإبطال تسجيل العلامة التجارية.

البطلان هو الجزاء الذي يوقعه القانون لعدم توافر أو عدم إستفاء العقد لأركانه وشروط صحته[1]. والبطلان طبقا لما تعارف عليه الفقه قد يكون مطلقا، إذا لم يتوافر ركن من أركان العقد أو تخلف شرط من الشروط القانونية في المحل أو السبب، كما قد يكون سببا إذا لم تتوافر شروط صحة الرضا أو إذا كان أحد طرفي في العقد ناقص الأهلية.

وهذا هو المعيار الذي سار عليه الفقه التقليدي في التفرقة بين نوعي البطلان، وقد أخذ التقنين المدني الجزائري هذا المعيار كأساس للتفرقة بين نوعي البطلان... وفي الواقع يكون البطلان المطلق جزاء تخلف ركن من أركان العقد، أو المحافظة على النظام العام للآداب.

أما تقرير البطلان النسبي، فيكون جزاء مخالفة قاعدة مقررة لمصلحة شخص أو أشخاص معينين[2]. وحالات الإبطال هي الأسباب التي يؤدي توفرها بعد تسجيل العلامة، إلى إمكانية طلب إبطال تسجيلها عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة، لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرة 1 إلى الفقرة 9 من المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات. ونميز في هذا الإطار بين حالتين:

الحالات التي يكون فيها الإبطال بصفة مطلقة، وهي الواردة في المادة 7 فقرة رقم 1 و2 و4 و5 و6 من الأمر السابق الإشارة له.

والحالات التي يكون فيها الإبطال بصفة نسبية، وهي الحالات الواردة في المادة 7 فقرة رقم 3 و7 و8 و9. والفرق بين الحالتين، أنه في حالة البطلان المطلق يكون لكل ذي مصلحة أن يتمسك به، ويجوز التمسك به في أي حالة كانت عليها الدعوى ولو لأول مرة أمام المجلس

[1] د. محمد حسنين، المرجع السابق، ص 209.

[2] د. خليل حسن أحمد قدادة، الوجيز في روح القانون المدني .ديوان المطبوعات الجامعية .الجزائر.1994.، ص 81.

القضائي، بل وأمام المجلس الأعلى (المحكمة العليا حاليا) إذ يتعلق بالنظام العام، ولا تجوز فيه الإجازة[1].

أما في حالة البطلان النسبي، فلا يكون حق التمسك به إلا لمن تقرر لمصلحته قانونا ولا يجب على المحكمة أن تثيره وتقضي به من تلقاء نفسها. هذا ويزول حق إبطاله بالإجازة الصريحة أو الضمنية[2].

والمشرع الجزائري بخلاف الأمر 57/66 الملغى بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات قد أعطى الصفة للجهة أو المصلحة المختصة بالتسجيل وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، في إمكانية رفع دعوى الإبطال أما الجهة القضائية المختصة. ويمتد أثر إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع. وترفع دعوى الإبطال طبقا للقواعد العامة أمام المحكمة الموجود في دائرتها مركز الشركة أو مسكن صاحب العلامة أو وكيله.

هذا وتجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها. أي لا يوجد سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 يمكن من طلب إبطالها، وللقاضي في غير الحالات المخالفة للنظام العام والآداب السلطة التقديرية في استنتاج صفة التمييز من عدمها.

وهناك حالة إبطال أشارت إليها المادة 2/11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات الناتجة عن عدم استعمال العلامة في حالات محددة وفق شروط معينة. كما تقضي الفقرة الثانية من المادة 02/20 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أنه: "تتقادم دعوى الإبطال بخمس سنوات إبتداءا من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء نية".

فالتقادم هنا إذا كان يتعلق بمسائل النظام العام، فإن سقوط الدعوى في الإبطال لا يترتب عليه بالضرورة سقوط الدفع بالبطلان، على أساس قاعدة أبدية الدفوع، أما في غير المسائل المتعلقة بالنظام العام والآداب أي حالة البطلان النسبي، فقد إختلف الفقهاء حول سقوط الدفع

[1] د. محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، ج1، دار الهدى، الجزائر، 1993، ص 250.

[2] د. محمد صبري السعدي، المرجع نفسه، ص 256-257.

بالبطلان بمضي مدة 5 سنوات، والرأي الأولى بالإتباع من الناحية القانونية الحكمة في التفرقة بين البطلان النسبي، هو ان سقوط دعوى الإبطال يقتضي بالضرورة سقوط الدفع بالابطال[1].

وقد تقتضي المحكمة بإزالة الوضع غير المشروع وإعادة الشيء الى أصله، وما دام الأمر يتعلق بعلامة تجارية مقلدة فتأمر المحكمة المدعي عليه بالامتناع عن استعمالها، وتحكم عادة بغرامة تهديدية عن كل يوم يتأخر فيه تنفيذه.

هذا وتقتضي المادة 30 من الأمر 06/03:"يمكن المدعي عليه في كل دعوى من الدعاوى المنصوص عليها في هذا الباب، ان يطلب ضمن نفس الإجراء إبطال او إلغاء تسجيل العلامة وتطبق في هذه الحالة أحكام المادتين 20و21 من هذا الأمر السابق الإشارة إليهما. وكانت تقتضي المادة 37من الأمر 66/ 57 الملغى على أن الدعاوى المدنية المتعلقة بالعلامات ترفع أمام المحاكم، وتختص أيضا فيما يتعلق بالدفع بعدم ملكية العلامة، ذلك انه إذا كانت الدعوى المدنية مرفوعة بطريق التبعية للدعوى الجنائية أمام المحكمة الجنائية ودفع المتهم بعدم ملكية المدعي المدني للعلامة، ففي هذه الحالة تفصل المحكمة الجنائية أيضا في هذا الدفع، وهذا تطبيق لأصل من أصول الإجراءات وهو أن قاضي الدعوى قاضي الدفع.

وكخلاصة عامة لهذا المطلب أنه إذا رفعت دعوى التقليد الجنائية ثم تبين أن الأفعال موضوع الدعوى لا تكون جريمة جنائية ولا تدخل تحت معنى التقليد الجنائي، وأنها مجرد منافسة غير مشروعة أي خطأ مدني، فلا يجوز للمحكمة الجنائية أن تقضي في موضوع الدعوى، لتبعية الدعوى المدنية للدعوى الجنائية أمام القضاء الجنائي وإنما تقضي بعدم قبولها.

والحكم الصادر بعدم توفر أركان جريمة التقليد من المحكمة الجنائية وعدم قبول الدعوى المدنية، لا يمنع من رفع دعوى أخرى مدنية على أساس المنافسة غير المشروعة ولا محل هنا للاحتجاج بحجية الأمر المقضي، لأن الدعويين وإن اتحدنا في الموضوع فقد اختلفتا في السبب[2].

ثالثا: الحكم بإلغاء تسجيل العلامة التجارية.

[1] د.محمد صبري السعدي، المرجع نفسه، ص.258.

[2] أنظر في ذلك المادة 2/20 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر.

يقصد بدعوى الإلغاء تلك الدعوى التي يرفعها أحد الافراد إلى القضاء الإداري، بطلب إعدام قرار إداري مخالف للقانون[1].لكن دعوى الإلغاء التي نحن أمامها تختلف عن دعوى الإلغاء المعروفة في القانون الإداري، فهذه الأخيرة يرجع اختصاص الفصل فيها إلى القضاء الإداري في حين دعوى الإلغاء المنصوص عليها في المادة 21 من الأمر 06/03 يعود اختصاص الفصل فيها إلى القضاء العادي، والمتمثل في القسم التجاري، وتختلف عنها أيضل من حيث المحل، فالقاضي الإداري يعمد إلى إلغاء قرار إداري صادر عن هيئة إدارية، في حين أن القاضي المدني يعمد إلى الحكم بإلغاء تسجيل علامة تجارية نتيجة ظهور أسباب لم تكن موجودة أثناء عملية التسجيل أو كانت موجودة وتعذر معرفتها، لكن على شرط أن يضل سبب الإلغاء قائما حتى صدور الحكم بالإلغاء.

والمشروع الجزائري منح على غرار دعوى الإبطال إلى المصلحة المختصة بتسجيل العلامات التجارية وهو المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الصفة في رفع دعوى الإلغاء إلى جانب كل من يهمه الأمر وله مصلحة في طلب الإلغاء من الغير.

وأشارت إليها المادة 21 فقرة 1 و2 من الأمر 06/03 وهي الحالات الواردة في المادة 7 فقرة 3 و5 وما يليها والمادة 11 من نفس الأمر نوردها كما يلي:

-حالات المادة 7 فقرة 3 والمتعلقة بالرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع والتغليف تفرضها. بمعنى أنه لا يجوز إنتاج السلعة إلا في هذا الشكل أو في هذا الغلاف، فلا يجوز اتخاذ هذا الشكل أو الغلاف كعلامة، إذ أن ذلك يؤدي إلى احتكار استعمالها وحرمان الأخرين إلى الأبد من إنتاجها[2].

-حالات المادة 7 فقرة 5وهي حالة الرموز التي يمكن أن تنشأ بعد تسجيل العلامة، وتحمل في عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى، أو اسم مختصر أو رموز أو

[1] د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية. القاهرة، ص.290.

[2] د. سليمان محمد الطماوي، القضاء الإداري، الكتاب الأول، قضاء الإلغاء، دار الفكر العربي، القاهرة، ص.324.

إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات، أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك.

-حالة المادة 7فقرة 6 بخصوص الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.

-حالة المادة 7فقرة7 بخصوص الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة في حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق.

وتنص المادة 21 فقرة 2 على طلب الغير الذي يعينه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا للمادة 11 أعلاه. فيفهم من مضمون المادتين 2/21 والمادة 11 أن الإلغاء لا يوقع من قبل القاضي من تلقاء نفسه نتيجة لعدم الاستعمال، إلا إذا طلبه من له المصلحة في ذلك، فهذا هو الجزاء الذي قرره المشرع الجزائري على عدم إستعمال العلامة المسجلة، لكنه قرنه بشرطين هما:

-إذا استغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع.

- إذا لم يقدم مالك العلامة قبل إنتهاء ثلاث سنوات حجة بأن ظروفا عسيرة حالت دون إستعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر.

والفرق بين دعوى الإبطال ودعوى الإلغاء الواردة في المادة 11من الأمر 03-06 أن الأولى تثار أثناء تسجيل العلامة والثانية نشأت بعد تسجيل العلامة[1].

ومن الأسباب التي يمكن أن يبنى عليها طلب الإلغاء هو ما ورد في المادة 7 من الأمر 06/03 بخصوص الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز، أما إذا حدث وأن سجلت العلامة وصدر قرار إلغائها من المصلحة المختصة قبل رفع دعوى الإلغاء، لكنها اكتسبت صفة التمييز بعد تسجيلها، فلا يمكن للقاضي هنا أن يحكم بإلغاء قرار تسجيل العلامة لأنها اكتسبت صفة التمييز. وبخلاف الحكم بإبطال تسجيل العلامة الذي يمتد بأثر رجعي من

[1] د. محمد حسنين، المرجع نفسه، ص.279.

تاريخ الإيداع، فإن الحكم بإلغاء تسجيل العلامة لا ينشئ أثره إلا من يوم صدوره، ولم ينص المشروع الجزائري على المدة التي يمكن أن تتقادم فيها دعوى الإلغاء، مما يبقى على المجال مفتوحا لكل ذي مصلحة وصفة أن يرفع دعوى الإلغاء للأسباب المشار إليها في نص المادة 21 بفقرتيها[1].

والمشروع الجزائري لم يكن ينص بهذا التوسع والتوضيح على حالات إلغاء تسجيل العلامة من خلال استقرائنا لمضمون النصوص القانونية التي تنظم العلامات التجارية في ظل الأمر 57/66 الملغى، وهذا تحول في مضمون القواعد والأحكام التي تنظم العلامات التجارية في القانون الجزائري في ظل الأمر 06/03، وكل هذا مسايرة للتطور الحاصل في هذا المجال من الحقوق في الجزائر من جهة ولمضمون الاتفاقيات الدولية المتعلقة بهذا الميدان وعلى الخصوص اتفاقية تربس 1994من جهة ثانية[2].

رابعا: الحكم باتخاذ الإجراءات التحفظية

نصت المادة 34 من الأمر 06/03 على أنه، بموجب أمر من رئيس المحكمة يجوز لمالك العلامة مستعينا عند الاقتضاء بخبير أن يطلب منه إجراء وصف دقيق للسلع التي يزعم وضع العلامة قد الحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه، ويتم الأمر عن ذلك بحجز أو بدونه، ويتم إصدار الأمر على ذلك عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة.

1-إجراءات الحجز

وعليه فإن مالك العلامة عليه أن يودع العريضة لدى كتابة ضبط رئيس المحكمة مرفقة بما يثبت تسجيل العلامة، ويجب على العارض أن يبين في عريضته نوع الحجز الذي يجب القيام به، حجزا وصفيا أي وصفا مدققا لجميع عناصر العلامة ضمن المحضر المخصص لهذا الغرض أو حجزا حقيقيا يتعلق بحجز البضائع التي عليها علامة مقلدة.

[1] د. خليل حسن أحمد قدادة، المرجع نفسه، ص. 87إلى 89.

[2] أنظر في ذلك المادة 21 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر.

وفي حالة أن المنتج مقلد يوجد في مناطق مختلفة من البلاد، فإن على المالك أن يقدم عريضة لدى كل رئيس مجلس محكمة يطلب فيه الحجز على البضاعة المقلدة تدليسا[1].

عند إصدار أمر الحجز يمكن لرئيس المحكمة أن يقيد من طلبات المالك المتعلقة بالحجز الحقيقي، ويبقل بالحجز الوصفي، أو حجز كمية قليلة من البضاعة تساعده على إثبات الجريمة. ويكمن أن يشمل الحجز على جميع الوسائل التي استعملت من أجل تسهيل عملية التقليد التدليسي للعلامة[2].

وتقضي المادة 3/34 من الأمر 06/03 على أنه عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدني بدفع كفالة. كما أن للعارض الحق في استئناف الأمر الذي يقضي برفض إجراء الحجز أمام رئيس المحكمة[3].

2-نتائج الحجز

مما يترتب على محضر الحجز بعد عملية الحجز التي يقوم بها المحضر القضائي مما نصت عليه المادة 35 من الأمر 06/03 على أنه:" يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون أذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر، وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها".

وهذا البطلان ليس من النظام العام، إذ يستطيع المتضرر أن يطلب من رئيس المحكمة بعد أن تفوت المدة القانونية وهي شهر استصدار أمر جديد بالحجز، وبما أن هذا البطلان ليس من النظام العام فإن المدعي عليه يستطيع أن يقدمه فقط كدفع من حيث الشكل، هذا وإن بطلان الحجز لا يوقف إجراءات المتابعة، كون الحجز يدخل فقط كوسيلة إثبات، وأما المدعي فيمكنه أن يثبت ذلك بواسطة وسائل مختلفة[4].

---

[1] د. الطيب زروتي، المرجع السابق، وانظر نفاذ حقوق الملكية الفكرية في المادة 41 من اتفاقية "تربس".

[2] أ. حديدان سفيان، المرجع السابق، ص. 81.82.

[3] HAROUN Ali, op cit, p 251.

[4] HAROUN Ali, op cit, p 251.

الفصل الثانـي

حصر وتحديد مظاهر الحماية المقررة في هاته الإتفاقيات

خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر أخذ الاهتمام بالعلامة التجارية على مستوى التشريع في النمو على الصعيد الوطني والدولي على حد سواء.

وتعد معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 الوثيقة العظمى التي يرتكز عليها قانون العلامة التجارية التي مازالت سارية المفعول بالرغم من الأضرار التي لحقت بالتجارة والاقتصاد الدوليين، وقد أكدت تلك المعاهدة أسس اكتساب الحقوق في العلامة التجارية كما أنها مهدت الطريق أمام ابرام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية في مجال العلامات التجارية.

كما تعد المنظمة العالمية للملكية الفكرية الجهاز الدولي الدي يسهر على حماية العلامة التجارية والإطار المنظم للمعاهدات والاتفاقيات المبرمة في هذا الشأن.

وللإحاطة بموضوع هاته الاتفاقيات قسمنا هذا الفصل الى مبحثين تطرقنا فيه في المبحث الأول تحديد الاتفاقيات الحمائية للعلامة التجارية أين تطرقت الى أساس حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية، أما في مبحثه الثاني تعرضت الى تحديد مظاهر الحماية المقررة في اتفاقيتي باريس وتريبس وذلك كالآتي:

المبحث الأول: تحديد الاتفاقيات الحمائية للعلامة التجارية، ويكون المطلب الأول الإتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر والتي تعنى بحماية العلامة التجارية، والمطلب الثاني الاتفاقيات الدولية غير المصادق عليها من طرف الجزائر.

أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه الى تحديد مظاهر الحماية المقررة في اتفاقيتي باريس وتريبس ويكون المطلب الأول: الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية في ظل اتفاقية باريس 1883 أما المطلب الثاني : الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية في ظل إتفاقية تريبس 1994.

المبحث الاول:

تحديد الاتفاقيات الحمائية للعلامة التجارية

لاكتساب الحقوق في العلامة التجارية أبرمت العديد من الاتفاقيات الد ولية وقد عالجت كل اتفاقية على حدا جانب من الجوانب المتعلقة بالعلامة التجارية فيما يخص كيفية تسجيل العلامة التجارية ...الخ كما اهتمت كل من اتفاقيتي باريس و تريبس بصفة عامة بالمسائل المرتبطة بالعلامة التجارية لا سيما موضوع الحماية وتعتبر المنظمة العالمية للملكية الفكرية الجهاز الذي يشرف على هذه الاتفاقيات,وسنحاول الإحاطة بكل الاتفاقيات في مجال حماية العلامة التجارية وإغتناما لهذه الفرصة سنقوم بتصنيف هذه الاتفاقيات حسب مصادقة الجزائر عليه من عدمه ويكون مطلبنا الأول حصر الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر والمطلب الثاني لبقية الاتفاقيات التي لم تصادق عليها.

المطلب الاول: الاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر التي تعنى بحماية العلامة التجارية

تعد الاتفاقيات أهم وسيلة للحماية الدولية، لأنها تبرم بين عدة دول وتسمح لباقي الدول بالانضمام لها، ولكثرة هاته الاتفاقيات حاولنا تقسيمها إلى فئتين وفق معيار المصادقة من قبل المشرع الجزائري وهو النهج الذي انتهجته العديد من الدول لذا سنتطرق إلى الاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر(المطلب الأول) والاتفاقيات غير المصادق عليها (المطلب الثاني) ، والغاية من ذلك تجزئتها حتى يسهل التعرف عليها.

وتتمثل الاتفاقيات المصادق عليها من طرف الجزائر في:

الفرع الاول: اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لسنة1883[1]

تعد اتفاقية باريس لسنة 1883 الركيزة الأساسية لحماية حقوق الملكية الصناعية بصفة عامة

[1] اتفاقية باريس في20 /03/ 1883، انضمت إليها الجزائر في / 01 /03/ 1996، بموجب أمر 66 /48،المؤرخ في1966/02/25، الجريدة الرسمية، العدد16 ، والمصادق عليها بموجب أمر75 / 2 ، المؤرخ في19/ 1/ 1975 الجريدة الرسمية العدد 10 المؤرخ في1975/02/04

ومكوناتها وعناصرها المتمثلة في (براءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر وتسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة) وحماية العلامة التجارية بصفة خاصة.

ومما ذكر سابقا فان حماية الحقوق الفكرية هي في الأصل تقف عند الحدود الإقليمية للدولة التي سجلت فيها تلك الحقوق، ولا ينبغي لها أن تتعدى تلك الحدود، وذلك وفقا لمبدأ السيادة الإقليمية[1] وكقاعدة أساسية لا يسري أثر أي حق في براءة الاختراع أو في رسم صناعي أو نموذج صناعي أو علامة تجارية أو في حق تأليف إلا في الدولة التي تم تسجيل ذلك الحق فيها ويكون الأثر القانوني لتلك البراءة في تلك الدولة التي تم فيها، وإذا أراد صاحب الاختراع أو حق فكري في حماية حقوقه في دولة أخرى عليه القيام بالتسجيل في تلك الدولة مما يفرض على صاحب الاختراع أو الحق الفكري أن يسجل حقه في كل دولة يرغب بها الحماية في حقه، كان هذا من أهم الاعتبارات التي أدت إلى التفكير في حماية هذه الحقوق دوليا، وقد أدى هذا إلى وضع إطار دولي مؤسس قانونا لحماية براءات الاختراع تتعدى إقليم كل دولة.

مما أدى إلى عقد مؤتمر فيينا لتأهيل البراءات في العام 1873 وتم الاتفاق فيه على جملة من المبادئ والأسس التي أسست للحماية الدولية للاختراعات بصورة فعالة ومفيدة، بالإضافة إلى دعوة الدول إلى إحداث تقارب عالمي حول حماية براءات الاختراع على المستوى الدولي في أسرع وقت ممكن، وفي عام 1878 وبالضبط في باريس تم عقد مؤتمر هناك يخص الملكية الصناعية تولد عنه الدعوة إلى عقد مؤتمر دبلوماسي دولي يهدف إلى تحديد قواعد الإطار التشريعي في مجال الملكية الصناعية[2].

وبعد هذا كان هناك تحضير مسودة نهائية اقترحت لحماية الملكية الصناعية من قبل الحكومة الفرنسية وهذا في سنة1880 ، حيث أرسلت مع بطاقات دعوة لسائر الدول للحضور إلى باريس لمناقشة تلك المسودة وقد تم تبني ما جاء في تلك المسودة من قبل الدول التي حضرت إلى هذا المؤتمر، وكان جوهر هذه المسودة المواد الرئيسية التي مازالت تشكل الخطوط العريضة لما يسمى

[1] علي صادق أوهيف ، القانون الدولي العام ، منشأة المعارف بالإسكندرية، الطبعة الثانية عشرة، 1994 ،ص116

[2] صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص277

اليوم باتفاقية باريس، وكان الخروج الرسمي لهذه الاتفاقية لحماية الملكية الصناعية سنة 1883وتم سريانه في 1884/06/7 إذ شكلت المظلة الدولية لحماية الحقوق الفكرية على وجه العموم والحقوق الصناعية على وجه الخصوص.

والجدير بالذكر أن اتفاقية باريس تطبق على الملكية الصناعية والتجارية بأوسع معانيها بما في ذلك الاختراعات والرسوم والنماذج الصناعية ونماذج المنفعة والعلامات الصناعية أو التجارية أو علامات الخدمة والأسماء التجارية والبيانات الجغرافية وقمع المنافسة غير المشروعة.

وقد قامت اتفاقية باريس على عدة أسس ومبادئ من أهمها، مبدأ المعاملة الوطنية وكذلك الحق في الأولوية، ومبدأ القواعد العامة.

كما تضمنت الاتفاقية أحكام تسجيل العلامات التجارية ومنها الشروط الواجبة لإيداع العلامات وكذلك وجوب قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي[1] .وكذلك استقلال العلامات وأيضا حظر تسجيل بعض العلامات، وكذلك حماية العلامات الجماعية والعلامات المشهورة وعلامات الخدمات[2] .

الفرع الثاني: اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة(1891)

لقد تم التوقيع على اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات في 14 نيسان1891 وأصبحت سارية النفاذ في 15 تموز 1892 وقد جرى تعديلها عدة مرات وباب العضوية في هذه الاتفاقية مفتوح لكل الاطراف في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، كما تعتبر اتفاقية مدريد أول اتفاقية تتعامل مع التسجيل الدولي للعلامات لذا سنحاول ذكر أهم أحكامها وأسسها[3].

أولا: الغرض من اتفاقية مدريد:

إن التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة والذي يرغب بحماية علامته التجارية في عدد من الدول عادة ما يخضع لكثير من الاجراءات الشكلية التي تتبعها المكاتب الوطنية لتسجيل العلامة

---

[1] أنظر المادة 1/6 من اتفاقية باريس.

[2] صلاح زين الدين ، المدخل إلى الملكية الفكرية، دار الثقافة ، عمان ، 2004 ، ص287

[3] صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق ، ص290

التجارية في كل دولة، كما أن تقديم هذه الطلبات للتسجيل المحلي يؤدي إلى تحمل تكاليف باهظة جدا لطالب التسجيل كالرسوم المحلية ورسوم الوكلاء المحليين وتكاليف الترجمة في كل دولة ومن هنا يتضح الغرض من اتفاقية مدريد يتمثل أساسا في:

-تسهيل تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي.

-التخلص من صعوبات التسجيل الفردي.

-التوفير في الرسوم والنفقات والمصاريف.

-المحافظة على الوقت.

-توفير حماية للعلامة على نطاق واسع.

ثانيا: التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد:

تقبل تسجيل كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي وفق الأوضاع القانونية في هذا الشأن وأن تمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها، وتبعا لذلك تلتزم دول الاتحاد بقبول تسجيل العلامة الأجنبية ما دامت تلك العلامة قد استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلد الأصل[1] . وبغية تسهيل اجراءات التسجيل للعلامات التجارية في جميع الدول الأعضاء للاتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية وضعت اتفاقية مدريد نظاما للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، بمقتضاه يكون لكل شخص تابع لإحدى الدول المتعاقدة أن يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الاتحاد، ويتم ذلك بإيداع العلامات المسجلة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في برن ويتم الإيداع عن طريق تقديم طلب إلى مكتب الملكية الصناعية في بلد العلامة الأصلية.

وعليه فان التسجيل الوطني ضرورة حتمية لدى مكتب الملكية الصناعية في البلد الأصلي قبل تسجيلها دوليا.

الفرع الثالث: اتفاقية مدريد الخاصة بقمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لسنة 1891

[1] أنظر المادة 1 /3 والمادة 3/ 6 من اتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات

أولا: الغاية من الاتفاق

وفقا لهذا الاتفاق فان كل السلع التي تحمل بيانا زائفا أو مضللا حول مصدرها ويشار فيه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى أن إحدى الدول المتعاقدة أو أي مكان فيها هو البلد أو المكان الأصلي لتلك السلع يجب حجزها عند الاستيراد أو حظر استيرادها أو اتخاذ التدابير والعقوبات الأخرى في هذا الشأن.[1]

ثانيا: اجراء منع السلع الزائفة أو المضللة:

كما يحظر استيراد كل بيانات الدعاية التي قد تخدع الجمهور فيما يخص مصدر السلع عند بيعها أو عرضها للبيع، وكل دولة متعاقدة تختص بالبت في مسألة التسميات التي لا تخضع لأحكام هذا الاتفاق لأنها اسم جنس ولا تدخل في هذا التحفظ إلا في التسميات الإقليمية الخاصة بمصدر المنتجات.

الفرع الرابع: اتفاق نيس الخاص بالتصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات1957

أولا: التصنيف الدولي للسلع والخدمات

إن مسألة التصنيف الدولي للمنتجات والسلع والبضائع والخدمات، كانت قبل التوصل إلى اتفاقية باريس من مسائل الاختلاف بين الدول، وبالتالي من المعوقات في عملية التسجيل الدولي للعلامات التجارية فهناك دول لا تملك تصنيفا أصلا وأخرى كانت تصنيفاتها متباينة كما أن تصنيف المنتجات والسلع والخدمات والبضائع ملحق ضروري لأي قانون للعلامات خاصة في الدول التي تجري فحص أولي للعلامات التي قدمت طلبات لتسجيلها.

ويبدو أن إرساء تصنيف دولي للمنتجات والسلع والبضائع والخدمات مسألة أكثر صعوبة من السعي لإرساء تصنيف وطني.[2]

ثانيا: الغرض من الاتفاق :

[1] راجع المادة 1 من اتفاقية مدريد لقمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة

[2] صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص301

عند إنشاء اتفاقية نيس في حزيران 1957 كان الغرض منها إنشاء تصنيف عالمي للمنتجات والسلع والخدمات وكذلك ابراز العناصر التصويرية والرمزية التي تتكون منها العلامات التجارية، وهذا التصنيف لا يشمل كافة العلامات التجارية بل تلك العلامات التي تحتوي على عناصر تصويرية أو رمزية فقط وعلى سبيل المثال:

النجوم أو الأشخاص أو الحيوانات .... وبالتالي فان تصنيف العناصر الرمزية يسمح بتصنيف كافة العلامات التجارية أو أجزاء منها تتكون من شعارات أو تصاميم أو اشارات أو صور، وتظهر أهمية ذلك لدى اجراء عملية البحث والتحري بالنسبة للعلامات التجارية التي سبق قيدها في السجل وتحوي عناصر رمزية .

كما أن الالتزام الرئيسي للدول المتعاقدة هو تطبيق التصنيف الدولي الذي أسس بموجب اتفاقية فيينا ، وللدول المتعاقدة الحق بالمشاركة في اتخاذ أي قرار حول إحداث تغييرات في التصنيف الدولي والتي تقررها لجنة خبراء تمثل فيها كافة الدول المتعاقدة ويتكون التصنيف من قائمة بالأصناف (34 صنفا للسلع وثمانية أصناف للخدمات) ومن قائمة للسلع والخدمات مرتبة أبجديا (وفيها 11000 بيان) كما تسهر لجنة من الخبراء تضم ممثلين لكل الدول المتعاقدة على إدخال التعديلات والإضافات المناسبة على هاتين القائمتين من وقت إلى آخر ودخلت الطبعة السابعة للتصنيف حيز التنفيذ في الأول من يناير 1997.[1]

الفرع الخامس: اتفاق لشبونة الخاص بحماية تسميات المنشأ وتسجيلها دوليا لسنة 1958

أولا: الغرض من الاتفاق:

هذا الاتفاق متاح لكل الدول الاطراف في اتفاقية باريس والغرض منه هو حماية تسميات المنشأ وتقصد به التنمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة والتي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات التي تنشأ في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، وتعود نوعيته أو خصائصه كليا أو أساسا إلى البيئة الجغرافية بما في تلك العوامل الطبيعية والبشرية[2]

[1] وهيبة لعوارم بن أحمد ، مرجع سابق ، ص109

[2] صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص303

ثانيا: تسجيل تسميات المنشأ:

يتولى تسجيل هذه التسميات المكتب الدولي للويبو في جنيف بناء على طلب السلطات المختصة في الدولة المتعاقدة المعنية، ويبلغ المكتب الدولي للتسجيل للدول المتعاقدة الأخرى، وباستثناء الدولة المتعاقدة التي تعلن خلال سنة عدم إمكانها ضمان حماية أي تسمية مسجلة يتعين على كل الدول المتعاقدة حماية التسمية المسجلة دوليا مادامت في بلد المنشأ.

كما أن اتفاق لشبونة أنشأ اتحاد ولهذا الاتحاد جمعية وكل دولة عضو في الاتحاد وملتزمة على الأقل بالبنود الإدارية والختامية في وثيقة استكهولم هي عضو في الجمعية[1] .

المطلب الثاني: الاتفاقيات الدولية غير المصادق عليها. من طرف الجزائر والمعنية بحماية العلامة التجارية

وتتمثل هاته الاتفاقيات في:

الفرع الأول: اتفاقية فيينا الخاصة بالتصنيف الدولي للعناصر التصويرية (الرمزية) للعلامات التجارية لسنة[2]1973

أنشئ بموجب هذا الاتفاق تصنيف دولي للعلامات التجارية التي تتكون من عناصر تصويرية أو تحتوي عليها، فالغاية من هذا الاتفاق هو إنشاء تصنيف عالمي للعناصر التصويرية أو الرمزية التي تتكون منها العلامات التجارية، وهكذا يسمح تصنيف العناصر الرمزية بتصنيف كافة العلامات التجارية أو اجزاء منها المتكونة من شعارات، تصاميم، اشارات ....، وان الالتزام الرئيسي للدول المتعاقدة هو تطبيق التصنيف الدولي الذي أسس بموجب اتفاقية فيينا، وللدول المتعاقدة الحق بالمشاركة في اتخاذ أي قرار حول إحداث تغييرات في التصنيف الدولي والتي تقررها لجنة تمثل فيها كافة الدول المتعاقدة إذ تتعهد لجنة من الخبراء تضم ممثلين من كل الدول المتعاقدة بمهمة مراجعة التصنيف بانتظام.

ولهذه الاتفاقية أهمية كبيرة بحيث تجيز إمكانية التسجيل الدولي المباشر للعلامات التجارية من خلال المكتب الدولي للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، ويكون التسجيل الدولي في كل دولة

[1] المادة 2 من الاتفاق موضوع الحديث

[2] صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص304-305

عضو في المعاهدة يرغب مالك العلامة في حماية علامته فيها، نفس الأثر فيها هو أن تسجيل العلامة قد تم في دولة من الدول المطلوب حماية العلامة فيها.

وتقدم الدول التسجيل مباشرة إلى المكتب الدولي ومع ذلك يجوز لأي قانون وطني في دولة عضو في المعاهدة أن يشترط أن تقدم طلبات التسجيل الدولي بواسطة المكتب الوطني وعلى هذا الأخير أن يرسل الطلب فورا إلى المكتب الدولي مع الإشارة إلى تاريخ استقباله لذلك الطلب[1] .

ويمكن القول إن معاهدة فيينا لم تشترط أسبقية التسجيل في دولة الأصل كشرط ضروري للتسجيل الدولي، خلافا لما تقتضيه اتفاقية باريس ومدريد، بل لطالب التسجيل أن يقدم طلب التسجيل مباشرة للمكتب الدولي أو أن يتم ذلك عن طريق مكتب التسجيل الوطني الذي يلتزم بسرعة إرساله إلى المكتب الدولي، كما يمكن تجديد التسجيل الدولي كل 10 سنوات، وحتى يمكن الحصول على الحماية بواسطة التسجيل الدولي للعلامة، فان مالك العلامة يجب أن يقدم طلبا دوليا يشتمل على البيانات المتعلقة بمقدم الطلب وبالعلامات والبضائع التي تستعمل العلامة في تمييزها والدول التي تطلب الحماية فيها وغير ذلك من المسائل الضرورية.

الفرع الثاني: معاهدة نيروبي الخاصة بحماية الرمز الاولمبي لسنة1981

هذه المعاهدة متاحة لكل الدول الأعضاء في الويبو أو اتحاد باريس أو الأمم المتحدة أو أي وكالة من الوكالات ذات الصلة بالأمم المتحدة، ويجب إيداع وثائق التصديق أو القبول أو الموافقة أو الانضمام لدى المدير العام للويبو.

كما أن كل الدول الاطراف في هذه المعاهدة تلتزم بحماية الرمز الأولمبي– خمس حلقات متشابكة – من استخدامه لأغراض تجارية (في الدعاية وعلى المنتجات وكعلامة..... الخ) دون تصريح من اللجنة الدولية الأولمبية.

كما أن المعاهدة تنص أيضا على أنه يجب إعادة جزء من الايرادات التي تحصلها اللجنة الدولية الأولمبية عن التراخيص الممنوحة لاستعمال الرمز الاولمبي لأغراض تجارية للجان الوطنية الأولمبية المعنية ولا تنص المعاهدة على إنشاء اتحاد أو هيئة رئاسية أو ميزانية[2] .

[1] المادة 5 من الاتفاقية موضوع الحديث.

[2] صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص307

لقد أدى غياب بعض الدول الرئيسية عن اتفاقية مدريد في مجال العلامات التجارية مثل المملكة المتحدة واليابان والولايات المتحدة الأمريكية مشكلة حقيقية إذ أن منظمة الملكية الفكرية العالمية ومنذ أمد تحاول أن تجد حلا لها، حيث تمت عدة محاولات لإيجاد نظام جديد حول التسجيل العالمي للعلامات التجارية، حيث تم في سنة 1989 انعقاد مؤتمر دبلوماسي بمدريد وتحت اشراف من منظمة الملكية الفكرية العالمية ولإنجاز ملحق بروتوكول (ملحق) لاتفاقية مدريد حول التسجيل العالمي للعلامات وقد تبنى المؤتمر بالإجماع في هذا الملحق للاتفاقية بخصوص التسجيل العالمي للعلامات، وقد كان الهدف من هذا البروتوكول لتحقيق أغراض منها:

-إدخال بعض التغييرات والسمات الجيدة في نظام التسجيل الدولي للعلامات وفقا لاتفاقية مدريد والهدف منها ازالة الصعوبات التي تحول دون انضمام بعض البلدان إلى اتفاق مدريد.

-إقامة روابط بنظام العلامات التجارية الذي تطبقه الجماعة الأوربية.

الفرع الثالث: معاهدة قانون العلامات التجارية لسنة1994

إن الغرض المنشود من هذه المعاهدة، هو تبسيط الأنظمة الوطنية والإقليمية لتسجيل العلامات التجارية، ويتم ذلك بتبسيط الاجراءات وتنسيقها وبإزالة العقبات مما يجعل الاجراء أضمن لأصحاب العلامات وممثليهم [1] ، وتتعلق غالبية أحكام المعاهدة بالإجراء المباشر لدى مكتب تسجيل العلامات التجارية والذي يمكن تقسيمها إلى ثلاث مراحل.

المرحلة الأولى :وتتمثل في بيانات طلب التسجيل:

يلزم أن يتضمن الطلب البيانات معنية بها : الاسم والعنوان وغيرها من البيانات المتعلقة بمودع الطلب أو ممثله ومختلف البيانات المتعلقة بالعلامة والسلع والخدمات وكذلك الصنف المطلوب واعلان نية الانتفاع بالعلامة ، وكل طرف متعاقد أن يسمح أيضا بأن يتعلق الطلب بسلع وخدمات تنتمي إلى عدة أصناف من تصنيف نيس الدولي ، وليس في إمكان الطرف المتعاقد أن يطالب بأي شيء خلاف ما تسمح المعاهدة صراحة بالمطالبة به ، فعلى سبيل المثال ، لا يجوز للطرف المتعاقد أن يطلب من مودع الطلب أن يقدم مستخرجا من سجل تجاري أو أن يبين أن له نشاط

[1] وهيبة لعوارم بن أحمد, مرجع سابق, ص111

تجاري معني أو أن يقدم إثبات على ان العلامة مسجلة في سجل العلامات التجارية الخاص ببلد آخر[1] .

المرحلة الثانية :وتتمثل في التغييرات بعد التسجيل:

تسمح المعاهدة اجراء التغييرات في الأسماء والعناوين وكذلك في ملكية التسجيل .وفي هذا المقام أيضا، وضعت المعاهدة قائمة حصرية بالمقتضيات التشكيلية المسموح بها وحظرت أي مقتضيات أخرى.

ويكفي تقديم طلب واحد حتى إذا تعلق التغيير بأكثر من مطلب أو تسجيل واحد للعلامات.

المرحلة الثالثة :وتتمثل في التجديد:

تنص المعاهدة على مدة واحدة لفترة التسجيل الأولى ولكل تجديد وتحددها بعشر سنوات لكل فترة .وبالإضافة إلى ذلك، تنص المعاهدة على أن التوكيل الرسمي قد يتعلق بعدة طلبات أو تسجيلات تخص مالك العلامة ذاته.

وتنص أيضا على ضرورة قبول الاستمارات المرفقة بالمعاهدة، دون الحاجة إلى أي اجراءات شكلية أخرى .ومن المحظور أيضا طلب أي نوع من أنواع التصديق على أي توقيع، إلا في حالة التنازل على العلامة.

[1] صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص310

المبحث الثاني:

تحديد مظاهر الحماية المقررة في إتفاقيتي "باريس" 1883 و "تربس 1994"

لاشك أن إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية واتفاقية تربس تشكلان الدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية، ويختلفان في نقطة مهمة هي أنه وبمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءا من القانون الوطني في تلك الدولة، دون حاجة إلى أن تصدر الدولة قانونا يتضمن القواعد الواردة في الإتفاقية، وهذا يعني أن الأجانب يستمدون حقوقا مباشرة من الإتفاقية، ويجوز لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء في اتحاد باريس بغض النظر عن التشريع الوطني ذلك لان نصوص الاتفاقية ذاتية التنفيذ، على خلاف اتفاقية تربس[1] ,ونظرا لشمولية الاتفاقيتين على كافة الإجراءات التي يجب دراستها لحماية العلامة التجارية وجب تخصيص مبحث مستقل للتفصيل في هاتين الأخيرتين . تناولنا في المطلب الأول الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية في ظل اتفاقية باريس وفي المطلب الثاني الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية في ظل اتفاقية تربس.

المطلب الأول: الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية في ظل اتفاقية باريس 1883

إتفاقية باريس لم يكن الهدف من إبرامها، إلزام الدول الأطراف فيها بأن تضع في تشريعاتها الوطنية معايير معينة لحماية حقوق الملكية الصناعية، وإنما كان الهدف من إبرام الاتفاقية، هو حماية رعايا كل دولة من الدول الأعضاء في إتحاد باريس، في كافة البلدان الأخرى الأعضاء في الاتحاد، عن طريق المبادئ التي قررتها الاتفاقية والأحكام الخاصة التي أوجبت على الدول الأعضاء الأخذ بها، لحماية العلامات التجارية المشهورة على الخصوص.

الفرع الأول: المبادئ الأساسية لاتفاقية باريس

اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية تهدف إلى توحيد حقوق الملكية الصناعية والتجارية، مما يستثنيها من نطاق تنازع القوانين، وبالتالي خروجها من أحكام القانون الدولي الخاص، وقد تولد عن هذه الاتفاقية اتحاد دولي لتحقيق أهدافها، ومكتب دولي للملكية الصناعية مقره جنيف، ولقد أبرمت لأجل غير محدود ومفتوحة لانضمام سائر الدول إليها فهي غير قاصرة

[1] د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات.التجارية دار الفكر العربي .الاسكندرية 2008 ص. 17.

على الدول المنشئة لها، وقد أرست هذه الاتفاقية بعض المبادئ الهامة لكافة حقوق الملكية الصناعية والتجارية أهمها مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الأسبقية أو حق الأولوية.

أولا: مبدأ المعاملة الوطنية

وقد نصت المادة الثانية على هذا المبدأ بقولها:" يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حاليا أو قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول لمواطنيها، وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية، ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم، بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين".

فتبعا لمبدأ المعاملة الوطنية، يكون للأجنبي الذي ينتمي إلى دولة من دول اتحاد باريس اكتساب الحقوق المتعلقة بمختلف صور الملكية الصناعية التي أشارت المادة الأولى من الاتفاقية إليها، في كل دول اتحاد باريس ويعامل نفس معاملة مواطنيها، ولا تقتصر الحماية المقررة لرعايا دول اتحاد باريس على مواطنيها، بل يعامل رعايا الدول غير الأعضاء في اتحاد باريس المقيمين في إقليم إحدى دول الاتحاد أو الذين لهم عليها منشئات صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة، نفس معاملة رعايا دول الاتحاد.

ولا شك ان مبدأ المعاملة الوطنية، له دور كبير في تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية على المستوى الدولي، لان الأصل أن لكل دولة الحق في أن تقصر التمتع بحقوق الملكية الفكرية على مواطنيها، ولا تعترف بهذه الحقوق للأجانب، غير أن الدول الأعضاء في اتحاد باريس تلتزم بمقتضى مبدأ المعاملة الوطنية المنصوص عليه في المادة 2 من الاتفاقية، بأن تمنح رعايا كل دول الاتحاد ومن في حكمهم المزايا التي تمنحها قوانينها لمواطنيها فيما يتعلق بحقوق الملكية الصناعية، ويبقى لهذه الدول الحق في حرمان الأجانب الذين لا يستفيدون من أحكام اتفاقية باريس من تلك المزايا، أو تشترط لحمايتهم المعاملة بالمثل. فعلى سبيل المثال يجوز للدول الأعضاء في اتحاد باريس ألا تعترف بحقوق الملكية الفكرية التي تخص رعايا تايلاند، فلا تسجل علاماتهم التجارية ولا تحميها، لأن تايلاند لم تصادق على اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية، كما يجوز لتلك الدول أن تعلق الحماية على شرط المعاملة بالمثل[1].

[1] د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص. 18.

ووفقا للمادة 2/2 من اتفاقية باريس لا يجوز لأي دولة عضو في الاتحاد أن تفرض على رعايا دول الاتحاد الأخرى، أي شرط يتعلق بالإقامة أو بوجود أي شرط يتعلق بالإقامة، أو بوجود منشاة في تلك الدول للتمتع بحقوق الملكية الصناعية المقررة في قوانينها.

واستثناء من مبدأ المعاملة الوطنية، يجوز للدول الأعضاء في اتحاد باريس، التمييز بين مواطنيها والأجانب فيما يتعلق بالإجراءات القضائية والإدارية وقواعد الاختصاص المنصوص عليها في تشريعها الوطني، وكذلك يجوز للدول الأعضاء الاشتراط على الأجانب تحديد محل مختار داخل الدولة أو تعيين وكيل بحسب ما تقتضيه قوانين الملكية الصناعية، وقد نصت على هذا الاستثناء المادة 3/2 من اتفاقية باريس.

ثانيا: مبدأ الأسبقية أو حق الأولوية

وقد نصت على المبدأ المادة الرابعة من الاتفاقية، ووفقا لمبدأ الأسبقية، يتمتع كل من أودع في إحدى دول الاتحاد، طلبا قانونيا للحصول على براءة اختراع، أو لتسجيل نموذج منفعة أو رسم أو نموذج صناعي أو علامة تجارية أو صناعية، هو أو خلفه فيما يختص بإيداع طلبات مماثلة في الدول الأخرى، بأسبقية إذا أودعها خلال المواعيد المحددة في الاتفاقية، وهي اثني عشر شهرا من تاريخ إيداع الطلب الأول بالنسبة لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة، وستة شهور بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والصناعية.

فعلى سبيل المثال، يكون لكل من أودع طلبا لتسجيل علامة تجارية في فرنسا، وهي دولة عضو في إتحاد باريس، حق أسبقية في تسجيل علامة مماثلة في مصر، إذا أودع في مصر طلبا للحصول على علامة مماثلة، وذلك خلال ستة أشهر من تاريخ إيداع الطلب الأول في فرنسا، ويترتب على ذلك أن أي طلب يودع في مصر من أي شخص أخر عن نفس العلامة، خلال الفترة من تاريخ إيداع الطلب الأول في فرنسا والطلب الثاني في مصر، لا تكون له الأسبقية في مصر[1].

ثالثا: مبدأ استقلال العلامة

لا يجوز لأي دولة من دول الاتحاد أن ترفض تسجيل علامة مودعة في أي دولة من دول الاتحاد بمعرفة أحد رعايا دول الاتحاد، أو تبطل تسجيلها إستنادا إلى عدم إيداع العلامة أو

[1] د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص. 20.

تسجيلها أو تجديدها في بلد المنشأ، فلو أودعت شركة فرنسية مثلا طلب لتسجيل علامة تجارية في إيطاليا، ثم تقدمت بطلب لاحق لتسجيل ذات العلامة التجارية في مصر، فلا يجوز رفض طلب تسجيل العلامة في مصر، إستنادا إلى أن الشركة الفرنسية لم تودع طلبا لتسجيل العلامة أو لم تسجلها في فرنسا.

ووفقا للمادة 3/6 من الاتفاقية، تعتبر العلامة التي سجلت وفقا للقانون في إحدى دول الاتحاد، مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى، بما في ذلك دولة المنشأ. فإذا لم يجدد تسجيل العلامة أو أبطلت في دولة من الدول التي سجلت فيها، فلا يعني ذلك أن تفقد العلامة التجارية أو يبطل تسجيلها في الدول الأخرى، وهذا ما يعرف بمبدأ استقلال الحماية الخاصة بالعلامة التجارية في كل دولة.

رابعا: مبدأ حماية العلامة المسجلة بالحالة التي سجلت عليها

تلزم المادة 5/6 من اتفاقية باريس الدول الأعضاء في الإتحاد، بقبول إيداع كل علامة مسجلة طبقا للقانون في دولة المنشأ، كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها as it is في دول الاتحاد الأخرى، وهذا يعني أنه لا يجوز لأي دولة من دول الأعضاء في الاتحاد، أن ترفض طلب تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها في دولة أخرى من دول الاتحاد، إستنادا الى أن شكل العلامة لا يتفق مع التشريع الوطني. ولكي يستفيد صاحب العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد من هذا الحكم الاستثنائي ويسجل علامته في سائر دول الاتحاد، بالحالة التي هي عليها في بلد المنشأ، يجب أن يوضع عند تقديمه لطلب تسجيل العلامة، الشكل الذي سبق أن سجلت به العلامة في بلد المنشأ، ويطلب تسجيلها بنفس هذا الشكل، فلا يكفي أن تكون العلامة قد أودعت في بلد المنشأ أو سبق استعمالها، بل يشترط أن تكون قد سجلت طبقا لقانون دولة المنشأ، ويعرف هذا المبدأ، بمبدأ قبول تسجيل العلامة بالحالة التي هي عليها[1].

الفرع الثاني: نشوء الحق في حماية العلامة التجارية حسب اتفاقية باريس

قد تتمتع إحدى العلامات بشهرة عالمية، وتصل الى جمهور واسع في عدد من الدول ، مما يستتبع ضرورة إيجاد نظام خاص بها يحميها، وقد لاحظت المادة 6 مكرر من إتفاقية باريس نظاما خاصا بها حيث نصت على أنه :" تتعهد دول الاتحاد سواء من تلقاء نفسها إذا أجاز

[1] د. الطيب زروتي، المرجع السابق، ص 170.

تشريعها ذلك أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل وبمنع إستعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة، يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة، بإعتبارها فعلا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية، ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة، كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة، يشكل نسخا لتلك العلامة المشهورة أو تقليدا لها من شأنه إيجاد لبس بها".

وضعت اتفاقية باريس في المادة 6 مكرر أحكاما خاصة لحماية العلامة المشهورة، فأوجبت على الدول الأعضاء في اتحاد باريس، أن ترفض طلب تسجيل أو تبطل تسجيل أو تمنع إستعمال أي علامة، تشكل نسخا أو تقليدا لعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة إنها علامة مشهورة، إذا كان إستعمال تلك العلامة بصدد منتجات مماثلة أو مشابهة، يؤدي إلى وقوع لبس أو تضليل[1].

لكن هل يشترط أن تكون العلامة التجارية، قد سجلت واستعملت مسبقا في البلد الذي يراد الحصول على الحماية فيه، حتى يمكن حمايتها أم هل يمكن حمايتها على هذا الأساس ولو لم تكن كذلك؟ أحكام المادة السادسة في اتفاقية باريس تقرر حماية من نوع خاص للعلامات التجارية، ولو لم تكن مسجلة، عن طريق إلزام الدول الأعضاء في اتحاد باريس، بأن ترفض طلب تسجيل العلامة أو تبطل تسجيلها او تمنع إستعمالها، ما لم يكن طلب التسجيل مقدما من صاحب العلامة، أو كان استعمال العلامة التجارية بمعرفته أو موافقته.

فالعلامة التجارية تعتبر إستثناءا عن مبدأ إقليمية العلامة، حتى ولو لم تكن العلامة التجارية مسجلة، يمكن الاحتجاج بها بسند الأسبقية، وتسمح لحائزها تقديم الاحتجاج لتسجيل العلامة من قبل شخص ثالث، وتفتح المجال للمطالبة بإبطال التسجيل.

الفرع الثالث: ميادين حماية العلامات التجارية حسب اتفاقية باريس

حددت المادة السادسة مكرر من إتفاقية باريس مفهوم العلامات التجارية من خلال تحديد واجبات وإلتزامات الدول الأعضاء، وميدان النشاط الذي تحمى فيه العلامة التجارية، وصور

[1] CHAVANNE Albert et J.J BURST, Op cit, p. 615-616.

الإساءة التي يمكن أن تعترض لها العلامة التجارية، وطبيعة المنتجات التي تمتد إليها الحماية ويمكن إيجاز ذلك في الفروع التالية:

أولا: تحديد ميدان نشاط العلامة

حددت المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس، ميدان نشاط العلامة التجارية واقتصرت على النشاط الصناعي والتجاري، مستبعدة أي نشاط لذوي المهن الحرة أو المؤسسة التجارية، بحيث لا يمكن حماية العلامة التجارية كونها عنصرا من عناصر المؤسسة التجارية[1].

لم تكن الحماية المقررة في إتفاقية "باريس" للعلامة التجارية تشمل علامة الخدمة، بل كانت قاصرة على علامة السلعة. ففي مؤتمر لشبونة الذي عقد في أكتوبر عام 1958 لتعديل الاتفاقية، نوقش إقتراح يتضمن التوسع في الحماية المقررة في الاتفاقية للعلامة التجارية، لتشمل علامة الخدمة من جميع الأوجه، غير أن المؤتمر لم يوافق على هذا الاقتراح، واقتصر التعديل الذي جاء به المادة السادسة التي أضيفت الى الاتفاقية، على إلزام دول الاتحاد بحماية علامة الخدمة دون إلزامها بتسجيل تلك العلامة، وقد نصت المادة السادسة على ذلك بقولها: " تتعهد دول الاتحاد بحماية علامة الخدمة، ولا تلزم هذه الدول بأن تكفل التسجيل لتلك العلامات"، وهذا يعني ان إتفاقية باريس لا تلزم الدول أعضاء الاتحاد بحماية علامة الخدمة وتسجيلها كعلامة تجارية، بل يكفيها وفقا لنص المادة 6 حمايتها عن طريق قواعد المنافسة غير المشروعة أو بأي الية قانونية أخرى[2].

ثانيا: تحديد صور التعدي على العلامة

حددت المادة السادسة مكرر من إتفاقية باريس الصور التي يمكن أن يتم فيها الإساءة لعلامة تجارية وهي حالة النسخ، أو حالة التقليد، أو حالة الترجمة، أو حالة ما إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخا أو تقليدا للعلامة التجارية، ومن شأنه إيجاد لبس لها. فأي من هذه الصور إذا تم إستعمالها من قبل علامة مشابهة للعلامة التجارية، يعتبر مسا بهذه الأخيرة، ويفتح المجال للملاحقات القضائية، لكن في هذا الميدان نعتقد أن الأمر يقتصر على الدعاوى

[1] د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص. 28.

[2] د. نعيم مغبغب، الماركات التجارية .ط1،.دراسة في القانون المقارن .منشورات الحلبي الحقوقية.لبنان ص 227.

المدنية دون الجزائية لأنه من شروط دعوى التقليد الجزائية، التسجيل لدى مكتب الحماية، الأمر المستبعد في إطار العلامات التجارية.

ثالثا: ميدان تطبيق أحكام العلامة

حددت المادة السادسة مكرر أعلاه أيضا، ميادين تطبيق أحكام العلامات التجارية المشهورة وإعتبرت بأن المنتجات المماثلة أو المشابهة، هي التي تفتح المجال للمطالبة القضائية ويوثق التعدي على العلامة التجارية. وهو ذات الميدان الذي حدده المشرع الجزائري في المواد 7 و9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. لكن يبقى التساؤل عن المدى الملحوظ لمثل هذا النشاط، هل أنه يقتصر على المنتجات المشابهة أو المماثلة فقط، دون غيرها من المنتجات، حتى ولو أريد من إستعمال العلامة التجارية إستغلال صيتها لجني الأرباح بصورة غير مشروعة؟

في لبنان أجابت المحاكم عن هذا التساؤل، أن صنف السلعة قد لا يعتبر هاما في بعض الأحيان، كما هي عليه الحال في العلامة المشهورة، فإذا أقدم أحد الأشخاص على إستعمال علامة مشهورة حتى ولو كانت الأصناف غير مشابهة أو مماثلة ، فإن العمل يعتبر مزاحمة غير مشروعة، لأن المقلد أراد الاستفادة من الشهرة، فيمكن المداعاة بوقفها وبالعطل والضرر، لأن اللبس قد يقع لدى المستهلك المشهور سواء لعدم تحديد السلعة بحد ذاتها، أو لاعتقاده أن نشاط العلامة قد توسع ليشمل هذا الصنف الجديد[1].

رابعا: تحديد إلتزامات الدول الأعضاء لحماية العلامة

من الجلي أن الحماية المقررة في المادة السادسة من إتفاقية باريس للعلامات التجارية، مضمونها منع تسجيل أو إبطال تسجيل أو منع الغير من إستعمال العلامة، بصدد سلع مماثلة أو مشابهة للسلع التي تستخدم العلامة التجارية لتمييزها، فلا تمتد الحماية إلى حالات إستعمال الغير للعلامة بصدد سلع لا تماثل أو تشابه السلع التي تستخدم العلامة التجارية في تمييزها. وتلتزم الدول الأعضاء في اتحاد باريس، بأن توفر الحماية للعلامة التجارية وفقا للمادة السادسة من الاتفاقية، عن طريق إتخاذ الجهات الإدارية المختصة من تلقاء نفسها، أو بناء على طلب يقدم إليها من ذوي الشأن الإجراءات التالية:

[1] د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص. 3.

1. رفض طلب تسجيل العلامة المماثلة أو المشابهة للعلامة التجارية، إذا قدم الطلب من شخص غير صاحب للعلامة.
2. شطب تسجيل العلامة التجارية المسجلة المماثلة أو المشابهة للعلامة التجارية، ويجب أن تمنح الدولة مهلة لذوي الشأن لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ تسجيل العلامة للمطالبة بشطبها خلال هذه الفترة، ما لم تكن العلامة قد سجلت بسوء نية، ففي هذه الحالة الأخيرة يجوز طلب شطب تسجيل العلامة دون التقيد بأي مدة كما جاء في المادة 2/6 من الاتفاقية.
3. منع استخدام العلامة التجارية بمعرفة الغير، وتترك للدولة حرية تحديد المهلة التي يجب أن يفقد خلالها طلب منع إستخدام العلامة التجارية، ومع ذلك يجوز تقديم طلب منع إستخدام العلامة التجارية دون التقيد بأي مدة إذا كان الإنتفاع بالعلامة التجارية بسوء نية، المادة 3/6 من الاتفاقية.

ومن الغني عن البيان أن الحماية المقررة للعلامة المشهورة تقتصر على علامة السلع دون علامة الخدمة، حيث أن نص المادة 6 لا يتحدث عن العلامة المشهورة إلا بصدد علامات السلع[1].

الفرع الرابع: نظام الحماية وتسوية المنازعات حسب اتفاقية باريس

لم تحدد اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، نظاما دقيقا وواضحا لحماية وتسوية المنازعات الناشئة عن إستعمال العلامات التجارية ، كما هو الحال بالنسبة للنظام الذي جاءت به اتفاقية "تربس" كما سيتم توضيحه لاحقا، فإكتفت إتفاقية "باريس" من خلال أحكام المواد 3/10 و 11 بالإشارة إلى ضرورة أن تتعهد دول الاتحاد وبأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى، وسائل وطرق الطعن القانونية والملائمة، في جميع حالات الاستعمال غير المشروع للعلامات التجارية أو الصناعية حماية للمنافسة المشروعة من أعمال المنافسة غير المشروعة. كما طالبت إتفاقية "باريس"، بالسماح بممارسة إجراءات الطعن والتقاضي من قبل النقابات والاتحادات التي تمثل ذوي الشأن من رجال الصناعة أو الإنتاج أو التجارة، والسماح لهم بالإلتجاء إلى القضاء والسلطات الإدارية للمطالبة بقمع كل أشكال المنافسة غير المشروعة[2].

[1] د. الطيب زروتي، المرجع السابق، ص 151.

[2] د. الطيب زروتي، المرجع السابق، ص 152.

كما طالبت الاتفاقية من دول الاتحاد، بأن تضمن طبقا لتشريعاتها الداخلية حماية مؤقتة للعلامات التجارية أو الصناعية، بالنسبة للمنتجات التي تعرض في المعارض الدولية والرسمية أو المعترف بها رسميا والتي تقام على إقليم أية دولة منها[1].

كما طالبت كل دولة من دول الاتحاد بإنشاء مصلحة مختصة، يعهد إليها من بين مهامها تسجيل الطلبات المتعلقة بتسجيل العلامات التجارية أو الصناعية، وإطلاع الجمهور عليها من خلال إصدارها في نشرة دورية رسمية[2].

المطلب الثاني: الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية في ظل اتفاقية "تربس"1994

الحديث عن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تربس" يقتضي التعرف على منظمة التجارة العالمية "O.M.C " التي كان ميلادها في 1994/04/15 بمدينة مراكش بالمغرب بعد ثمان جولات منذ عام 1947، حيث تناولت مختلف جوانب الإقتصاد، من تجارة وزراعة ومنسوجات وملابس وخدمات واستثمار وحقوق الملكية الفكرية، أخرها جولة الارجواي 1986/12/20- 12/10/ 1993 والتي تم التوقيع على نتائجها بالمغرب في 1994/04/15 من طرف 125 دولة، وقد أسفرت هذه الجولة عن إنشاء منظمة التجارة العالمية، التي حلت محل اتفاقية "الجات" GATT ، بحيث أصبحت منظمة التجارة العالمية، تضم جميع اتفاقيات "الجات" والاتفاقيات الجديدة 32، تشمل كل ما له علاقة بالتجارة، وقد إنبثق عن إنشاء منظمة التجارة العالمية، ثلاث مجالس هي:

1-مجلس تجارة السلع: الاتفاق العام للتعريفات الجمركية والتجارة "الجات".GATT

2-مجلس تجارة الخدمات: الاتفاق العام بشأن تجارة الخدمات "GATS".

---

[1] أنظر المادة 1/3 و 2 من المرسوم التنفيذي 68/98 المتضمن إنشاء المركز الوطني للملكية الصناعية، جريدة رسمية، عدد 11، سنة 1998.

[2] أنظر "الويبو" المنظمة العالمية للملكية الفكرية "معلومات عامة من منشورات الويبو جنيف 1997، الويبو وبرنامجها للتعاون الإنمائي لمصلحة البلدان النامية، وثيقة من إعداد المكتب الدولي "الويبو"، قدمت في حلقة "الويبو" الدراسية الإقليمية العربية عن الملكية الصناعية التي عقدت في الإمارات العربية المتحدة في الفترة من 7 الى1997/12/10. وأنظر أيضا بخصوص مركز "الويبو" للتحكيم " السبل البديلة لتسوية نزاعات الملكية الفكرية ودور المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الويبو" وثيقة من إعداد مركز "الويبو" للتحكيم والوساطة في جنيف سويسرا قدمت في حلقة "الويبو" الدراسية الإقليمية العربية عن الملكية الصناعية التي عقدت في الإمارات العربية المتحدة في الفترة من 7 الى /1997/12/10.

3-مجلس الملكية الفكرية: اتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تربس".

ومن الجدير بالذكر، أن إتفاقية "تربس" لا تخاطب سوى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، ولا تلزم سواها، فنصوص الاتفاقية ليست ذاتية التنفيذ، ومن ثم فإن رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبون حقوقا مباشرة من نصوص الاتفاقية، ولا يجوز لهم التمسك بأحكامها، واستبعاد أحكام القوانين الوطنية، وتختلف اتفاقية "تربس" عن اتفاقية "باريس" بتمتع هذه الأخيرة بذاتية التنفيذ لأحكامها، فتصبح أحكامها جزءا من القانون الوطني الداخلي بمجرد المصادقة عليها ونشرها إذا كان القانون الداخلي للدولة يوجب ذلك، بالكيفية التي ينص عليها[1].

وقد تضمنت اتفاقية "تربس" على غرار اتفاقية "باريس" عدة مبادئ وأحكام بخصوص معالجة مختلف عناصر الملكية الصناعية، وبالخصوص موضوع العلامات التجارية خاصة المشهورة منها، وطرق وأحكام ضمان إنفاذها في الميدان من قبل الدول الأعضاء كما سيأتي بيانه.

الفرع الأول: المبادئ الأساسية لإتفاقية "تريبس"

جمعت إتفاقية "تربس" أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية في مجال الملكية الفكرية، في وثيقة واحدة فحققت الترابط فيما بينها، بعد أن كانت هذه الأحكام متفرقة ومبعثرة في الاتفاقيات الدولية المختلفة، ولا يوجد من بين الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها اتفاقية "تربس" أي اتفاقية أخرى، بخلاف اتفاقية باريس تعالج موضوع العلامات التجارية خاصة المشهورة منها، والتي تحظى بالحماية وفقا للمبادئ التي أرستها اتفاقية "تربس" والتي توجزها فيما يلي:

أولا: مبدأ المعاملة الوطنية

تضمنت المادة الثالثة من الاتفاقية مبدأ المعاملة الوطنية، وبمقتضى هذا المبدأ تلتزم البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، بأن تعامل مواطني البلدان الأخرى ومن في حكمهم، فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية، معاملة لا تقل عن المعاملة المقررة لمواطنيها، فتمنحهم على الأقل نفس المزايا التي يتمتع بها رعاياها، وتخضعهم لنفس الالتزامات، وهذا المبدأ يتوافق مع حكم المادة الثانية من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883.

[1] د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة 2، القاهرة، 1996، ص18.

ومع ذلك يوجد إختلاف بين الاتفاقيتين، حيث أن المادة 1/2 من اتفاقية "باريس" توجب على الدول الأعضاء في اتحاد باريس معاملة رعايا الدول الأعضاء الأخرى، نفس معاملة مواطنيها، فتمنحهم ذات المزايا التي تمنحها حاليا أو مستقبلا قوانين تلك الدول لمواطنيها، أما اتفاقية "تربس" فهي توجب على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، معاملة مواطني البلدان الأخرى معاملة لا تقل عن معاملة مواطنيها، بمعنى أنها تجيز صراحة للدول الأعضاء منح الأجانب حقوقا تجاوز الحقوق التي تمنحها لمواطنيها[1].

ثانيا: مبدأ الدولة الأكثر رعاية

تضمنت المادة الرابعة من اتفاقية "تربس" مبدأ المعاملة الخاصة بالدولة الأولى بالرعاية، وبمقتضاها، تلتزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، بألا تميز في المعاملة بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى ومن في حكمهم، ومن ثم يجب على الدول الأعضاء المساواة بين رعايا جميع الدول الأعضاء في الحقوق والإلتزامات، بمعنى أنها تلتزم إذا منحت أي ميزة أو تفضيل أو إمتياز أو حصانة لمواطني أي بلد عضو في المنظمة، بأن تمنح جميع مواطني الدول الأعضاء الأخرى نفس الميزة أو التفضيل أو الامتياز أو الحصانة، وهذا المبدأ يطبق لأول مرة في مجال الملكية الفكرية[2].

ثالثا: مبدأ إستنفاذ حقوق الملكية الفكرية

من المعلوم أن حقوق الملكية الفكرية تخول لصاحبها الحق في منع الغير من استيراد المنتج المشمول بالحماية من سوق أي دولة، وأن تطبيق هذا المبدأ على إطلاقه يعني أنه يحق لمالك العلامة التجارية، منع الغير من استيراد كافة المنتجات المشمولة بالحماية، بما في ذلك المنتجات التي طرحت للبيع في الخارج عن طريق صاحب العلامة، سواء بنفسه أو بموافقته، مما يتيح لأصحاب حقوق الملكية الفكرية، إمكانية تقسيم الأسواق وطرح المنتجات فيها بأسعار متفاوتة، وتداركا لهذا الوضع تأخذ بعض تشريعات الدول بمبدأ الإستنفاذ الدولي لحقوق الملكية الفكرية.

[1] د. سميحة القليوبي، المرجع نفسه، ص 19 وما يليها.

[2] د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص. 39.

فبمقتضى المبدأ أعلاه يسقط صاحب الحق في العلامة في منع الغير من استرداد المنتجات المشمولة بالحماية بمجرد طرحها للتداول بنفسه أو عن طريق أحد تابعيه بعد موافقته، وجدير بالذكر أن هذا المبدأ يتيح الاستيراد الموازي، ومن مصلحة الدول النامية تبنيه في تشريعاتها، للحصول على المنتجات بأقل الأسعار السائدة عالميا[1].

الفرع الثاني: أحكام العلامة التجارية في اتفاقية "تريبس"

تناولت اتفاقية "تربس"، المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية، في القسم الثاني من الجزء الثاني من الاتفاقية، من المواد 15 الى21، وقد تضمنت اتفاقية "تربس" أحكاما خاصة، تختلف عن تلك التي قررتها اتفاقية "باريس" للعلامات التجارية المشهورة، من حيث نطاقها وميدان تطبيقها، وضابط أو معيار التعرف عليها وطرق حمايتها.

أولا: من حيث نشوء الحق في الحماية

المبدأ العام، أن ملكية العلامة لا تكتسب إلا بتسجيلها، وهو ما أشار إليه المشرع الجزائري على سبيل المثال، في المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بقوله " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها". إلا أن اتفاقية "تربس" أضفت الحماية على العلامة التجارية المشهورة ولو كانت غير مسجلة، وهذا يعتبر أمرا منطقيا ومعقولا، لأن الغاية من طلب تسجيل أية علامة هو بهدف العلنية والإشهار، وطالما أن هذه العلنية مفترضة سلفا في العلامات التجارية المشهورة، فإن إجراءات تسجيلها تصبح من تحصيل حاصل ويمكن تجاوزها.

ثانيا: تمديد ميدان النشاط

على خلاف اتفاقية باريس وكذا المشرع الجزائري في المادة 8/7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، الذي قصر ميدان نشاط العلامات التجارية المشهورة على السلع فقط من دون الخدمات، فإن إتفاقية "تربس" من خلال أحكام المادة 16 منها، قد توسعت في ميدان

[1] أنظر أكثر د. الطيب زروتي، المرجع السابق، ص 139 وما يليها.

النشاط الذي أصبح يمتد ليشمل علامات الخدمات بنصها "تطبق أحكام المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس 1967 مع ما يلزم من تبديل على السلع والخدمات غير المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها علامة تجارية[1].

ثالثا: تمديد ميدان التطبيق أو نطاق الحماية

وسعت اتفاقية "تربس" من نطاق الحماية المقررة للعلامة التجارية التجارية، فحظرت استخدام العلامة التجارية، إذا كانت مسجلة على سلع أو خدمات غير مماثلة، للسلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة في تمييزها، إذا توافر شرطين:

الأول: أن يؤدي استخدام العلامة التجارية على السلع أو الخدمات غير المماثلة، إلى الإعتقاد بوجود صلة بين تلك السلع أو الخدمات غير المماثلة وصاحب العلامة التجارية،

والثاني: أي يؤدي استخدام العلامة على السلع غير المماثلة، إلى إحتمال المساس بمصلحة صاحب العلامة وتعريضه للضرر. وهو ما ذهب إليه المشرع الجزائري حسب المادة 9/7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وهذا على خلاف اتفاقية باريس التي قصرت نطاق الحماية في حدود التمثل في السلع المادة 6 مكرر.

الفرع الثالث: معيار إعتبار علامة ما أنها مشهورة حسب اتفاقية "تريبس

وضعت اتفاقية "تربس" ضابطا عاما يمكن للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الاسترشاد به في تحديد مفهوم العلامة المشهورة، إذ نصت المادة 16 فقرة 2 من الاتفاقية على أنه: " ... وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة، تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني، بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني، نتيجة ترويج العلامة التجارية".

وعلى خلاف ذلك فإن إتفاقية باريس لم تضع أي ضابط لتحديد المقصود بالعلامات التجارية المشهورة، مما أثار جدلا كبيرا واختلافا حادا في وجهات النظر بين الدول الأعضاء في إتحاد باريس، ما جعل الباب مفتوحا للمنظمة العالمية الفكرية، لطرح ضوابطها

[1] أنظر المواد 7 و9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر.

الاسترشادية في التعرف على العلامات التجارية، والتي تم تبني أهم معاييرها من قبل اتفاقية "تربس" بإعتمادها على ضابط عام يظل مقتصرا على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، والمتمثل في معيار مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور. كما أن المشرع الجزائري هو الاخر قرر حماية العلامات التجارية، دون تحديد معيار التعرف عليها[1].

[1] قرار المحكمة العليا الجزائرية رقم 190797 بتاريخ 1999/7/13 المجلة الاقتصادية، العدد الأول، سنة 2002، ص 126-127.

خاتمة

العلامة التجارية من أهم المسائل التي رافقت تطور النظام الاقتصادي الحديث والتجارة الدولية , ونظرا لأهميتها الاقتصادية شهد الواقع نشوء تعديلات جديدة على هذا النوع من الحقوق, لذلك سعت معظم الدول وخاصة المتقدمة منها وكذا المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو الى إدراج موضوع العلامات التجارية في سياستها الرئيسية, بإعتبارها آداة رئيسية للتنمية وفي سبيل هاته الغاية صدر عن الويبو التوصيات المتعلقة بالعلامات التجارية, كما أدرجتها ضمن المواضيع الأساسية قي إتفاقية تريبس من خلال تبيان الأحكام الإستثنائية الخاصة بها بهدف صيانة هذا النوع من الحقوق من التعدي, وإيجاد نظام حماية في إطار دولي منظم ومحكم, تجسيدا لما تضمنه العهد الدولي الخاص بحقوق الإنسان الذي يقضي بأن تتولى كل دولة موقعة عليه, أن تتخذ كل الإجراءات سواءا بمفردها أو عن طريق المساعدة والتعاون الدوليين ولا سيما على الصعيدين الاقتصادي و التقني بأقصى ماتسمح به مواردها المتاحة, لضمان التمتع الفعلي بالحقوق المعترف بها في هذا العهد, ومن ضمنها حقوق الملكية الفكرية سالكة الى ذلك السبل المناسبة وخصوصا سبل إعتماد تدابير تشريعية.

وعليه فمجال حقوق الملكية الصناعية واسع النطاق والتجدد فالعلم دائم التحول شيئا فشيئا من إقتصاد الموجودات الى إقتصاد المعلومات والإقتصاد القائم على المعرفة وفيه يغدو رأس المال الفكري على درجة بالغة الأهمية، شأنه شأن رأس المال المادي وربما يفوقه في حالات كثيرة، وكان لهذا أثر في التأثير على الأعمال بل وفي تحديد عناصر الملكية، وعناصر موجودات المشاريع وميزانيتها المالية.

إن أنظمة الحماية العالمية المعمول بها حاليا قد ساهمت في تحقيق الحماية إلى حد ما للعلامة التجارية من التعدي، مما جعل هذه الأنظمة القانونية للحماية تنال ثقة الكثير من الدول من خلال إقبالها على الإنظمام الى الاتفاقيات الدولية ذات الصلة بها، حتى أصبحت دعائم لتنسيق القوانين في مختلف البلدان، ووسيلة لنشر المعرفة ما يفرض عليها ضرورة التطور والتكيف الدائم مع كل جديد في هذا المجال لمواكبة تطورات العصر.

خاتمة

وبالرغم من أهمية الإطار القانوني المحلي والدولي الذي ينظم العلامات التجارية، إلا أن هذا النظام يظل في حاجة الى تطوير مستمر، ذلك أن تأسيس نظام عالمي فعال وقوي للعلامات التجارية يضمن انتشارها بسهولة، ويضمن المنافسة المشروعة، وفي غياب نظام حماية فعال يزداد التقليد في البلد.

وبالتالي فلا بد من التنسيق بين الحماية الداخلية الوطنية للدول والعمل على التعاون الدولي من خلال المعاهدات والإتفاقيات الدولية ومن أشهر وأهم هاته الاتفاقيات إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 التي عدت الأساس القانوني الأهم لإقرار الكثير من الاتفاقيات التي عنيت بمجال حقوق الملكية الفكرية,ومنها إتفاقية تريبس لسنة 1994 التي عدت حلقة وصل بين إتفاقية باريس لضمها العديد من مبادئ وأحكام تلك الاتفاقية وبين التطورات الحاصلة في مجال التجارة و الإستثمار الاقتصادي,وقد سعت هاته الاتفاقية لإقامة ترتيبات تعاونية مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو والذي كان لها دورا فعالا في حماية العلامة التجارية لاسيما ما تعلق بحمايتها من الإعتداء الالكتروني وذلك من خلال

ما نشرته من توصيات وما بذله مركز التحكيم والوساطة في هذا الشأن.

وسنجاول في الأخير تقديم بعض الإقتراحات والتوصيات

- ضرورة تسجيل العلامة التجارية من أجل ضمان حماية أنجع وأكثر فعالية.
- إقرار عقوبات مدنية وجزائية تكون أكثر ردعا من خلال تشديدها حتى تضمن حماية فعالة للعلامة التجارية.
- فسح المجال لصاحب العلامة التجارية للحصول على تعويضات و توقيع العقوبات على المعتدين بإتخاذ عقوبات ردعية في حق المعتدي.
- ضرورة تناسب العقوبات والغرامات مع الفوائد والأرباح التي يجنيها المعتدي على العلامة التجارية وذلك لتجنب تفشي ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية بشتى صوره.
- ضرورة تطوير عمل الويبو من خلال ما تبذله من جهود لحماية العلامة التجارية والعمل على تجاوز التوصيات إلى إقرار نظام وقائي يكفل حماية العلامة التجارية.

خاتمة

- ضرورة تحسيس المستهلك بالمخاطر الكبيرة التي تنجم عن إقناء منتوجات وسلع إستهلاكية مقلدة لا سيما ما تعلق منها بالماد الصيدلانية والغذائية.
- تشديد العقوبات المالية بشأن التعدي على العلامات.
- تيسير وتبسيط إجراءات تسجيل العلامة الأجنبية في الجزائر وهو ما أكدت عليه الإتفاقيات الدولية.
- العمل على تعديل المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بقانون العلامات الجزائري والسماح بتسجيل وحماية العلامة غير المدركة بالبصر مثل علامة الشم والرائحة والعلامات الموسيقية والصوتية على غرار العديد من التشريعات الدولية.
- تكوين محاكم التحكيم التجاري الدولي بحيث تكون في مستوى جيد.
- تشجيع الدول النامية على إختيار نظام التحكيم والوساطة التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية الخاصة بتسوية المنازعات الدولية للعلامات.

المراجع باللغة العربية

أولا: القرآن الكريم

ثانيا الكتب

الكتب العامة

1-أحسن بوشقيقة الوجيز في القانون الجزائي العام، الديوان الوطني للأشغال التربوية 2002

2-أحمد محرز القانون التجاري الجزائري ط2 ديوان المطبوعات ج الجزائر 1981.

3-الفيروز بادي القاموس المحيط، ج4,تحقيق مجدي فتحي السيد المكتبة التوفيقية, مصر

4- خليل حسن أحمد قداده الوجيز في روح القانون المدني ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1994.

5-سليمان محمد الطماوي القضاء الإداري الكتاب الأول, قضاء الإلغاء دار الفكر العربي, القاهرة, مصر 2013.

6-عبد الله سليمان شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام جزء 02, ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1998.

7-علي صادق أوهيف القانون الدولي العام، منشأة المعارف بالإسكندرية، الطبعة الثانية عشر 1994 ص 116.

8-محمد صبري السعدي شرح القانون المدني الجزائري, ج1 دار الهدى, الجزائر 1993.

9-محمود مختار أحمد البربري قانون المعاملات التجارية,الأعمال التجارية والتاجر,دار الفكر العربي القاهرة1987.

10-نادية فوضيل القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية,الجزائر.

الكتب المتخصصة

1-الطيب زيروتي القانون الدولي للملكية الفكرية (تحاليل ووثائق) مطبعة الكاهنة الجزائر ط 1.

2-جلال وفاء محمدين الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا للاتفاقيات تريبس دار الجامعة الجديدة للنشر مصر 2004.

3- حسام الدين عبد الغاني الصغير الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر العربي، الاسكندرية 2008.

4-سميحة القيلولي الملكية الصناعية, دار النهضة الغربية, الطبعة الثانية القاهرة 1996

5-صلاح الدين الناهي, الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية,ط1 دار الفرقان للنشر والتوزيع عمان 1982.

6-صلاح زين الدين العلامات التجارية وطنيا ودوليا, دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان, الأردن 2009.

7-عبد الله حسين الخشروم الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية,ط2 دار وائل للنشر والتوزيع,عمان 2008.

8-غسان رباح الوجيز في قضايا حماية الملكية الفكرية والفنية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان ط1 2008.

9-كوثر مازوني قانون الملكية الفكرية في مواجهة التكنولوجيات الحديثة (التجربة الجزائرية)، دار هومة الجزائر دون تاريخ.

10-محمد إبراهيم الوالي حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري, ديوان المطبوعات الجامعية, الجزائر سنة 1983.

11- محمد حسني عباس الملكية الصناعية والمحل التجاري, دار النهضة العربية ,القاهرة 1969

12-محمد حسين الوجيز في الملكية الفكرية, المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر 2001.

13-نسرين شريفي حقوق الملكية الفكرية دار بلقيس، الجزائر طبعة 2014

14-نعيم مغبغب مخاطر المعلوماتية التجارية عبر الأنترنيت وعلاقتها بالعنوان الالكتروني, دار الجامعة الجديدة, مصر 2007.

15-نوارة حسين الملكية الصناعية في القانون الجزائري, دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع, الجزائر 2015.

16-وهيبة العوارم بن أحمد جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري, مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية, مصر الطبعة الأولى 2015.

ثالثا: النصوص القانونية

أ/الإتفاقيات الدولية

1-إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية أبرمت في 1883/03/20 عدلت في مؤتمر بروكسل سنة 1900, وفي واشنطن سنة 1911,وفي لاهاي سنة 1925,وفي لندن سنة 1934,وفي ستوكهولم سنة 1967,ولشبونة سنة 1985,وقد انضمت أليها الجزائر في سنة

1966بموجب الأمر رقم 48-66 المؤرخ في 25 فبراير 1966, وصادقت عليها بموجب الأمر رقم 02/75 المؤرخ في 1975/01/09, الجريدة الرسمية عدد10.

2-إتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية -تريبس- أنشأت بمراكش بالمغرب عام 1994 على إثر جولة المفاوضات بالأرجواي.

3-إتفاقية نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامة التجارية أنشأت إثر إتفاق نيس في 13 حزيران 1957.

4-إتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات أنشأت في 14 أفريل 1891 بمدريد إسبانيا, ودخلت حيز التنفيذ سنة 1892 ومعها بروتوكول مدريد المصادق عليه سنة 1989,وأصبحت نافذة بتاريخ 1955/12/01 وشرع في تطبيقها في 1966/01/01 ويضاف الى هاتين الوثيقتين الوثائق التي تنظم التطبيق الخاص بالإتفاقيتين وهي وثيقة نظام التنفيذ المشترك ووثيقة التعليمات الإدارية الصادرة بشأن تطبيق كل من إتفاق وبروتوكول مدريد

ب/النصوص التشريعية

1- الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 1966/03/19 المتعلق بعلامات الصنع والعلامة التجارية الجريدة الرسمية عدد 23 الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966.

2- الأمر 58/75 المؤرخ في 1975/09/26.

3- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات الجريد الرسمية عدد 44 في 23 يوليو 2003

ج/ النصوص التنظيمية

1-المرسوم التنفيذي 68/98 المتضمن إنشاء المركز الوطني للملكية الصناعية جريدة رسمية عدد 11 سنة 1998.

2-المرسوم التنفيذي رقم 70/92 المؤرخ في 1992/02/18 المتعلق بالنشرة الرسمية للإعلانات القانونية جريدة رسمية عدد 14 سنة 1992.

رابعا: الأطروحات والرسائل

1-سماح محمدي (الحماية القانونية للعلامة التجارية) أطروحة دكتورا العلوم في القانون الجزائري 2016.

2-حديدان سفيان (جريمة التقليد التدليسي للعلامة الصناعية والتجارية وعلامة الخدمة) مذكرة ماجستير، كلية الحقوق جامعة الجزائر 2002.

خامسا: المقالات

1-بيوت نذير, مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية,منشور في المجلة القضائية الصادرة عن المحكمة العليا العدد الثاني سنة 2002,ص 55 الى 93.

2-جبارة شوقي (المعالجة الجمركية والقضائية لتقليد العلامة) مقال منشور في المجلة القضائية الصادرة عن المحكمة العليا سنة 2002.

سادسا: مواقع الأنترانت

http/wipo2.wipo.int.

سابعا: المراجع باللغة الفرنسية

CHAVANNE albert et JEAN jacques Burst , Droit de la propriété industrielle , 3ed , Dalloz,1990.

قائمة المصادر والمراجع

-CHRISTOPHE Roquilly .le droit des produits cosmétique et Economeca PARIS1999

-Art . 1er loi no 91-7 du 4 janvier 1991 , relative aux marques de fabrique de la commerce ou de service , JORF N°5 ,
du06 janvier 1991.

-Haroun ali , la protection de la marque au magherab , OPU, ALGER 1979.

الفهرس

مقدمة 1

الفصل الأول: النظام القانوني ومجال الحماية الواقعة على العلامة التجارية.

المبحث الأول: النظام القانوني للعلامة التجارية. 6

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية. 6

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها. 6

الفرع الثاني: أنواع العلامة التجارية ووظائفها. 10

الفرع الثالث: شروط حماية العلامة التجارية. 12

الفرع الرابع: آثار تسجيل العلامة التجارية 14

المطلب الثاني: الإطار المنظماتي للحماية المقررة للعلامة التجارية. 16

الفرع الأول: التعريف بالمنظمة. 16

الفرع الثاني: دور الويبو في حماية العلامة التجارية. 21

المبحث الثاني: مجال الحماية المقررة للعلامة التجارية. 23

المطلب الأول: الحماية الجزائية للعلامة التجارية. 24

الفرع الأول: جرائم التعدي على العلامات التجارية. 24

الفرع الثاني: عقوبات المساس بالحق في العلامة التجارية. 30

المطلب الثاني: الحماية المدنية. المقررة للعلامة التجارية 36

الفرع الأول: الأساس القانوني للحماية المدنية للعلامة التجارية. 37

الفهرس

الفرع الثاني: الجزاءات المترتبة على الدعوى المدنية. حماية للعلامة التجارية 40

الفصل الثاني: حصر وتحديد مظاهر الحماية المقررة في هاته الإتفاقيات

المبحث الأول: تحديد الإتفاقيات الحمائية للعلامة التجارية. 51

المطلب الأول: الإتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر. والتي تعنى بحماية العلامة التجارية 51

الفرع الأول: إتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لسنة 1883. 51

الفرع الثاني: إتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الأولي للعلامة التجارية 1891. 53

الفرع الثالث: إتفاقية مدريد الخاصة بقمع بيانات السلع الزائفة أو المضللة1891. 54

الفرع الرابع: إتفاقية نيس الخاصة بالتصنيف الدولي للسلع والخدمات لسنة 1957 55

الفرع الخامس: إتفاقية لشبونة الخاص بحماية التسميات المنشأ وتسجيلها دوليا لسنة 1958 56

المطلب الثاني: الإتفاقيات الدولية غير المصادق عليها من طرف الجزائر والمعنية بحماية العلامة التجارية 57

الفرع الأول: إتفاقية فيينا الخاصة بالتصنيف الدولي للعناصر التصويرية الرمزية للعلامة التجارية لسنة 1973. 57

الفرع الثاني: معاهدة نيروبي الخاصة بحماية الرمز الأولمبي لسنة 1981. 58

الفرع الثالث: معاهدة قانون العلامات التجارية لسنة 1994. 59

المبحث الثاني: تحديد مظاهر الحماية المقررة في إتفاقيتي باريس وتريبس 1994. 61

الفهرس

المطلب الأول: الأحكام الخاصة بالعلامة التجارية في ظل إتفاقية باريس 1883. 61

الفرع الأول: المبادئ الأساسية لإتفاقية باريس. 61

الفرع الثاني: نشوء الحق في حماية العلامة التجارية حسب إتفاقية باريس 64

الفرع الثالث: ميادين حماية العلامة التجارية حسب إتفاقية باريس 65

الفرع الرابع: نظام الحماية وتسوية المنازعات حسب إتفاقية باريس 68

المطلب الثاني: الأحكام الخاصة بالعلامة التجارية في ظل إتفاقية تريبس. 1994 69

الفرع الأول: المبادئ الأساسية لإتفاقية تريبس. 70

الفرع الثاني: أحكام العلامة التجارية في إتفاقية تريبس. 72

الفرع الثالث: معيار إعتبار علامة تجارية أنها مشهورة حسب إتفاقية تريبس. 73

الخاتمة. 75

قائمة المراجع 78

الفهرس. 84