جامعة عمـــــــــــــــــــــــــار ثليجي الأغواط

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم الحقوق

# الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولي

مذكرة في إطار مقتضيات نيـــل شهـــادة الماستر في قانون الأعمال

إعداد الطالب :

– زهير صويلح

إشراف الدكتور :

– عمر بن الزوبير

لجنة المناقشة

| | | |
|---|---|---|
| بروفيسور : | رزق الله العربي بن مهيدي | رئيسا |
| الدكتور : | عمر بن الزوبير | مشرفاً ومقرراً |
| الدكتور : | بوزيدي تجاني | مناقشاً |

السنـــــة الجامعيـــــة : 2018 / 2019

بسم الله الرحمن الرحيم

# شكر وعرفان

**اللهم إنا نسألك أن تلهمنا شكر نعمك وتجعل علمنا مخلصا لوجهك فالحمد لله والشكر لجلالك وعظيم سلطانك**

**قال الله تعالى : " ... وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ ۚ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ "**

**سورة هود الأية 88**

**قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " من لم يشكر الناس لم يشكر الله، ومن أسدى إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تستطيعوا فادعوا له ".**

**إقتداءا بهذا الحديث أوجه شكري إلى الأستاذ المشرف : " الدكتور بن الزوبير عمر "**

**" الذي غمرني بكرمه ونصائحه وتوجيهاته، وخاصة دعمه وتفهمه الكبيرين "**

**كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة لتفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة والحكم عليها وإثرائها بآرائهم السديدة.**

# الإهـــــــداء

**بسم الله الرحمان الرحيم**

" وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ " سورة التوبة الآية 105

... الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك... ولا يطيب النهار إلا بطاعتك

... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك

... ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك ... إلهي جل جلالك

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

إلى ملاكي في الحياة ... إلى معنى الحب ... وإلى معنى الحنان والتفاني ... إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي، وحنانها بلسم جراحي، إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة.

إلى من به أكبر وعليه أعتمد ... إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي ... إلى من بوجوده أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها أبي العزيز.

وإلى كل العائلة.

***زهير صويلح***

# مقدمة

للعلامة التجارية أهمية كبيرة في المجال الاقتصادي، فالعلامة التجارية هي وسيلة قانونية للتعريف بصاحب المنتوج ومصدره، بالإضافة إلى أنها تفيد في التفرقة بين مختلف السلع والخدمات التي يعرضها أصحاب العلامة التجارية للمستهلكين في مختلف الأسواق، فهي تساعد على عدم إختلاط المنتجات من نفس الفئة والنوع لعلامة أخرى، كما أنها تساعد على التفرقة بين المنتجات من حيث الجودة والنوعية.

تتعدد العلامات التجارية بالنظر لطريقة تحريرها، فهي قد تكون أسماء الأشخاص، أو مجموعة أحرف وأرقام، كما يمكن أن تكون رسم أو الصور والأشكال المميزة للسلع، وقد يتم استخدام الألوان إما لون واحد أو عدة ألوان، بهدف تمييز سلع أو خدمات التي يقدمها الشخص الطبيعي أو المعنوي، عن سلع وخدمات غيره.

بالنظر لما تمثله العلامة التجارية في المجال الاقتصادي، يسعى الكثير من الإقتصاديين والتجار للإستفادة من علامات تجارية تخص الغير، وبذلك تتعرض العلامة التجارية لعدة ممارسات غير مشروعة حددها القانون، إما بالتقليد أو المنافسة غير المشروعة، نتيجة لهذا الأمر نص كل من المشرع الوطني والدولي على وجوب أن تتمتع العلامة التجارية بالحماية المدنية.

تعتبر الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، ذات أهمية كبرى فهي تعتبر ضامنا هاما لحماية حقوق صاحب العلامة التجارية بالاضافة إلى ضمان أداء العلامة للغرض المرجو منها، حيال كل تقليد أو استغلال غير مشروع من الغير بإستعمال العلامة التجارية لغيره من الأعوان الاقتصاديين.

وأساس الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية يجد أساسه القانوني في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، بالإضافة إلى مختلف الاتفاقيات الدولية ذات الشأن منها اتفاقية باريس، اتفاقية مدريد واتفاقية تريبس.

يقصد بالحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية ما تتمتع به هاته الأخيرة من حماية يكفلها القانون الوطني والاتفاقيات الدولية لصاحب العلامة التجارية من

المطالبة بحماية حق ملكيته للعلامة من كل صور الاعتداءات التي تمس بعلامته، بهدف توقيع الجزاء المدني على المعتدي لما ارتكبه من مخالفة للقانون.

يحمل موضوع دراستنا المعنون بالحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أهمية كبيرة لاعتباره من أهم المواضيع التي ترتبط إرتباطا وثيقا مع تخصص قانون الأعمال، كما أنه يحمل أهمية في الجانب القانوني للحياة الاقتصادية من حيث معالجة الحماية المدنية للعلامة التجاري، فموضوع دراستنا له أهمية اجتماعية واقتصادية وتجارية لكل من الشركات وأصحاب العلامات والمستهلكين.

تهدف هاته الدراسة إلى البحث في عموميات وخصوصيات الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية من حيث مفهومها ومجالها، وصولا إلى نطاق الحماية المدنية في القانون الوطني والاتفاقيات الدولية والجزاءات والاحكام المنصوص عليها قانونا وكيفية المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية من قبل صاحبها.

أما فيما يخص دوافع اختيار الموضوع، فتعود الأسباب الذاتية لاختيار موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية ذات مفهوم غير متداول في أوساط المجتمع كونه يمتاز بطبيعة فنية محضة، ومحل اهتمام فئة معينة وهي الاقتصاديين رغم أن أهميته لدى العامة من الناس ممثلين في فئة المستهلكين لا تقل عن أهميته لدى الإقتصاديين خصوصا أصحاب العلامات التجارية.

أما الأسباب الموضوعية فتتمثل في أن الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية من الموضوعات ذات الصلة بمجال القانون التجاري والقانون المدني في نفس الوقت بالإضافة إلى القانون الدولي ممثلا في الاتفاقيات الدولية المنظمة لحماية الملكية الفكرية عموما والعلامات التجارية خصوصا والتي تعد مجالا لدراستي قانون أعمال حيث تندرج البحث في هذا الموضوع في إطار استكمال متطلبات نيل شهادة الماستر.

من أجل معالجة أمثل لموضوع دراستنا الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية إعتمدنا على عدة مناهج للإلمام بجميع جوانب الموضوع للوصول لأفضل طريقة لعرض الموضوع ولتحليله من أجل تكوين نظرة عامة وشاملة، لهذا إعتمدنا على المنهج الوصفي، بالإضافة إلى المنهج التحليلي المقارن حيث سنقوم بتحليل النصوص القانونية المختلفة والمقارنة بينها بالإضافة إلى مختلف الآراء الفقهية والتي لها علاقة بالموضوع.

إن موضوع دراستنا يثير العديد من الإشكاليات نظرا لأهميته، إلا أنه يكمن أن نطرح إشكالية :

ما هي أبرز الآليات القانونية لحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري والدولي ؟

وللإجابة على هاته الإشكالية ارتأينا وضع الخطة التالية :

**خطة الدراسة :**

تطرقنا في الفصل الأول للاطار المفاهيمي للعلامة التجارية، حيث خصصنا المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية، أما في المبحث الثاني فتناولنا شروط إكتساب الحق في العلامة التجارية

أما فيما يخص الفصل الثاني فعنوناه بآليات الحماية المدنية للعلامة التجارية، عالجنا في المبحث الأول الحماية المدنية للعلامة التجارية، أما المبحث الثاني فخصصناه للحماية الدولية للعلامة التجارية.

# الفصل الأول

## الاطار المفاهيمي للعلامة التجارية

## الفصل الأول : الاطار المفاهيمي للعلامة التجارية

ان التطرق لمفهوم العلامة التجارية يوجب علينا التطرق للمقصود من العلامة التجارية بالتطرق لمختلف التعريفات التي تناولتها من الجانب اللغوي والفقهي وقانونا حيث تطرق لتعريفها كل من المشرع الوطني والاتفاقيات الدولية، بالإضافة إلى البحث في ما يخص مختلف أشكال وأنواع التي تتخذها العلامات التجارية.

ومن أجل أن يكتسب صاحب العلامة التجارية الحماية القانونية ومنها الحماية المدنية، هناك جملة من الشروط التي يجب احترامها حتى يتم اكتساب الحق في العلامة التجارية، وتنقسم هاته الشروط إلى الشروط الموضوعية، بالإضافة إلى الشروط الشكلية التي تمثل جملة من الاجراءات، وبعد حصول عملية التسجيل تترتب جملة من الاثار لصاحب العلامة أهمها الحق في الحماية.

عالجنا في المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية، المبحث الثاني فتناولنا شروط إكتساب الحق في العلامة التجارية.

## المبحث الأول : مفهوم العلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية من بين المفاهيم الحديثة نسبيا والتي لها أهمية كبيرة في الحياة الاقتصادية، ونظرا لتنوع اشكالها وانواعها تعددت التعريفات المتعلقة بها.

تطرقنا في المطلب الأول للمقصود بالعلامة التجارية، بينما تطرقنا في المطلب الثاني لأنواع وأشكال العلامة التجارية.

### المطلب الأول : المقصود بالعلامة التجارية

من أجل معرفة المقصود بالعلامة التجارية كان لابد لنا إلى التطرق لمجموعة من التعريفات على عدة أوجه، بالإضافة إلى البحث في تمييز العلامة التجارية عن بعض المفاهيم القانونية المشابهة لها.

تناولنا في الفرع الأول تعريف العلامة التجارية، أما الفرع الثاني تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المشابهة لها.

#### الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية

تعددت التعريفات وتشابكت وجهات النظر فيما يخص تعريف العلامة التجارية نورد بعضها على النحو التالي :

**أولا : تعريف العلامة التجارية لغة :**

العلامة التجارية في اللغة الانجليزية trademark أو trade mak أو trade mark، هي علامة ممزية أو مؤشر يستخدمه فرد أو منظمة أعمال، أو أي كيان قانوني آخر [1] للدلالة على أن المنتجات أو الخدمات المقدمة للمستهلك والتي تظهر عليها العلامة التجارية تنشأ من مصدر وحيد ولتمييز منتجاتها أو خدماتها عن منتجات وخدمات الآخرين [2].

[1] – أوشن حنان : الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016، عمان الاردن، ص 12.

[2] – أوشن حنان : نفس المرجع، ص 12.

**ثانيا : تعريف العلامة التجارية فقها :**

لقد تصدى العديد من الفقهاء والقانونيين والدارسين لوضع تعريف للعلامة التجارية، فعرفها الأستاذ جميل حسين الفتلاوي : " كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يضعها المنتج أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدماتها لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات ".

أما سميحة القليوبي فتعرفها بأنها : " كل اشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع : " على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة " [1]، ويعرفها الفقيه philip kotler بأنها : " العلامة هي إسم، عنوان، إشارة، رمز، رسم، أو مجموعة من هاته العناصر بهدف التعريف سلع أو خدمات لتاجر أو مجموعة من التجار ومن أجل التفرقة بين المنافسين " [2].

فالعلامة هي قبل كل شيء إشارة مميزة تسمح بتمييز السلع والخدمات عن غيرها المماثلة أو المشابهة لها في السوق، وتعتبر العلامة بذلك ضمان لبيان مصدرها كما أنها وسيلة تسمح بجذب وكسب العملاء نظرا لخصوصية المنتجات الخدماتية التي تميزها " [3].

**ثالثا : تعريف العلامة التجارية قانونا :**

تطرقنا لتعريف العلامة التجارية في قانون الوطني ثم في الاتفاقيات الدولية :

---

[1] – بساعد سامية : حماية العلامات التجارية في أمر 03-06 ومدى تطابقه مع أحكام إتفاقية التربس، مذكرة ماجستير في الحقوق فرع الملكية الفكرية، بن عكنون، جامعة الجزائر، الجزائر، 2009/2008، ص ص 12-13.

[2] – Lewi georges et Jérome Lacoeuilhe : Branding management La marque, de l'idée à l'action, Pearson Education, 2e edition, 2007, paris France,p 08.

[3] – سائد أحمد الخولي : الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012، القاهرة مصر، ص 36.

**1 / القانون الوطني :**

باستقراء نصوص أمر 03-06 [1] أنه جاء بتعريف لأهم المصطلحات المتداولة فيه، هذا ما لم يكن موجود في أمر 66-57 [2] إذ عرف العلامة في المادة 02 فقرة 1 بأنها : " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص، والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات الشخص الطبيعي أو المعنوي، عن سلع وخدمات غيره ".

من خلال هذا التعريف، نصل للقول بأن المشرع الجزائري، أراد أن يوضح أن الرموز التي تصلح أن تكون علامة، هي تلك التي يمكن تمثيلها خطيا والتي يمكنها تمييز السلع والخدمات المتماثلة عن بعضها، حتى لا يقع المستهلك في لبس أو خطأ عندما تعرض عليه تلك السلع أو الخدمات [3].

**2 / الاتفاقيات الدولية :**

ويلاحظ على تعريف العلامة التجارية الذي جاءت به اتفاقية التربس أنه تعريف واسع غير محدد للعلامة التجارية [4]، حيث نصت المادة 15 فقرة 1 من اتفاقية التربس [5] : " تعتبر

---

[1] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، الصادرة في 23 يوليو سنة 2003 م، ص 23.

[2] – أمر رقم 66-57 مؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر عدد 23، الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966.

[3] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، العدد الخامس مارس 2008، جامعة محمد خيضر، 2018، بسكرة، ص 31.

[4] – الغويري عبد الله حميد سليمان : العلامة التجارية وحمايتها (العلامة المشهورة وحمايتها)، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2008، الأردن، ص 50.

[5] – الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS اختصارا لـ Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights هي اتفاق دولي تديره منظمة التجارة العالمية WTO، الذي يرسى على المعايير لكثير من أشكال الملكية الفكرية IP والتنظيم كما ينطبق على مواطني البلدان الأخرى الأعضاء في منظمة التجارة العالمية التي تديره يتم التفاوض عليه في نهاية جولة أوروغواي من الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة الغات في عام 1994.

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 لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، موهنة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها ".

وهذا على خلاف اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية إذ لم تقصر اتفاقية التريبس تعريف العلامة التجارية على السلع فقط مثل اتفاقية باريس بل شملت السلع والخدمات [1].

## الفرع الثاني : تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المشابهة لها

تتشابه العلامة مع بعض التسميات والشارات التجارية الأخرى، وعليه سنحاول تمييزها عن هذه التسميات حتى تزداد معرفتنا بالعلامة.

**أولا : تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري :**

العلامة هي كل رمز (قابل للتمثيل الخطي) يستعمل من أجل تمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره، أما الاسم التجاري فهو عبارة يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري Fonds de commerce عن غيره من المحلات المماثلة له [2].

يتضح لنا الفرق بين العلامة التجارية التي تستخدم للدلالة وتمييز البضائع أو المنتجات أو الخدمات، أما الاسم التجاري فيستخدم للدلالة أو تمييز المحال التجارية أو المنشآت التي تمارس فيها المهنة التجارية أو الصناعية أو يقدم خلالها خدمة معينة للجمهور .

[1] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 13.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 32.

والعلامة لها العديد من الصور أو الأشكال، فقد تكون حروف أو أرقام أو صور ... أما الاسم التجاري فهو محصور في الاسم أو اللقب أو الكنية، كما أن مكان وضع كل من الاسم التجاري والعلامة التجارية مختلف، إذ أن العلامة توضع على المنتجات والسلع والخدمات، أما الاسم التجاري فهو يوضع بكيفية ومكان واحد وهو واجهه المحل التجاري أو المنشأة التي يمارس فيها العمل التجاري أو الصناعي أو الخدماتي مثل محل أزياء النهضة، ويتمتع صاحب العلامة بالحماية القانونية على كامل التراب الوطني، أما الاسم التجاري فتقتصر حمايته على النطاق المكاني الذي يتسع له نشاطه عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، ومن أجل الاستفادة من حماية جزائية يقوم التجار بتسجيل الاسم التجاري كعلامة.

**ثانيا : تمييز العلامة عن العنوان التجاري :**

العنوان التجاري هو اسم يتخذه التاجر الفرد أو الشركاء لأجل إجراء معاملاتهم التجارية والتوقيع به على الأوراق المتعلقة بالنشاط التجاري، ويتكون من : الاسم المدني للشخص ولقب أسرته وهو عنصر ذاتي ينصرف إلى الشخص ليميزه عن بقية الأشخاص [1]، والعنوان يعتبر اختياريا وليس وجوبيا مثل الاسم التجاري وشروطه بوصفه تسمية مبتكرة هي شروط العلامة، لكنه يختلف من حيث الغرض، فالغرض من العلامة هو تمييز السلع والخدمات عن مثيلاتها، بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المحل التجاري L 'établissement commercial عن غيره أمام جمهور العملاء، وتعود ملكية العنوان لمن استعمله أولا، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبق في تسجيلها [2].

**ثالثا : تمييز العلامة عن البراءة والرسم والنموذج الصناعي :**

براءة الاختراع طبقا لأمر رقم 03-07 [3] فان براءة الاختراع يقصد بها : وثيقة تسلم لحماية اختراع المادة 2 من الأمر، أما النماذج الصناعية فيقصد بها كل شكل أو قالب أو

---

[1] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص ص 15-16.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 32.

[3] – الأمر رقم 03-07 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق ببراءات الاختراع، ج ر عدد 44، الصادرة في 23 يوليو سنة 2003 م، ص 28.

هيكل يستخدم لصناعة السلع والبضائع بشكل يضفي عليها مظهرا خاصا بها يميزها عن غيرها، كما هو الحال في صناعة قوالب الأحذية وهياكل السيارات وزجاجات العطور .

أما الرسم الصناعي فهو مجرد ترتيب معين للخطوط ينتج عنه شكل معين فيعطي المنتج أو السلعة رونقا وشكلا خاص بها يجذب إليه الجمهور ويميزها عن غيرها، العلامة والبراءة والرسم أو النموذج يقدمان فائدة خاصة للصانع والتاجر الذين يبحثان عن حماية للمنتجات التي يضعها أو يعرضها للبيع، البراءة تحمي الإنتاج التقني، فهو العنوان الذي يمنح للمستفيد منها حق استئثاري على اختراعه [1]، والعلامات تشترك مع الرسوم والنماذج الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية عن غيرها، فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة في تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها [2].

**رابعا : تمييز العلامة عن تسميات المنشأ :**

تختلف العلامات التجارية عن تسميات المنشأ، في أن الأولى تتخذ أي شكل أو رسم أو صورة أو تسمية عامة أو خاصة، بينما تنصب تسميات المنشأ على إنتاج معين يتعلق بمنطقة معينة بصورة منفردة، ولا ينتج في منطقة أخرى، أو ينتج ولكن بصورة ثانوية، كما تختلف العلامة في أنها قد تتعلق بإنتاج أو بتجارة أو بمنشأة تجارية أو صناعية أو خدمة، بينما تختص تسميات المنشأ بمنشآت الإنتاجية الناتجة من طبيعة منطقة معينة تتميز بعوامل طبيعية أو بشرية كما هو الحال في المياه المعدنية في باتنة وفي سعيدة أو عصير نقاوس [3].

---

[1] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 16.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 33.

[3] – بساعد سامية : نفس المرجع، ص 17.

## المطلب الثاني : أنواع وأشكال العلامة التجارية

تتعدد أنواع وأشكال العلامة التجارية بالنظر لمضمونها وطريقة تصميمها ونظامها القانوني أي ما تهدف له وهو ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

عالجنا في الفرع الأول لأنواع العلامة التجارية، أما الفرع الثاني فالأشكالها.

### الفرع الأول : أنواع العلامة التجارية

تنقسم العلامة من حيث الغاية إلى علامات الصنع وعلامات تجارية، وعلامات خدمة ومن حيث صاحبها إلى علامات فردية وعلامات جماعية، ومن حيث تركيبها إلى علامات بسيطة وعلامات مركبة، ومن حيث طبيعتها إلى علامات شفوية وعلامات شكلية وعلامات لا مادية، وهناك العلامات المشهورة.

**أولا : علامات الصنع والعلامات التجارية وعلامات الخدمة :**

علامة الملكية تدل على ملكية أموال منقولة معينة لشخص ما وهي الأقدم بالظهور مثال وسم الماشية بعلامة ما [1]، أما علامات الصنع تتعلق بالمنتج أو الصانع، الفلاح، الحرفي، أما العلامة التجارية فتتعلق بالتاجر الذي يتلقى المنتوج فيضع عليه إشارة مميزة لجلب العملاء [2]، الهدف منها لفت انتباه الجمهور لتلك البضائع سواء أكانت من انتاجه أو انتاج غيره [3].

فالعلامة الصناعية هي التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، أما العلامة التجارية فهي تلك التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة، أو من المنتج مباشرة، بصرف النظر عن مصدر الإنتاج، فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع [4] والعلامة الصناعية تشير إلى مصدر الإنتاج، ولا أهمية للتفرقة بين العلامة التجارية والصناعية والخدمة من حيث الحماية القانونية التي كفلها لها المشرع.

---

[1] – أوشن حنان : مرجع سابق، ص 18.

[2] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 18.

[3] – أوشن حنان : نفس المرجع، ص 18.

[4] – بساعد سامية : نفس المرجع، ص 19.

أما بخصوص علامة الخدمة Marque de service [1]، فيقصد بها العلامة التي يستخدمها مقدموا الخدمات التمييز خدماتهم عن غيرها من الخدمات التي يقدمها منافسوهم، مثل شركات النقل، الوكالات السياحية، والفنادق... الخ [2]، والتخصص فيها، مثل خدمات المطاعم K. F.C المستخدمة كعلامة للمطاعم KONTAKY FREIGHT CHICKEN وسلسلة فنادق SHERATON وخدمات الشحن D H L والنقل بالطيران، وغير ذلك كثير من الخدمات التي تقدم من قبل شركات وأشخاص معينين وبعلامات محددة، ولما رأت هذه الشركات أنها تقوم بخدمات في مجتمع تسوده المنافسة كان من مصلحتها أن تميز هذه الخدمات عن سواها من الخدمات المنافسة.

نشير أنه لا أهمية للتفرقة بين العلامة التجارية والصناعية والخدمة من حيث الحماية القانونية، وقد نصت المادة 03 من الأمر 03-06 على إقرار إلزامية علامة الصنع وعلامة الخدمة هذه الأخيرة التي كانت اختيارية في الأمر السابق، ونصت الفقرة الثانية من نفس المادة على وجوب وضع العلامة على الغلاف أو الحاوية عند استحالة ذلك إذ لم تسمح طبيعة أو خصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة كالمأكولات المحفوظة مثلا إلا أن الفقرة الثالثة من نفس المادة أوردت استثناءين للتخفيف من حدة هذه القاعدة وهما :

* حالة السلع والخدمات التي لا تسمح طبيعتها أو خصائصها من وضع علامة عليها،

* حالة العلامة التي تحمل اسم المنشأ [3].

ونشير أن المشرع الجزائري في أمر 03-06 قد جمع علامة الصنع والعلامة التجارية في اسم علامة السلعة.

---

[1] – المادة 16 من معاهدة قانون العلامات ولائحتها التنفيذية، نص محرر في جنيف في 27 أكتوبر/ تشرين الأول 1994، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ويبو للنشر 2002، جنيف سويسرا، ص 27.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 34.

[3] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 19.

أما فيما يخص اتفاقية تريبس فإنها هي كذلك لم تقصر الحماية على العلامة التجارية فقط، بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية، علامة الخدمة، ومنه تسري على علامة الخدمة كافة المواد التي تعالج العلامة التجارية [1] ويتجلى ذلك صراحة في المادة 15 فقرة 1 : " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات "، وبذلك تكون مخالفة لاتفاقية باريس التي قصرت الحماية على علامة السلعة فقط دون الخدمات [2]، كما أن المادة 6 من اتفاقية باريس نصت على التزام الدول الأعضاء بتوفير الحماية لعلامة الخدمة دون أن تكفل تسجيل هذه العلامات [3].

**ثانيا : العلامات الفردية والعلامات الجماعية :**

تنقسم العلامات من حيث صاحبها إلى علامات فردية وعلامات جماعية.

**1 / العلامات الفردية :** هي العلامة التي يمتلكها شخص معين، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، وقد تكون علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة .

**2 / العلامة الجماعية :** يقصد بها المشرع العلامة التي تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها ، نلاحظ أن أمر 03-06 خلافا للأمر 66-57 أنه قام بتعريف العلامة الجماعية إذ تنص المادة 2 فقرة 2 منه على اعتبار العلامة الجماعية كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عند ما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها [4].

---

[1] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 19.

[2] – الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS.

[3] – اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 وواشنطن في 02 يونيو 1911، ولاهاي في 7 نوفمبر 1925 ولندن في 2 يونيو 1934 ولشبونة في 31 أكتوبر 1958 واستكهولم في 14 يوليو 1967 والمنقحة في 28 سبتمبر 1979، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2003، جنيف سويسرا. www.wipolex.wipo.int/ar/text/287555.

[4] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 35.

وقد أفرد أمر 03-06 مثله مثل أمر المعدل 66-57 – عنوانا مستقلا يتعلق- بأحكام خاصة بالعلامات الجماعية، وهذا نظرا لما للعلامات الجماعية من أهمية وفائدة من الناحية العملية، خصوصا في المؤسسات التجارية المتعددة خاصة أو عامة [1].

نصت اتفاقية باريس في المادة السابعة [2] :

1 – تتعهد دول الاتحاد بقبول إيداع وحماية العلامات الجماعية الخاصة بالجمعيات التي لا يتعارض وجودها مع قانون دولة المنشأ حتى وإن كانت تلك الجمعيات لا تمتلك منشأة صناعية أو تجارية.

2-تقرر كل دولة الشروط الخاصة التي يجب توافرها لحماية العلامة الجماعية، ويجوز لها أن ترفض الحماية إذا كانت العلامة تتعارض مع المصلحة العامة.

3-ومع ذلك لا يجوز رفض حماية تلك العلامة بالنسبة لأية جمعية لا يتعارض وجودها مع قانون بلد المنشأ استنادا إلى أن تلك الجمعية ليس لها مقر في الدولة التي تطلب فيها الحماية أو أنها لم تؤسس وفقا لتشريع هذه الدولة.

مما يدل على أن الهدف من هذه العلامة هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها تلك العلامة قد تم فحصها وتصديقها من قبل جهة مختصة بذلك وعليه فإن دور العلامة الجماعية هو دور رقابي كونها تدل على مواصفات وبيانات البضائع والمنتجات والسلع، سواء من حيث النوعية أو الجودة أو المصدر أو من حيث طريقة الصنع.

تجدر الإشارة أن المشرع جعل ملكية العلامة الجماعية حكرا على الشخص الاعتباري الذي سجلت باسمه أو بإسم خلفيه القانوني، فحظر وضعها تحت طائلة أي حكم تنفيذي جبري، وحظر نقل ملكيتها، نظرا لارتباطها بالشخص الاعتباري الذي سجلت باسمه [3].

---

[1] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 21.

[2] – اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المعدلة في 2 أكتوبر 1979.

[3] – بساعد سامية : نفس المرجع، ص 21.

إن الهدف الأساسي من العلامة الجماعية هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها قد تم فحصها وتصديقها من قبل جهة مختصة، وعليه فإن دورها دور رقابي كونها تدل على مواصفات وبيانات البضائع والمنتجات والسلع، سواء من حيث النوعية أو الجودة أو المصدر أو من حيث طريقة الصنع، ويمكن تقسيم العلامات الجماعية إلى صنفين :

**ا – العلامة الجماعية العادية :**

يمكن أن تكون العلامة الجماعية ملك لجمعية تضم شركات مختلفة تنتفع بالعلامة الجماعية أو أي كيان آخر بما في ذلك المؤسسات العمومية أو التعاونيات، والغاية من التسجيل التصديق وتمييز أمور مرتبطة بصناعة وإنتاج وخصائص بضاعة معينة، وبالتالي لجمعيات الشركات تسجيلها من أجل العمل معا على تسويق منتجات مجموعة من الشركات والإسهام في التعريف بتلك المنتجات الأمر الذي يمكن معه للمنشأة أن تستخدم العلامة الجماعية إلى جانب علامتها التجارية في سلعة ما التمييز منتجاتها عن منتجات منافسيها والاستفادة في الوقت ذاته من ثقة المستهلكين في السلع أو الخدمات التي تحمل تلك العلامة الجماعية [1].

**ب – علامة التصديق الجماعية :**

يمكن تعريفها بأنها : " العلامة التي يستعملها شخص إعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من مميزات وخصائص تلك البضائع ومثال ذلك علامة ISO 9001 [2].

**ثالثا : العلامات الشفوية والعلامات الشكلية والعلامات اللامادية :**

تنقسم العلامات من حيث طبيعتها إلى علامات شفوية وعلامات شكلية وعلامات لامادية [3] :

---

[1] – سائد أحمد الخولي : مرجع سابق، ص 55.

[2] – محمود محمد عبد الحميد مبارك : العلامة التجارية وطرق حمايتها، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، 2006، ص 11.

[3] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 22.

**1 / العلامات الشفوية :** هي العلامات التي تلفظ مثل إسم، كلمة، أو مجموعة من الحروف رقم أو عدد.

**2 / العلامات الشكلية :** يمكن أن تتكون العلامة من الرسوم والصور.

**3 / العلامات اللامادية:** هي علامات سمعية تتكون من الصوت، أو شمية عن طريق الشم أو عن طريق الذوق أو اللمس، وهي غير معترف بها في العديد من الدول مثل الجزائر، أما اتفاقية تريبس فتركت الأمر جوازي للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية.

**رابعا : العلامات البسيطة والعلامات المركبة :**

إن العلامات بحسب تركيبها يمكن تصنيفها إلى علامات بسيطة وعلامات مركبة :

1 / **العلامات البسيطة :** قد تكون شفوية تتكون من كلمة، إسم، عدة حروف أو عدد مثل الرقم 33 للخمور، كما يمكن أن تكون شكلية كأن تتكون من رسم أسد يزأر، أو أي حيوان آخر أو شي ء.

**2 / العلامة المركبة :** هي التي تتكون من عنصرين فأكثر من عناصر شفوية أو عناصر شكلية، أو عناصر شفوية وشكلية.

**خامسا : العلامات المشهورة :**

يجري التمييز في فرنسا بين العلامة المشهورة Marque Renommé وبين العلامة ذائعة الصيت Marque Notoire واعتبرها الفقهاء أنها تتمتع بشهرة أكثر من العلامة الذائعة الصيت[1]، فهي تتطلب درجة عالية من المعرفة من قبل الجمهور ويمكن تعريفها بأنها : " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه وإكتسبت شهرة القطاع المعني من الجمهور في الجزائر"، وعليه فإن العلامة التي تتمتع بالشهرة إنما هي بالضرورة علامة ذائعة الصيت والعكس غير صحيح [2].

[1] – بساعد سامية : نفس المرجع، ص ص 22-23.

[2] – محمود محمد عبد الحميد مبارك : مرجع سابق، ص 12.

تعتبر العلامة المشهورة استثناء لمبدأ إقليمية العلامة، حتى ولو لم تكن مسجلة يمكن الاحتجاج بها بسند الأسبقية، بتقديم حائزها الاحتجاج على تسجيل العلامة من قبل الغير، وله المطالبة بإبطال التسجيل لأن العلامة اكتسبت شهرة عالمية تعدت بلاد تسجيلها نتيجة الجهد المادي والمعنوي الذي بذله صاحبها أديا للوصول إلى هذه الشهرة.

فيكون تمتعها بهذه الحماية، تشجيعا لروح الابتكار والإبداع ونقل وتعميم تلك الإبداعات، وهي الهدف الرئيسي الذي لجميع الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالملكية الفكرية لاسيما إتفاقية حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة التربس، إذ نصت المادة 16 فقرة 2 [1] بأنه : " تطبق أحكام المادة 6 مكررة من معاهدة باريس 1967 مع ما يلزم من تبديل على الخدمات وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جيدا، تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في [2].

**1 / العلامة المانعة :**

وهي العلامة التي يتم تسجيلها من قبل شخص لا لغايات استعمالها لا في الحال ولا في المال فلا نية لاستعمالها من قبل المستقبل وفقا لتطوير تجارته وانتشارها.

**2 / العلامة الوقائية :**

هي العلامة التي يتم تسجيلها من شخص لغايات أن يقوم باستعمالها في الما فلا نية لاستعمالها في الحال بل الهدف من تسجيلها وقائي مستقبلي إذ أن التسجيل الوقائي للعلامات يحول دون طلب شطب العلامة من السجل استنادا لمبدأ عدم الاستعمال [3].

[1] – الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS.

[2] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 23.

[3] – أوشن حنان : مرجع سابق، ص 19.

## الفرع الثاني : أشكال العلامة التجارية

باستقراء نص المادة 02 من الأمر 03-06، نجد بأنها تضمنت تعدادا الأكثر عناصر العلامة شيوعا واستعمالا على سبيل المثال، وعليه ستحاول تقسيم تلك الرموز بالشكل التالي :

**أولا : العلامات الاسمية :**

هي العلامة التي تتكون من اسم (كلمة أو لفظ) يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعة أو خدماته، بحيث يكون قادرا على إثارة انتباه من يراه أو من يتردد على سمعه، ويمكن أن يكون، اسما عائليا، أو اسما شخصيا، أو اسما مستعارا، أو اسما جغرافيا، أو حتى أن تكون حروفا أو أرقام، ويشترط لاتخاذ الاسم أو اللفظ بصفة عامة، أن يكون شكله مميزا، كما لو كتب بحروف أو ألوان خاصة، أو بوضعه في إطار دائري أو مربع [1].

**ثانيا : العلامة التصويرية (الشكلية) :**

يمكن أن تتكون العلامة من الرسومات والصور والأشكال، ويقصد بالرموز تلك الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو حيوان أو شجرة وغيرها.

أما الصورة فيقصد بها الصور الفوتوغرافية للإنسان كأن يستعمل أحد الأشخاص صورته الشخصية أو الغير.

أما فيما يخص النقوش فهي لا تعتبر علامة تجارية بحد ذاتها بل هي طريقة يمكن أن توضع بها العلامة التجارية على المنتجات، والرسوم هي أي تصميم معين كمنظر طبيعي أو مناظر مشتقة من الخيال توضع في إطار محدد لإظهار شكل ما [2].

---

[1] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 36.

[2] – محمود محمد عبد الحميد مبارك : مرجع سابق، ص ص 15-16.

## المبحث الثاني : شروط وأحكام اكتساب الحق في العلامة

لكي يستطيع مالك العلامة اكتساب الحق في علامته التجارية هناك جملة من الشروط الموضوعية والشروط الشكلية الضرورية لكي يتمتع بهذا الحق، وهذا الحق يترتب عليه جملة من الأحكام التي سنتطرق إليها في هذا المبحث.

عالجنا في المطلب الأول الشروط اكتساب الحق في العلامة، أما المطلب الثاني آثار تسجيل العلامة.

### المطلب الأول : شروط اكتساب الحق في العلامة

من أجل أن يكتسب صاحب العلامة التجارية الحق فيها ومن ثم الحق في حمايتها، يجب أن تتوفر مجموعة من الشروط الموضوعية ومن ثمة شروط شكلية يتبعها ليحصل على الحماية.

تناولنا في الفرع الأول الشروط الموضوعية، أما الفرع الثاني الشروط الشكلية.

#### الفرع الأول : الشروط الموضوعية

تشترط أغلب التشريعات على غرار التشريع الجزائري ثلاثة شروط موضوعية وهي تتعلق بموضوع العلامة في حد ذاتها، ينبغي للعلامة التجارية أن تتحقق فيها الشروط الموضوعية حتى تتمتع بالحماية القانونية، كشرط الصفة الفارقة المميزة، وشرط الجدة، وشرط المشروعية [1].

وسوف يخصص لكل شرط من هذه الشروط عنصرا مستقلا وذلك كما يلي : الفرع أولا شرط صفة المميزة، ثانيا شرط الجدة، ثالثا شرط المشروعية.

---

1 – إيناس مازن فتحي الجبارين : الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010، ص 36.

**أولا : شرط صفة المميزة – أن تكون العلامة مميزة فارقة :**

لا يمكن أن تستفيد العلامة من حماية قانونية إلا إذا كان لها طابعا مميزا والأحكام القانونية في هذا الصدد صريحة، إذ تنص على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار تأسيسا على ذلك لا تتمتع "، جميع السمات المادية التي تستعمل لتمييز المنتجات أو الخدمات [1] بالحماية القانونية العلامة التي ترتكز على شكل شائع أو على بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات.

يقصد بالطابع المميز للعلامة أن يتخذ التاجر شكلا مميزا يجعل لعلامته ذاتية خاصة يمكن للجمهور من التعرف على منتجه أو خدمته وسط المنتجات أو الخدمات من نفس الطبيعة التي يعرضها التجار المتنافسون، لذلك يجب تقدير إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى كل من العناصر التي تتركب منها، ولا عبرة باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه العلامة الأخرى، بل العبرة بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة لتركيب الصور والحروف [2] والرموز مع بعضها [3].

[1] – سائد أحمد الخولي : مرجع سابق، ص 37.

[2] - من أهم القرارات القضائية التي صدرت عن المحكمة العليا بخصوص التقليد بزيادة حرف أو انقاصه أو استبداله ما جاء في القرار رقم 399796 حيث رفضت المحكمة العليا طعنا بالنقض بقرار الغى الحكم المستأنف ومن جديد تصدى بإلزام المستأنف عليها ملبنة الصومام بالكف عن استعمال كلمة دليس DELICES على أغلفة منتوجها من مادة الياغورت والتعويض لشركة دليس DELICES، أسس المجلس قراره على أن الهدف من العلامة التجارية لكل منتوج هو جلب انتباه الزبون على ألا يكون وصف البضاعة ظاهر أكثر من الأصلية، فكتابة DELICES بالحجم الكبير مرتين على إسم الملبنة صمام يؤدي إلى إيهام المستهلكين على أنهم مقبلون على شراء منتوج مقابلتها DELICE دون حرف S في الأخير، وبالتالي يمكن أن يقع تداخل في الأسماء " مما يعد تعديا على اسمه التجاري، نقلا عن بن صالح سارة : جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الخامس عشر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، جوان 2016، الجزائر، ص 391.

[3] – سائد أحمد الخولي : نفس المرجع، ص 37.

كذلك تنص المادة 15 فقرة 1 من اتفاقية تربس [1] على أن : " تعتبر أي إشارة أو مجموعة إشارات تسمح بتمييز السلع أو الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية " ، فالعلامة المجردة من أي صفة مميّزة (فارقة) لا تعد علامة تجارية كالعلامة العادية التي تتكون من كلمات شائعة أو تتخذ شكلا أو صور مألوفة، كرسم هندسي معيَّن كالمربع مثلا أو صورة رجل يركب حصان.

أو تدخل عناصرها الأساسية في تركيب المنتج أو العلامة الوصفية التي تتكون من إشارات أو بيانات تستعمل للدلالة على صفة المنتج أو زمن إنتاجه أو مصدره، كالبن البرازيلي، أو العناصر المكونة له أو وصفه بأوصاف جذابة، كوصف منتج معين بالفاخر.

إذ لا يجوز لتاجر أن يستأثر بحق استعمال هذه الألفاظ لوصف منتجاته دون غيره من التجار، ولا تعد العلامة مميّزة متى سبق لشخص آخر استعمالها لتمييز منتجات مماثلة أو منافسة، لكن إذا استخدم تاجر آخر نفس العلامة لتمييز منتجاته التي هي من نوع آخر فإنَّ العلامة التجارية هنا تكتسب الصفة المميزة أو الفارقة [2].

والقانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة [3]، لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئا أصيلا، مبتكرا لم يكن موجودا من قبل، وإنما أن تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات، لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين.

**ثانيا : شرط الجدة – أن تكون العلامة جديدة :**

لا يكفي أن تكون العلامة مميزة، بل يجب أن تكون جديدة أيضا، صحيح أن المشرع لم يشترط ذلك صراحة في الأمر المتعلق بالعلامات [4]، ولكن يمكن أن نستشف ذلك من خلال

---

[1] – الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS 1994، أنشئت بمراكش بالمغرب عام 1994 على اثر جولة المفاوضات بالأروجواي.

[2] – إيناس مازن فتحي الجبارين : مرجع سابق، ص 37.

[3] - المادة 02 فقرة 02 بنصها : " ... الأشكال المميزة ... "، من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 23.

[4] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 37.

المادة السابعة فقرة 09 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات [1]، والتي تنص على أنه : " تستثنى من التسجيل: ... 9 – الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل "، أي أنه بمفهوم المخالفة، يتم تسجيل الرموز غير المطابقة ولا المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل، بمعنى أنه لا يقبل بعلامة ليست جديدة عن تلك التي تم إيداع طلب تسجيلها، ومن باب أولى تلك التي تم تسجيلها والتي تتمتع بحماية قانونية [2].

تعتبر العلامة التجارية جديدة إذا توافر فيها عنصرا مميزا على الأقل، وتعتبر العلامة التجارية فاقدة لشرط الجدة إذا ما ثبت أنّ أحد الأشخاص قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته، فإذا ما ثبت ذلك فإنّه يمتنع على غيره استعمال أو تسجيل تلك العلامة والا وقع تحت طائلة المسؤولية [3].

بمعنى أن لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد، ويجب أن يتوفر فيها عنصرا مميزا لها على الأقل وتقدير الجدة يتم بالنظر إلى مجموعة عناصرها كوحدة واحدة، والمشرع الجزائري لم يضع هذا الشرط ولكن يمكن استنتاجه من القانون، إذ لكي تصلح العلامة ويمكن تسجيلها من الناحية القانونية، يجب أن تكون جديدة بمعنى أنه لم يسبق للغير أن اكتسب حقوق عليها .فالعلامة يشترط لصحتها ألا تمس أو تضر بحقوق سابقة لعلامة مسجلة سابقا، فلا يؤدي تسجيلها إلى احتمال وجود خلط لدى أذهان العامة حول هوية صاحب العلامة [4].

**ثالثا : شرط المشروعية، أن لا تكون العلامة مخالفة للآداب العامة والنظام العام مشروعة :**

يقصد بمشروعية العلامة التجارية أن لا تكون مخالفة لنص آمر أو لقاعدة قانونية، أو أن لا تكون ممنوعة قانونا بقانون العلامات التجارية أو أي قانون أو تشريع يرتبط بها، وأن لا

---

[1] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 24.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : نفس المرجع، ص 38.

[3] – إيناس مازن فتحي الجبارين : مرجع سابق، ص 39.

[4] – سائد أحمد الخولي : نفس المرجع، ص 38.

تكون العلامة التجارية مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، وتعني المشروعية عدم اتخاذ العلامة التجارية شكلا من الأشكال التي حظرها المشرع [1].

فلا يكفي أن يختار التاجر أو الصانع علامة من بين السمات الواردة في التعداد القانوني، بل ينبغي زيادة على ذلك أن تكون العلامة المختارة مشروعة، لا يخدش الحياء بها وهو ظاهرة أدبية لا ترتبط إلا بالمجتمع عامة والمستهلك خاصة، وتكون العلامة ممنوعة إذا كانت مخالفة للنظام العام والآداب العامة والأخلاق الحميدة كالعلامات" الخليعة "أو العلامات التي تتضمن عبارات لا تتلائم والنظام الاجتماعي أو الاقتصادي أو الديني للمجتمع [2].

لقد وضع المشرع الجزائري قيود واستثناءات على العلامات بشكل صريح، في المادة 07 من الأمر 03-06 التي يتم إيداع طلب تسجيلها، من بين الرموز التي استثناها من التسجيل، الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العام، والرموز التي بحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيه.

إذن لا يكفي المظهر المميز للعلامة بالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوفر لها الحماية القانونية، إذ يجب أن تكون مشروعة، أي لا يجوز أن تخالف النظام العام والآداب العامة، ولا تؤدي إلى خداع الجمهور [3].

## الفرع الثاني : الشروط الشكلية للعلامة التجارية

استعرضنا في الفرع الأول الشروط الموضوعية للعلامة التجارية لكي يتوفر الوجود الواقعي لها والى جانب ذلك لا بد من توافر الوجود القانوني للعلامة التجارية والذي يتمثل بالشروط الشكلية لها والتي أحالت المادة 13 من الأمر رقم 03-06 على التنظيم [4] والتي من

---

[1] – إيناس مازن فتحي الجبارين : نفس المرجع، ص 42.

[2] – سائد أحمد الخولي : مرجع سابق، ص 38.

[3] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 38.

[4] – حيث نصت المادة 13 فقرة 1 على أنه : " تحدد شكليا إيداع العلامة وكيفيات وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة، عن طريق التنظيم "، من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 25.

شأنها أن تكسب العلامة التجارية الحق في الحماية القانونية، وللوقوف على أبعاد هذا الموضوع سيقسم هذا الفرع إلى :

**أولا : إيداع طلب التسجيل :**

هو أول مرحلة في تسجيل العلامة حيث يتم إيداع الطلب مباشرة لدى المصلحة المختصة في المعهد الوطني الجزائري للملكية أو يرسل عن طريق البريد برسالة موصى عليها مع العلم بالوصول أو بوسيلة أخرى تثبت الاستلام، وتسلم أو ترسل للمودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة تتضمن تاريخ وساعة الإيداع [1].

يجب أن يحرر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة المختصة، ويشترط أن يحتوي على بيانات إجبارية منها خاصة : اسم المودع وعنوانه [2]، بيان السلع أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة أو الأصناف المقابلة للتصنيف المحدد قانونا (تركيب أو ترتيب الألوان وكذا الشكل المميز الخاص بالمنتوج أو شكله الظاهر) [3]، ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة الطلب المذكور [4].

---

[1] – لعجال سميحة : جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر تخصص قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017/2016، ص 14.

[2] – المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05–277 المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1426 الموافق 2 غشت سنة 2005، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54، الصادرة في 7 غشت 2005 م، ص 12.

[3] – سائد أحمد الخولي : مرجع سابق، ص 39.

[4] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص ص 38–39.

**ثانيا : فحص الإيداع :**

يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون [1]، فإذا كان الفحص إيجابيا من الناحيتين، يعد الإيداع مقبولا، وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع، ساعته ومكانه، وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم، ونظرا للبيانات المدرجة فيها، تعد هذه الوثيقة ذات أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين [2].

**ثالثا : التسجيل :**

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص يمسكه المعهد، يذكر فيه كافة العلامات وحقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى التي تم تسجيلها حسب الأصول، على أن يتضمن إجباريا نموذج العلامة وكافة البيانات الخاصة بالتسجيل وتذكر فيه كافة العمليات المتعلقة بالعلامات حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج في مواجهة الغير والنشر يتكلف به المعهد ويقصد به عملية شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للعلامات[3].

وهو ما نصت عليه المادة المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 [4] على أنه : " تمسك المصلحة المختصة سجلا خاصا تقيد فيه العلامات التي تبين بعد الفحص أنها مطابقة شكلا ومضمونا كما تقيد فيه كل العقود التي نص عليها الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمذكور أعلاه، أو النصوص المتخذة لتطبيقه ".

---

[1] – المواد 10، 11، 12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 غشت سنة 2005، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ص 12.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص ص 38-39.

[3] – سائد أحمد الخولي : مرجع سابق، ص 39.

[4] – المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 غشت سنة 2005، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ص 12.

هنا يظهر الفرق بين التسجيل والإيداع، الذي هو عملية تسليم ملف التسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أما التسجيل يقوم به مدير المعهد، لقيد العلامة في السجل الخاص الذي يمسكه المعهد، وهذا ما يجعل تاريخ الإيداع سابق لتاريخ التسجيل، غير أن المشرع الجزائري بين أن للتسجيل أثر رجعي، أي أن مدة التسجيل يبدأ حسابها من تاريخ الإيداع، والهدف من ذلك حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيء النية [1].

بعد تسجيل العلامة وقيدها، تأتي عملية النشر، التي يتكلف بها المعهد، ويقصد بها شهر إيداع العلامة في المنشور الرسمي للملكية الصناعية BOPI [2].

طبقا للمادة 9 من الأمر 03-06 تخول تسجيل العلامة لصاحبها وجرت العادة على أنه من يقوم بإيداع تسجيل العلامة يكون صاحب الحق فيها سواء كان جزائري أو غير جزائري مقيم أو غير مقيم بالجزائر فالأجانب يستفيدون من التشريع الخاص بالعلامات عندما يقومون بالإجراءات المفروضة، وكذلك نصت المادة 22 من نفس الأمر 03-06 بموجبه وهذا ما نصت عليه المادة 13 من نفس الأمر يحق لأي شخص معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص أن يملك علامة جماعية طبقا لما تم تحديده.

حسب المادة 05 من الأمر 03-06 يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، دون المساس بحق الأولوية المكتسب في اطار تطبيق الاتفاقيات الدولية المعمول بها، وتحديد مدة تسجيل العلامة بـــ 10 عشر سنوات وفقا للأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق هذا الأمر، ويسري التجديد، ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل.

---

[1] – وفي اجتهاد للمحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية ملف رقم 627126 قرار بتاريخ 2010/06/03، المبدأ : " يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت علامة تجارية معينة، أثناء معرض دولي، أن يطلب تسجيل هذه العلامة وحق الأولوية فيها، ابتداء من تاريخ العرض، في أجل ثلاثة أشهر ابتداء من انتهاء العرض.

يتطلب حماية علامة مسجلة في الخارج على أجل سنة، لإعمال حق الأولوية، طبقا لاتفاقية باريس، المتعلقة بحماية الملكية الصناعية "، مجلة المحكمة العليا، العدد الثاني 2010، الجزائر، ص 198.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 39.

إستثناءا بالرجوع الى نص المادة الأساسية من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التي نصت على الاستثناء الوارد على الحق في التسجيل وهي اجمالا في حالة انتهاك الحق فان العلامة تبقى ملك لشخص الأول الذي استوفي الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي اثبت الأقدمية فله الأولوية في الايداع حسب مفهوم " اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، كما للشخص الذي شارك بعرض سلعة أو خدمة في معرض دولي او رسمي أن يطالب بحقه في تسجيل هاته العلامة في مدة ثلاثة 03 اشهر ابتداءا من نهاية العرض [1].

**رابعا : النشر :**

هو شهر إيداع عناصر الملكية الصناعي في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية وتقع مصاريف النشر على عاتق المؤسسة أو صاحب عنصر الملكية الصناعية [2].

[1] – أوشن حنان : مرجع سابق، ص 31.

[2] – لعجال سميحة : مرجع سابق، ص 15.

## المطلب الثاني : آثار تسجيل العلامة التجارية

يترتب على تسجيل العلامة أثار قانونية هامة تتمثل في الحقوق المترتبة لمالك العلامة الذي يستوفي كافة الإجراءات القانونية لتسجيل العلامة، يصير صاحب العلامة متمتعا بحماية قانونية لحقه في العلامة، وهو ما يخوله جملة من الحقوق عليها، كاحتكار استغلالها، والتصرف فيها بكافة التصرفات الجائزة فتونا بيعا ورهنا وترخيصا [1].

تطرقنا في الفرع الأول لاكتساب الحق في العلامة، الفرع الثاني حق التصرف في العلامة.

### الفرع الأول : احتكار استغلال العلامة التجارية

يعتبر من قام بتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة مالكا لها ملكا استئثاريا، حيث يمكنه استعمالها على السلع والخدمات التي يملكها، طيلة فترة تسجيلها المحددة بعشر 10 سنوات تسري ابتداء من تاريخ الإيداع، وقابلة للتجديد الفترات متتالية، وهذا بنص المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات [2].

ولذلك فإن حق احتكار العلامة بعشر حقا موقتا وليس دائما، صحيح أن صاحب العلامة يستطيع الاحتفاظ بحقه في علامته إلى ما لا نهاية عن طريق تجديد التسجيل، والاستمرار في استعملها، لكن ذلك بقي حقه فيها مؤقتا وليس دائما، ما دام توقفه عن الاستعمال غير المبرر، أو عدم قيامه بالتحديد يؤدي إلى زوال حقه في العلامة، إذن فعليه أن يحرص على الاستعمال الجدي والتجديد المستمرة حتى يضمن لنفسه دوام استعمال العلامة [3].

---

[1] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 40.

[2] – لعجال سميحة : مرجع سابق، ص 15.

[3] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : نفس مرجع، ص 40.

## الفرع الثاني : حق التصرف في العلامة التجارية

بعد تسجيل العلامة يترتب لصاحبها الحق في استغلالها، كما يخول له ذلك الحق في التصرف فيها، وترد على العلامة عدة تصرفات، فيمكن التنازل عن العلامة (البيع) او رهنها، كما يمكن أن تكون موضوع رخصة، وهذا ما ستبينه تباعا.

**أولا : انتقال الحق في العلامة :**

نصت المادة 14 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات [1] على أنه : " بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا ورهنها"، أي يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع، ويجوز بيعها كليا أو جزئيا بجميع السلع والخدمات التي سجلت من أجلها، أو جزء منها فقط.

والانتقال الحق في العلامة، اشترط المشرع الجزائري تحت طائلة البطلان، الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود نقل الحق في العلامة المودعة أو المسجلة، كما أوجب قيد نقل تلك الحقوق في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ولا يكون النقل نافذا في مواجهة الغير إلا من تاريخ تسجيله في سجل العلامات [2].

أجازت المادة 16 كم الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استئثارية لكل أو لجزء من السلع والخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة من أجلها، وعليه فإنه يمكن لمالك العلامة أن يبرم عقد ترخيص يمنح من خلاله للغير حق استغلال العلامة في مقابل مالي على شكل إتاوات، وقت يكون الترخيص حسب المادة 16 أحاديا أو استئثاريا أو غير استئثاري، وحتى ينتج عقد الترخيص أثره ينبغي تقييد الرخصة في سجل لدى المصلحة المختصة المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات [3].

---

[1] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 25.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 40.

[3] – لعجال سميحة : مرجع سابق، ص 16.

وقد أوضحت اتفاقية التريبس أيضا أن صاحب العلامة التجارية المسجلة يتمتع بالحق المطلق في منع جميع الأطراف الثلاثة التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة في أعمالها التجارية بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها [1].

**ثانيا : رهن العلامة :**

ينص المشرع الجزائري على أن الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة تكون قابلة للانتقال الكلي أو الجزئي بصورة مستقلة عن المحل التجاري، كما يمكن أن تكون محل رهن، أي أن العلامة يمكن أن تكون محل رهن عن طريق رهن المحل التجاري باعتبارها عنصر من عناصره، وفي هذه الحالة يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة، وهذا ما تنص عليه المادة 119 من القانون التجاري [2]، وإما أن تكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري [3].

ويتم ذلك بالتأشير في السجل المعد لذلك برهن العلامة التجارية موجب طلب يقدم من الراهن أو وكيله إلى رئيس إدارة العلامات التجارية، ويرفق بالطلب المستندات الدالة على حصول الرهن، وتقوم الإدارة بالتأشير في السجل بوقوع الرهن مع ذكر اسم الدائن المرتهن ومهنته وعنوانه وسبب الرهن وتاريخ حصوله والتأشير في سجل العلامة بذلك ويتم الإشهار عن حصول رهن العلامة بالشهر في جريدة العلامات التجارية والتي تصدر أول كل شهر متضمنا البيانات التي نص عليها القانون [4].

---

[1] – عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن : المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، مصر، ص 125.

[2] – الأمر رقم 75–59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 الذي يتضمن القانون التجاري،، ج ر عدد 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.

[3] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 40.

[4] – خالد محمد سيد إمام : الحق في الاسم التجاري دراسة مقارنة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2016، مصر، ص 361.

**ثالثا : رخصة استغلال العلامة :**

يجوز الترخيص باستعمال العلامة وهذا ما يفهم من نص المادة 16 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات [1] بقولها : " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة، أو استشارية أو غير استثارية، لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها " .

ويقصد برخصة استغلال العلامة، العقد الذي يمنح بواسطته صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامته كليا أو جزئيا بصورة استئثارية أم لا، وذلك بمقابل يكون على شكل إتاوات، ولا يترتب على هذا العق حق عيني بل حق شخصي يخول للمرخص له حق استغلالها على الوجه المتفق عليه في العقد [2].

تلعب العلامة التجارية دور كبيرا في المجال التجاري والاقتصادي وتعد وسيلة فعالة في المنافسة والتعريف بالمنتجات والخدمات المقدمة من طرف التجار أو مقدم الخدمات عن باقي المنتجات والخدمات المماثلة، كما أنها أحد عناصر الملكية الصناعية والتجارية التي تعد وليدة التطور العلمي والفني الاقتصادي الذي عرفه العالم، فأصبحت على وجه الخصوص من أبرز مميزات هذا العصر، ومعيار التقدم فيه كما أنه إلى جانب هذه الحقوق تعتبر جودة المنتجات والخدمات بمثابة معيار التقدم الاقتصادي والتجاري لمختلف الدول [3].

---

[1] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 25.

[2] – حوحو رمزي، زواوي كاهنة : مرجع سابق، ص 41.

[3] – آيت شعلال لياس : حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة ماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015، ص ص 34-35.

# الفصل الثاني

## آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

## الفصل الثاني : آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

بعد أن تطرقنا لمفهوم العلامة التجارية من خلال رأي الفقه وكل من القانون الوطني والاتفاقيات الدولية، بالإضافة إلى التطرق شروط اكتساب الحق في العلامة التجارية والأحكام المترتبة على ذلك، بان يصير لصاحب العلامة التجارية الحق في الحماية المدنية من أي اعتداء قد تتعرض له، والذي يسبب أضرار مادية تلحق بالمالك نتيجة اعتداء الغير على علامته التجارية، ومن أجل جبر الضرر ووقف الاعتداء كفل القانون الوطني لصاحب العلامة أن يطالب بحقه باللجوء إلى القضاء الوطني عن طريق رفع دعوى التعويض أو دعوى المنافسة غير المشروعة.

كذلك تضمنت الاتفاقيات الدولية حماية مدنية للعلامات التجارية بشكل يتوافق مع القوانين الوطنية، وكذلك بشكل يلزم الدول الموافقة عليها تبني أحكام هاته الاتفاقيات الدولية في قوانينها الوطنية ما يتيح توحيد طرق الحماية المدنية للعلامة التجارية بين مختلف الدول.

تطرقنا في المبحث الأول الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، أما المبحث الثاني فخصصناه للحماية الدولية للعلامة التجارية.

## المبحث الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

اتفقت النصوص القانونية في مسألة حماية العلامة التجارية مع الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية، إذ حددت مدة ملكية الحق في العلامة التجارية بعشرة سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدة مماثلة، بناء على طلب يقدم إلى مسجل العلامات التجارية من قبل مالكها، وخلال هذه المدة تتمتع العلامة التجارية بالحماية المدنية، والتي تمنح مالك العلامة التي وقع عليها الاعتداء الحق للمتضرر في رفع الدعوى حتى قبل وقوع الضرر الفعلي على مالك العلامة كون هذه الحماية تعتمد على القواعد العامة للمسؤولية المدنية المطلب الأول، كما يمكن إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة على الشخص أو الجهة التي عمدت إلى تقليد علامته التجارية أو تزويرها أو استعمالها التمييز منتجات أو خدمات مماثلة، وتبرز أهمية هذا النوع بأن مالك العلامة التجارية يتمتع بها سواء كانت علامته مسجلة أو غير مسجلة المطلب الثاني، حيث يمكن الحكم بالتعويض مالك العلامة التجارية حتى ولو قضت المحكمة الجزائية ببراءة المعتدي لعدم توافر القصد الجرمي، إذ أن التعويض مرتبط بوجود الضرر سواء نجم هذا الضرر عن قصد أم بالخطأ [1].

### المطلب الأول : دعوى التعويض في مواجهة الاعتداء على العلامة التجارية

قد يحدث أن يقع الاعتداء على المؤسسة التجارية، سواء في عناصرها المادية (المعدات والبضائع) أو في عناصرها ومنها العلامات التجارية ... ، وقد نظم المشرع طرق حماية المؤسسة التجارية، بعدة دعاوى منها دعوى التعويض اذا انصب الاعتداء على العناصر المعنوية [2].

فالحق يتمتع بحماية مدنية، ويحق لمن وقع اعتداء على العلامة التجارية المملوكة له أن يرفع دعوى مدنية على المعتدي مطالبا اياه بالتعويض او لمنع من الاستمرار في الاعتداء،

---

[1] – الخولي سائد أحمد : مرجع سابق، ص 80.

[2] – عامر العيد : ملكية العلامة التجارية وطرق حمايتها، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2007/2006، ص 61.

لأن الالتزام بالتعويض أساسه الأفعال الضارة، ودور القضاء المدني يكون عن طريق ممارسة دعوى الاعتداء المدنية القائمة على الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية [1].

## الفرع الأول : الاساس القانوني لدعوى التعويض

يحق لصاحب العلامة التجارية الذي تم الاعتداء على حقوقه الاستئثارية المرتبطة بها أن يرفع دعوى قضائية مدنية لوقف هذا الاعتداء او للمطالبة بالتعويض، والأساس القانوني لهذه الدعوى هو نص المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات [2] التي تنص على أنه : " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة، ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب ".

نجد في المادة أنها علقت رفع الدعوى القضائية على وجود تقليد للعلامة التجارية، أي أنها ربطتها بوجود جنحة التقليد [3]، وهذه الاخيرة تعرفها المادة 26 من نفس الامر بأنها : " مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ... ".

وذلك ما يتفق مع المبدأ الوارد في قانون الاجراءات الجزائية في نص المادة 02 منه التي نصت على أنه : " يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض عن ضرر ناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة بكل من اصابهم شخصيا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة ... "، كما نصت المادة 04 من نفس القانون على أنه : " يجوز أيضا مباشرة الدعوى المدنية منفصلة عن الدعوى العمومية ".

---

[1] – الوافي فضيلة : دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، تخصص ملكية فكرية، جامعة باتنة 1، باتنة، 2016/2015، ص 176.

[2] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 26.

[3] – وفي إجتهاد للمحكمة العليا جاء بالمبدأ الآتي : " يشكل جريمة تقليد علامة مسجلة التماثل المرئي والنطقي، المحدث لبسا لدى المستهلك ويجعله لا يميز بين السلعة الأصلية وبين السلعة القلدة "، ملف رقم 0907531 قرار بتاريخ 2014/02/27، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول 2014، الجزائر، ص 413.

غير أنه يتعين أن ترجئ المحكمة المدنية الحكم في تلك الدعوى المرفوعة أمامها لحين الفصل نهائيا في الدعوى العمومية إذا كانت قد حركت[1].

يقصد بهذا النص بمفهوم المخالفة أنه إذا لم تكن الدعوى العمومية قد بوشرت بعد فإنه يحق للمتضرر من الجريمة أن يباشر دعوى مدنية منفصلة دون اللجوء للقضاء الجزائي، وبالتالي يحق لصاحب العلامة التجارية مباشرة دعوى مدنية مستقلة ومنفصلة عن الدعوى الجزائية، مؤسسا دعواه على تعرض علامته للتقليد [2].

يتضح جليا من نص المادة 28 من الأمر 03-06 أنه يشترط أن ترفع دعوى التقليد المدنية قبل صاحب العلامة المسجلة، والا كأن مصيرها عدم القبول لانعدام الصفة طبقا للمادتين 13 و 64 من قانون 08-09 [3] أي أنه يجب أن تكون العلامة التجارية مسجلة لدى المعيد الوطني للملكية الصناعية أو التجارية ليتمكن صاحبها من رفع هذه الدعوى.

هذا تأكيد لموقف المشرع الجزائري الذي اشترط تسجيل العلامة التجارية لحمايتها، اذ تنص المادة 5 من الامر 03-06 على أنه : " يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة ... تحدد مدة التسجيل بعشرة سنوات تسري باثر رجعي ابتداء من تاريخ ايداع الطلب" وهذا خلافا للعلامة المتمتعة بالشهرة في الجزائر، التي لا يشترط فيها أن تكون العلامة مسجلة، منح لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر لأن نص المادة 09 الفقرة الاخيرة من الأمر 06-03 [4] منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقا لمشروط المنصوص عليها في المادة 7 الفقرة 08، وبالرجوع لهذه الفقرة نجدها تنص على أنه : " تستثنى من التسجيل...:

---

[1] – الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966، ويتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص ص 177-178.

[3] – قانون 08-09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر عدد 21، الصادرة في 23 ابريل سنة 2008 م.

[4] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 24.

8 والرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة احداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري ".

فهذه النصوص لا تشترط أن تكون العلامة المشهورة مسجلة لدى الجهة المختصة لكي يتمكن صاحبها من ممارسة الدعوى المدنية لمنع الغير من استعمال علامته، أو استعمال علامة تمثل ترجمة لعلامته [1].

إلى جانب صاحب العلامة، يمكن تحريك دعوى التقليد من طرف المستفيد من الحق الاستئثاري في استغلال العلامة (أي المرخص له) بالشروط الآتية :

أ عدم وجود بند في عقد الترخيص ينص على العكس. ب عدم ممارسة الحق من قبل صاحب العلامة بعد إعذار وجه له من طرف المرخص له.

وتجدر الإشارة إلى أن النيابة العامة مؤهلة لتحريك الدعوى العمومية تلقائيا في غياب شكوى من صاحب العلامة، أو المرخص له وترفع دعوى التقليد بالنسبة للأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه، بما أن الأعمال السابقة لنشر تسجيل العلامة لا تعد مخلة بالحقوق المرتبطة بها.

وترفع الدعوى المدنية ضد من استعمل العلامة دون ترخيص من صاحبها أما الدعوى الجزائية فترفع على الفاعل وشركاؤه [2].

[1] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص 178.

[2] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 85.

## الفرع الثاني : آثار دعوى المسؤولية المدنية

نصت المادة 29 من الأمر رقم 03-06 [1] على أنه : " إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب 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، ويمكن أن تتخذ الجهة القضائية المختصة عن الاقتضاء كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30 أدناه ".

نجد من خلال نص المادة أنه يجوز لمالك العلامة التجارية الذي وقع تقليد لعلامته أن يطالب بتعويضه عن الضرر اللاحق به نتيجة التقليد وبوقف الاعتداء الواقع على علامته، إلا أنه من الأفضل البدء بوقف الاعتداء لأنه أخطر وأكثر أهمية من التعويض [2].

فإنه إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية التي تدفع لصاحب العلامة، ويحدد هذا التعويض وفقا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية، وعادة ما يكون التعويض عن الضرر المباشر والمؤكد، الذي لحق ضحية التقليد، خاصة في المساس بالعلامة ذاتها ولتحديد التعويضات يأخذ القاضي عوامل شتى منها على وجه الخصوص : حجم التقليد، جودة المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة [3]، الفوائد المفقودة من جراء التقليد، ونقص قيمة العلامة بعد تقليدها، وأيضا المصاريف القضائية، ولقضاة الموضوع سلطة واسعة في تقدير الضرر اللاحق بالمدعي [1].

---

[1] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 26.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص 181.

[3] - عالج الإجتهاد القضائي الجزائري جريمة إستعمال علامة تجارية مقلدة حيث نقض قرار صادر عن المحكمة العليا قرار الصادر عن قضاة المجلس لانعدم الساس القانوني في قضية ملبنة الصومام ضد أ.أ حيث جاء في قرارها : ذلك أن قضاة الاستئناف جانبوا الصواب وأخطأوا في قرارهم عكس قاضي الدرجة الأولى الذي ثبت له أن أغلفتها لعلب الياغورت تحتوي على علامتها التجارية الصومام، وما دامت ظاهرة وواضحة فوضعها في نفس الأغلفة لكلمة " دليس " لا يعتبر استعمالا لعلامة تجارية كما كتبت على نوع واحد وليس على جميع العلب لتبيان ذوقه، هذا ما كان عليهم وضعه كأساس قانوني لقرارهم ويستوجب إلغاءه، قرار رقم

**أولا : وقف الاعتداء الواقع على العلامة التجارية :**

تهدف الدعوى المؤسسة على الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إلى وقف جميع أفعال الاعتداء الواقعة على العلامة التجارية سواء تعلق الأمر بأفعال مطابقة العلامة أو مشابهتها أو ترجمتها أو اغتصابها أو مماثلتها .. إلخ، إلا أن الجهة القضائية الفاصلة في الدعوى لا يمكنها أن تقرر وقف هذه الأفعال من تلقاء نفسها، ويكون بطلب من مالك العلامة التجارية أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال، وتستند المحكمة في ذلك الوجود الخطأ الجزائي المتعلق بالتقليد، وفي حالة انتقائه تنتفي معه المطالبة المدنية، فالدعوى المدنية ترتبط وجودا وعدما بمصير الدعوى الجزائية المتعلقة بجرم التقليد [2].

الرغم من أن الجزاء الطبيعي لهذه الدعوى هو عادة وضع حد للأعمال التي تشكل تقليدا وأن المنطق يفترض أن تحكم المحكمة بإزالة العمل غير المشروع ووقف الاعتداء الواقع على العلامة التجارية، إلا أن المحكمة لا يجوز لها أن تقضي بذلك دون مطلب مالك العلامة، لأنه هو مالك الحقوق الاستئثارية على علامته وهو المتضرر من الأفعال الماسة بهذه الحقوق وبالتالي هو وحده الذي يحق له المطالبة بوقفها [3].

كما يجوز للقاضي أن يأمر بوقف التقليد ووضع حد لاستعمال العلامة أو تعديل إحدى عناصر العلامة المقلدة لتمييزها عن العلامة الأصلية، أو إبطال [4] كيفية كتابة الاسم الذي يكون العلامة أو التعبئة الخاصة بالمنتجات ونشير أن أمر 66-57 لم يتضمن أية إشارة إلى

---

399796 صادر بتاريخ 2007/04/04، مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء صدور القانون والاجتهاد القضائي)، 2012 ، ص 49، نقلا عن بن صالح سارة : مرجع سابق، ص 390.

[1] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص87.

[2] - حيث أن المبدأ أنه يجب في جريمة تقليد علامة تجارية، إبراز أركان الجريمة وطرق إسنادها إلى المتهم، في ضوء الأدلة المتوفرة والنصوص القانونية واجبة التطبيق، ملف رقم 0587468 قرار بتاريخ 2013/04/25، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول 2013، الجزائر.

[3] – بساعد سامية : نفس المرجع، ص 88.

[4] – نصت المادة 27 فقرة 2 على أنه : " يقيد الحكم القضائي النهائي القاضي بإبطال العلامة في سجل العلامات "، من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 غشت سنة 2005، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ص 14.

منع استعمال العلامة أو إلى التوقف عن التصرفات المعتبرة إجرامية ومع ذلك فإن المحاكم اعترفت لنفسها بهذه السلطة طبقا للقواعد العامة، ففي حكم صادر عن محكمة الجزائر في 09 ماي 1969 صرحت المحكمة بأن " زروقي وأمحمد " المالكين والمسيرين لمصنع المشروبات الغازية زرقة ZERKA قد مسا بحقوق الشركة ذات المسؤولية المحدودة حمود بوعلام وشركائه، ومنعتهما من استعمال تسميتي بأية طريقة كانت وبأي شكل كان Selectra و Selecto [1].

**ثانيا : التعويض عن الاعتداء على العلامة التجارية :**

يقوم حق مالك العلامة التجارية في المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه نتيجة الاعتداء على علامته التجارية المنصوص عليه في المادة 29 من الأمر 03-06 على اساس قاعدة المسؤولية التقصيرية، التي تجد مشروعيتها في نص المادة 124 من القانون المدني التي تنص على أنه : " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص يخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض ".

إلا أنه وكما سبقت الإشارة إليه أعلاه فإن مالك العلامة المعتدى عليها، ليس مطالبا باثبات الخطأ والضرر والعلاقة الماسية بينهما، بل يكفي فقط حدوث الاعتداء على علامته التجارية الذي يقابل ركن الخطأ في قاعدة المسؤولية التقصيرية، في حين أن الضرر اللاحق به نتيجة ذلك يكون مفترضا، إلا أنه يجب أن يكون محددا ليتم على اساسه تحديد قيمة التعويض اللازم لجرد [2].

يستطيع مالك العلامة التجارية مطالبة المعتدي على علاقته بالتعويض المائي عن الضرر الذي أصابه جراء فعل الاعتداء وينشأ له هذا الحق من لحظة وقوع الفعل الضار، ويمنح التعويض من قبل محكمة الموضوع، لأنه لا يجوز أن يحكم به كإجراء تحفظي [3].

---

[1] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص ص 87-88.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص 182.

[3] – الوافي فضيلة : نفس المرجع، ص 183.

يتحدد مقدار التعويض على أساس الضرر الفعلي الذي أصاب مالك العلامة، إلا أن المشرع الجزائري أجاز التعويض حتى لو لم يرتكب الضرر فعلا أي في حالة الضرر الاحتمالي، حيث نصت المادة 28 من الأمر 03-06 [1] على أنه : " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكبه أو يرتكب أعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب.

بهدف التعويض إلى إعادة مالك العلامة للوضع الذي كان فيه لو لم يتم الاعتداء على علامته، إلا أن أساس تقدير مدى استحقاق مالك العلامة للتعويض يختلف من دولة إلى أخرى، فبعض الدول الغربية كألمانيا، المملكة المتحدة والدانمارك تتطلب من مالك العلامة إثبات مقدار الضرر والخسارة التي أصابته، فإن لم يكن متضررا من الاعتداء فإن المحكمة لن تحكم له بالتعويض، في حين ترى دول أخرى أن مجرد الاعتداء على العلامة يعطي الحق لمالكها في التعويض، بالرغم من عدم تمكنه من إثبات الضرر الذي أصابه، ومنها فرنسا وإسبانيا، في حين تترك دول أخرى الحق في تقدير التعويض القاعة القاضي الناظر في النزاع كالبرتغال مثلا، كما أن بعض الدول قامت بتحديد مبلغ معين يتم تحديده مسبقا بنص القانون كتعويض لمالك العلامة [2].

نصت على هذا الجزاء الفقرة الثانية من المادة 29 من الأمر 03-06 [3] التي جاء فيها : " ويمكن أن تتحد الجهة القضائية المختصة عند الاقتضاء كل تكبير آخر منصوص عليه في المادة 30 أنفاه، والتدابير المقصودة في هذه المادة في إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة اعمالا للأحكام الواردة في المادتين 20 و 21 من نفس الأمر.

أي أنه يجوز للجهة القضائية المختصة بمناسبة نظرها في الدعوى المبنية على المادة 29 من الأمر رقم 03-06 أن تحكم بابطال أو الغاء [4] تسجيل العلامة التجارية، سواء العلامة

---

[1] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 26.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص 183.

[3] – الأمر رقم 03-06 المؤرخ في19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 26.

[4] – لم يجيز قانون العلامات الجزائري صلاحية إلغاء العلامة التجارية إلى المصلحة المختصة بالتسجيل أي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وإنما اعتبر هذا المعهد صاحب الصفة في رفع دعوى الإلغاء

التجارية للمدعي عليه إذا ثبت اعتداؤه على العلامة التجارية للمدعي، أو حتى أبطال أو الغاء العلامة التجارية لهذا الأخير إذا لم انتهت دعواه بالرفض لعدم التأسيس، وقدم المدعى عليه طلبا مقابل بابطال أو الغاء علامة المدعي طبقا لما نصت عليه المادة 30 من نفس الأمر، وفي هذا تأكيد كبير للدور المهم لكل من دعوى الأبطال والالغاء [1] كوسائل لحماية العلامة التجارية [2].

**ثالثا : ابطال تسجيل العلامة التجارية :**

وتجدر الإشارة أن المشرع قد أخذ بمبدأ الأثر المنشئ للتسجيل ويعتبر كافية لإنشاء الحق في ملكية العلامة التجارية، إلا أن المشرع قد راعى مصلحة أسبقية استعمال العلامة التجارية دون تسجيلها إذا فرض وسجلت علامة مطابقة أو مشابهة عن منتجات مماثلة أو مشابهة باسم شخص آخر وكان تسجيل هذا الأخر للعلامة لاحقا لاستعمال الأول وأن إثبات أسبقية الاستعمال لهذه العلامة المسجلة قبل تسجيلها من خلال إقامة دعوى إبطال تسجيل العلامة التجارية يبطل تسجيل العلامة وتثبت ملكيتها لمقدم طلب الإبطال ويتم إثبات ذلك بكافة طرق الإثبات .[3]

هذا وقد جعل المشرع للتسجيل أثرا مقررا الملكية العلامة التجارية إذا أعطي الحق في ملكية العلامة التجارية لمن سبق له استعمالها لا لمن قام في تسجيلها إذا اعتبر تسجيل العلامة التجارية مجرد قرينة غير قاطعة الملكية العلامة التجارية لمن قام بتسجيلها ويجوز

---

أمام القضاء، أنظر قرار المحكمة العليا الجزائرية رقم 503313 الفاصل في قضية (ق أ) ضد: شركة كريسفو التيلندية، مؤرخ في 2009/04/01، مجلة المحكمة العليا، 2012، عدد خاص، ص 34، نقلا عن سبتي عبد القادر : تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه علوم في القانون الخاص، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2016 /2017، ص 173.

[1] – نصت المادة 28 فقرة 2 على أنه : " يقيد الحكم القضائي النهائي القاضي بإلغاء العلامة في سجل العلامات "، من المرسوم التنفيذي رقم 05–277 المؤرخ في 2 غشت سنة 2005، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ص 12.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص 186.

[3] – الغويري عبد الله حميد سليمان : مرجع سابق، ص 60.

إثبات عكسها، وأعطاه الحق في إثبات استعماله للعلامة التجارية قبل تسجيلها وطلب إبطال أو شطب التسجيل في حال إثباته استعمالها المسبق [1].

ووفقا لاتفاقية تريس، يعتبر تسجيل العلامة التجارية، كقاعدة عامة هو السبب المنشئ لملكية العلامة التجارية، وهذا أمر جوازي، كما ورد في المادة 3/15 منها والتي نصت أيجوز للبلدان الأعضاء جعل قابلية التسجيل معتمدة على الاستخدام، غير أنه لا يجوز اعتبار الاستخدام الفعلي للعلامة شرطا للتقدم بطلب لتسجيلها ... " وأوردت في المادة 19 فقرة 1 منها إذا كان استخدام العلامة التجارية شرطا لاستمرار تسجيلها، لا يجوز إلغاء التسجيل إلا بعد إنقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متواصلة من عدم استخدامها ... " [2].

وتنص المادة 16 فقرة 1 من الاتفاقية يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع الغير من استخدام ذات العلامة أو علامة مشابهة في أعماله التجارية بالنسبة لنفس نوع السلع أو الخدمات اللماثلة لتلك التي سجلت العلامة بشأنها، وطالما أن استخدام الغير قد وقع بدون ترخيص أو موافقة من مالك العلامة المسجلة عندما يسفر هذا الاستخدام عن احتمال وقوع المستهلكين في اللبس [3] حول مصدر السلعة [4].

يمكن إبطال تسجيل العلامة التجارية بإحدى الطريقتين التاليتين :

**1 / إبطال إداري :**

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

أ. تقصير طالب التسجيل في إتمام إجراءات تسجيل العلامة التجارية بعد تقديم الطلب.

---

[1] – الغويري عبد الله حميد سليمان : مرجع سابق، ص 60.

[2] – الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS.

[3] – في قرار صادر عن المحكمة العليا حيث رفض الطعن بالنقض ضد القرار الصادر عن المجلس بدعوى أن المجلس اعتبر مواصفات علامة " وردة " مخابر " ساكو " هي نفس مواصفات العلامة التجارية لشركة لونكوم وبالتالي فإن التشابه بينهما يشكل لبسا في طبيعة المنتوج، قرار رقم 378916 صادر بتاريخ 2007/02/07، مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء صدور القانون والإجتهاد القضائي)، 2012 ، الجزائر، ص 49، نقلا عن بن صالح سارة : مرجع سابق، ص 398.

[4] – الغويري عبد الله حميد سليمان : نفس المرجع، ص 60.

ب. إذا لم يقم مالك العلامة بتقديم طلب لتجديد تسجيلها بعد انتهاء مدة الحماية

ج. بناء على طلب مالك العلامة بشطبها من السجل شريطة ألا يكون هناك ترخيص مسجل للغير باستعمالها، إذ أنه في هذه الحالة يجب الحصول على الموافقة الخطية من المستفيد ما لم يكون المرخص له قد تنازل عن هذا الحق صراحة في عقد الترخيص [1].

**2 / الإبطال القضائي :**

يعطي القانون الحق لأي شخص ذو مصلحة أن يطلب من مسجل العلامات التجارية إلغاء أو إبطال [2] تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها الأخير فعليا وبصورة مستمرة خلال مدة تتراوح من ثلاث سنوات سابقة لطلب إلغاء التسجيل كما في القانون 03-06 [3]، وذلك ما لم يثبت مالك العلامة التجارية أن هناك ظروفا تجارية خاصة أو أسبابا مسوغة حالت دون ذلك الاستعمال العلامته التجارية.

وفي سبيل ذلك تحتسب مدة التقادم من تاريخ تسجيل العلامة تسجيلا فعليا وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل، وعليه فإن حق ذي المصلحة في تقديم طلب ترقين تسجيل العلامة التجارية بنشأ اعتبارا من تاريخ تسجيل تلك العلامة التجارية، وفي ذلك فيعتبر استعمال الغير العلامة تجارية مسجلة بموافقة مالكها استعمالا لها لمقاصد استمرار تسجيلها [4].

---

[1] – الخولي سائد أحمد : مرجع سابق، ص 71.

[2] – تنص المادة 20 بأنه : " يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير ... "، من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ، ص 25، وهو ما نصت المادة 27 فقرة 2 على أنه : " يقيد الحكم القضائي النهائي القاضي بإبطال العلامة في سجل العلامات "، من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 غشت سنة 2005، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ص 12.

[3] – المادة 11 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص 24.

[4] – الخولي سائد أحمد : نفس مرجع، ص71.

ونظرا لمدى خطورة هذا الحق الذي يسمح للشخص بالتقدم لطلب ترقين علامة تجارية مسجلة باسم شخص آخر فإنه لا بد من أن تتوفر الشروط التالية التقديم طلب شطب العلامة التجارية :

1. أن يثبت وجود تشابه بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور، ويعد هذا الشرط من أهم الشروط الواجب توافرها لطلب ترقين العلامة التجارية إذ أنه وفي بعض الحالات قد يتم تسجيل علامة تجارية ما ليتضح لاحقا وجود علامة تجارية سابقة مشابهة لها، الأمر الذي يتطلب دفع الضرر الذي قد يصيب كل من صاحب العلامة التجارية الأولي وجمهور المستهلكين من خلال السماح لمالك العلامة الأصلية بطلب شطب العلامة التالية.

2. أن يكون استعمال العلامة الأولى سابقا لتاريخ تسجيل العلامة المطلوب حذفها، ان التسجيل ات لا ينشئ حق الملكية بل يقرر وجوده، وعليه يجوز لكل ذي شان طلب الحكم بشطب العلامة التي تكون قد سجلت بدون وجه حق [1].

3. ألا يكون قد انقضي على التسجيل الفعلي للعلامة التجارية المطلوب ترقينها مدة خمس سنوات من تاريخ ذلك التسجيل.

هنا على المسجل قبل إصدار قراره في إلغاء التسجيل [2] السماح لكل من مقدم الطلب وصاحب العلامة إبداء دفوعهما، وفي حال ابطال العلامة التجارية أو حذفها من السجل لأي سبب من الأسباب فعلى المسجل إدراج قيد بذلك في سجل العلامات التجارية مع بيان أسباب هذا الحذف أو الابطال [3].

[1] – الخولي سائد أحمد : نفس المرجع، ص 72.

[2] – المادة 21 و 30 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ص ص 25 و26.

[3] – الخولي سائد أحمد : نفس المرجع، ص 73.

## المطلب الثاني : دعوى المنافسة غير المشروعة

لصاحب العلامة أن يطالب بالتعويض عما لحقه من ضرر نتيجة تعرض علامته للمنافسة غير المشروعة، ناهيك عن كونها الوسيلة الوحيدة لمستعمل العلامة التجارية غير المسجلة لحماية علامته، وسنتطرق للأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة ثم لآثارها.

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

لقد ثار جدل فقهي حول الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة [1] فهناك من يعتبر العمل غير المشروع خطأ يلزم مرتكبه بتعويض الضرر الحاصل للغير شريطة أن يثبت هذا الأخير شروط هذه الدعوى من خطأ وضرر وعلاقة سببية، ويرى جانب أخر أن دعوى المنافسة غير المشروعة تهدف لما هو أكثر من المسؤولية التقصيرية فدعوى المنافسة غير المشروعة تهدف الى جانب التعويض اتخاذ تدابير وقائية مستقبلا.

وهناك من أسند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى نظرية التعسف في استعمال الحق، إلا أنه يوجد اتجاه حديث في الفقه إلى إعطاء اساس جديد وخاص بها لأن الحق في المنافسة ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات الحق الشخصي والحق العيني، وبالتالي فأن أساسها يرجع لكونها ذات طبيعة خاصة [2].

أما المشرع الجزائري لم يذكر حالات المنافسة غير المشروعة في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وانما منح خصوصية لدعوى المنافسة غير المشروعة ككل ونظمها بموجب قانون خاص هو القانون رقم 04-02 [3]، اذ نصت المادة 26 منه على انه : " تمنع

---

[1] – عرف الفقه العربي المنافسة غير المشروعة بأنها : " استخدام التاجر للأساليب المخالفة للقوانين والعادات التجارية أو المنافية للأمانة والصدق عند التعامل في ميدان التجارة "، عامر العيد : مرجع سابق، ص 65.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص 190.

[3] – قانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو سنة 2004 م.

كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصاد على مصالح عون او عدة اعوان اقتصاديين آخرين ".

نصت المادة 27 من نفس القانون [1] على أنه : " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم احكام هذه القانون، لا سيما منيا الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي :

1 تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو منتوجاته أو خدماته،

2 تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس، أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الاشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون اليه، بزرع شكوك أو أوهام في ذهن المستهلك،

1- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها،

2- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل،

6 إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة، كتبديد او تخريب وسائله الاشهارية واختلاس البطاقيات أو الطلبيات والسمسرة غير القانونية واحداث اضطراب في شبكته للبيع ".

ما يهمنا من هذه المادة هو الفقرة الثانية، التي اعتبرت من قبيل الممارسات التجارية غير النزيهة وبالتالي منافسة غير مشروعة قيام العون الاقتصادي الذي يقصد به كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقد خدمات أيا كانت صفته القانونية، بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس، أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الاشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون اليه، بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك، أي أن كل عمل تضليل يقوم به[2] التاجر

[1] – قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص ص 191-192.

أو مقدم الخدمة بغرض جذب المستهلكين باستعمال علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة تاجر أو مقد خدمات آخر يعد منافسة غير مشروعة.

وما يلاحظ على هذه المادة أنها لم تشترط أن تكون العلامة التجارية مسجلة بإسم التاجر أو مقدم الخدمة، وانما اكتفت بالنص على أنها علامة مميزة لمنتجات أو خدمات هذا الأخير، وهو ما يثير التساؤل حول امكانية حماية العلامة التجارية غير المسجلة بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة؟ وهو ما سنحاول الاجابة عنه في الفرع الموالي [1].

ذهب معظم الفقه إلى أنه لا يكفي الدعوى المنافسة غير المشروعة توفر ركن الخطأ وحده، وإنما يجب أن يترتب على الخطأ ضرر يصيب المدعي، ويجب عليه إثباته وبدون ركن الضرر لا يمكن أن توجد دعوى المنافسة غير المشروعة، ويتمثل الضرر في مجال المنافسة غير المشروعة في فقد التاجر لزبائنه ضحية لأعمال غير مشروعة، وإذا كان إثبات الضرر في إطار القواعد العامة يكون بكافة وسائل الإثبات فإنه في ميدان حقوق الملكية الصناعية يتم إثبات الضرر الناتج عن الاعتداء على الحق المالي طبقا للقواعد العامة [2].

وأخيرا فإن تقدير الضرر بكل دقة في دعوى المنافسة غير المشروعة يكون جد صعب نتيجة وجود عناصر مساعدة على ذلك، لهذا كثيرا ما تقدر المحاكم النصوص تقديرا جزافيا مما يخرجنا من دائرة المسؤولية المانية إلى نطاق العقوبة المدنية التي لا يرتبط فيها الجزء بقيام الضرر ولا بمقداره.

---

[1] – الوافي فضيلة : نفس المرجع، ص ص 191-192.

[2] – أوشن حنان : مرجع سابق، ص 98.

## الفرع الثاني : آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

يترتب على قيام المسؤولية المدنية لمن يعتدي على العلامة التجارية الحكم عليه بعدد من الجزاءات المدنية لتعويض المضرور عن الضرر الذي أصابه، ولمنع المعتدي من التمادي في اعتدائه، وتتمثل هذه الجزاءات كما في الدعوى المدنية المؤسسة على الأمر 03-06 بالعلامات وكما تم تبيانه أعلاه، في التعويض عن الضرر ووقف الاعتداء ومنعه من خلال إيقاف الاستمرار في المنافسة غير المشروعة ونتناول كل منهما كما يلي :

### أولا : التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة :

هو الاثر المباشر لدعوى المنافسة غير المشروعة، لجبر الضرر الذي لحق التاجر الضحية، سواء كان ضررا ماديا أو معنويا، ويقصد به : " محو الضرر ان امكن، أو تخفيف أثره بشكل أو بآخر، وبالصيغة التي يكفل فيها ارضاء المتضرر، وتؤدي إلى اعادة التوازن بين ملحتي كل من محدث الضرر والمتضرر " [1].

للمدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة أن يطالب بالتعويض عن الضرر اللاحق به في تجارته جراء افعال المدعى عليه على اساس ما فاته من ربح وما لحقو من خسارة، فما قيل بشأن التعويض يقال بشأن التعويض الممنوح نتيجة الدعوى المدنية المؤسسة على الامر 03-06 الممنوح نتيجة دعوى المنافسة غير المشروعة، وتجدر الاشارة أن المدعي في دعوى الحال لا ينظر له كونه صاحب حق استئثاري على علامة تجارية وإنما على اساس أنه تاجر تضرر من افعال منافسة غير مشروعة، ويكوف تقدير التعويض على هذا الأساس.

وبما أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي بطبيعتها دعوى مسؤولية تقصيرية تستمد حصول الضرر لاستحقاق التعويض عنه، فكما تمت الاشارة اليه سابقا، فأن التعويض لا يمنح لطالبه إلا إذا ثبت أنه لحقو ضرر محقق واقع فعلا أو سيقع حتما، أما إذا لم يحدث أي ضرر أو كأن الضرر محتملا، فإن القاضي يحكم بوقع افعال المنافسة غير المشروعة لا غير [2].

---

[1] – عامر العيد : مرجع سابق، ص 86.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص ص 203-204.

**ثانيا : وقف الأعمال في دعوى المنافسة غير المشروعة :**

إن طبيعة المصالح التي تهدف إلى حمايتها دعوى المنافسة غير المشروعة تقتضي تقرير بعض الاستثناءات عن القواعد العامة التي تحكم المسؤولية التقصيرية، فهي دعوى لا تقتصر على تعويض الضرر فحسب أن وجد، بل تهدف أيضا إلى منع وقوع الضرر أو الاستمرار فيه، فهي دعوى وقائية وعلاجية في أن واحد، فيكفي لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة مجرد احتمال وقوع الضرر، فتأمر المحكمة باتخاذ الاجراءات اللازمة لمنع وقوع الضرر في المستقبل، ويكوف الهدف من هذه الاجراءات رفع الالتباس الذي يمكن أن يحصل في أذهان المستهلكين بين تاجرين أو علاماتهما التجارية التي تميز منتجاتهما أو خدماتهما.

رغم من أن المشرع الجزائري لم ينص على هذا الأثر صراحة في القانون 04-02 [1]، إلا أن الهدف الرئيسي من ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة هو عادة وضع حد للأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة او لمنعها يفترض أن تحكم المحكمة بذلك، لأنه لو استمرت أفعال الاعتداء على العلامة التجارية فأن الضرر لن يتوقف، والتعويض المالي مهما بلغت قيمته لن يستطيع تعويض مالك العلامة عن هذا الضرر المتكرر والمستمر، ناهيك عن الضرر المعنوي الذي سيلحق به، والذي قد يؤدي إلى توقف تجارته بالكامل نتيجة القضاء على سمعته الطيبة في أوساط المستهلكين، لذلك لا بد من أن يحكم القاضي عند تأكده من توافر شروط المنافسة غير المشروعة بمنع المعتدي على العلامة من الاستمرار في الاعتداء عليها في الحاضر والمستقبل [2].

[1] – قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[2] – الوافي فضيلة : مرجع سابق، ص ص 204-205.

## المبحث الثاني : الحماية الدولية للعلامة التجارية

لم يكتفي المشرع الدولي بالحماية المدنية التي نصت عليها القوانين الوطنية، بل سعى المشرع الدولي من خلال الاتفاقيات الدولية لتوفير حماية قانونية بشكل عام ومدنية بشكل خاص ذات بعد دولي من خلال ابرام عدة اتفاقيات دولية تعنى بحماية العلامة التجارية بشكل يضمن المنافسة المشروعة وتطوير النشاط الاقتصادي وحماية مصالح المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين على نحو متكافئ.

تطرقنا في المطلب الأول لمضمون الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامات التجارية، أما المطلب الثاني فتطرقنا فيه للحماية التي توفرها هاته الاتفاقيات للعلامات التجارية.

### المطلب الأول : مضمون الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامات التجارية

تعددت وتنوعت الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامات التجارية واختلفت في بعض أحكامها الا ان القاسم المشترك هو محاولة توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية.

سنتطرق لكل من مضمون اتفاقية باريس الفرع الأول، اتفاقية التريبس الفرع الثاني واتفاقية مدريد الفرع الثالث.

#### الفرع الأول : اتفاقية باريس

أشارت المادة الثانية من اتفاقية باريس [1] إلى أن التزام البلدان الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من المادة 12 الى المادة 19 من معاهدة باريس 1967م، وذلك فيما يتعلق ببعض المواد من اتفاقية "التربس"، حيث تقر اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية [2] على

---

[1] – الأمر رقم 75–02، المؤرخ في 09 جانفي 1975، المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883، والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 20 يونيو 1911 ولاهاي في 06 نوفمبر 1925، ولندن في 20 يونيو 1934، ولشبونة في 31 أكتوبر 1958، واستوكهلم في 14 يوليو 1967، ج ر عدد 10، المؤرخة في 04 فيفري 1975.

[2] – عبد الوهاب عبدالله أحمد المعمري : الحماية القانونية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي في القانون اليمني والاتفاقيات الدولية، مجلة الشريعة والقانون، المجلد 19، العدد 1، سنة 2013، اليمن، ص 29.

مبدأ المعاملة بالمثل لجميع بلدان الاتحاد، كما تُقرر مبدأ الأسبقية لمن قام بتسجيل العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي، وكذلك مبدأ استقلال العلامات.

بالإضافة إلى أنه ورد في نص المادة الثانية من اتفاقية باريس أن لكل شخص تابع لإحدى دول الاتحاد، أن يطلب من الدول الأخرى المنظمة للاتفاقيات بتطبيق قانونها الوطني، أو أحكام اتفاقية باريس بحيث تتمتع العلامة التجارية بالحماية خارج حدود الدولة.

تجدر الإشارة إلى نجد أن اتفاقية التربس قد أخذت ببعض المبادئ في شان حقوق الملكية الفكرية منها حسبما أوردته المادة الثانية مبد الدولة الأولى بالرعاية، ومبدأ المعاملة الوطنية الذي يعتبر امتداداً للمبدأ الأول، ومفاد ذلك أن تمنح كل دولة عضو للأجانب المنظمين في الاتفاقية معاملة لا تقل عن تلك التي تمنحها لمواطنيها في حقوق الملكية الفكري [1].

لحماية العلامة التجارية بموجبه تتعهد دول اتحاد باريس برفض أو إبطال تسجيل أو منع استعمال الغير للعلامة التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة لعلامات تجارية مشهورة إذا كان المزمع استخدام العلامة التميز منتجات مماثلة أو مشابهة للمنتجات التي تستخدم [2].

تعد اتفاقية باريس هي الأساس القانوني والدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية الدولية للعلامة التجارية حيث تضمنت مادتها (6 خامسا) [3] ما يلي :

أ- يقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة طبقا للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في الدول الأخرى للاتحاد، وذلك مع مراعاة التحفظات الواردة في هذه المادة"، وفي المادة ذاتها "د. لا يجوز لأي شخص الاستفادة من أحكام هذه المادة إذا كانت العلامة التي يطلب لها الحماية غير مسجلة في دولة المنشأ ".

---

[1] – عبد الوهاب عبدالله أحمد المعمري : نفس المرجع، ص 29.

[2] – عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ماضي : التنظيم القانوني للملكية الفكرية دراسة مقارنة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، بدون طبعة، 2015، مصر، ص 214.

[3] – من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

وحسب المادة أعلاه فإن العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد تتم حمايتها لدى سائر دول الاتحاد بالحالة التي سجلت عليها فلا يجوز لأي من دول الاتحاد أن ترفض تسجيل علامة تجارية لأسباب متعلقة بشكل تلك العلامة، إلا أن التسجيل المحلي للعلامة التجارية بعد شرطة رئيسية تطلب حمايتها دولية.

ولا شك بأن مبدأ المعاملة الوطنية الذي أقرته الاتفاقية يعد من أكثر مظاهر تدعيم تلك الحماية الدولية للعلامة التجارية، حيث أنه تبعا لذلك المبدأ فإن الأجنبي الذي ينتمي إلى أي دولة من دول الاتحاد يكتسب كافة الحقوق المتعلقة بالحماية المقررة لدى باقي دول الاتحاد ويعامل نفس معاملة مواطنيها.

نصت الاتفاقية على عدة مبادئ أهمها :

**1 / مبدأ المساواة :** يقصد به أن جميع المنتمين إلى دولة من دول الاتحاد يتمتعون في كل دولة بالمعاملة المقررة لمواطنيها.

**2 / مبدأ الأسبقية :** نصت المادة 04 من الاتفاقية على هذا المبدأ الذي من خلاله يتمتع كل من يقدم طلبا لتسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد هو أو من ينوبه فيما يختص بالتسجيل في الدول الأخرى بحق الاسبقية خلال 06 ستة أشهر من ايداع الطلب الاول [1].

**3 / قبول تسجيل العلامات الأجنبية في بلدها الأصلي :** تطرقت إليه المادة 06 من الاتفاقية لتسهيل تسجيل العلامات التجارية في جميع دول الاتحاد.

**4 / مبدأ استقلالية العلامات التجارية :** نصت عليه المادة 06 مكرر فقرة 04 [2]

كما نصت اتفاقية باريس على حق مالك العلامة في منع الغير من المنافسة غير المشروعة لعلامته التجارية بموجب المادة 10 منها :

[1] – سبتي عبد القادر : مرجع سابق، ص ص 232-234.

[2] – سبتي عبد القادر : نفس المرجع، ص ص 235-236.

"1- تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة.

2- يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية " [1].

## الفرع الثاني : اتفاقية التريبس

توجد ممارسة مستقرة في أمريكا بشأن المعاهدات المرتبطة ببراءات الاختراع تجعل منها معاهدات غير ذاتية التنفيذ، وهذه الممارسة لا تمليها الاعتبارات الدستورية بقدر ما يمليها تفضيل الكونجرس تحويل تلك المعاهدات إلى قانون محلي بتشريع تنفيذي يتوافق في صيغته وشكله مع قانون براءات الاختراع في أمريكا، وقد أوضح أحد الفقهاء أنه توجد أسس يمكن أن تعتمد عليها المحاكم الأمريكية في وصف المعاهدة بأنها غير ذاتية التنفيذ على النحو الآتي:

- أن يكون التشريع التنفيذي لأزمة إذا ما رأت الأطراف أو الطرف الأمريكي وحده أن هدف المعاهدة يتحقق من خلال تدخل المشرع، وهو أمر يتعلق في المقام الأول بنوايا الأطراف.

- أن يكون التشريع التنفيذي لازما إذا كانت القاعدة التي تقيمها المعاهدة موجهة كأمر دستوري إلى المشرع نتيجة مبدأ الفصل بين السلطات (مثل سلطه الكونجرس في إعلان الحرب).

- أن يكون التشريع التنفيذي لازما إذا كانت المعاهدة تهدف إلى تحقيق أمر يلزم تحقيقه وفقا للدستور بقانون، مثل تجريم عمل معين،

- أن يكون التشريع التنفيذي لازما، إذ لم يكن هناك نص يمنح حق التصرف للشاكي، الذي يطلب تنفيذ المعاهدة، وليس هناك أسس قانونية أخرى للعلاج المطلوب، وهذا الأساس ليس في

[1] - الخولي سائد أحمد : مرجع سابق، ص 83.

عمومية الأسباب الثلاثة السابقة، ولذا فإن وصف المعاهدة بأنها غير ذاتية التنفيذ لا يدل على معنى واحد بها، بل على معان تختلف باختلاف الأساس الذي قامت عليه هذه الصفة [1].

## الفرع الثالث : اتفاقية مدريد

أُبرمت هذه الاتفاقية في سنة 1891 م، وصدرت لائحتها التنفيذية في سنة 1974م، وكان الهدف من هذه الاتفاقية هو تيسير التسجيل الدولي للعلامات التجارية، كما أن عضويتها لجميع الأعضاء المنضمين للاتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية.

ووضعت الاتفاقية كذلك نظاماً لتسجيل العلامات التجارية الدولية، بحيث يكون لكل شخص من الدول الأعضاء علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي، وفي دول الاتحاد، وقد أوردت المادة الثالثة من الاتفاقية بيانات الإيداع للعلامات المسجلة وكيفية احالة الطلب الى المكتب الدولي للويبو (WIPO) في جنيف. حيث يقوم المكتب الدولي هناك بإبلاغ الدول المتعاقدة به بعدما يقوم بقيد العلامة في السجل الدولي المخصص لذلك.

بالإضافة إلى أن المكتب الدولي يقوم بتولي النشر للعلامة التجارية في نشرته التي تصدر باللغة الفرنسية، وتتضمن كل البيانات المتعلقة بالعلامة محل النشر، والتي سبق أن سجلها والتعديلات الأخرى التي تطرأ عليها، وبعدها يقوم بإرسال تلك البيانات الى الدول المرتبطة بطلب صاحب العلامة، إلا أن الدول التي تم ارسال البيانات اليها لا تكون مُلزمة بالموافقة، بل يكون ذلك وفقاً لأنظمتها الداخلية المعمول بها، ورجوع ذلك إلى أن هذا يُعد من أعمال سيادتها في التشريعات الوطنية، وظروف كل دولة على حدة، ومدى امتداد العلامة التجارية لها، فعلى سبيل المثال أنه لا يقع ثمة التزام على المشرع الوطني بشأن حماية علامة من العلامات وهي في نفس الوقت تكون مخالفة للنظام العام في تشريعاته الداخلية [2].

---

[1] – عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن : الثغرات وبنود الاستثناءات في ظل اتفاقية التريبس، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، بدون طبعة، 2016، مصر، ص 373.

[2] – عبدالوهاب عبدالله أحمد المعمري : مرجع سابق، ص 28.

كما أنه من الملاحظ أن أثر التسجيل في هذه الحالة يتمثل في أن العلامة تتمتع بالحماية في اتفاقية مدريد، وكل دولة منظمة إليها، وتتماثل كما لو سجلت محليا في دول الأعضاء، وتسري هذه الحماية من تاريخ تسجيلها في المكتب الدولي، فعملية التسجيل والحماية في كل دول الأعضاء يخفف من عبء صاحب العلامة، إذ يكتفي بتسجيل العلامة التجارية في المكتب الدولي لاتفاقية مدريد، ويسري ذلك على كافة الدول الأخرى المنظمة للاتفاقية، بل يكون الطلب بلغة واحدة، وتسديد الرسم لمكتب واحد السابق الذكر، وتتمتع العلامة بالحماية وفقا للمادة الرابعة من اتفاقية باريس بشان حماية الملكية الصناعية [1].

كفلت المعاهدات الدولية المنظمة لحقوق الملكية الصناعية الحماية القانونية للعلامات التجارية المسجلة حيث أن مفعول التسجيل المحلي للعلامة يقتصر على البلد المعني أو البلدان المعنية في حالة التسجيل الإقليمي، وتفاديا لضرورة التسجيل لدى كل مكتب وطني أو إقليمي على حدة، فإن المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) تدير نظاما للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، بحيث يساهم هذا النظام في تبسيط عملية طلب حماية العلامة التجارية بشكل متواز لدى العديد من الدول يسمى هذا النظام " نظام مدريد " [2]، والذي تحكمه معاهدتان هما اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية وبروتوكول مدريد

ويمكن للشخص الذي يمت بصلة إلى بلد عضو في إحدى المعاهدتين أو في كلتيهما من خلال الجنسية أو المنشأة أو الإقامة أن يحصل على تسجيل دولي نافذ في بعض البلدان الأخرى الأطراف في اتحاد مدريد أو في جميعها، بناء على تسجيل العلامة لدى مكتب العلامات في ذلك البلد أو إيداع طلب لديه، إذ أن عدد البلدان الأطراف في أحد الاتفاقين أو في كليهما يزيد حاليا عن 60 بلدا [3].

---

[1] – عبدالوهاب عبدالله أحمد المعمري : نفس المرجع، ص 29.

[2] – اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات الصادر في 14 أفريل/ نيسان 1891، والمنقح في بروكسل في 14 ديسمبر 1900، وفي واشنطن في يونيه 1934، وفي نيس 15 يونيه 1957، وفي استوكهولم 14 يوليه 1967، والمعدل في 28 سبتمبر 1989.

[3] – الخولي سائد أحمد : مرجع سابق، ص 82.

## المطلب الثاني : الحماية التي توفرها الاتفاقيات الدولية للعلامات التجارية

بالرجوع لمحتوى الاتفاقيات الدولية نجد أنها تتضمن جملة من الجزاءات بالإضافة إلى طرق تسوية المنازعات التي قد تنجم عن استخدام العلامات التجارية.

تطرقنا في الفرع الأول تسوية المنازعات في اتفاقية باريس، أما الفرع الثاني الجزاءات في اتفاقية التربس.

### الفرع الأول : تسوية المنازعات في اتفاقية باريس

وضعت المادة 28 من اتفاقية باريس نظاما هشا لتسوية المنازعات التي قد تنشب بين الأعضاء في اتحاد باريس بشأن تقدير أو تطبيق الاتفاقية حيث أجازت لها إذا لم يتم تسوية النزاع عن طريق المفاوضات أن تعرض النزاع على محكمة العدل الدولية .

وقد نصت المادة 28 من الاتفاقية على ذلك بقولها :

" (1) كل نزاع بين اثنين أو أكثر من دول الاتحاد بشأن تقدير أو تطبيق هذه الاتفاقية والذي لا تتم تسويته بالمفاوضات يمكن لأي من الدول المعنية عرضه أمام محكمة العدل الدولية بعريضة تقدم وفقا النظام المحكمة، وذلك ما لم تتفق الدول المعنية على طريقة أخرى للتسوية . وتقوم الدولة التي تعرض النزاع أمام المحكمة بإخطار المكتب الدولي الذي يتولى إحاطة دول الاتحاد الأخرى علما بالموضوع.

(2) لكل دولة أن تعلن ، عند توقيعها للوثيقة الحالية أو إيداعها لوثيقة تصديقها أو انضمامها ، أنها لا تعتبر نفسها ملتزمة بأحكام الفقرة (1). ولا تسري أحكام الفقرة (1) فيما يختص بكل نزاع بين تلك الدولة وأية دولة أخرى من دول الاتحاد [1].

[1] – الصغير حسام الدين : الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، أكتوبر 2004، المعهد الوطني للمكية الصناعية فرنسا، ص 10.

(3) لكل دولة أصدرت إعلانا طبقا للفقرة (2) أن تسحب إعلانها في أي وقت بإخطار يوجه للمدير العام.

ولم تضع الاتفاقية أي قواعد تكفل احترام الدول الأعضاء الاتحاد باريس ما تصدره محكمة العدل الدولية من قرارات أو أحكام في المنازعات التي تنظرها بشأن تطبيق حكم المادة 28. كما أن الفقرة الثانية من المادة ٢٨ أجازت للدول التحفظ على هذا النص [1].

## الفرع الثاني : الجزاءات في اتفاقية التربس

تنص على إتاحة البلدان الأعضاء للمجال أمام أصحاب الحقوق للوصول إلى القضاء لإثبات حقوق الملكية الفكرية، أيضا تحتوي تفصيلات بشأن الحلول الممكنة لمقاضاة المعتدي ودفع الأضرار الناجمة من التعدي ومن ذلك:

ضرورة إتاحة الدول الأعضاء لأصحاب الحقوق إجراءات قضائية، مدنية وللمدعى عليهم الحق في الإخطار الكتابي والمعلل، مع ضمان حق الدفاع، وإعطاء الحق لكافة الأطراف في إثبات المطالب، وتقديم الأدلة الكافية على ما يدعون مع ضمان الحماية للمعلومات السرية، ما لم يكن ذلك مخالفا للدساتير القائمة في الدول الأعضاء [2]، وفي حالة امتناع الخصم عن تقديم الأدلة التي بحوزته، يجوز للسلطات القضائية إصدار الأحكام الأولية والنهائية على أساس المعلومات الموجودة [3].

للسلطات القضائية في البلدان الأعضاء الحق في أن تأمر أي طرف معين بالامتناع عن التعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية [4].

---

[1] – الصغير حسام الدين : نفس المرجع، ص 10.

[2] – المادة 42 من الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS 1994م.

[3] – المادة 43 من نفس الاتفاقية.

[4] – المادة 44 من نفس الاتفاقية.

وللسلطات القضائية، صلاحية الأمر بتعويضات مناسبة لصاحب الحق المعتدى عليه، إذا كان المعتدي يعلم بعدم شرعية الفعل الذي قام به، أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم بذلك [1]، ولها صلاحية الأمر بالتعويض عن المصروفات التي تكبدها [2]،

و أتعاب المحامي، واسترداد الأرباح والتعويضات المقررة سلفا حتى إذا لم يكن يعلم، أو لم تتوفر له أسباب معقولة للعلم بعدم شرعية فعله [3].

و ردعا لأي اعتداء يمكن للسلطات القضائية في البلدان الأعضاء، إصدار الأوامر بالتصرف في السلع محل التعدي خارج القنوات التجارية، أي خارج أسواق البيع والشراء، وكذا الأمر بإتلافها في حالة عدم المساس بالنصوص الدستورية القائمة بذلك، وأيضا يجوز لهذه السلطات أن تقرر التخلص من المواد والمعدات التي تم استخدامها بصورة رئيسية في صنع السلع المتعدية دون تعويض عنها [4].

كما يحق للبلدان الأعضاء أن تمنح سلطاتها القضائية صلاحيات إصدار الأمر للمعتدي بإعلام صاحب الحق بالمعلومات اللازمة عن الأطراف الثالثة المشتركة في إنتاج وتوزيع السلع أو الخدمات المتعدية ووسائل وقنوات التوزيع التي تستخدمها [5].

كما يحق للسلطات القضائية أن تأمر بتعويض المدعى عليه، إذ أساء المدعي استعمال إجراءات الإنفاذ التي اتخذت بناء على طلبه [6].

غير أنه ينبغي أن تتفق هذه الإجراءات والجزاءات المدنية والإدارية مع مبادئ اتفاق التربس فيما يتصل بموضوع الدعوى [1]

---

[1] – المادة 44 فقرة 2 من نفس الاتفاقية.

[2] – بساعد سامية : مرجع سابق، ص 91.

[3] – المادة 45 فقرة 2 من الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS 1994م.

[4] – المادة 46 من نفس الاتفاقية.

[5] – المادة 47 من نفس الاتفاقية.

[6] – المادة 48 من نفس الاتفاقية.

شطب العلامة التجارية في تريس: وفقا لأحكام المادة 19 من الاتفاقية لا يجوز إلغاء التسجيل إلا بعد انقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متواصلة من عدم استخدام العلامة التجارية، ما لم يثبت صاحب العلامة التجارية وجود أسباب وجيهة تستند إلى عقبات حالت دون هذا الاستخدام، وتعتبر الأوضاع الناشئة بغير إرادة صاحب العلامة والتي تحول دون استخدامها، كقيود الاستيراد المفروضة على السلع والخدمات التي تحميها العلامة التجارية المعنية أو الشروط الحقوقية الأخرى المفروضة عليها، أسبابا وجيهة لعدم استخدامها، بخلأن ذلك فإنه يتعين شطب تسجيل العلامة [2].

وتنص المادة 16 فقرة 1 من الاتفاقية يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع الغير من استخدام ذات العلامة أو علامة مشابهة في أعماله التجارية بالنسبة لنفس نوع السلع أو الخدمات المماثلة لتلك التي سجلت العلامة بشأنها، وطالما أن استخدام الغير قد وقع بدون ترخيص أو موافقة من مالك العلامة المسجلة عندما يسفر هذا الاستخدام عن احتمال وقوع المستهلكين في اللبس حول مصدر السلعة [3].

[1] – المادة 49 من نفس الاتفاقية.

[2] – الغويري عبد الله حميد سليمان : مرجع سابق، ص 65.

[3] – الغويري عبد الله حميد سليمان : نفس المرجع، ص 60.

# الخاتمة

مما تقدم نصل إلى أن العلامات التجارية لها حماية قانونية وطنية ودولية خاصة، حيث نظمتها مختلف القوانين الوطنية المتعلقة بحماية الحقوق الفكرية والعلامة التجارية والصناعية، بالإضافة إلى العديد من الاتفاقيات الدولية التي عنيت بحماية العلامة التجارية وتنظيم التعامل بها واستغلالها.

وتبين من خلال البحث

خلصنا إلى أن العلامة التجارية لها عدة صفات وأشكال التي تمكننا من التمييز بين مختلف العلامات التجارية وغيرها من العناصر والانظمة المشابهة لها، وبالرجوع الى القانون المنظم لها نجد أنه وضع جملة من الشروط الموضوعية والشكلية لهدف امكانية تسجيلها وتقديم الحماية القانونية عموما والمدنية خصوصا لها، سواء عن طريق تعويض الأضرار أو اتخاذ التدابير لحمايتها ووقف الاعتداءات على العلامة التجارية للحفاظ على حقوق صاحبها من جهة، وحماية المستهلكين من جهة أخرى.

وجدنا أن كل من المشرع الوطنية والدولي وفر عدة صور للحماية المدنية للعلامة التجارية من خلال إقرار الحق في التعويض بالإضافة إلى وقف الاعتداء عن طريق اتخاذ تدابير تحفظية وتدابير مؤقتة لحمايتها، كما تطرقنا للحماية المدنية للعلامات التجارية في الاتفاقيات الدولية، والتي أعطت العلامات أهمية كبيرة نظرا لما تمثله في الحياة الاقتصادية، من علامات لتمييز المنتوجات والخدمات عن غيرها.

توصلنا إلى جملة من النتائج والتوصيات والمقترحات المتعلقة بالحماية المدنية في القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية للعلامة التجارية :

**النتائج :**

- ترتب على انفتاح الاقتصاد الوطني على الاقتصاد العالمي كثرة السلع والخدمات المعروضة على المستهلكين بالإضافة إلى تشبهها من حيث الشكل والغرض مع وجود اختلاف من حيث الجودة والنوعية، ما يحتم اعتماد علامة تجارية للتمييز والتفرقة بين

مختلف السلع، وقد يحصل ان تكون العلامة التجارية ذات نوعية جيدة للاستغلال من قبل عون اقتصادي اخر بهدف الترويج لمنتجاته تحت علامة تجارية لغيره.

- العلامة التجارية تتعدد أشكالها وصورها بالنظر للهدف منها وطريقة تخطيطها الا انها تندرج تحت العلامة التجارية.
- تتمتع العلامات التجارية بحماية مدنية وفق القواعد العامة بالإضافة الى قواعد خاصة من خلال إقرار حق صاحب العلامة التجارية في التعويض عن الاضرار التي تعرض لها،
- امكانية حماية العلامة التجارية عن طريق التدابير المؤقتة والاجراءات التحفظية لمنع وقوع الضرر أو للحد منه في حال الاعتداء على العلامة التجارية.
- تسعى الاتفاقيات الدولية المعنية بحقوق الملكية الفكرية إلى توفير الحماية الدولية للعلامات التجارية مع تبني بعض احكامها في القوانين الوطنية للدول المنضمة لها.

**التوصيات والمقترحات:**

- ضرورة تطوير القواعد القانونية الوطنية المتعلقة بمنظمة للعلامة التجارية وتوحيدها مع الاتفاقيات الدولية بشكل يضمن حماية العلامة التجارية الوطنية في مختلف دول العالم،
- العمل على إنشاء قضاء متخصص بحقوق الملكية الفكرية والبت في المنازعات المتعلقة بها، ومنها منازعات العلامة التجارية المملوكة لمؤسسات التعليم العالي.
- تطبيق الاتفاقيات الدولية بشكل كامل الا ما يتنافى مع السيادة الوطنية أو يمس الامن والنظام العام للدولة.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع :

### أولا : الكتب :


1- حنان أوشن : الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016، عمان الاردن.

2- خالد محمد سيد إمام : الحق في الاسم التجاري دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، 2016، مصر.

3- سائد أحمد الخولي : الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، القاهرة مصر.

4- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن : الثغرات وبنود الاستثناءات في ظل اتفاقية التريبس، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، بدون طبعة، 2016، مصر.

5- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن : المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، بدون طبعة، 2015، مصر.

6- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ماضي : التنظيم القانوني للملكية الفكرية دراسة مقارنة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، 2015، مصر.

7- عبد الله حميد سليمان الغويري : العلامة التجارية وحمايتها (العلامة المشهورة وحمايتها)، الطبعة الثانية، دار الفلاح للنشر والتوزيع، طبعة 2008، الأردن.


### باللغة الأجنبية :


1- georges Lewi et Lacoeuilhe Jérome : Branding management La marque, de l'idée à l'action, Pearson Education, 2e edition, 2007, paris France,

## ثانيا : المذكرات والرسائل الجامعية والأطروحات :

1- العيد عامر : ملكية العلامة التجارية وطرق حمايتها، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2007/2006.

2- إيناس مازن فتحي الجبارين : الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010.

3- سامية بساعد : حماية العلامات التجارية في أمر 03-06 ومدى تطابقه مع أحكام اتفاقية التربس، مذكرة ماجستير في الحقوق فرع الملكية الفكرية، بن عكنون، جامعة الجزائر، الجزائر، 2009/2008.

4- سميحة لعجال : جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر تخصص قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017/2016.

5- عبد القادر سبتي : تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه علوم في القانون الخاص، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2017/2016.

6- فضيلة الوافي : دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، تخصص ملكية فكرية، جامعة باتنة 1، باتنة 2016/2015.

7- لياس آيت شعلال : حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة ماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015.

8- مبارك محمود محمد عبد الحميد : العلامة التجارية وطرق حمايتها، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، 2006.

## ثالثا : أبحاث علمية :

**1-** الصغير حسام الدين : الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، أكتوبر 2004، المعهد الوطني للمكية الصناعية فرنسا.

**2**- رمزي حوحو، كاهنة زواوي : التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، العدد الخامس مارس 2008، جامعة محمد خيضر، 2018، بسكرة.

**3**-سارة بن صالح : جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الخامس عشر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، جوان 2016، الجزائر.

**4**- عبد الوهاب عبدالله أحمد المعمري : الحماية القانونية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي في القانون اليمني والاتفاقيات الدولية، مجلة الشريعة والقانون، المجلد 19، العدد 1، سنة 2013، اليمن.

## رابعا : اجتهادات قضائية :

1- ملف رقم 627126 قرار بتاريخ 2010/06/03، مجلة المحكمة العليا، العدد الثاني 2010، الجزائر.

2-ملف رقم 0907531 قرار بتاريخ 2014/02/27، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول 2014، الجزائر.

3-ملف رقم 0587468 قرار بتاريخ 2013/04/25، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول 2013، الجزائر.

4-قرار رقم 399796 صادر بتاريخ 2007/04/04، مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء صدور القانون والإجتهاد القضائي)، 2012، الجزائر.

5-قرار رقم 378916 صادر بتاريخ 2007/02/07، مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء صدور القانون والإجتهاد القضائي)، 2012، الجزائر.

6-قرار رقم 503313 الفاصل في قضية ( ق أ ) ضد : شركة كريسفو التيلندية، مؤرخ في 2009/04/01، مجلة المحكمة العليا، (عدد خاص بالتقليد في ضوء صدور القانون والإجتهاد القضائي)، 2012، الجزائر.

## خامسا : القوانين :

### 1 / الإتفاقيات الدولية :

1- الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس TRIPS 1994م، أنشئت بمراكش بالمغرب عام 1994 على اثر جولة المفاوضات بالأروجواي.

2- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 وواشنطن في 02 يونيو 1911، ولاهاي في 7 نوفمبر 1925 ولندن في 2 يونيو 1934 ولشبونة في 31 أكتوبر 1958 واستكهولم في 14 يوليو 1967 والمنقحة في 28 سبتمبر 1979، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2003، جنيف سويسرا.

3- معاهدة قانون العلامات ولائحتها التنفيذية، نص محرر في جنيف في 27 أكتوبر/ تشرين الأول 1994، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ويبو للنشر 2002، جنيف سويسرا.

4- اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات الصادر في 14 أفريل/ نيسان 1891، والمنقح في بروكسل في 14 ديسمبر 1900، وفي واشنطن في يونيه 1934، وفي نيس 15 يونيه 1957، وفي استوكهولم 14 يوليه 1967، والمعدل في 28 سبتمبر 1989.

### 2 / القانون :

1- قانون 08-09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر عدد 21، الصادرة في 23 ابريل سنة 2008 م.

**2-** قانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو سنة 2004 م.

## 3 / الأمر :

1- الأمر رقم 03-07 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق ببراءات الاختراع، ج ر عدد 44، الصادرة في 23 يوليو سنة 2003 م.
2- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، الصادرة في 23 يوليو سنة 2003 م.
3- الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 الذي يتضمن القانون التجاري، ج ر عدد 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم،
4- الأمر رقم 75-02، المؤرخ في 09 جانفي 1975، المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883، والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 20 يونيو 1911 ولاهاي في 06 نوفمبر 1925، ولندن في 20 يونيو 1934، ولشبونة في 31 أكتوبر 1958، واستوكهلم في 14 يوليو 1967، ج ر عدد 10، المؤرخة في 04 فيفري 1975.
5- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966، ويتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.
6- الأمر رقم 66 – 57 مؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر عدد 23، الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966.

## 5 / المراسيم الرئاسية :

**1-** مرسوم الرئاسي رقم 13-420 المؤرخ في 15 ديسمبر 2013 يتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى بروتوكول اتفاق مدريد المعتمد في 27 يونيو سنة 1989، المعدل في 2006/10/03 وفي 12 نوفمبر 2007، ج ر عدد 21 الصادرة في 26 أبريل 2015.

## 6 / المراسيم التنفيذية :

**1-** المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1426 الموافق 2 غشت سنة 2005، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54، الصادرة في 7 غشت 2005 م

## 7 / المواقع الإلكترونية :

المنظمة العالمية للملكية الفكرية https://www.wipo.int

# الفهرس

| | | |
|---|---|---|
| البسملة | | |
| شكر | | |
| إهداء | | |
| مقدمة | | 01 |
| الفصل الأول | الاطار المفاهيمي للعلامة التجارية | 05 |
| المبحث الأول | مفهوم العلامة التجارية | 07 |
| المطلب الأول | المقصود بالعلامة التجارية | 07 |
| الفرع الأول | تعريف العلامة التجارية | 07 |
| أولا | تعريف العلامة التجارية لغة | 07 |
| ثانيا | تعريف العلامة التجارية فقها | 08 |
| ثالثا | تعريف العلامة التجارية قانونا | 08 |
| الفرع الثاني | تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المشابهة لها | 10 |
| أولا | تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري | 10 |
| ثانيا | تمييز العلامة عن العنوان التجاري | 11 |
| ثالثا | تمييز العلامة عن البراءة والرسم والنموذج الصناعي | 11 |
| رابعا | تمييز العلامة عن تسميات المنشأ | 12 |
| المطلب الثاني | أنواع وأشكال العلامة التجارية | 13 |
| الفرع الأول | أنواع العلامة التجارية | 13 |
| أولا | علامات الصنع والعلامات التجارية وعلامات الخدمة | 13 |
| ثانيا | العلامات الفردية والعلامات الجماعية | 15 |
| ثالثا | العلامات الشفوية والعلامات الشكلية والعلامات اللامادية | 18 |
| رابعا | التقسيم الرابع العلامات البسيطة والعلامات المركبة | 18 |
| خامسا | التقسيم الخامس العلامات المشهورة | 18 |
| الفرع الثاني | أشكال العلامة التجارية | 20 |
| أولا | العلامات الاسمية | 20 |
| ثانيا | العلامة التصويرية (الشكلية) | 20 |
| المبحث الثاني | شروط وأحكام إكتساب الحق في العلامة | 21 |
| المطلب الأول | شروط إكتساب الحق في العلامة | 21 |

| | | |
|---|---|---|
| الفرع الأول | الشروط الموضوعية للعلامة التجارية | 21 |
| أولا | شرط صفة المميزة – أن تكون العلامة مميزة فارقة | 22 |
| ثانيا | شرط الجدة – أن تكون العلامة جديدة | 23 |
| ثالثا | شرط المشروعية، أن لا تكون العلامة مخالفة للآداب العامة والنظام العام مشروعة | 24 |
| الفرع الثاني | الشروط الشكلية للعلامة التجارية | 25 |
| أولا | إيداع طلب التسجيل | 26 |
| ثانيا | فحص الإيداع | 27 |
| ثالثا | التسجيل | 27 |
| رابعا | النشر | 29 |
| المطلب الثاني | آثار تسجيل العلامة التجارية | 28 |
| الفرع الأول | احتكار استغلال العلامة التجارية | 30 |
| الفرع الثاني | حق التصرف في العلامة التجارية | 30 |
| أولا | انتقال الحق في العلامة التجارية | 31 |
| ثانيا | رهن العلامة التجارية | 32 |
| ثالثا | رخصة استغلال العلامة التجارية | 33 |
| الفصل الثاني | آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية | 35 |
| المبحث الأول | الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري | 37 |
| المطلب الأول | دعوى التعويض في مواجهة الاعتداء على العلامة التجارية | 37 |
| الفرع الأول | الاساس القانوني لدعوى التعويض | 38 |
| الفرع الثاني | آثار دعوى المسؤولية المدنية | 41 |
| أولا | وقف الاعتداء الواقع على العلامة التجارية | 42 |
| ثانيا | التعويض عن الاعتداء على العلامة التجارية | 43 |
| ثالثا | ابطال تسجيل العلامة التجارية | 45 |
| المطلب الثاني | دعوى المنافسة غير المشروعة | 49 |
| الفرع الأول | الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة | 49 |
| الفرع الثاني | آثار دعوى المنافسة غير المشروعة | 52 |

| | | |
|---|---|---|
| أولا | التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة | 52 |
| ثانيا | وقف الأعمال في دعوى المنافسة غير المشروعة | 53 |
| المبحث الثاني | الحماية الدولية للعلامة التجارية | 54 |
| المطلب الأول | مضمون الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامات التجارية | 54 |
| الفرع الأول | اتفاقية باريس | 54 |
| الفرع الثاني | اتفاقية التريبس | 57 |
| الفرع الثالث | اتفاقية مدريد | 58 |
| المطلب الثاني | الحماية التي توفرها الاتفاقيات الدولية للعلامات التجارية | 60 |
| الفرع الأول | تسوية المنازعات في اتفاقية باريس | 60 |
| الفرع الثاني | الجزاءات في اتفاقية التربس | 60 |
| الخاتمة | | 64 |
| قائمة المراجع | | 67 |
| الفهرس | | 74 |