

جامعة عمار ثليجي الاغواط
كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

والموسومة بـ:

حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري

مذكرة تخرج ضمن مقتضيات نيل شهادة الماستر

تخصص: قانون اعمال

إشراف الدكتورة :

قوق ام الخير

إعداد الطالبة:

مكحل خيرة

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	د. شايقة بديعة
مشرفا ومقررا	د. قوق ام الخير
ممتحنا	د. بوديسة مصطفى

السنة الجامعية: 2026/2025

كلمة شكر

الحمد لله الذي علم الإنسان ما لم يعلم ، نشكركم ونحمده
على أنله أعاننا و بصر لنا السبيل حنّه
فر عنا بكمه ونوفيقه من إتمام هبنا العمل العله ، الذي
بعب نمره ججهنا وججه العبه من ساعهونا .
بشرفنا أن ننقهم بالشكر والعرفان إلى كل من مدّ يده
المساعده وسأهم من قريب أو من بعيد في إنجازه ، ونحضر
بالذكر الأسانيد المشرفة فوق أمر الكبر ، بدون أن ننسى
فضل أبنائنا على ما قدموه لنا طيلة مشوارنا الجامعي

محل خبرة

مقدمة

تحتل العلامة التجارية مكانة محورية ضمن منظومة الملكية الصناعية، باعتبارها وسيلة قانونية واقتصادية تهدف إلى تمييز المنتجات والسلع والخدمات عن مثيلاتها، وتمكين المستهلك من التعرف على مصدرها وضمان جودتها، كما تعد أداة أساسية في بناء السمعة التجارية للمؤسسات وتعزيز قدرتها التنافسية داخل الأسواق الوطنية والدولية، فالعلامة لم تعد مجرد رمز أو إشارة توضع على المنتجات، وإنما أصبحت قيمة اقتصادية قائمة بذاتها، يمكن أن تمثل جزءاً مهماً من رأس مال المؤسسة ووسيلة لجذب المستهلكين والمحافظة على ولائهم.

وقد أدى التطور الكبير في المبادلات التجارية والانفتاح الاقتصادي وانتشار التجارة الإلكترونية إلى ظهور العديد من الاعتداءات التي تهدد العلامات التجارية، وعلى رأسها التقليد والتزوير والاستعمال غير المشروع، وهي أفعال لا تقتصر آثارها على الإضرار بصاحب العلامة فحسب، وإنما تمتد إلى الإضرار بالمستهلك وبالاقتصاد الوطني من خلال الإخلال بقواعد المنافسة المشروعة وانتشار منتجات مجهولة المصدر أو غير مطابقة للمواصفات، ومن ثم أصبحت حماية العلامة التجارية ضرورة قانونية واقتصادية تستوجب تدخل المشرع لوضع نظام متكامل يضمن لصاحب الحق إمكانية الدفاع عن علامته ورد الاعتداءات الواقعة عليها.

وفي هذا الإطار، أولى المشرع الجزائري أهمية خاصة لحماية العلامات التجارية من خلال تنظيمها بموجب الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، الذي وضع الإطار القانوني لاكتساب الحق في العلامة وشروط حمايتها وإجراءات تسجيلها، حيث جعل التسجيل أساساً لاكتساب الحق فيها، وأناط مهمة تسجيلها بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، كما أقر مجموعة من الوسائل القانونية لحمايتها، سواء من خلال الحماية المدنية القائمة على التدابير الوقائية والدعاوى القضائية، أو من خلال الحماية الجزائية التي تستهدف ردع مختلف صور الاعتداء عليها .

وتبرز أهمية دراسة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية من الناحية العلمية في كونه يتناول أحد أهم موضوعات القانون التجاري والملكية الفكرية، لما يثيره من إشكالات تتعلق بمدى فعالية القواعد القانونية في توفير حماية حقيقية للعلامة التجارية، وتحقيق التوازن بين حماية حقوق أصحاب العلامات من جهة، وضمان حرية المنافسة والمصلحة العامة من جهة أخرى، كما تتجلى أهميته العملية في ارتباطه المباشر بالواقع الاقتصادي، خاصة في ظل تزايد ظاهرة التقليد والقرصنة التجارية وما تسببه من خسائر اقتصادية وتشويه للمنتجات الوطنية.

أما أهداف الدراسة فتتمثل أساساً في بيان الإطار المفاهيمي والقانوني للعلامة التجارية، وتحديد شروط اكتسابها للحماية، وتحليل مختلف الآليات القانونية التي اعتمدها المشرع الجزائري لحمايتها، سواء كانت مدنية أو جزائية أو إجرائية، مع الوقوف على مدى كفاية هذه الوسائل في مواجهة الاعتداءات الحديثة التي تستهدف العلامات التجارية، كما تهدف الدراسة إلى إبراز النقائص التي قد تعيق فعالية

مقدمة

الحماية القانونية واقتراح بعض الحلول التي من شأنها تعزيز مكانة العلامة التجارية داخل المنظومة القانونية الوطنية.

وترجع أسباب اختيار هذا الموضوع إلى اعتبارات موضوعية تتمثل في الأهمية المتزايدة التي أصبحت تحظى بها العلامة التجارية باعتبارها عنصراً أساسياً في النشاط الاقتصادي، إضافة إلى انتشار ظاهرة تقليد العلامات التجارية وما تثيره من إشكالات قانونية وقضائية. كما يعود الاختيار إلى الرغبة في دراسة مدى قدرة التشريع الجزائري على مواكبة التطورات الاقتصادية والتكنولوجية التي فرضت تحديات جديدة في مجال حماية حقوق الملكية الصناعية.

وقد واجهت هذه الدراسة مجموعة من الصعوبات، من أبرزها تشعب النصوص القانونية المنظمة للعلامة التجارية وتوزع أحكام حمايتها بين عدة قوانين، إضافة إلى التطور المستمر لوسائل الاعتداء على العلامات، مما يجعل مواكبة الوسائل القانونية لمختلف صور التعدي أمراً معقداً. كما أن محدودية الاجتهاد القضائي المنشور في بعض جوانب الموضوع شكلت صعوبة في تقييم التطبيق العملي للنصوص القانونية.

وانطلاقاً من أهمية الموضوع والإشكالات التي يثيرها، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:
إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في توفير حماية قانونية فعالة للعلامة التجارية في مواجهة مختلف صور الاعتداء عليها مع حماية حقوق أصحاب العلامات وتحقيق التوازن بين المصالح المتعارضة؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال عرض المفاهيم القانونية المتعلقة بالعلامة التجارية وبيان خصائصها وأنواعها وشروط حمايتها، كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية المنظمة للعلامات التجارية، خاصة أحكام الأمر رقم 06-03، وبيان مدى فعاليتها في توفير الحماية المطلوبة، إضافة إلى الاستعانة بالمنهج المقارن كلما اقتضت الضرورة ذلك للاستفادة من بعض التجارب التشريعية المقارنة.

ولمعالجة الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى فصل تمهيدي وفصلين أساسيين:

تطرقنا في الفصل التمهيدي الذي يحمل عنوان ماهية العلامة التجارية الى ماهية العلامة التجارية من خلال بحثين المبحث الأول، نبرز فيه مفهوم العلامة، وأنواع العلامة التي خصها المشرع بالحماية، أما المبحث الثاني نبرز فيه انواع العلامة التجارية الشروط الواجب توافرها لحمايتها.

أما الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية، وقد تم تخصيصه لدراسة الوسائل المدنية التي أقرها المشرع لحماية العلامة التجارية، حيث تناول المبحث الأول الحماية الإجرائية للعلامة التجارية من خلال دراسة التدابير المؤقتة والإجراءات الحدودية باعتبارها وسائل وقائية تهدف إلى منع استمرار الاعتداء أو الحد من آثاره، أما المبحث الثاني فقد خصص لدراسة الحماية العلاجية من خلال الدعاوى المدنية المقررة لصاحب العلامة للمطالبة بوقف الاعتداء والتعويض عن الأضرار الناتجة عنه.

أما الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية فقد خصص لدراسة تدخل القانون الجزائي في حماية العلامة التجارية، من خلال بيان صور الجرائم الواقعة عليها، وأركانها القانونية، والعقوبات المقررة لها، ومدى مساهمة السياسة الجنائية في ردع التقليد والاستعمال غير المشروع للعلامات التجارية.

فصل تمهيدى:

ماهية العلامة التجارية

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

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

وسنحاول من خلال هذا الفصل التمهيدي بيان ماهية العلامة التجارية من خلال مبحثين المبحث الأول، نبرز فيه مفهوم العلامة، وأنواع العلامة التي خصها المشرع بالحماية، أما المبحث الثاني نبرز فيه أنواع العلامة التجارية الشروط الواجب توافرها لحمايتها.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

نظم المشرع الجزائري العلامة التجارية بموجب الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، حدد فيه كيفية اكتسابها وحمايتها، وكذا المرسوم التنفيذي 05-277 المؤرخ في 02/08/2005 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، حيث تطرقنا في الفصل التمهيدي إلى تعريف العلامة التجارية، وإبراز مختلف أنواعها وأشكالها، وكذا تمييزها عما يشابهها من المصطلحات التجارية.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

نظرا للأهمية الكبيرة التي تحتلها العلامة التجارية من بين عناصر الملكية الصناعية والتجارية، لاسيما بعد التطور الكبير الذي شهدته التجارة، وظهور مجالات أخرى أصبح استخدام العلامة فيها ضروريا كمجال تقديم الخدمات¹، وقد اهتمت مختلف الاتفاقات والدراسات الفقهية بإيجاد تعريف لها يساير التطور الذي عرفته، وسنتطرق من خلال هذا العنصر لتعريف العلامة التجارية اللغوي ثم التشريعي والفقه.

الفرع الأول : التعريف اللغوي

تعرف العلامة لغة على أنها: "كل أثر في الشيء للدلالة عليه وتمييزه عن غيره، وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، ومثال ذلك: علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها"؛ ويقال: "المعلم من العلامة، أي الأثر الذي يستدل به على الطريق، وما يعلم به الشيء وما ينصب في الطريق فيستهدى به"².

الفرع الثاني : التعريف التشريعي للعلامة التجارية.

عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية في المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على أنها "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص، والأحرف، والأرقام، والرسومات، والصور، الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز السلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"³.

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

² ناصر عبد الحليم السلامة، **الحماية الجزائية للعلامات التجارية: دراسة تحليلية مقارنة وفقا لأحداث التشريعات العربية**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 14.

³ المادة 03 من الأمر 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، والمتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، العدد 44.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

وعرفها المشرع الفرنسي على أنها " : علامة الصنع أو التجارة أو الخدمة، وهي رمز قابل للتمثيل الخطي تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما طبيعي كان أو معنوي.¹

الفرع الثالث: التعريف الفقهي للعلامة التجارية.

أورد الفقهاء عدة تعريفات للعلامة التجارية، فقد عرفت سميحة القليوبي بأنها " كل إشارة أو دلالة مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها أو الخدمات التي يقدمها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع والخدمات المماثلة.² وقد عرفت فرحة زراوي صالح بأنها " السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري فتكون علامة تجارية، أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها فهي علامة مصنع، وذلك قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق، كما يمكن أن تكون السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات، لتشخيص الخدمات المقدمة وفي هذه الحالة تسمى علامة خدمة.³ ويرى جانب من الفقه على أنها "تعتبر العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة، بين التجار والمنتجين وأرباب الصناعات والخدمات بهدف جذب العملاء والجمهور المستهلكين إلى من يفضلونه من سلع أو خدمات أو منتجات، وذلك عن طريق تعريفهم بها وبيان خصائصها، وإبراز جودتها بما يميزها عن غيرها من مثيلاتها .

المطلب الثاني : تمييز العلامة التجارية عن بعض المصطلحات المشابهة لها

تتشابه العلامة مع العديد من التسميات والمصطلحات التجارية الأمر الذي قد يؤدي إلى الخلط بينهم، وهو ما يستدعي تمييزها لإزالة اللبس.

الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن بعض التسميات التجارية

إذا كانت العلامة إشارة أو لتمييز السلع والخدمات عن بعضها، فهي قد تتشابه مع بعض التسميات والشارات التجارية الأخرى، والتي تنصب وظائفها في التمييز، وحماية المستهلك من الغش، وعليه سنحاول تمييز العلامة عن هذه التسميات التجارية المشابهة لها.

أولا : العلامة التجارية والاسم التجاري

إن العلامة التجارية هي كل رمز (قابل للتمثيل الخطي) يستعمل من أجل تمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره؛ أما الاسم التجاري فهو العبارة التي يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات المماثلة له. فدوره مميز كما هو الحال في العلامة.

¹ المادة 01-711، القانون 92-597، المؤرخ في 01 جويلية 1992، المتضمن قانون الملكية الفكرية الفرنسي، الجريدة الرسمية عدد 153 الصادرة في 03 جويلية 1992.

² سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة السادسة، 2006، ص448.

³ جبال فوزية وداود محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية ، تخصص قانون أعمال ، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2017/2018، ص6.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

وقد أشار إليه المشرع في المادة الثانية من الأمر رقم 06-03 بأنه: "التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة"، وعليه فالعلامة تستخدم لتمييز المنتجات والخدمات والاسم التجاري يستخدم لتمييز المحلات التجارية، ورغم أن كليهما من العناصر المعنوية للمحل التجاري، إلا أنه لا يمكن التصرف في الاسم التجاري مستقلاً عن المحل التجاري، وفقاً للمادة 78 الفقرة 2 من القانون التجاري 75-59 المعدل والمتمم¹.

بينما يمكن التصرف في العلامة بصورة مستقلة عنه، كما أن صاحب المحل لا يجوز له اتخاذ أكثر من اسم لمحله في حين يمكنه استخدام عدة علامات تجارية.

ثانياً: تمييز العلامة عن العنوان التجاري

يتمثل العنوان التجاري في التسمية المبتكرة أو العلامة المميزة أو الرمز الذي يضعه التاجر على واجهة محله التجاري حتى يميزه عن غيره من المحال التجارية المماثلة مثل " الصالون الأخضر"، " سينما إيدوغ"، " مقهى السلام"².

والعلامة التجارية تختلف عن العنوان التجاري، باعتبار هذا الأخير تسمية مبتكرة يطلقها التاجر على متجره، لتمييزه عن المتاجر الأخرى التي تمارس نفس النشاط، وهو بذلك يختلف عن الاسم التجاري الذي يمكن أن يتضمن الاسم المدني للتاجر دون أن يتضمن على تسمية مبتكرة³. رغم أن المشرع أعطى للعنوان التجاري نفس مفهوم الاسم التجاري، إلا أنهما يختلفان في أن الاسم التجاري يستمد من الاسم الشخصي للتاجر، في حين أن العنوان التجاري يكون مبتكر من عبارات أو رموز⁴.

الفرع الثاني : تمييز العلامة عن باقي عناصر الملكية الصناعية

رغم أن العلامة التجارية هي عنصر من عناصر الملكية الصناعية، غير أنها قد تختلف في مفهومها عن باقي العناصر الملكية الصناعية الأخرى المتمثلة في كل من براءة الاختراع وتسمية المنشأ والرسوم والنماذج الصناعية.

أولاً : تمييز العلامة عن براءات الاختراع.

عرف المشرع الجزائري الاختراع في المادة 02 الفقرة 01 من الأمر 03-07 بأنها "فكرة لمخترع، تسمح عملياً بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية، كما عرف براءة الاختراع بأنها " وثيقة تسلم لحماية اختراع¹.

¹ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص58.

² المادة 03 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، العدد 44.

³ صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص58.

⁴ المادة 03 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والمشار إليه سابقاً

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

فبراءة الاختراع هي وثيقة تسلم من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لمخترع استجابة لطلبه لحماية اختراعه أي فكرته التي تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية.² وأوجب المشرع أن تتوفر في الاختراعات عدة شروط حتى تستفيد من براءة الاختراع، ومن ثم الاستفادة بالحماية القانونية، فأشترط أن تكون الاختراعات جديدة وناجمة عن نشاط اختراعي وقابلة للتطبيق الصناعي، شريطة أن لا تكون ممنوعة أو مخالفة للنظام العام أو مضرّة بصحة الإنسان أو الحيوان أو بالبيئة، حيث يمكن أن يتضمن الاختراع منتوجا أو طريقة.³ إذا كان الحق في البراءة حق مطلق، يخول لصاحبه احتكا واستئثار الاختراع في مواجهة الكافة احتكارا كاملا، فإن الحق في العلامة هو حق نسبي، يخول لصاحبه حق احتكارها فقط في مواجهة من يزاولون نشاطا مماثلا لنشاطه، في حين أن الحق في كل من البراءة والعلامة هم حقان مؤقتان، من حيث تحديد مدتها من طرف المشرع.⁴

ثانيا :العلامة التجارية والتسميات المنشأة.

عرفت المادة الأولى من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ، تسمية المنشأ بأنها: "الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتوجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية".⁵

- 1) تختلف العلامة التجارية عن تسمية المنشأ بأنها غير مرتبطة بالمنطقة الجغرافية، فالعلامة التجارية تخص إنتاج أو تجارة أو خدمة في حين أن تسمية المنشأ تخص منطقة معينة.
- 2) تتمتع بخصوصية في عواملها الطبيعية أو البشرية عن غيرها من المناطق المياه المعدنية سعيدة.
- 3) تتخذ العلامة سواء كانت تجارية أو صناعية أو خدمة شكلا أو رسما أو صورة أو تسمية عامة أو خاصة، بينما تسميات المنشأ تخص إنتاج معين، خاص بمنطقة معينة دون غيرها.
- 4) العلامة ملك لشخص غير أن تسميات المنشأ فهي ملك لكل الأشخاص مكونة علاقة بين منتجاتهم واسم المنشأ مع مكان المعني.

¹ المادة 02 الفقرة الأولى من الأمر 03-07 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية الصادرة في 2003، العدد 44.

² جبال فوزية وداود محمد، مرجع سابق، ص 06.

³ المادة 03 والمادة 08 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع المشار إليه سابقا.

⁴ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 55.

⁵ الأمر 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 1976، العدد 59.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

ثالثا: العلامة التجارية والرسم والنموذج الصناعي.

يقصد بالرسوم الصناعية بأنها كل ترتيب وتنسيق للخطوط بطريقة معينة ومبتكرة تكسب السلع رونقا جميلا، فهي عبارة عن القالب الخارجي الجديد الذي تظهر فيه المنتجات فتعطي لها صفة الجاذبية والجمال مثل الرسوم الخاصة بالسجاد والأواني الفخارية وقد عرفها المشرع في المادة الأولى من الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية بأنها " كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعات التقليدية.¹

أما النماذج الصناعية فيقصد بها "كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي.²

كما هو الحال في صناعة قوالب الأحذية وهياكل السيارات وزجاجات العطور وغيرها.³ ويمكن الإشارة كذلك بأن العلامات، تشترك مع الرسوم والنماذج الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية عن بعضها البعض، فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة في تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها.⁴

¹ المادة الأولى فقرة 01 من الأمر 66-86 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية الصادرة في 13 مايو 1966، العدد 35.

² المادة الأولى فقرة 02 مكن الأمر 66-86 المتعلق بالرسوم والنماذج، المشار إليه سابقا.

³ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 56.

⁴ نوري محمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية-الملكية الصناعية، ط 01، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005، ص 17.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

المبحث الثاني: أنواع العلامات التجارية وشروط حمايتها.

صنف المشرع الجزائري العلامة التجارية في الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات وذلك حسب طبيعة النشاط التجاري، كما حدد الشروط الموضوعية التي تخص العلامة في حد ذاتها، ومنها الشكلية التي تخص الإجراءات والشكليات التي يجب إتباعها لتسجيلها لكي تحظى بالحماية القانونية.

المطلب الأول: أنواع العلامات التجارية

إن العلامة التجارية هي كل إشارة أو ميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعته أو منتجاته أو خدماته عن غيرها، وبالتالي فإن طبيعة نشاط العلامة التجارية يمكن أن تكون إما تجارية أو صناعية أو خدماتية.

الفرع الأول: العلامة الصناعية

يقصد بها العلامة التي يضعها الصانع أو المنتج على السلع التي ينتجها أو يقوم بصناعتها، وذلك لتمييزها عن مثيلاتها من السلع الأخرى، ويهدف إلى لفت إنتباه الجمهور إليها سواء كان المنتج أو المصنع يتولى تسويق وتوزيع السلع بنفسه، أو يقتصر على صناعتها فقط.¹ و العلامة الصناعية تشير لمصدر الإنتاج، وتعتبر إلزامية، ولو في حالة عدم تسويق المنتج لمنتجاته بنفسه.

الفرع الثاني: العلامة التجارية

هي وسيلة التجار والصناع لجلب الزبائن، فهي غالبا ما تقتن باسم التاجر الذي يستخدمها لتمييز منتجاته، كما تقتن من جهة أخرى بذهن المستهلك بمستوى معين فتخلق لديه الثقة والطمأنينة في تلك المنتجات التي يقتنيها، وتوفر عليه عناء الاختيار والبحث، وهي التي يستخدمها صاحب المحل التجاري، الذي يبيع تحت اسمه التجاري سلعا وبضائع معينة.²

الفرع الثالث: علامة الخدمة

عرف الفقه علامة الخدمة بأنها كل إشارة أو رمز يتخذ شعارا لتمييز منتجات منشأة تجارية أو صناعية، أو شعارا لتمييز الخدمات التي تقدمها منشأة معينة.³

¹ سلامي مبلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص43.

² حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، 2012، ص96.

³ نبيل محمد أحمد صبيح، حماية العلامة التجارية والصناعية في التشريع المصري واتفاقيات الجات، دون طبعة، القاهرة، دار النهضة العربية، 1999، ص25.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

فعلامة الخدمة تشير إلى خدمة أو خدمات مرتبطة أو غير مرتبطة بسلع أو بضائع فهي لا تظهر على هذه الأخيرة وإنما على الأشياء التي يستخدمها التاجر في أدائه للخدمة، مثل (خدمات البنوك، وشركات التأمين وشركات النظافة، وشركات النقل).

وقد عرف المشرع الجزائري الخدمة في المادة الأولى من الأمر 03-06 بأنها : « كل أداء له قيمة اقتصادية

كما عرفها في المادة الثانية من المرسوم 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش أنها : « كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له »¹.
ولقد أصبحت علامة الخدمة بموجب المادة الثالثة من الأمر 03-06 إجبارية : ((علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت عبر أنحاء التراب الوطني)).

المطلب الثاني: شروط حماية العلامات التجارية

إن العلامة التجارية لا يمكنها أن تحظى بالحماية القانونية وطنيا أو دوليا إلا إذا استوفت عدة شروط، منها الموضوعية التي تخص العلامة في حد ذاتها، ومنها الشكلية التي تخص الإجراءات والشكليات التي يجب إتباعها لتسجيلها، هذه الشروط حددها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، والمرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 المحدد لكيفيات تسجيل العلامة التجارية.

الفرع الأول : الشروط الموضوعية لحماية العلامة التجارية

يساير القانون الجزائري كافة الاتفاقيات الدولية، وعلى رأسها اتفاقية باريس لسنة 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية والتجارية، والتي تعتبر دستور دولي للملكية الفكرية، وكذا القوانين المقارنة على ضرورة توفر العلامة التجارية على شروط موضوعية معينة، كشرط التميز وشرط الجودة وشرط التمثيل الخطي، وشرط عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة.

أولا: أن تكون العلامة مميزة

حتى تستفيد العلامة من الحماية القانونية، يشترط أن يكون للعلامة طابعا مميزا لها، والحكمة من استلزامه هو تمييز المنتجات والسلع والخدمات عن غيرها من المنتجات والسلع والخدمات المشابهة له ومنع اختلاطها، والصفة المميزة لا نعني بها صفة الإبداع بل نقصد بها التمييز بمفهومه البسيط، الذي يمنع من الوقوع في الغلط والالتباس.²

¹ المادة 02، المرسوم التنفيذي 90-39، المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق ل 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 5.

² حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2011، ص 64.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

فالقانون الجزائري كان صريحا في هذا الصدد، حيث نصت المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على أن: "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي،... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره¹".

ثانيا : 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، ولكن يمكن أن نستشف ذلك من خلال المادة السابعة فقرة 09 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، والتي تنص على أنه " : تستثنى من التسجيل: - 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 قانونية²".

ثالثا: أن تكون العلامة مشروعة:

تقتضي القواعد العامة أن جميع التصرفات وكذا المعاملات بين الأفراد مهما كان نوعها لا تكون صحيحة ونافاذة إذا كانت مخالفة للنظام العام والآداب العامة³.

و يقصد بالمشروعية عدم مخالفة العلامة للنظام العام والآداب العامة أو ممنوعة قانونا، وانطلاقا من هذا المبدأ فقد أتجه المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية إلى منع تسجيل العلامة التجارية المكونة من الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة حيث نصت المادة 7 فقرة 4 منه " تستثنى من التسجيل... الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها⁴".

رابعا: أن تكون العلامة ذات تمثيل خطي

ورد هذا الشرط في نصي المادتين 2 و 7 من الأمر، 03-06 حيث جاء في المادة 2 الفقرة الأولى: "أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي..."، في حين نصت المادة 7 من نفس الأمر بأنه " : يستثنى من التسجيل الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 الفقرة الأولى ".

كما يعرف هذا الشرط بشرط الإدراك عن طريق البصر، فيقصد به أن العناصر التي يجوز أن تدخل في تركيب العلامة التجارية يلزم إظهارها بصورة مادية ملموسة بحيث تدرك بواسطة حاسة البصر،

¹ المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

² نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الطبعة الأولى، الجزائر، 2014.

³ المادة 97 من الأمر 75-58 المؤرخ في 26/09/1975، المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 101، المؤرخة في 19/12/1975، المعدل والمتمم.

⁴ المادة 07 الفقرة 06 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المشار إليه سابقا.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

فالعلامات المكونة من رموز أو إشارات غير مادية لا تصلح أن تكون علامة، كالعلامات التي تعتمد على الحواس كالسمع أو الشم، إذن فالإشكال يطرح عندما تكون العلامة صوتية أو متعلقة بحاسة الشم.

الفرع الثاني : الشروط الشكلية لحماية العلامة التجارية

لا تكفي الشروط الموضوعية وحدها حتى تتمتع بالحق في بالحماية القانونية، بل لا بد أن تتوفر كذلك فيها شروط شكلية، والمشرع الجزائري أخذ بالتسجيل المنشئ للحق في العلامة التجارية، وجاء ذلك واضحا بصريح نص المادة الخامسة من الأمر 03-06 التي جاء فيه أنه: " يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة." كما نصت المادة الرابعة من نفس الأمر على أنه : "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة"¹

أولا : المصلحة المختصة بتسجيل العلامة التجارية

حدد المشرع الجزائري الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية بالمادة الثانية الفقرة 6 من المرسوم 03-06 المتعلق بالعلامات حيث نصت بأن : " المصلحة المختصة : للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (I.N.A.P.I) والتي أنشأها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 1998/02/21 وحدد قانونه الأساسي.²

ويعتبر المعهد الوطني للملكية الصناعية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وتتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي.³

ثانيا : إجراءات تسجيل العلامة التجارية

ويقصد بها الإجراءات التي يجب إتباعها أمام الجهة المختصة لتسجيل العلامة، ومنها تصبح تتمتع بالحماية القانونية من طرف الدولة، وصالحة لتوظيفها تجاريا.

1- إيداع العلامة التجارية: يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة، وقد حددت إجراءاته بالمرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفية إيداع العلامات وتسجيلها، وبين المشرع بموجب المادة الثالثة منه أن إيداع طلب التسجيل يكون مباشرة لدى المصلحة المختصة، أو يرسل عن طريق البريد المضمون، أو أية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع.⁴

¹ المادة 04 الفقرة 05 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات المشار إليه سابقا.

² المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 1998/02/21 المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 11 الصادرة بتاريخ 2005/08/21، ص 11.

³ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 1998/02/21 المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 11، الصادرة في 2005/08/21.

⁴ المادة 03 من المرسوم التنفيذي 05-277، المؤرخ في 2005/08/02 المحدد لكيفية إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية العدد 54، الصادرة في 2005/08/07.

فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية

2- فحص العلامة التجارية: أوجب المشرع على المعهد بعد تلقيه طلب إيداع العلامة القيام بعملية فحص العلامة من حيث الشكل والمضمون.¹

بعد التحقق من المعهد من الفحص الشكلي لطلب الإيداع يباشر بعدها الفحص الموضوعي، وهو ينصب على التحقق فيما إذا لم تكن العلامة المودعة مستثناة لسبب أو لأكثر من أسباب الرفض الواردة في المادة 7 من الأمر 03-06.²

3- تسجيل العلامة التجارية: يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، إذا تبين بعد الفحص، توفر العلامة على كافة الشروط الشكلية والموضوعية التي أقرها القانون، فإن المصلحة المختصة المتمثلة في المعهد المذكور أعلاه، تقوم بمسك سجل خاص معد لهذا الأمر تقيد فيه العلامات، وكافة العقود الأخرى التي نص عليها الأمر 03-06.³

4- تجديد العلامة التجارية: منح المشرع الجزائري لصاحب العلامة المنتهية صلاحيتها إمكانية تجديد طلب تسجيلها لفترات متتالية تقرب (10) سنوات، على أن لا يتضمن تعديل جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات، ويقدم الطلب إلى المعهد الوطني للملكية الصناعية في مهلة ستة أشهر قبل انقضاء التسجيل أو بعد ستة أشهر من انتهاء التسجيل كحد أقصى، مع إرفاقه بما يثبت استغلال العلامة خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل. غير أن المشرع الجزائري لم ينص على الجزاء المقرر في حالة عدم تقديم طلب التجديد في الآجال المقررة.⁴

¹ المواد 10 و 12 من المرسوم التنفيذي 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، المشار إليه سابقا.

² المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، نفس المصدر.

³ المادة 14 من المرسوم التنفيذي 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، نفس المصدر..

⁴ المادة 19 من المرسوم التنفيذي 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، نفس المصدر.

الفصل الأول:

الحماية المدنية للعلامة

التجارية.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

يُعدّ موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية من أهم الآليات القانونية التي أقرّها المشرّع الجزائري لضمان صيانة الحقوق المرتبطة بالملكية الصناعية، باعتبار العلامة التجارية أداة جوهرية لتمييز المنتجات والخدمات، وعنصرًا أساسيًا في تحقيق المنافسة المشروعة داخل السوق. ولا يقتصر دور العلامة على تحديد مصدر المنتج، بل يتجاوز ذلك ليشمل حماية ثقة المستهلك وتعزيز القيمة الاقتصادية والمعنوية للمؤسسة، الأمر الذي يستدعي توفير إطار قانوني فعال يكفل حمايتها من مختلف صور الاعتداء.

وقد أحاط المشرّع الجزائري العلامة التجارية بجملة من الوسائل القانونية ذات الطابع المدني، التي تتوزع بين حماية إجرائية تهدف إلى الوقاية من وقوع الاعتداء أو الحد من آثاره، وحماية علاجية ترمي إلى جبر الضرر الناتج عن التعدي ومساءلة المسؤول عنه. ففي جانبها الإجرائي، تبرز أهمية التدابير المؤقتة التي تُمكن صاحب الحق من التدخل العاجل لوقف الأفعال الضارة، إلى جانب الإجراءات الحدودية التي تساهم في منع دخول السلع المقلدة أو المزورة عبر الحدود الوطنية، بما يعزز من فعالية الحماية الاستباقية.

أما في جانبها العلاجي، فتتجلى الحماية المدنية من خلال الدعوى القضائية، سواء تعلق الأمر بدعوى المنافسة غير المشروعة التي تستند إلى الإخلال بقواعد المنافسة النزيهة، أو دعوى التعدي التي تُرفع على أساس المساس بحق الملكية الصناعية ذاته، وتُعدّ هذه الدعاوى وسائل أساسية لضمان التعويض عن الأضرار وردّ الاعتبار للحقوق المعتدى عليها.

وعليه، يهدف هذا الفصل إلى إبراز مختلف صور الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، من خلال تقسيمه إلى مبحثين: يُخصص الأول لدراسة الحماية الإجرائية، بينما يتناول الثاني الحماية العلاجية، بما يسمح بتقديم رؤية متكاملة حول فعالية الآليات القانونية المعتمدة في هذا المجال.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

المبحث الاول: الحماية الاجرائية للعلامة التجارية

أقرّ المشرّع جملة من الوسائل الإجرائية ذات الطابع الوقائي، تتقدّمها التدابير المؤقتة التي تهدف إلى وقف الأفعال الماسّة بالعلامة أو الحد من آثارها إلى حين الفصل في النزاع، فضلاً عن الإجراءات الحدودية التي تُمكن السلطات المختصة من اعتراض السلع المقلدة أو المزورة عند المنافذ الحدودية، حمايةً للسوق الوطنية ولمصالح أصحاب الحقوق.¹

وعليه، يتناول هذا المبحث مظاهر الحماية الإجرائية للعلامة التجارية من خلال دراسة التدابير المؤقتة كآلية قضائية استعجالية، ثم الإجراءات الحدودية كوسيلة إدارية وقائية، بما يبرز تكامل هذه الأدوات في تحقيق حماية فعّالة للعلامة التجارية.

المطلب الاول: حماية العلامة التجارية عن طريق التدابير المؤقتة

أقرّ المشرّع الجزائري جملة من التدابير الوقائية التي تهدف إلى توفير حماية فورية وفعّالة لصاحب العلامة، من خلال تمكينه من استصدار أوامر قضائية مستعجلة ترمي إلى وقف التعدي أو إثباته أو الحفاظ على الأدلة، وعليه، يقتضي تناول هذا المطلب التطرق في الفرع الاول إلى مفهوم التدابير المؤقتة، ثم بيان مضمون هذه التدابير وحالات بطلانها في إطار ما نظمته القانون الجزائري في الفرع الثاني.

الفرع الاول: مفهوم التدابير المؤقتة

نصت معظم التشريعات على حماية مؤقتة للعلامة التجارية في شكل إجراءات تحفظية، تهدف إلى وقف الاعتداء على العلامة التجارية وتجنب وقوع أضرار لا يمكن تعويضها لأن الأضرار التي تصيب الحق في العلامة التجارية لها خصوصيتها لأنها مرتبطة بالسمعة المعنوية للعلامة، لذا تم إقرار هذه الحماية التي لها أهمية بالغة في حماية العلامة وتجنب وقوع الأضرار، وأن هذه الحماية لها خصائص فهي تتخذ بشكل فوري وسريع (اولا) ويتم اتخاذ هذه الحماية المؤقتة للعلامة والمتمثلة في الإجراءات التحفظية إذا توافرت شروط معينة (ثانيا).

أولا المقصود بالتدابير المؤقتة وخصائصها

لفهم الإجراءات أو التدابير التحفظية، سنقدم تعريفا لهذه الإجراءات وتوضيحا لأهمية إقرار هذه الإجراءات.

1. تعريف التدابير المؤقتة: سعى العديد من الفقهاء لتقديم مفهوم للإجراءات التحفظية باعتبارها وسيلة لحماية العلامة التجارية بشكل مؤقت²، بعضهم عرف هذه الإجراءات بأنها تدابير وقائية يختص بها

¹ القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، اطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 201-202، ص 159.

² القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة الجزائر. المجلد 06، العدد 06، 2021، العدد الأول 1973، ص 813.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

القضاء المستعجل وتهدف إلى حماية مصالح طالب الإجراء من تأثير التأخير الناتج عن عدم كفاية الوسائل العادية للحماية، هناك أيضاً من يرون أن هذه التدابير تمثل دعماً قانونياً مُخصصاً لمالك العلامة التجارية، حيث تسمح له باتخاذ إجراءات سريعة للحفاظ على حقوقه، مثل منع التعدي على العلامة أو التصدي للبضائع المعتدى عليها، وكذلك حماية الأدلة المتعلقة بواقعة التعدي¹.

من هذا المنطلق، يمكن القول إن التدابير المؤقتة تُعد إجراءات عاجلة تُطبق بناءً على طلب مالك العلامة المتضرر، تُنفذ هذه التدابير عادةً قبل رفع الدعوى الأساسية لحماية الحق، بهدف تسهيل إثبات التعدي والضرر قبل فقدان الأدلة، وكذلك لمنع وقوع الاعتداء أو إيقافه إذا كان قد بدأ بالفعل. تشمل التدابير التحفظية حجز البضائع المقلدة والمعدات المستخدمة في التعدي، ويتم اتخاذها بشكل مؤقت حتى يتمكن المالك من السعي للحصول على قرار دائم من القضاء بشأن النزاع.²

2. أهمية التدابير المؤقتة: تشكل الإجراءات التحفظية أداة رئيسية لمالك العلامة التجارية، إذ تُمكنه من توثيق وقائع التعدي والضرر الواقع نتيجة التقليد، هذه الأدلة تُستخدم لاحقاً في الدعوى الرئيسية لإثبات حقه. الهدف من هذه الإجراءات لا يقتصر على تسهيل إثبات الحالة فحسب، بل يمتد إلى مواجهة التعدي بمنعه المستمر وحجز السلع المقلدة، فضلاً عن المعدات المستخدمة في التعدي.³

حرص المشرع على تمكين أصحاب العلامات من اتخاذ إجراءات الحجز التحفظي بهدف حماية الأدلة المرتبطة بالتعدي، بما يشمل الأدوات والسلع التي تحمل علامات مقلدة، ورغم أهمية الحجز التحفظي كوسيلة قانونية لجمع الأدلة والحفاظ عليها، إلا أنه ليس شرطاً ضرورياً لرفع الدعوى القضائية، بل يُعد وسيلة عملية يستفيد منها مالك العلامة لتأكيد وقوع التقليد.⁴

تبرز أهمية الإجراءات التحفظية في قدرتها على منع الاعتداء أو إيقافه بشكل مؤقت، إلى أن يتمكن صاحب العلامة من رفع الدعوى القضائية للحصول على قرار قضائي دائم، هذه الخطوة ضرورية لأن طول إجراءات التقاضي قد يتيح للمعتدي مواصلة الضرر قبل صدور حكم نهائي، علاوة على ذلك، تفيد التدابير المؤقتة المستهلكين بطريقة مباشرة؛ فهي تحميهم من شراء سلع تحمل علامات مزيفة قد تتسبب في أضرار غير قابلة للتعويض.⁵

¹ نورة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 103

² القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقاً للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 162.

³ سماح حسين علي، الحماية الإجرائية للعلامة التجارية مجلة العلوم الإنسانية جامعة بابل، المجلد 3 العدد 22، 2015، ص 04.

⁴ قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والإجتهد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والإجتهد القضائي، قسم الوثائق 2012، ص 62

⁵ القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقاً للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 163.

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

3. خصائص التدابير المؤقتة: تُعتبر الإجراءات التحفظية تدبيراً قضائياً يصدر عن قضاة مختصين، مما يمنحها صفة الأحكام القضائية¹، وتتبع خصائص هذه الإجراءات من الهدف الأساسي الذي تسعى لتحقيقه، وهو توفير حماية سريعة ومؤقتة للعلامة التجارية، فهي مؤقتة نظراً لارتباطها بفترة زمنية محددة، وقد تطلب تشريعات متعددة أن تُطرح الدعوى الرسمية خلال هذه الفترة لضمان صحة الإجراء التحفظي². ومن جهة أخرى هي إجراءات تقتضيها طبيعة الاعتداء على العلامة التجارية وحمايتها، فهذه الإجراءات تعتبر بمثابة حماية مؤقتة للعلامة من الاعتداء عليها، وذلك لحين لجوء مالك العلامة إلى القضاء ورفع دعوى قضائية مطالبا بالحصول على قرار دائم بمنع الاعتداء والفصل في موضوع النزاع. كما تتميز هذه الإجراءات بالفورية، نظراً لأهمية السرعة في التعامل مع حالات التعدي على العلامات التجارية، التي قد تتسبب بتبعات خطيرة إن لم يتم التصدي لها فوراً، بمجرد تقديم طلب للسلطات المختصة، تُنفذ تلك الإجراءات دون تأخير، هذه السرعة تضمن حماية حقوق المالك بشكل فعال عندما يكون الانتظار لتحريك دعوى قضائية غير ممكن بسبب طول الإجراءات³.

تسعى التدابير التحفظية إلى الحد من الأعمال التي تضر بحقوق المالك بأقصى سرعة ممكنة، خاصةً عندما تستغرق النزاعات التجارية وقتاً طويلاً أمام القضاء لذا منح المُشرع لأصحاب العلامات التجارية الحق باللجوء إلى قاضي الأمور المستعجلة لاتخاذ قرارات سريعة تمنع استمرار الضرر أو وقوعه⁴، وتتميز هذه الإجراءات بفاعليتها في حماية التجارة بأسواق محلية ودولية من اضطرابات محتملة نتيجة دخول منتجات مقلدة تبعث على التشويه وتضر بالمستهلكين وأصحاب العلامات التجارية على حد سواء⁵.

ثانياً: شروط التدابير المؤقتة

تتناول المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية الإجراءات القانونية التي تتيح لمالك العلامة حماية حقوقه في حالة وقوع تعدٍ أو استخدام غير قانوني لعلامته⁶.

1. اثبات تسجيل العلامة من طرف مالئها: نصت المادة 34 من الأمر رقم 03-06 على أنه يمكن لمالك العلامة، عبر أمر من رئيس المحكمة، طلب وصف دقيق للسلع التي يدعى أن وضع العلامة

¹ القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 814

² سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 6.

³ رمزي حوحو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، بسكرة، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، جامعة محمد خيضر، بدون سنة نشر ص 19.

⁴ زيرق عبد الرحمان، جعيرين بشير، حقوق الملكية الفكرية والاستثمار على ضوء القانون 22-18 المتعلق بالاستثمار، مجلة الدراسات القانونية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 9، العدد 1 جامعة عمار للجي، الأغواط،

الجزائر، 2023، ص 324

⁵ سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 7

⁶ القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 815.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

عليها ألحق به ضرراً، سواء كان ذلك مع الحجز أو بدونه، يتم إصدار هذا الأمر بناءً على تقديم إثبات تسجيل العلامة¹، لبدء هذه الإجراءات، يلتزم مالك العلامة بتقديم شهادة تسجيل العلامة التجارية كدليل على ملكيته لها، إذ يُعد هذا شرطاً أساسياً للاستفادة من الحماية المؤقتة. هذه الشهادة تُبرز وصفاً دقيقاً للعلامة، قائمة السلع المرتبطة بها، واسم مالك العلامة، مما يسهل على الجهات المختصة التأكد من صحة الطلب.

المشرع الجزائري شدد على أن الحماية المؤقتة تُمنح فقط لمن يملك شهادة تسجيل العلامة، دون أن تشمل الحالات التي تستند إلى الاستخدام فقط أو إلى الطلبات قيد التسجيل²، ومع ذلك، فإن العلامات التجارية المشهورة تُستثنى من شرط التسجيل، حيث يكفي أن تكون معروفة داخل الجزائر، كما هو منصوص عليه في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.³

2. الحاق الضرر بمالك العلامة: المادة 34 تلزم مالك العلامة بتقديم الدلائل على وقوع الضرر نتيجة التعدي على علامته⁴، يجب أن يثبت أن هناك أفعالاً اعتدائية أدت بالفعل إلى إلحاق الضرر بحقوقه، أو قد تلحق ضرراً وشيكاً يصعب تداركه فيما بعد، يساهم الخبير المُكلف بوصف وفحص السلع محل النزاع في توضيح طبيعة الأفعال المرتكبة ومدى الضرر الناجم عن التعدي، ويشمل ذلك فحص الوثائق، الفواتير، الآلات، الأغلفة، وحتى البضائع المستوردة.⁵

علاوة على ما سبق، يحق للقاضي أن يشترط من المدعي دفع كفالة مناسبة قبل إقرار الحجز التحفظي، وذلك لضمان تحقيق التوازن بين حقوق المدعي المدافع عن ملكيته الفكرية وحقوق الطرف

¹ إضافة الى المادة 34 من الامر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالعلامات، ج.ر العدد 32، المؤرخة في 23 جويلية 2003، والتي أكدت على ضرورة ان يقدم مالك العلامة ما يثبت تسجيل علامته، فقد نصت المادة 27 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على : "لا تعد الافعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها، غير أنه يمكن معاينة ومتابعة الاعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقصد المشتبه فيه. القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 816.

² القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 816.

³ الفقرة 8 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المشار إليه سابقاً.

⁴ ميثاق طالب الحسناوي، الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية ووسائل حمايتها، مجلة جامعة كربلاء العلمية كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد 15 العدد 2، 2017، ص 194.

⁵ ان اتخاذ الاجراءات التحفظية يتوقف على شرط الاستعجال والذي يعتبر شرطاً أساسياً نظراً لارتباطه الوثيق بالهدف المنتظر من الاجراءات التحفظية، والتي يطالب بها مالك العلامة لمواجهة الضرر الذي يلحق به نتيجة لوقوع خطر الاعتداء على العلامة، أي ان شرط الاستعجال يعني ان يكون هناك خطر يحتمل وقوعه او متوقع، وان يؤدي هذا الخطر الى إلحاق ضرر بمالك العلامة وهذا الضرر لا يمكن تداركه وتدارك نتائجه الضارة، كما لو غزت بضائع تحمل علامة مملوكة لشخص آخر الاسواق، هنا ستتأثر مبيعات هذا الأخير بالسلب، لأن هذه السلع تشارك مبيعاته في عمليات البيع، أو قد تكون تلك السلع سلعا . توعية رديئة فيمتنع المستهلك عن شراء السلع التي تحمل العلامة المتعدية، ففي كلتا الحالتين القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 816

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

المدعى عليه، هذه الكفالة تُعتبر ضماناً لتعويض المدعى عليه إذا تبين لاحقاً أن الادعاء غير صائب أو إذا كانت السلع المصادرة تحمل العلامة الأصلية.¹

3. دفع المدعى لكفالة لتوقيع الحجز التحفظي: لقد سعى المشرع الجزائري إلى توفير حماية قانونية متوازنة بين طرفي النزاع، سواء عبر إثبات تسجيل العلامة أو دفع الكفالة كوسيلة لتجنب أي أضرار قد تلحق بالأطراف جراء الإجراءات التحفظية. وفي نفس الوقت، أتاح استثناء خاصاً للعلامات المشهورة احتراماً لمكانتها وسمعتها بغض النظر عن تسجيلها الرسمي.²

الفرع الثاني: مضمون التدابير المؤقتة وبطلانها

يتم اتخاذ الإجراءات التحفظية كطريق الحماية العلامة التجارية من طرف المحكمة بناء على طلب المتضرر، وتتمحور هذه الإجراءات في إجراء وصف للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد، وفي إجراء حجز لهذه السلع المقلدة والأدوات (أولاً)، ويمكن إبطال هذه الإجراءات وتعويض المدعى عليه المتضرر منها (ثانياً).

أولاً : مضمون التدابير المؤقتة

نص المشرع الجزائري في المادة 34 المذكورة أعلاه على حق مالك العلامة التجارية المسجلة في طلب إجراء وصف دقيق للسلع أو البضائع التي يدّعي أن وضع العلامة عليها قد تسبب له بضرر. يتم ذلك بموجب إذن يصدره رئيس المحكمة المختصة بناءً على طلب محرر في عريضة، ويشمل الأمر إيقاع الحجز على تلك السلع أو الاكتفاء بوصفها فقط. لا يعتبر المحضر الناتج عن إجراء الوصف أو الحجز شرطاً مسبقاً لقبول الدعوى، حيث إن المادة 34 لم تنص بصيغة إلزامية على حتمية اتخاذ هذا الإجراء، تاركة الأمر لمالك العلامة الذي يملك حرية تقرير اللجوء إليه.³

تُتخذ الإجراءات التحفظية⁴ من قبل المحكمة بناءً على طلب المتضرر، إذا اقتنعت بوجود أسباب منطقية تبرر هذا الطلب¹، وفيما يلي شرح لكيفية تنفيذ إجراءات الوصف والحجز:.

¹ القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 816.

² للقاضي صلاحية أمر المدعى بتقديم ضمان أو كفالة معادلة بما يكفي لحماية المدعى عليه وتعويضه في. تبين أنه كان على حق وإبضا لمنع اساءة استخدام الاجراءات التحفظية. كنعان الاخمر، انفاذ حقوق الملكية الفكرية، القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 168.

³ القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 168.

⁴ تعتبر الآثار المترتبة على الاجراءات التحفظية مؤقتة او تنتهي بمجرد صدور حكم في الدعوى الموضوعية، مثل القرار المتعلق بالحراسة القضائية فهو ينقضي اثره حين صدور الحكم بالملكية لاحد طرفي النزاع، وكقاعدة عامة، فان القرارات الصادرة بشأن الطلبات التحفظية (الوقائية) فهي تعتبر احكام قضائية وحائزة لحجية الشيء المقضي به ومضمونها يكون ملزما لطرفي النزاع، وان حجية هذه القرارات ليست مطلقة بل هي مرتبطة بدوام الوقائع والمراكز القانونية للخصوم وان أي تعديل أو تغيير فيها يجيز طلب تعديل أو الغاء القرار المتخذ بشأن الطلبات التحفظية بما يتفق مع المستجدات الحاصلة

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

وتتخذ المحكمة الاجراءات التحفظية بناء على طلب المتضرر اذا رأت ان الطلب مبني على اسباب معقولة وهنا سنرى كيفية القيام بإجراء الوصف وإجراء الحجز .

1. اجراء وصف للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد: يقوم مالك العلامة بالاستعانة بخبير لإعداد وصف وجرد تفصيلي للسلع والبضائع المقلدة²، سواء أكانت معدة للبيع أو لا تزال قيد الإنتاج، بالإضافة إلى ذلك، يُجرى جرد شامل للأدوات أو الآلات المستخدمة في عمليات التعدي على العلامة، مثل عناوين المحال، الأغلفة، الفواتير، الوثائق، وسائل الإعلان أو أي أشياء أخرى تحمل العلامة. يُعتبر هذا الإجراء وسيلة هامة لجمع الأدلة الثبوتية التي تبين وقوع التعدي على العلامة التجارية.³

2. اجراء حجز للسلع المقلدة والادوات المستعملة في التقليد: وفق أحكام المادة 34 من الأمر رقم 06-03، يمكن أن يُتبع إجراء الوصف بعملية الحجز التحفظي على الأدوات والسلع المقلدة أو ما يُعتبر دليلاً على الاعتداء على العلامة. يهدف هذا الحجز إلى حماية العلامة التجارية مؤقتاً، إذ يمنع التداول غير المشروع لتلك السلع ويُمكن المالك من التحفظ عليها للحد من وقوع اعتداءات مستقبلية وضمان الحصول على تعويض عادل عند اللجوء إلى القضاء، والحجز التحفظي يتضمن مصادرة السلع التي تحمل العلامة المقلدة بالإضافة إلى الأدوات والآلات المستخدمة في التقليد وأي وثائق ذات صلة، ذلك يسهم في تأمين الأدلة اللازمة لإثبات حالة التعدي ويمكن صاحب الحق لاحقاً من المطالبة بتعويضات مناسبة عن الأضرار.

في حالة الجمع بين إجراء الوصف وتوقيع الحجز التحفظي، يخضع الأخير لأحكام المواد 650 إلى 659 وما يليها من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وقد نصت المادة 650 من القانون على أحقية صاحب الابتكار أو العلامة المسجلة في طلب حجز تحفظي لعينة من السلع أو النماذج المقلدة. يُنفذ هذا الحجز بواسطة محضر قضائي يُوثق كافة المعلومات المتعلقة بالمنتجات المحجوزة ويضعها في حرز

فهي لا تتمتع بصفة التأييد، وهذه القرارات ليست منهية للنزاع ولا تؤكد الحق. القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 817

¹ القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقاً للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 169.

² المادة 34 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات المشار اليه سابقاً. ولعل الحكمة التي يتوخاها المشرع من هذا الاجراء هي رغبته في سد الطريق اما المعتدي على العلامة الذي قد يقوم بتهريب الادوات والآلات والسلع والمنتجات والتي تمثل اعتداء على العلامة، أو دليلاً على الاعتداء أو احداث بها أي امر لتضليل العدالة، زيادة على ذلك فان المحكمة ستتضمن من تقدير قيمة التعويض المستحق لمصلحة من حقه الضرر من الاعتداء على العلامة.

³ . القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

محكم الإغلاق¹، ومن الجدير بالذكر أن المادة 650 لم تُلزم المالك بتقديم كفالة عند الطلب بإجراء الحجز. ومع ذلك، فقد أتاحت المادة 34 لرئيس المحكمة سلطة تقديرية تخوّله إلزام مالك العلامة بإيداع كفالة مالية إذا ما رأى ضرورة لذلك.

ثانياً: زوال أثر التدابير المؤقتة وتعويض المدعي عليه.

تطُرقت المادة 35 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المذكور سابقاً، الى مسالة بطلان الإجراءات التحفظية والى تعويض المدعى عليه حيث نصت على : " يعد الوصف او الحجز باطلا بقوة القانون اذا لم يلتزم المدعي الطريق المدني او الجزائي خلال اجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الاضرار التي يمكن طلبها"، لذا سترى هنا زوال اثر الاجراء التحفظي، وتعويض المدعى عليه.

1. زوال اثر التدابير المؤقتة بطلان اجراء وصف وحجز السلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد.
أ. زوال اثر الاجراء التحفظي كجزاء لعدم القيام برفع الدعوى خلال ميعادها: بحسب القواعد العامة المتعلقة بالحجز التحفظي، يُلزم الدائن الحاجز برفع دعوى تثبيت الحجز أمام قاضي الموضوع خلال أجل 15 يوماً من تاريخ صدور أمر الحجز، وإلا يُعتبر الحجز والإجراءات المتعلقة به باطلاً. كما يحق للمحجوز عليه تقديم دعوى استعجالية إذا لم يبادر الدائن الحاجز برفع الدعوى في المدة المحددة.²
عند النظر في المادة 35 من الأمر رقم 03-06 بشأن العلامات التجارية، نجد أن المشرع الجزائري اشترط على مالك العلامة الحاجز الاتجاه إلى القضاء الجزائي أو المدني خلال شهر من توقيع الحجز للنظر في موضوع الدعوى، وإلا يُعتبر محضر الوصف أو الحجز باطلاً بقوة القانون، بعبارة أخرى، إذا لم يتخذ صاحب الإجراء التحفظي الخطوة اللازمة برفع الدعوى المدنية أو الجزائية المتعلقة بأصل الحق خلال شهر من تاريخ صدور القرار المستعجل، فإن الإجراء التحفظي يصبح خالياً من أي أثر قانوني، بمعنى أن الوصف أو الحجز الذي أُجري يُعتبر باطلاً.³
جدير بالذكر أن بطلان محضر الحجز أو الإجراء التحفظي لا يؤثر على صحة دعوى الموضوع التي تُرفع أمام القضاء المدني أو الجزائي، حيث يبقى حق المدعي قائماً لرفع الدعوى. المقصود بالبطلان هنا هو زوال آثار الإجراء التحفظي الذي كان موجهاً ضد الطرف الآخر.⁴

¹ ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، اطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2011-2012، ص 203. وراجع ايضا المواد 650، 659

² المادة 662/2 من القانون رقم 08-09، المشار إليه سابقاً.

³ المادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

⁴ القيزي لزهارى، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

من ناحية أخرى، يُلاحظ أن المشرع الجزائري ألزم مالك العلامة التجارية رفع الدعوى خلال شهر من توقيع الحجز، وهي مدة اعتبرها البعض طويلة مقارنة بالقواعد المعمول بها في الحجز التحفظي وفق قانون الإجراءات المدنية والإدارية الذي يحدد أجل 15 يوماً فقط. وفي هذا السياق، نجد أن التشريعات الأخرى كمثيلتها الفرنسية والمصرية تكفي بـ15 يوماً، بينما حدد المشرع الأردني أجلاً أقصر وهو 8 أيام فقط، ما يجعل مدة الشهر المنصوص عليها في القانون الجزائري طويلة نسبياً وأقل انسجاماً مع المعايير الأخرى.¹

ب. زوال أثر التدابير المؤقتة لعدم وجود تعد على حقوق مالك العلامة التجارية: في بعض الحالات قد يقوم مالك العلامة التجارية باستغلال الإجراءات التحفظية بشكل تعسفي أو غير مبرر، على سبيل المثال، قد يطلب مالك العلامة إصدار قرار يمنع بموجبه دخول بضائع مستوردة إلى الأسواق التجارية بحجة أنها تحمل العلامة التجارية دون إذنه أو ترخيص منه. إلا أنه وبعد صدور القرار، قد يتضح أن هذه السلع تحمل العلامة الأصلية بموجب عقد الترخيص لاستغلال العلامة، مما يؤدي إلى تضرر المدعى عليه نتيجة الإجراء التحفظي غير المبرر.²

من هنا، يمكن القول بأن إساءة استخدام الإجراءات التحفظية من قبل صاحب العلامة التجارية عند المطالبة بحجز السلع التي لا تمثل تعدياً فعلياً على حقوقه يؤدي إلى إلغاء تلك التدابير وزوال أثرها.³

2. تعويض المدعي عليه: إن المدعي عليه المتضرر من الحجز له الحق في المطالبة بالتعويض في حالتين، الأولى في حالة ما إذا لم يقيم المدعي الذي صدر القرار أو الإجراء التحفظي لصالحه، برفع دعوى أمام القضاء المدني أو الجزائري على من اتخذت ضده الإجراءات التحفظية، خلال الاجل المحدد وهو شهر وفقاً للمادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، من تاريخ صدور الأمر بالإجراء التحفظي، أما الثانية، عندما يتم إلغاء الإجراء التحفظي من طرف القضاء نتيجة لكون المدعي غير محق في طلبه باتخاذ تلك الإجراءات، كأن يطلب إيقاف الحجز على سلع لا تعتدي على علامته⁴

¹ القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقاً للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 172

² حسام القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 819.

³ القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقاً للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 173

⁴ القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 819.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

هنا المشرع يحقق التوازن بين اتاحة الادوات المناسبة لمالك العلامة التجارية للانفاذ الفعال لحقوقه الخاصة به من جهة، ومن جهة أخرى حماية التجار الذين يلحقهم ضرر نتيجة لتصرفات يقوم بها ملاك العلامات التجارية.¹

وقد نص المشرع الجزائري على تعويض الاضرار صراحة في نص المادة 35 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات كما يلي: "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق للمدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الاضرار التي يمكن طلبها"، وهنا المدعي عليه للتضرر يمكن له الرجوع الى مبلغ الكفالة الذي لزم القاضي طالب الاجراء التحفظي بإيداعه، ويلاحظ أن الحكم على المدعي بالتعويض وحده غير كاف، فبما أننا نتعامل مع سمعة المدعي عليه التجارية، ومركزه المهم في السوق، وبثقة الزبائن بسلعه أو بمعاملاته مع التجار أو المنتجين الآخرين، فإن من المفروض أن يتم نشر قرار عدم أحقية المدعي بالمطالبة باتخاذ تلك الاجراءات التحفظية.²

المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية عن طريق الاجراءات الحدودية

تتدخل إدارة الجمارك الجزائرية إزاء السلع والبضائع ذات العلامة التجارية المشتبه فيها، وفق نصوص وتدابير التوصيات المرفقة في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية ذات العلاقة بقطاع الجمارك التي صادقت عليها الجزائر، والمواد 03 و22 و116 و126 من قانون الجمارك 17-04³ ولتحديد شروط تدخل إدارة الجمارك والتدابير الواجب اتخاذها في حالة وجود اعتداء على العلامة التجارية، أصدر وزير المالية القرار المؤرخ في 15 جويلية 2002 المحدد لكيفيات تطبيق أحكام المادة 22 من قانون الجمارك، والمتعلقة باستيراد البضائع المقلدة والذي يعتبر أهم أساس قانوني في معالجة المساس بالعلامة التجارية والذي يشتمل على 16 مادة.

الفرع الاول: القواعد الأساسية لتدخل إدارة الجمارك

تُعَدّ الحماية الجمركية من أبرز الآليات التي تعتمد عليها الدول لضمان حماية العلامات التجارية، لما تنطوي عليه من أهمية بالغة وتعقيد عملي في آن واحد، خاصة فيما يتصل بمسألة الاختصاص الإقليمي للأجهزة المكلفة بمكافحة الاعتداءات على حقوق الملكية الفكرية، وفي مقدمتها إدارة الجمارك. فقد عمدت أغلب التشريعات إلى إرساء آليات تقنية وقانونية تمكّن هذه الإدارة من التدخل الفعال لحماية صاحب

¹ القيزي لزهارى، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص ص 173

² سماح حسين علي، المرجع السابق، ص13.

³ القانون 17-04 المؤرخ في 21 فيفري 2017 يعدل ويتم القانون رقم 07-79 المؤرخ في 21 جويلية 1979 والمتضمن قانون الجمارك، ج ر عدد 11 الصادرة في 19 فيفري 2017

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

الحق، وذلك من خلال رصد الاعتداءات التي تطل العلامة التجارية، والتحقق من وجود بضائع مقلدة داخل الإقليم الجمركي.¹

أولاً: قيام الاعتداء على العلامة التجارية

تؤدي العلامة التجارية وظيفة أساسية تتمثل في تمييز المنتجات والخدمات وتحديد مصدرها، سواء من حيث المنشأ أو الجودة أو الخصائص، مما يجعلها أداة لبناء الثقة لدى المستهلك، وقد عرّفها المشرع الجزائري بموجب الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، لا سيما في المادة الثانية منه، بأنها كل رمز قابل للتمثيل الخطي، كالأسماء والأحرف والأرقام وغيرها من الإشارات التي تُستعمل لتمييز السلع أو الخدمات، ويقتضي تدخل إدارة الجمارك ضرورة ثبوت اعتداء على هذه العلامة، وهو ما يستوجب تحديد صور هذا الاعتداء بدقة، والتي تتجلى أساساً في أعمال التقليد والأعمال الشبيهة بالتقليد.² التي من شأنها إحداث لبس لدى الجمهور، ويُعدّ هذا التحديد شرطاً جوهرياً لإضفاء المشروعية على تدخل الإدارة في مواجهة السلع المقلدة داخل نطاق اختصاصها الإقليمي.³

ثانياً: دخول البضائع المقلدة إلى الإقليم الجمركي

نظّم المشرع الجزائري مجال عمل إدارة الجمارك ضمن الأحكام المتعلقة بتنظيمها وسيرها، حيث أوجب تقديم كل البضائع العابرة للحدود إلى المكاتب الجمركية المختصة، للتأكد من مطابقتها للتشريعات، بما في ذلك خلّوها من أي انتهاك لحقوق الملكية الفكرية.⁴

أ- دخول البضائع المقلدة إلى الإقليم الجمركي: لا يتم التدخل الجمركي بصفة عشوائية، وإنما في إطار إقليمي محدد بدقة بموجب نصوص قانون الجمارك⁵، حيث تنص المادة الثانية منه على أن الإقليم

¹ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة والنشر والتوزيع الاردن، الجزء الاول، سنة 2000، ص 25

² المادة 32 من الأمر 03-06: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد، يعاقب بالحبس من ستة 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار 2.500.000 دج إلى عشرة ملايين دينار 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، - مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، - إتلاف الأشياء محل المخالفة.

³ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة، القاهرة، 2003، ص 422

⁴ المادة 51 من القانون 04-17: يجب إحضار كل بضاعة مستوردة أو أعيد استيرادها أو معدة للتصدير أو للنقل من مركبة إلى أخرى أو لإعادة التصدير، أمام مكتب الجمارك المختص قصد إخضاعها للمراقبة الجمركية.

⁵ بمفهوم المادة 75 مكرر 1 نفس القانون: تمكن الأنظمة الجمركية الاقتصادية من تخزين البضائع وتحويلها واستعمالها أو نقلها بتوقيف الحقوق الجمركية والرسوم الداخلية للاستهلاك وكذا كل الحقوق والرسوم الأخرى، وتدابير الحظر ذات الطابع الاقتصادي الخاضعة لها دون الإخلال بالأحكام السارية المفعول في هذا المجال، وتتضمن: - نقل البضائع على طول الساحل، - النقل من مركبة إلى أخرى، - العبور الجمركي، - المستودعات الجمركية، - المصانع الخاضعة للمراقبة الجمركية، - القبول المؤقت، - إعادة التمويل بالإعفاء، - استرداد الرسوم الجمركية، - التصدير المؤقت، - تصنيع البضائع للاستهلاك المحلي، - بناء السفن والطائرات.

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

الجمركي يُشكّل مجال تطبيق هذا القانون¹، كما اشترطت النصوص التنظيمية، لاسيما القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك، أن تكون البضائع موضوعة تحت نظام جمركي معيّن حتى يتسنى للإدارة التدخل.

ويُلاحظ أن تحديد النطاق الجمركي يُناط بالوزير المكلف بالمالية وفقاً للمادة 30 من قانون الجمارك بعد تعديل سنة 1998، غير أن غياب النص التنظيمي المحدد لذلك إلى حد الآن يعكس نوعاً من التأخر في استكمال الإطار التنظيمي.²

ب- وضع البضائع المقلدة تحت نظام جمركي اقتصادي: لا يكفي مجرد دخول البضائع إلى الإقليم الجمركي، بل يتعيّن أن تكون موضوعة تحت أحد الأنظمة الجمركية الاقتصادية، وفقاً لما نصت عليه المادة الأولى من القرار التطبيقي للمادة 22³، وكذا المادة 115 مكرر من قانون الجمارك⁴، ومن أبرز هذه الأنظمة:

- **نظام العبور الجمركي⁵:** يتيح نقل البضائع تحت الرقابة الجمركية من مكتب إلى آخر، سواء داخل الإقليم أو عبره، مع الالتزام بتقديمها في الآجال المحددة.⁶
- **نظام المستودع الجمركي:** يسمح بتخزين البضائع تحت الرقابة في أماكن معتمدة لمدة محددة، قبل توجيهها لنظام جمركي آخر أو طرحها للاستهلاك.⁷
- **نظام القبول المؤقت:** يخص البضائع المستوردة بقصد إعادة تصديرها بعد تحويلها أو استعمالها خلال مدة معينة.⁸

¹ حيث يعرف المشرع الجزائري الإقليم الجمركي في الفصل الأول - مجال تطبيق قانون الجمارك القسم الأول أحكام عامة في المادة الأولى من قانون الجمارك كمايلي: " يشمل الإقليم الجمركي نطاق تطبيق هذا القانون، الإقليم الوطني والمياه الداخلية والمياه الإقليمية والمنطقة المتاخمة والفضاء الجوي الذي يعلوه."

² محمد هامل، يوسفى مباركة، دور السلطة التنفيذية في دعم السياسية الجنائية لمكافحة التهريب"، مجلة الفكر القانوني والسياسي المجلد 06، العدد 01، 2022، ص504

³ قرار وزير المالية المؤرخ في 15 جويلية 2002 والمحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة ج ر عدد 56. الصادرة في 18 أوت 2002

⁴ إلغاء أحكامها بموجب المادة 24 القانون رقم 18-18 المؤرخ في 27 ديسمبر 2018 المتضمن قانون المالية لسنة 2019 الجريدة الرسمية عدد 79، الصادرة بتاريخ 30 ديسمبر 2018.

⁵ المادة 125 من القانون رقم 17-04: "العبور هو النظام الجمركي الذي توضع فيه البضائع تحت المراقبة الجمركية، المنقولة في نفس دائرة اختصاص نفس المكتب أو من مكتب جمركي إلى مكتب جمركي آخر بزا أو جواً مع وقف الحقوق والرسوم وتدابير الحظر ذات الطابع الاقتصادي تحدد كيفية تطبيق هذه المادة بمقرر من المدير العام للجمارك."

⁶ تومي أكلي، التشريع الجمركي ودوره في دعم وترقية الاستثمار المنتج، دار الخلدونية الطبعة الاولى، سنة 2017 ص 208

⁷ المادة 129 من القانون رقم 17-04.

⁸ المادة 174 من نفس القانون.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

- نظام التصدير المؤقت: يسمح بإخراج بضائع لإعادة استيرادها لاحقاً، سواء بحالتها الأصلية أو بعد معالجتها.¹
- نظام إعادة التمويل بالإعفاء: يتيح استيراد بضائع معفاة من الرسوم لتعويض مواد استُعملت في إنتاج سلع مُصدّرة.²
- نظام المصانع تحت الرقابة الجمركية: يسمح بمعالجة المواد داخل الإقليم دون إلزامية إعادة التصدير، مع تعليق الرسوم حسب وجهة المنتج النهائي.³
- نظام النقل الساحلي والنقل من مركبة إلى أخرى: يخص نقل البضائع داخل الإقليم الجمركي أو تحويلها بين وسائل النقل تحت إشراف جمركي.⁴

وعليه، فإن تدخل إدارة الجمارك في مجال حماية العلامات التجارية يظل محكوماً بجملة من الضوابط القانونية والإجرائية، التي توازن بين متطلبات حماية الحقوق الفكرية واحترام مبدأ المشروعية، بما يضمن فعالية الرقابة الجمركية دون تجاوز حدود الاختصاص المقرر قانوناً.

الفرع الثاني: أشكال التدخل الجمركي والآثار السابقة للدعوى القضائية

يُعدّ طلب التدخل الآلية الأساسية التي تُمكن صاحب الحق من لفت انتباه إدارة الجمارك إلى وجود خطر وشيك يهدد حقوقه في العلامة التجارية، سواء على مستوى المكاتب الجمركية أو ضمن النطاق الجمركي بصفة عامة، ويترتب على هذا الطلب، متى استوفى شروطه، اتخاذ تدابير فورية تتمثل أساساً في وقف الإفراج عن البضائع المشبوهة، وإخطار الأطراف المعنية قصد تمكينهم من مباشرة الإجراءات القانونية اللازمة، وكذا القيام بالفحص الأولي للسلع محل الاشتباه، وعليه، يمكن التمييز بين أشكال التدخل الجمركي وآثاره على النحو الآتي:

أولاً: أشكال التدخل الجمركي

تتدخل إدارة الجمارك في مجال حماية العلامات التجارية وفق آليتين رئيسيتين:

1. **التدخل بناءً على طلب صاحب الحق:** يُمارس هذا الشكل من التدخل بناءً على طلب كتابي يقدمه صاحب الحق، استناداً إلى إطار قانوني دولي ووطني، حيث يستمد أساسه من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، لا سيما المادة 51 منها، وكذا من أحكام القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك الجزائري.⁵

¹ المادة 193 من نفس القانون .

² المادة 186 من نفس القانون.

³ تومي أكلي، المرجع السابق ص233

⁴ نوري محمد، بوسماحة الشيخ، التدابير الجمركية لحماية العلامة التجارية على ضوء قانون الجمارك المعدل 04-17، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14، العدد 03، 2021، ص147.

⁵ المؤرخ في 2002/17/15 المحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

أ. **محتوى طلب التدخل:** يُقدّم الطلب في شكل عريضة مرفقة بملف يتضمن بيانات ومعلومات دقيقة¹ تمكن إدارة الجمارك من التعرف على البضائع المشتبه في كونها مقلدة، بما يسهل عملية البحث والتحري.

ب. **دراسة الطلب:** يُودع الطلب لدى المديرية العامة للجمارك، وتحديدًا لدى المصالح المختصة بمكافحة الغش، التي تتولى دراسته والبت فيه، مع إشعار مقدم الطلب بقرارها كتابيًا، سواء بالقبول أو الرفض.²

ب.1. **في حالة الرفض:** يُبلغ صاحب الطلب فوراً بقرار الرفض، مما يتيح له اللجوء إلى القضاء الاستعجالي، وقد يستند الرفض إلى عدة أسباب، من بينها:

- عدم وجود البضائع داخل الإقليم الجمركي أو عدم خضوعها لنظام جمركي اقتصادي؛
- عدم تقديم كفالة مالية لتغطية المسؤولية المحتملة؛
- نقص أو عدم كفاية البيانات الوصفية للسلع محل الاشتباه.³

ب.2. **في حالة القبول:** تصدر المديرية العامة للجمارك قراراً يحدد مدة التدخل، ويتم تبليغه إلى مكتب الجمارك المختص وصاحب الحق، وكذا مالك البضائع المعنية، مع اتخاذ إجراء تعليق رفع اليد عنها.

ب.1.1. **الضمانات (الكفالة):** يُشترط على مقدم الطلب تقديم ضمان مالي يهدف إلى تغطية مسؤوليته المحتملة عن الأضرار التي قد تلحق بالغير نتيجة وقف البضائع، دون أن تتحمل إدارة الجمارك تلك المسؤولية.⁴

ب.2.1. **إعلام الجهات المعنية بنتائج التدخل:** تقوم إدارة الجمارك بإخطار كل من المصريح بالبضاعة، وصاحب الطلب، والجهات المختصة، مع تمكينهم من معاينة السلع وأخذ عينات منها عند الاقتضاء.

مدة تعليق رفع اليد: يُمنح صاحب الحق أجل عشرة (10) أيام لرفع دعوى قضائية، وإلا يتم رفع اليد عن البضائع، شريطة استيفاء الإجراءات الجمركية الأخرى.

ج. **صفة مقدم الطلب:** يشترط في مقدم الطلب أن تكون له صفة قانونية تخوله ذلك، ويشمل ذلك:

- مالك العلامة أو وكيله؛
- المستفيد من حق استثنائي في الاستغلال؛
- المرخص له بالاستغلال؛
- الدائن المرتهن رهناً حيازياً؛⁵
- الجمعيات المهنية أو جمعيات حماية المستهلك، في حدود ما يقرره القانون.

¹ وصف شامل للسلع، وثيقة تثبت امتلاكه للعلامة، مكان تواجد السلع أو مكان توجيهها المحتمل، تاريخ الإقلاع أو الإرسال المحتمل للبضائع، هوية المستورد أو المورد ووسائل النقل المستعملة.

² نوري محمد، بوسماحة الشيخ، مرجع سابق، ص 148

³ حسب المادة 05 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك

⁴ وهو ما تنظمه المادة 06 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك الجزائري

⁵ بموجب المادة 14 من الأمر 03.06 الخاص بالعلامات رهن العلامة

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

كما تثبت الملكية، وفقاً للتشريع الجزائري، بأسبعية الإيداع، باعتبارها الواقعة المنشئة لحق الملكية على العلامة.

2. التدخل التلقائي (بمبادرة من إدارة الجمارك): قد تباشر إدارة الجمارك تدخلها من تلقاء نفسها، دون طلب مسبق، إذا ما تبين لها أثناء عمليات الرقابة وجود بضائع يُشتبه في مساسها بحقوق العلامة التجارية، وفي هذه الحالة، تقوم بتعليق إجراءات الجمركة، وإخطار صاحب الحق لتمكينه من تقديم الوثائق اللازمة، وقد تستعين بخبرة تقنية للتأكد من واقعة التقليد.¹

ثانياً: الآثار المترتبة على التدخل الجمركي

يترتب على تدخل إدارة الجمارك، سواء بناءً على طلب أو بمبادرة منها، مجموعة من الآثار القانونية السابقة على الفصل القضائي في النزاع:

- 1. التفتيش وحجز البضائع المشبوهة:** تتمثل أولى هذه الآثار في اتخاذ تدابير تحفظية، أهمها وقف الإفراج عن السلع أو حجزها، بما يتيح لصاحب الحق اللجوء إلى القضاء المختص²، كما تلتزم الإدارة ب:
 - إخطار صاحب الحق بوجود البضائع؛³
 - تحديد مكان تواجدها؛
 - تنفيذ أي أوامر أو تدابير تحفظية تصدر عن القضاء.

2. مصير السلع المقلدة: في حال ثبوت الاعتداء على العلامة التجارية، تتخذ إدارة الجمارك تدابير نهائية في مواجهة السلع المقلدة، دون الإخلال بحقوق صاحب العلامة في اللجوء إلى القضاء⁴، ومن أبرز هذه التدابير:

- أ. إتلاف البضائع:** تتمتع إدارة الجمارك بسلطة إتلاف السلع المقلدة، استناداً إلى النصوص القانونية ذات الصلة، وذلك بهدف القضاء على مصدر الاعتداء ومنع تداول هذه السلع في السوق.
- ب. إخراج السلع من القنوات التجارية:** يمكن توجيه السلع إلى استعمال لا تمس بحقوق صاحب العلامة، شريطة عدم إلحاق أي ضرر به، ودون تعويض من الخزينة العمومية.
- ج. الحرمان من الفائدة الاقتصادية:** يهدف هذا الإجراء إلى منع المعتدي من تحقيق أي مكسب اقتصادي⁵

¹ نوري محمد، بوسماحة الشيخ، مرجع سابق، ص150.

² وهذا ما تؤكد عليه المادتين 08 و 09 من القرار التطبيقي 2002/08/15 والمادة 22 مكرر من قانون الجمارك المستحدثة بالمادة 43 من قانون المالية لسنة 2008

³ نص المادة 11 من المرجع نفسه

⁴ بموجب أحكام المادة 212 من قانون الجمارك وحسب المادة 14 من القرار التطبيقي

⁵ طبقاً لأحكام المادة 22 مكرر 2 والمادة 212 مكرر من قانون الجمارك وذلك من خلال: منع وضع البضائع تحت نظام جمركي اقتصادي؛ حظر تصديرها على حالها؛ عدم تمكين أي طرف من استغلالها تجارياً، حتى في حالة بيعها.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

وفي هذا السياق، كرّست اتفاقية تريبس مبدأ عدم السماح بتداول السلع المقلدة حتى بعد إزالة العلامات المزيفة، تجنباً لإعادة طرحها في السوق بطرق احتيالية.¹

وخلاصة القول، فإن التدخل الجمركي يُشكّل أداة وقائية فعّالة تسبق الدعوى القضائية، إذ يهدف إلى الحد من انتشار السلع المقلدة، وضمان حماية حقوق الملكية الفكرية في مرحلة مبكرة، مع تحقيق التوازن بين متطلبات الحماية القانونية وضمانات المشروعية.

¹ نوري محمد، بوسماحة الشيخ، مرجع سابق، ص 151.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

المبحث الثاني: الحماية العلاجية للعلامة التجارية

تتجسد الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري من خلال صورتين رئيسيتين، تتمثل الصورة الأولى في دعوى التعدي، التي تعد ذات طبيعة خاصة وتستند إلى حق الملكية المرتبط بالعلامة التجارية المسجلة. تتيح هذه الدعوى لمالك العلامة اتخاذ الإجراءات القانونية لوقف أعمال التعدي والمطالبة بالتعويض عن الأضرار، شريطة إثبات وقوع استخدام غير مشروع للعلامة أو تقليد غير قانوني لها، من جهة أخرى وهو موضوع المطلب الاول من هذا المبحث، تأخذ الصورة الثانية شكل دعوى المنافسة غير المشروعة، وهي دعوى ذات طابع عام تعتمد على أحكام المسؤولية التقصيرية، وتُرفع عند استخدام وسائل غير شريفة في السوق تلحق الضرر بعلامة تجارية ما، حتى لو لم تكن مسجلة أو لم يكن الاعتداء عليها مباشراً، وهو موضوع المطلب الثاني من هذا المبحث.

المطلب الاول: الحماية المدنية من خلال دعوى التعدي

تُعد دعوى التعدي على العلامة التجارية الوسيلة القضائية الأساسية التي خولها المشرع لصاحب العلامة المسجلة لمواجهة كل مساس غير مشروع بحقه الاستثنائي في استغلالها، وتندرج هذه الدعوى ضمن نطاق المسؤولية المدنية، إذ ترمي إلى وقف الاعتداء، وجبر الضرر، وإعادة الاعتبار للعلامة، سواء عن طريق التعويض أو إزالة آثار التعدي أو اتخاذ تدابير أخرى يقرها القانون.

وقد نظم المشرع الجزائري هذه الدعوى في إطار القواعد العامة للمسؤولية المدنية، مع إيراد بعض الأحكام الخاصة ضمن الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات. ويقتضي بحث هذه الحماية التطرق إلى الشروط الموضوعية لقبول الدعوى، ثم الإجراءات المنظمةة لمباشرتها، وأخيراً الآثار القانونية المترتبة على الحكم بثبوت التعدي.¹

الفرع الأول: شروط رفع دعوى التعدي على العلامة التجارية

يشترط لقبول دعوى التعدي على العلامة التجارية توافر جملة من الشروط الأساسية، يترتب على تخلف أي منها الحكم بعدم قبول الدعوى أو رفضها. فلا يكفي مجرد الادعاء بوجود استعمال غير مشروع للعلامة، بل يتعين أن تُرفع الدعوى من ذي صفة ومصلحة، وأن تثبت واقعة التعدي قانوناً، وأن يقع الفعل ضمن نطاق الحماية التي يقرها القانون للعلامة، وتشكل هذه الشروط الأساس الذي يضيف المشروعية على المطالبة القضائية ويكفل جدية النزاع المعروض أمام القضاء.

أولاً: صفة ومصلحة المدعي في دعوى التعدي

يُعد شرط الصفة من الشروط الجوهرية لقبول دعوى التعدي، إذ يجب أن يكون المدعي هو صاحب الحق على العلامة محل الاعتداء، أي مالكها المسجل قانوناً في السجل الوطني للعلامات.

¹ محمدي سماح، الحماية القانونية للعلامة التجارية دراسة مقارنة، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة باتنة، الجزائر، 2015-2016، ص 78.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

ويستفاد ذلك من نص المادة 5 من الأمر رقم 03-06 التي تقر بأن الحق في العلامة يكتسب عن طريق تسجيلها، مما يعني استبعاد كل من يستند إلى مجرد الاستعمال دون سند قانوني مثبت.¹

ويتوافق هذا التوجه مع القواعد العامة في المسؤولية المدنية التي تشترط قيام الدعوى على حق ثابت للمدعي، كما تؤكد المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية² التي تنص على ضرورة توافر الصفة والمصلحة لقبول الدعوى، وترتبط المصلحة في هذا السياق بوجود ضرر فعلي أو محتمل ناتج عن الاستعمال غير المشروع للعلامة، إذ يكفي قيام خطر جدي بحدوث الضرر لتبرير اللجوء إلى القضاء، بالنظر للطابع الوقائي لهذه الدعوى.³

ولا يقتصر حق رفع الدعوى على مالك العلامة فحسب، بل يمتد - بشروط - إلى المرخص له ترخيصا حصريا، متى كان هذا الترخيص مكتوبا ومقيدا في السجل الوطني للعلامات، مما يمنحه صفة النقاضي باعتباره متضررا مباشرا، أما المرخص له ترخيصا غير حصري، فلا تثبت له هذه الصفة إلا بنص صريح في عقد الترخيص أو بتفويض خاص.⁴

كما تثبت الصفة للخلف العام أو الخاص للمالك، شريطة إثبات انتقال الملكية بوجه قانوني وتسجيله رسميا، وفقا للمادة 9 من الأمر 03-06، التي تجعل من القيد في السجل شرطا للاحتجاج بالحق في مواجهة الغير، ويترتب على ذلك أن انتقال الملكية غير المقيّد لا يكفي لاكتساب صفة التقاضي.⁵

أما بالنسبة للعلامات المشهورة غير المسجلة داخل الجزائر، فقد أقر المشرع لها حماية استثنائية، غير أن مباشرة الدعوى تظل رهينة بإثبات الصفة والمصلحة وفق القواعد العامة، وغالبا ما تتجسد هذه الحماية في دعاوى الإبطال أو منع الاستعمال أكثر من دعوى التعدي بالمعنى التقليدي.⁶

¹ المادة 5 من الأمر رقم 03-06.

² المادة 13 من القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، (ج ر، العدد 21، الصادرة بتاريخ 23 أبريل 2008 المعدل والمتمم بالقانون رقم 22-13 مؤرخ في 12 جويلية سنة 2022، يعدل ويتم القانون رقم 08 - 09 المؤرخ في 25 فيفري سنة 2008، المتضمن قانون الاجراءات المدنية والإدارية، ج ر، العدد 48، الصادر بتاريخ 17 جويلية سنة 2022.

³ يقصد بالمصلحة، المنفعة التي يحققها صاحب المطالبة القضائية وقت اللجوء إلى القضاء، هذه المنفعة تشكل الدافع وراء رفع الدعوى والهدف من تحريكها، فلا دعوى من دون مصلحة ولعل أهم خصائص ومميزات المصلحة إنها يتمثل في كونها: شخصية ومباشرة وقائمة وحالة، فشرط المصلحة لا يتوفر، إذ لم يؤثر القرار المطعون فيه في المركز القانوني للطاعن بصورة مباشرة وفعلية، وهو ما يحدده القاضي الإداري، بربارة عبد الرحمان، شرح قانون الإجراءات المدنية والإدارية، د ط، - منشورات البغدادي، الجزائر، 2009، ص 38

⁴ المادة 4 من الأمر رقم 03-06.

⁵ المادة 9 من نفس الأمر.

⁶ المادة 9 فقرة 4 من نفس الأمر

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

ويعزز هذا الاتجاه ما استقر عليه القانون التجاري الجزائري من اعتبار العلامة التجارية عنصرا من عناصر الأصل التجاري، مما يكرس ارتباط حق التقاضي بالمركز القانوني لمالكها¹، ويؤكد أن الحماية القضائية لا تثبت إلا لصاحب الحق المسجل دون غيره.²

ثانيا: إثبات واقعة التعدي

يمثل إثبات التعدي الركن الأساسي لقيام المسؤولية المدنية في هذا المجال، إذ يتعين على المدعي، فضلا عن إثبات ملكيته للعلامة، أن يثبت وجود استعمال غير مشروع لها من طرف الغير، ويقصد بالتعدي كل سلوك يؤدي إلى استغلال العلامة دون ترخيص أو إحداث لبس في ذهن الجمهور بشأن مصدر المنتجات أو الخدمات.³

وقد نص الأمر رقم 06-03 على أن التعدي يتحقق بكل استعمال لعلامة مطابقة أو مشابهة من شأنه إحداث التباس لدى الجمهور، وهو ما يستلزم توافر ثلاثة عناصر:⁴

1. وجود تشابه أو تطابق بين العلامتين،
 2. استعمال العلامة في ذات أو في منتجات أو خدمات مماثلة،
 3. قيام احتمال جدي لحدوث لبس لدى الجمهور.
- ويُعد معيار الالتباس معيارا موضوعيا يُقاس بمدى تأثير التشابه على المستهلك العادي، سواء كان التشابه بصريا أو لفظيا أو دلاليا.
- ويتخذ التعدي صورا متعددة، أبرزها التقليد، والاستعمال غير المرخص، وتزوير العلامة، ويُعد هذا الأخير من أخطر صور التعدي لارتباطه غالبا بنية الغش والتضليل.
- ويخضع إثبات التعدي لمبدأ حرية الإثبات في المواد التجارية، حيث يجوز الاستناد إلى مختلف وسائل الإثبات، كالعينات، والصور، والفواتير، والمحاضر الإدارية أو الجمركية، والإعلانات، كما تملك المحكمة سلطة تقديرية في اتخاذ التدابير التحفظية، كالحجز أو المعاينة، لتعزيز وسائل الإثبات.¹

¹ مبروك حسين، القانون التجاري الجزائري، النصوص التطبيقية والاجتهاد القضائي والنصوص المتممة، دار هومة، الجزائر، 2008، ص 113

² المادتين 78 و 79 الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم بموجب القانون 93 - 01 المؤرخ في 1993 والأمر 96/27 المؤرخ في 1996 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/02 المؤرخ في 27 ذي الحجة 1425 الموافق لـ 06 فيفبراير 2005 المعدل والمتمم بالقانون رقم 15-20 المؤرخ في 18 ربيع الأول 1437 الموافق لـ 30 ديسمبر 2015، ج ر عدد 71. المعدل والمتمم بالقانون رقم 22-09 المؤرخ في 5 مايو 2022، الجريدة الرسمية، عدد 32، الصادر في 14 مايو 2022

³ المادة 25 من الأمر رقم 06-03.

⁴ سلامي ميلود، مرجع سابق، ص 190

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

ولا يشترط لقيام التعدي تحقق ضرر فعلي، بل يكفي احتمال وقوعه، مما يعكس الطبيعة الوقائية لهذه الدعوى، كما تتمتع العلامات المشهورة بحماية أوسع، إذ يفترض التعدي بمجرد التشابه، ولو دون إثبات الضرر أو حتى التسجيل المحلي.²

ثالثا: علاقة التعدي بنطاق الحماية القانونية للعلامة

تستند الحماية القانونية للعلامة التجارية إلى نطاق محدد، يتحدد أساسا وفق الفئات أو الأصناف التي سجلت بشأنها العلامة، وعليه، فإن الحماية لا تمتد مبدئيا إلا إلى هذه الفئات، ولا يعد استعمال علامة مشابهة في نشاط مختلف تعديا، إلا إذا أدى إلى حدوث لبس أو مساس بقيمة العلامة.³ غير أن هذا النطاق يتسع بالنسبة للعلامات ذات الطابع المميز أو الشهرة الواسعة⁴، بحيث تمتد الحماية إلى مجالات غير مماثلة، متى كان من شأن الاستعمال الإضرار بسمعتها أو استغلالها بشكل غير مشروع.⁵

كما تشمل الحماية صور الاستعمال غير المباشر، كاستعمال العلامة في الإعلانات أو الوسائط الرقمية أو الوثائق التجارية، إذا كان ذلك من شأنه إحداث ارتباط ذهني بينها وبين منتجات أو خدمات معينة.⁶

ويُراعى في تقدير التعدي طبيعة السوق، ومدى شهرة العلامة، ونوعية الجمهور المستهدف، حيث تزداد احتمالات اللبس كلما كانت العلامة أكثر شهرة أو كان الجمهور أقل تخصصا، ولهذا، يعتمد القضاء على معايير متعددة، منها التشابه البصري واللفظي والدلالي، وظروف الاستعمال، لتحديد مدى قيام التعدي وعليه، فإن التعدي لا يُقاس بالفعل في ذاته فحسب، بل بمدى وقوعه ضمن نطاق الحماية

¹ ويستفاد من المادة 21 من الأمر 03-06 أن المحاكم تملك سلطة تقديرية في اتخاذ التدابير التحفظية في حال ثبوت استعمال مشبوه للعلامة، ويمكنها أن تأمر بحجز المنتجات أو تحرير محاضر لإثبات الفعل، وهذا يؤكد أن الإثبات في هذا المجال لا يقيد بوسيلة محددة بل يترك لتقدير المحكمة بناء على المعطيات الواقعية والقانونية المتوفرة.

² وقد أشار الأمر 03-06 في المادة 9 إلى الحماية الخاصة التي تتمتع بها العلامة المشهورة، حيث نص على أنه لا يجوز تسجيل علامة تكون مشابهة أو مطابقة لعلامة مشهورة، مما يعني ضمنا إمكانية منع استعمالها أيضا

³ وقد نصت المادة 6 من الأمر رقم 03-06 على أن العلامة تمنح لصاحبها حق ملكية واستعمالها بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي خصصت لها، ما يعني أن نطاق الحماية محصور ضمن الحدود التي حددها الإيداع.

⁴ وهذا ما أشارت إليه المادة 7 من الأمر 03-06 التي تمنع تسجيل العلامة إذا كانت مشابهة أو مطابقة لعلامة سابقة تخص نفس المنتجات أو منتجات مشابهة.

⁵ ويفهم هذا ضمنا من الفقرة الأخيرة من المادة 9 من الأمر 03-06، التي تمنح العلامة المشهورة حماية خاصة حتى في مواجهة التسجيل اللاحق أو الاستعمال في غير نفس الصنف، وتستفيد العلامات المشهورة من حماية موسعة بالنظر إلى طبيعتها، إذ يفترض أن استعمالها في غير مجالها الأصلي يمكن أن يسبب ضررا لمكانتها أو أن يستغل في غير محله.

⁶ عبد النور سعيداني، الحماية القانونية للعلامة التجارية المتداولة إلكترونيا، دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه نظام ل، م، د. شعبة: العلوم الإسلامية - شريعة، تخصص: الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -، الجزائري، 2025-2026، ص 180.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

القانونية للعلامة، فإذا ثبت أن الاستعمال غير المشروع يدخل ضمن هذا النطاق، قامت المسؤولية المدنية، أما إذا كان خارجة، فلا تقوم المسؤولية إلا إذا ثبت سوء النية أو الاستغلال غير المشروع لسمعة العلامة.¹

الفرع الثاني: الإجراءات القانونية لدعوى التعدي

قبل مباشرة الدعوى المدنية الناشئة عن التعدي على العلامة التجارية، يتعين على مالك العلامة أو من له صفة قانونية احترام جملة من الإجراءات التي أقرها المشرع، والتي تشكل إطارا إلزاميا لقبول الدعوى ومباشرتها، فلا يكفي توافر الصفة والمصلحة والأهلية، بل يجب كذلك الالتزام بقواعد الاختصاص القضائي بنوعيه، ومراعاة الآجال القانونية المحددة لرفع الدعوى، إلى جانب التقيد بقواعد الإثبات، وتمثل هذه الضوابط الإجرائية ضمانات أساسية لحسن سير العدالة وتحقيق الأمن القانوني في منازعات الملكية الصناعية.²

أولا: الجهة القضائية المختصة

يُعد تحديد الجهة القضائية المختصة خطوة أولية جوهرية، إذ يترتب على مخالفة قواعد الاختصاص الحكم بعدم قبول الدعوى أو إحالتها إلى الجهة المختصة، ويقوم النظام القانوني الجزائري على التمييز بين الاختصاص النوعي والاختصاص الإقليمي، ويتعين توافرها معا لصحة رفع الدعوى. من حيث الاختصاص النوعي، تدرج دعاوى التعدي على العلامة التجارية ضمن المنازعات المدنية ذات الطابع التجاري³، باعتبار أن العلامة تُعد عنصرا من عناصر الأصل التجاري، ومن ثم فإن الاختصاص ينعقد للأقسام التجارية بالمحاكم، ويستند ذلك إلى طبيعة النشاط المرتبط بالعلامة، والذي يدخل في إطار الأعمال التجارية وفقا لما تقرره أحكام القانون التجاري.

أما من حيث الاختصاص الإقليمي، فيُحدد وفقا لقواعد قانون الإجراءات المدنية والإدارية، لاسيما المواد المتعلقة بتحديد المحكمة المختصة إقليميا، حيث ينعقد الاختصاص إما لمحكمة موطن المدعى عليه، أو للمحكمة التي وقع في دائرة اختصاصها الفعل الضار أو تحقق فيها الضرر، وبناء على ذلك، يجوز رفع دعوى التعدي أمام المحكمة التي تم فيها استعمال العلامة محل الاعتداء أو توزيع المنتجات المخالفة، ولو كان مقر المدعى عليه خارج نطاقها، بالنظر إلى أن التعدي يُعد من قبيل الأفعال الضارة. وقد استقر القضاء الجزائري على تكريس هذا الاتجاه، لاسيما في ظل الطبيعة غير المحلية للأنشطة التجارية، خاصة مع انتشار المعاملات الإلكترونية، حيث قد يتحقق الضرر في مكان مختلف عن مكان وقوع الفعل. ومع ذلك، لم يُنشئ المشرع جهة قضائية متخصصة حصريا في منازعات الملكية

¹ حسان رنا ناصر، الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة في القانون القطري، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق،

جامعة قطر، قطر، 2019، ص 117

² محمدي سماح، مرجع سابق، ص 79

³ المادة 2 من الأمر رقم 75-59 المعدل والمتمم

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

الصناعية، مما يجعل هذه القضايا من اختصاص الأقسام التجارية، رغم ما تتطلبه من خبرة فنية دقيقة، وهو ما دفع بعض الفقه إلى الدعوة لإنشاء أقسام متخصصة في هذا المجال.¹

ويتعين على المدعي عند رفع الدعوى أن يحدد طلباته بدقة، سواء تعلق الأمر بوقف التعدي أو التعويض أو إزالة الآثار، وأن يدعم دعواه بالوثائق اللازمة، وعلى رأسها شهادة تسجيل العلامة، بما يثبت صفته ويُسهم في تحديد الاختصاص القضائي.²

ثانيا: آجال رفع الدعوى

تكتسي الآجال القانونية لرفع دعوى التعدي أهمية بالغة، إذ يترتب على انقضائها سقوط الحق في المتابعة القضائية، وقد نص المشرع الجزائري صراحة على تقادم دعاوى التعدي على العلامة التجارية بمضي خمس سنوات من تاريخ وقوع الفعل.³

ويبدأ سريان هذا الأجل من تاريخ ارتكاب الفعل الضار، أي من أول استعمال غير مشروع للعلامة، سواء تمثل في الإنتاج أو العرض أو التداول، أما إذا كان التعدي ذا طابع مستمر، كما في حالة استمرار إنتاج أو تسويق منتجات مقلدة، فإن التقادم لا يبدأ إلا من تاريخ آخر فعل من أفعال التعدي، باعتبار أن كل فعل جديد يُنشئ أجلا مستقلا.

وتطبق في دعاوى التعدي على العلامة إضافة إلى المادة 28 سالف الذكر، المبادئ العامة المنصوص عليها في القانون المدني الجزائري، وبوجه خاص المادة 308 التي تنص على أنه: "يتقادم الالتزام بانقضاء خمسة عشر سنة فيما عدا الحالات التي ورد فيها نص خاص في القانون"⁴، والمادة 141 التي نصت على أنه: "كل من نال عن حسن نية من عمل الغير أو من شيء له منفعة ليس لها ما يبررها يلزم بتعويض بقدر ما استفاد من العمل أو الشيء"⁵، وتسقط دعوى التعويض بانقضاء عشر سنوات من اليوم الذي يعلم فيه من لحقته الخسارة بحقه في التعويض، وتسقط الدعوى في جميع الأحوال بانقضاء خمسة عشر سنة من اليوم الذي ينشأ فيه هذا الحق، وهو ما يعني أن المشرع اعتبر دعاوى التعدي على العلامة التجارية من الدعاوى الخاصة التي يطبق بشأنها تقادم أقصر لأسباب تتعلق بحماية الاستقرار القانوني والاقتصادي للمعاملات التجارية، والتشجيع على عدم التراخي في ممارسة الحقوق،

¹ المواد من 37 إلى 40 من القانون رقم 08-09 المعدل والمتمم

² محمدي سماح، مرجع سابق، ص 80.

³ المادة 20 من الأمر رقم 03-06

⁴ المادة 308 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخ في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 07 / 05، الصادر في 13 ماي 2007، المنشور بالجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 13 ماي 2007، العدد 31

⁵ المادة 141 من الأمر رقم 75-58 يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم: "كل من نال عن حسن نية من عمل الغير أو من شيء له منفعة ليس لها ما يبررها يلزم بتعويض من وقع الاضرار على حسابه بقدر ما استفاد من العمل أو الشيء."

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

والهدف من هذا الأجل هو ضمان سرعة الفصل في المنازعات ذات الطابع الاقتصادي، وعدم إبقاء الحقوق معلقة لفترة طويلة دون ممارسة فعلية.¹

ويهدف هذا التقادم القصير نسبياً إلى تحقيق الاستقرار في المعاملات التجارية، ومنع بقاء النزاعات مفتوحة لمدة طويلة، وتشجيع أصحاب الحقوق على المبادرة بحماية حقوقهم دون تأخير. ولا يترتب على انقضاء هذا الأجل سقوط الحق في ملكية العلامة ذاتها، وإنما يقتصر أثره على سقوط الحق في متابعة الأفعال السابقة، مع إمكانية رفع دعوى جديدة إذا تجدد التعدي.²

ثالثاً: عبء الإثبات ووسائله

تعتبر مسألة الإثبات حجر الزاوية في سياق الدعاوى المتعلقة بالتعدي على العلامات التجارية، إذ يتحمل المدعي، بصفته مالك العلامة التجارية، عبء إثبات عناصر جوهرية تشمل إثبات ملكيته للعلامة، وقوع الفعل الضار من قبل الطرف الآخر، بالإضافة إلى وجود علاقة سببية بين الفعل المرتكب والضرر المترتب عليه. ويجد هذا الأساس القانوني سنده في المادة 348 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أن من يدعي حقاً عليه إثباته، وبالتالي، يقع عبء إثبات الادعاء على عاتق مالك العلامة التجارية، ما لم ينص القانون صراحةً على خلاف ذلك.³

يتطلب الإثبات في هذه الدعاوى مراعاة مجموعة من العناصر المتكاملة، ويبدأ ذلك بتقديم دليل على وجود علامة تجارية مسجلة لدى الجهات المختصة، فضلاً عن إثبات وقوع تعدٍ مادي فعلي وتحقق الضرر المترتب عليه، سواء تمثل هذا الضرر في خسارة اقتصادية ملموسة، أو المساس بسمعة العلامة التجارية، أو اضطراب في السوق، ويُعتبر تقديم شهادة التسجيل الرسمية الصادرة عن المعهد الوطني للملكية الصناعية وسيلة قانونية لإثبات صفة الملكية.⁴

أما بشأن واقعة التعدي، فيتعين على المدعي توثيقها باستخدام وسائل قانونية متعددة تشمل عرض عينات مادية من المنتجات المزورة، أو تقديم إعلانات تبين الاستخدام غير المشروع للعلامة، أو شهادات الشهود والخبراء الفنيين، وحتى المحاضر الجمركية في حال كانت القضية تتعلق بتقليد تجاري

¹ المادة 142 من الأمر رقم 58-75 يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم: "تسقط دعوى التعويض عن الاثراء بلا سبب بانقضاء عشر (10) سنوات من اليوم الذي يعلم فيه من لحقته الخسارة بحقه في التعويض، وتسقط الدعوى في جميع الأحوال بانقضاء خمسة عشرة سنة من اليوم الذي ينشأ فيه هذا الحق".

² المادتين 316 و 317 من الأمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم

³ المادة 348 من الأمر رقم 58-75 يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم: "للقاضي أن يوجه اليمين تلقائياً إلى أي من الخصمين ليبنى على ذلك حكمه في موضوع الدعوى أو في ما يحكم به.

ويشترط في توجيه هذه اليمين ألا يكون في الدعوى دليل كامل، والا تكون الدعوى خالية من أي دليل".

⁴ حيث تُعد وفقاً للمادة 5 من الأمر رقم 03-06 قرينة قانونية كافية لوجود الحق

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

عابر للحدود، ويلاحظ أن هذا التنوع في وسائل الإثبات ينسجم مع تزايد أساليب التعدي غير التقليدية، لا سيما تلك المرتبطة بالبيئة الرقمية عبر المواقع الإلكترونية أو الحملات الإعلانية الرقمية.¹

عند مواجهة قضايا تتضمن مسائل تقنية معقدة، مثل تحديد مستوى التشابه بين علامتين أو تقييم الأثر التجاري للتعدي، قد يكون من الضروري اللجوء إلى الخبرة القضائية، وتمتلك المحكمة هنا سلطة تقديرية بما يسمح لها بتكليف خبير مختص ببناءً على طبيعة النزاع ومتطلبات الدليل الفني، وإلى جانب ذلك، يمكن لمالك العلامة التجارية الاستعانة بالإجراءات التحفظية بناءً على طلب مسبق موجه إلى القضاء، ومن هذه الإجراءات الحجز على المنتجات المشبوهة وإجراء المعاينات بموجب محاضر قضائية، وتعد هذه الأدوات القانونية ذات أهمية بالغة في حماية الأدلة من التلف أو العبث، ما يتيح للمدعي فرصة تعزيز موقفه القانوني عند عرض النزاع أمام المحكمة.²

الفرع الثالث: آثار الحكم في الدعوى المدنية للتعدي على العلامة التجارية

إذا ثبت للقضاء وقوع تعدٍ على علامة تجارية محمية، فإن الحكم الصادر لا يقتصر على إثبات الفعل، بل يمتد إلى ترتيب آثار قانونية تهدف إلى جبر الضرر، ووقف الاعتداء، ومنع تكراره³، وتتعدد هذه الآثار بحسب طبيعة النزاع، فتشمل التعويض المالي، ووقف التعدي، وإزالة آثاره، فضلاً عن إمكانية نشر الحكم.

أولاً: التعويض عن الضرر

يُعد التعويض الأثر الرئيسي المترتب على ثبوت التعدي، ويهدف إلى جبر الأضرار التي لحقت بصاحب العلامة، سواء كانت مادية أو معنوية. ويستند هذا الحق إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية، التي تُلزم كل من تسبب في ضرر للغير بالتعويض.⁴

وتتمثل الأضرار المادية في الخسائر المالية وفقدان الأرباح، بينما تشمل الأضرار المعنوية المساس بسمعة العلامة وثقة الجمهور بها، ويجوز للقاضي تقدير التعويض بناءً على ما يثبت من عناصر الضرر، أو الحكم بتعويض جزافي إذا تعذر تحديده بدقة.

ويشترط للحكم بالتعويض ثبوت التعدي، غير أنه يجوز الحكم بتعويض رمزي أو الاكتفاء بوقف التعدي إذا لم يثبت الضرر بشكل كافٍ.⁵

¹ المادة 5 من الأمر رقم 06-03

² بما يتوافق مع المادة 34 من الأمر رقم 06-03.

³ الخلايلة أسعد خليفة، التسجيل الدولي للعلامات التجارية المشهورة، ط1، زاد ناشرون وموزعون، عمان، 2022، ص

78

⁴ المادة 124 من الأمر رقم 75-58 يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ويضاف إلى هذا الأساس العام ما ورد في المادة 25 من الأمر رقم 06-03 التي تعطي الحق لصاحب العلامة في منع أي استعمال يؤدي إلى حدوث التباس في السوق، وتعد هذه الحماية مدخلا للمطالبة بالتعويض عند ثبوت التعدي.

⁵ محمدي سماح، مرجع سابق، ص81.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

ثانيا: وقف التعدي وإزالة آثاره

يُعد وقف التعدي من أهم الآثار المترتبة على الحكم، إذ يهدف إلى إنهاء الوضع غير المشروع ومنع استمراره¹، ويشمل ذلك منع استعمال العلامة، وسحب المنتجات المخالفة من التداول، ووقف الإعلانات، بل وقد يمتد إلى إغلاق الوسائط الرقمية المستعملة في التعدي. كما يجوز للمحكمة أن تأمر بإزالة آثار التعدي، من خلال إتلاف المنتجات المقلدة أو حجزها أو اتخاذ تدابير تصحيحية لإعادة الحالة إلى ما كانت عليه، وتمثل هذه الإجراءات تطبيقاً لمبدأ إعادة الحال، الذي يهدف إلى محو آثار الفعل غير المشروع وإعادة التوازن القانوني.²

ثالثا: نشر الحكم القضائي

يُعد نشر الحكم القضائي وسيلة قانونية فعالة لحماية العلامة التجارية³، إذ يحقق غايتين أساسيتين: إعلام الجمهور بالحقبة القانونية، ورد الاعتبار لصاحب العلامة. ويجوز للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم كلياً أو جزئياً في وسائل الإعلام المختلفة، على نفقة المحكوم عليه، خاصة إذا كان التعدي ذا طابع علني أو واسع الانتشار، ويُعد هذا الإجراء تدبيراً ردعياً وتعويضياً في آن واحد، إذ يحد من آثار التضليل في السوق، ويعيد الثقة في العلامة محل الاعتداء.

المطلب الثاني: الحماية المدنية من خلال دعوى المنافسة الغير مشروعة

لا تقتصر الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري على دعوى التعدي بوصفها الوسيلة التقليدية للدفاع عنها، بل تشمل أيضاً دعوى المنافسة غير المشروعة، التي تعد أداة تشريعية تكاملية تستند إلى مبادئ المسؤولية التقصيرية المنصوص عليها في القوانين العامة. تهدف هذه الدعوى إلى حماية الفاعلين الاقتصاديين من أي ممارسات تخرج عن إطار المنافسة العادلة، سواء كان ذلك بتقليد

¹ ويتخذ الحكم بوقف التعدي عدة صور بحسب الوقائع، فقد يشمل منع تداول المنتجات التي تحمل العلامة المعتدى عليها، أو منع عرضها في المحلات، أو سحب الإعلانات التي استعملت فيها العلامة دون إذن، أو حتى إغلاق المواقع الإلكترونية التي تعرض منتجات مقلدة، وقد يصل الأمر وفق ما تخوله المحكمة إلى الأمر باتخاذ تدابير تنفيذية فورية تحت طائلة الغرامة التهديدية، لضمان التزام المحكوم عليه بوقف الفعل المعتدي، خاصة في الحالات التي تكون فيها الأفعال مستمرة أو متكررة، وتجد هذه السلطة القضائية سنداً في القواعد العامة للمادة 47 من القانون المدني، التي نصت على أن: لكل من وقع عليه اعتداء غير مشروع في حق من الحقوق الملازمة لشخصيته أن يطلب وقف هذا الاعتداء، والتعويض عما يكون قد لحقه من ضرر.

² وهي قاعدة مقررة في المادة 132 من القانون المدني الجزائري.

³ ويستند هذا الإجراء إلى المادة 18 مكرر من الأمر رقم 66-156 مؤرخ في 8 يونيو 1966، ج. ر. ج. ج. عدد يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم بالأمر رقم 20-01 المؤرخ في 30 جويلية 2020، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، ج. ر. ج. ج. العدد 44 صادر في 30/07/2020 المعدل والمتمم بالقانون رقم 24-06 مؤرخ في 19 شوال 1445 الموافق لـ 2024/02/28 ج. ر. عدد 30 الصادرة بتاريخ 2024/04/30.

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

العلامة التجارية، أو استغلال شهرتها، أو تضليل الجمهور عبر وسائل الدعاية المضللة، وتكتسب هذه الدعوى أهمية خاصة في الحالات التي تنعدم فيها الشروط الشكلية اللازمة لإقامة دعوى التعدي، كعدم تسجيل العلامة بشكل رسمي، أو عند التعرض للعناصر غير المادية المرتبطة بالمظهر التجاري أو السمعة التجارية دون المساس المباشر بعلامة مسجلة، من هذا المنطلق، تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة وسيلة قانونية تتمتع بمرونة عالية لضمان حماية الحقوق التجارية من أي ممارسات تتحرف عن القواعد القانونية والأخلاق المهنية التي تحكم الأنشطة الاقتصادية داخل السوق.¹

الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها

تنص المادة 28 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على أن لمالك العلامة المسجلة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل من ارتكب أو يرتكب فعلاً يشكل تقليداً للعلامة، كما يملك نفس الحق تجاه كل من قام أو يقوم بأعمال توهي بإمكانية وقوع هذا التقليد، كما أقرت المادة 29 من نفس الأمر حق المطالبة بالتعويضات المدنية في حالة ارتكاب أو محاولة ارتكاب تقليد للعلامة.²

ويستفاد من هذين النصين أن دعوى المنافسة غير المشروعة ترتبط بالفعل الذي يكتف على أنه تقليد أو محاولة تقليد، وهو ما يتماشى مع ما استقر عليه القضاء المقارن، لا سيما في القانون الفرنسي، حيث اعتُبر تقليد العلامة مساساً بحق الملكية الصناعية، يترتب المسؤولية المدنية لمرتكبه بغض النظر عن توافر حسن النية أو سوءها.³

وبوجه عام، يشترط لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة توافر أركان المسؤولية المدنية الثلاثة، وهي: الخطأ، والضرر، والعلاقة السببية.

أولاً: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

تعددت التعريفات الفقهية لدعوى المنافسة غير المشروعة تبعاً لاختلاف الزوايا التي تناولها منها الفقه، فقد عرّفها جانب من الفقه بأنها الجزاء القانوني المقرر لمواجهة السلوك غير المشروع في ميدان المنافسة⁴، بينما اعتبرها اتجاه آخر وسيلة قانونية لحماية عناصر المتجر، خاصة عنصر العملاء⁵، كما

¹ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 69

² ختير فريدة، حماية العلامة التجارية مدنيا كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، المجلد 07، العدد 02، 2021، ص 309

³ ختير فريدة، مرجع سابق، ص 310.

⁴ مزهود عمار، دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية لحماية العون الاقتصادي، مذكرة ماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، جامعة 08 ماي 1945 بقالة، الجزائر، 2015-2016، ص 15

⁵ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط 02، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 122

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

ذهب العميد روبييه إلى اعتبارها دعوى ترمي إلى معاقبة الإخلال بقواعد السلوك المهني المخالفة للأعراف التجارية.¹

وفي ضوء هذه التعريفات، يمكن القول إن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى قضائية ذات أساس في القواعد العامة للمسؤولية المدنية، تهدف إلى وقف الأعمال المخالفة للأعراف التجارية، وإزالة آثارها²، وتعويض الضرر الناجم عنها، متى كان من شأن هذه الأعمال إحداث لبس لدى الجمهور أو تحويل العملاء بوسائل غير مشروعة.³

وعليه، فإن مناط هذه الدعوى يتمثل في كل سلوك يصدر عن عون اقتصادي بقصد أو بغير قصد، ويخالف القواعد المستقرة في التعامل التجاري الشريف، بما يؤدي إلى الإضرار بمصالح منافس له أو محاولة تحويل عملائه بوسائل غير مشروعة، غير أن مبدأ حرية المنافسة يظل قائماً، على أن يمارس في إطار احترام قواعد النزاهة المهنية وعدم الإضرار بالغير.⁴

ثانياً: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة في قانون العلامات الجزائري

تُعد دعوى المنافسة غير المشروعة وسيلة فعالة لحماية الحقوق المرتبطة بالعلامة التجارية، سواء رفعت من قبل مالك العلامة أو من قبل كل من لحقه ضرر نتيجة الأفعال غير المشروعة⁵، حتى ولو لم يكن مالكا لها، كالتاجر الذي يتضرر من تقليد علامة يتعامل في منتجاتها.

كما تبرز أهمية هذه الدعوى خاصة في الحالات التي لا تتوافر فيها أركان الجريمة الجزائية، مما يحول دون إدانة الفاعل جزائياً، فيبقى للمتضرر اللجوء إلى القضاء المدني للمطالبة بالتعويض.⁶ ولقيام هذه الدعوى، يشترط توافر الأركان التالية:

1- الخطأ: يتمثل الخطأ في كل فعل يشكل منافسة غير مشروعة، أي استعمال وسائل تتنافى مع الأعراف التجارية وقواعد الشرف المهني، ويتخذ هذا الخطأ صورتين: عنصر مادي يتمثل في الوسيلة

¹ ختير فريدة، مرجع سابق، ص 310.

² نعيم جميل صالح سلامة، المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2015، ص 172.

³ محمود مختار أحمد بريري، قانون المعاملات التجارية الأموال التجارية حقوق الملكية الصناعية والتجارية - المحل التجاري، ج 01، القسم الثالث، دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 2010، ص 204.

⁴ ختير فريدة، مرجع سابق، ص 311.

⁵ محرز أحمد، القانون التجاري، المقدمات الأعمال التجارية التاجر، المحل التجاري الملكية الصناعية والتجارية الشركات التجارية، د ط، دار المكتبة القانونية، مصر، د س، ص 328.

⁶ فاضلي إدريس، الملكية الصناعية والتجارية في القانون الجزائري، ط 02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 188.

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

غير المشروعة، وعنصر معنوي يتمثل في نية تحقيق مزية تنافسية غير مشروعة، كتحويل العملاء أو السيطرة على السوق.¹

ولا يشترط لقيام الخطأ توافر القصد، إذ تقوم المسؤولية حتى في حالة عدم تعمد الإضرار، متى ثبت أن السلوك يخالف قواعد التعامل المهني الشريف²، كما يُشترط أن يكون الفعل المرتكب في إطار نشاط تنافسي، وأن يؤدي إلى إحداث لبس أو خلط لدى الجمهور.³

عندما يتعلق الأمر بدعوى قائمة على المنافسة غير المشروعة، يمكن لأي شخص تضرر من هذا التصرف أن يبادر برفع الدعوى، ومع أن هذا الرأي يبدو صحيحاً ويتوجب على المشرع الجزائري الأخذ به، فإن تطبيقه يواجه عائقاً يتمثل في الفقرة الثانية من المادة 02 من القانون 04-02، التي تصنف تقليد العلامة ضمن حالات المنافسة غير المشروعة. هنا، يطرح تساؤل حول كيفية تناسق مفهوم "التقليد" بين الأمر 03-06 والقانون المتعلق بالقواعد المنظمة للممارسات التجارية لعام 2004، ولتجنب مثل هذا الإشكال، كان من الأفضل أن يتجنب المشرع الجزائري استخدام تعبير "تقليد العلامة" وأن يعتمد بدلاً عنه مصطلحات مثل "الاعتداء على العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس" أو "الاعتداء على منتجاته أو خدماته" وما شابه.⁴

في النهاية، يمكن القول إن الحماية التي يمنحها نظام دعاوى المنافسة غير المشروعة تمتد لتشمل صاحب العلامة عند حدوث اعتداء على حقه، سواء كانت العلامة مسجلة⁵ أم لا، وقد أخذ المشرع المصري بهذا النهج؛ إذ اعتبر أن العلامة غير المسجلة تحظى بحماية مستمدة من مفهوم المنافسة غير المشروعة، باعتبارها السبيل الوحيد لحمايتها من الأضرار المادية والأدبية التي قد تلحق بصاحبها. أما إذا كانت العلامة مسجلة، فإن الحماية تتضاعف لتشمل الحماية المدنية إلى جانب الحماية الجزائية المنصوص عليها في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، بالإضافة إلى ذلك، لا يحول وجود هذه الحماية دون أحقية صاحب العلامة في المطالبة بالتعويض أمام الجهتين الجزائية والمدنية.⁶

2- الضرر: لا يكفي ثبوت الخطأ، بل يجب أن يترتب عليه ضرر يصيب المدعي، كفقدان العملاء أو تراجع النشاط التجاري، ويشترط في الضرر أن يكون محققاً ومباشراً، ويشمل الخسارة اللاحقة والكسب الفائت.⁷

¹ مغيبغ نعيم، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة، منشورات الحلبي، بيروت، لبنان، 2010، ص 199.

² خنير فريدة، مرجع سابق، ص 312.

³ المادة 09 من الامر 03-06

⁴ سلامي ميلود، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 06، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، الجزائر، 2012، ص 183.

⁵ خنير فريدة، مرجع سابق، ص 314.

⁶ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية والتجارية، ط09، دار النهضة العربية، مصر، 2013، ص 613.

⁷ خنير فريدة، مرجع سابق، ص 315.

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

وقد يكون الضرر مادياً أو معنوياً، نظراً للطبيعة المزدوجة للحق في العلامة التجارية، باعتباره حقاً مالياً ومعنوياً في آن واحد، كما يمكن أن يكون الضرر حالاً أو محتملاً، غير أن التعويض لا يُحكم به إلا عن الضرر المحقق.

3- العلاقة السببية: نتحدث هنا عن ضرورة وجود علاقة سببية مباشرة بين الخطأ المرتكب من قبل المسؤول والضرر الذي لحق بالشخص المتضرر. بناءً على ذلك، لا يمكن تحميل الشخص المسؤولية عن أعماله إذا أثبت أن الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي لا يتعلق به¹ كما يحق للمدعي إثبات أركان الدعوى بجميع وسائل الإثبات المتاحة، بما في ذلك الشهادات والقرائن، طالما أن القضية تتعلق بوقائع مادية. وفي حال تمكن صاحب العلامة التجارية من إثبات وقوع تقليد، فإن الجهة القضائية المختصة تصدر عقوبات مدنية بناءً على ذلك.¹

يُلاحظ أن الأمر 03-06 يمنح لمالك العلامة التجارية الحق في المطالبة بالتعويض واتخاذ إجراءات لوقف الاعتداء حتى قبل وقوعه، بهدف الحيلولة دون حدوث أي ضرر مستقبلي، بينما وفقاً للقانون 02-04 الخاص بالمنافسة غير المشروعة، لا يمكن المطالبة بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر وإثبات علاقة سببية بين أفعال المنافسة الضرر الناتج عنها²، يُركز الأمر 03-06 على مجرد احتمال وقوع الضرر نتيجة الأفعال التي تشير إلى إمكانية ارتكاب التقليد، في حين يتطلب القانون 02-04 إثبات الضرر الواقع بشكل فعلي ولا يعتد بالضرر الاحتمالي.

كما يمنح قانون العلامات التجارية لصاحب العلامة المسجلة الحق في المطالبة بالتعويض من خلال رفع دعوى مدنية مرفقة بالدعوى الجزائية، أو بشكل مستقل أمام القسم المدني. وفي حال تقديم دعوى تقليد وثبت أن الأفعال المطروحة للمحاكمة لا تشكل جريمة تقليد بمفهوم القانون الجزائي بل تقع في إطار المنافسة غير المشروعة كخطأ مدني، فإنه لا يحق للمحكمة الجزائية البت في الدعوى المدنية المرفقة، ومع ذلك، يبقى للمتضرر الحق في رفع دعوى مدنية مستقلة بالإسناد إلى المنافسة غير المشروعة، في هذه الحالة، لا يمكن الاحتجاج بحجية الأمر المقضي، حيث إن سببي الدعويين مختلفان وبالتالي لا تطبق قاعدة عدم جواز نظر الأمر نفسه مرتين.³

وفي الأخير، يتضح أن دعوى المنافسة غير المشروعة تمثل آلية قانونية مرنة لحماية الحقوق المرتبطة بالعلامة التجارية، سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، على أساس القواعد العامة للمسؤولية المدنية، بما يحقق التوازن بين حرية المنافسة وضرورة احترام قواعد النزاهة في المعاملات التجارية.

¹ ختير فريدة، مرجع سابق، ص 315.

² المادتين 28 و 29 من الأمر 03-06 مرجع سابق.

³ ختير فريدة، مرجع سابق، ص 315.

الفصل الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

خلاصة :

يتبين من خلال هذا الفصل أن المشرع الجزائري قد أرسى نظاماً قانونياً متكاملًا للحماية المدنية للعلامة التجارية، يقوم على ازدواجية واضحة بين الحماية الوقائية ذات الطابع الإجرائي، والحماية العلاجية ذات الطابع القضائي، بما يضمن صيانة الحقوق المرتبطة بالعلامة في مختلف مراحل الاعتداء.

ففي الجانب الإجرائي، تتجلى فعالية الحماية من خلال التدابير المؤقتة التي تتيح لصاحب العلامة التدخل العاجل لوقف التعدي أو إثباته والحفاظ على الأدلة، وكذا من خلال الإجراءات الحدودية التي تضطلع بها إدارة الجمارك في منع دخول السلع المقلدة إلى الإقليم الجمركي، وقد أظهر التنظيم القانوني لهذه الآليات حرص المشرع على تحقيق حماية استباقية فعّالة، مع مراعاة التوازن بين مصالح صاحب الحق وضمنات الأطراف الأخرى.

أما في الجانب العلاجي، فقد كرس المشرع دعويين أساسيتين لحماية العلامة، تتمثلان في دعوى التعدي ودعوى المنافسة غير المشروعة. فالأولى تستند إلى الحق الاستثنائي الناشئ عن تسجيل العلامة، وتُعد الوسيلة الأصلية لوقف الاعتداء والمطالبة بالتعويض، في حين تمثل الثانية آلية مرنة تستند إلى قواعد المسؤولية التقصيرية، وتمكّن من مواجهة مختلف صور السلوك غير المشروع في المجال التنافسي، حتى في الحالات التي لا تتوافر فيها شروط دعوى التعدي.

كما تبين أن القضاء يلعب دوراً محورياً في تفعيل هذه الحماية، سواء من خلال تقدير عناصر التعدي، أو تقييم قيام المنافسة غير المشروعة، أو تحديد التعويض المناسب وجبر الضرر، بما ينسجم مع متطلبات العدالة وحماية النظام العام الاقتصادي.

وخلاصة القول، فإن الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري تقوم على منظومة متكاملة تجمع بين الوقاية والعلاج، وتسعى إلى تحقيق التوازن بين مبدأ حرية المنافسة وضرورة احترام قواعد النزاهة التجارية، بما يضمن حماية فعّالة للعلامة التجارية ويعزز الثقة في المعاملات الاقتصادية.

الفصل الثاني:

الحماية الحزائية للعلامة التجارية

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تتجسد الحماية الجزائية للعلامة التجارية من خلال تحديد مختلف الأفعال التي تشكل جرائم اعتداء عليها، سواء تعلق الأمر بتقليد العلامة أو تزويرها أو استعمال علامة مملوكة للغير دون ترخيص، أو غيرها من صور الاعتداء التي تؤثر على الوظيفة المميزة للعلامة وتسبب أضراراً مادية ومعنوية لأصحاب الحقوق. كما تقتضي هذه الحماية بيان العناصر المكونة لهذه الجرائم، من أركان قانونية ومادية ومعنوية، بما يسمح بتحديد نطاق المسؤولية الجزائية للأشخاص المرتكبين لها.

إضافة إلى تجريم الأفعال الماسة بالعلامة التجارية، تبرز أهمية دراسة إجراءات المتابعة الجزائية باعتبارها الآلية القانونية التي يتم من خلالها تفعيل الحماية المقررة، وذلك من خلال تحديد الجهات المختصة بتحريك الدعوى العمومية، وإجراءات البحث والتحري وإثبات الجرائم، فضلاً عن بيان الجزاءات والعقوبات المقررة ضد مرتكبي الاعتداءات على العلامات التجارية، ففعالية الحماية الجزائية لا تتحقق بمجرد النص على التجريم والعقاب، وإنما تتطلب وجود نظام إجرائي قادر على ضمان التطبيق الفعلي للنصوص القانونية وتحقيق الردع اللازم.

وعليه، سيتم تناول هذا الفصل من خلال مبحثين أساسيين؛ يخصص المبحث الأول لدراسة الجرائم التي تقع على العلامة التجارية، من خلال بيان مختلف صور الاعتداء عليها وأركانها القانونية، بينما يتناول المبحث الثاني المتابعة الجزائية في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وذلك من خلال بيان إجراءات تحريك الدعوى العمومية، ووسائل إثبات الجرائم، والجزاءات المترتبة عنها.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

المبحث الأول : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية

من خلال استقراءنا للأمر 03-06¹ والأمر 66-57² صنفنا وحصرنا الجرائم الواقعة على العلامة إلى صنفين الأول جرائم مرتبطة بالتقليد يندرج تحتها : جنحة تشبيه العلامات أو التقليد التدليسي ثم جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة وآخرها جنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشابهة أو عرض هذه المنتجات للبيع هذا في ما يخص الصنف الأول، أما الصنف الثاني: فهي الجرائم غير مرتبطة بالتقليد يندرج ضمنها جنحة اغتصاب علامة مملوكة للغير و جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة ثم جنحة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو سلع أو منتجات لم يطلب تسجيلها، وأخيرا جنحة مخالفة بعض أحكام قانون العلامات.

وقد تطرقنا في تبيان هاته الجرائم وشرحها وتفصيلها إلى أركانها التي لا تقوم إلا بها كباقي الجرائم الأخرى التي يجب توافر الأركان الثلاث التقليدية المتجلية في الركن الشرعي والمادي والركن المعنوي، مع الملاحظة أن المشرع في تعرضه لجريمة التقليد وما هو مرتبط بها منها وصف الجنح.

المطلب الأول : الجرائم المرتبطة بالتقليد

حيث سنتعرض في مطلبنا هذا إلى جنحة التقليد، و جنحة تشبيه العلامة، أو التقليد التدليسي، و جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة، ثم جنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشابهة للبيع أو مشابهة أو عرض منتجات للبيع، وكل هذه الجنح مرتبطة وتندرج تحت جريمة التقليد، وسنعالج كل جريمة من حيث أركانها الثلاثة، الركن الشرعي والمادي والمعنوي.

الفرع الأول: جنحة تقليد العلامة

لتقوم جريمة تقليد علامة تجارية لا بد من توافر الأركان الأساسية للجريمة وهي الركن الشرعي والركن المادي والركن المعنوي وهو ما سوف نتطرق اليه من خلال العناصر التالية.

أولاً: الركن الشرعي لجنحة تقليد العلامة

لم يكن المشرع الجزائري يحدد في ظل الأمر 66-57 مفهوم التقليد بالمعنى الواسع إلا أنه تدارك هذا الفراغ حين القيام بالإصلاح الأخير في الأمر 03-06، وبالتحديد في المادة (26) التي نصت على أنه: "يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة"، أما بالمعنى الضيق إذ يقصد بالتقليد هو اصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية أو وضع علامة تشبه في مجموعها العلامات الحقيقية بحيث أنه لا يمكن للعلامة الجديدة أن تظل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنها العلامة الأصلية.

¹ الأمر رقم 03-06 وكذا المادة 28 فقرة واحد من الأمر 66-57 المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

² الأمر 66-57 المؤرخ في 1966/03/149 المعدل في نفس السنة والمتمم سنة 1967م، الجريدة الرسمية الصادرة في 1966/03/22 العدد رقم 23.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

أما التشبيه فهو اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين، إذ أن التعديلات التي عرفها التشريع الفرنسي في السنوات الأخيرة خاصة بعد التوجيه الأوروبي رقم 89-104 المؤرخة في 21-12-1988م أدت إلى جمع كافة الاعتداءات الواقعة على العلامة التجارية تحت مصطلح التقليد الذي أصبح يشمل التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه¹ هكذا يلاحظ أن المشرع الجزائري بتبنيه المفهوم الواسع للتقليد عند إصداره للأمر 03-06 يكون قد سلك مسلك المشرع الفرنسي كما عودنا².

ثانيا: الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية

لا جريمة تكون أو تقوم بدون توفر الركن المادي الذي يهدف إلى تحقيق نتيجة الجريمة بتنفيذها. وبناء عليه إن أي تعدي يهدف إلى نقل عنصر من العلامة كاف لبيان وجود التقليد ولا يهم إذا كان النقل كلي أو جزئي إذ لا يشترط أن يكون هناك تطابق كلي بين العلامة المقلدة والعلامة الأصلية كما لا يهم إذا كانت قد استعملت كعلامة أو بالعكس كاسم تجاري أو شعار، أو إذا وضعت بالفعل على المنتجات ولقد سمحت الحياة العملية حتى في بلادنا بإظهار ذلك في مجال العطور اللجوء إلى لوائح المطابقة لتجنب الخطر القانوني يتعلق الأمر بصنع عطور لبيعها تحت تسمية عادية أو تحت رقم مع بيان في اللائحة العلامة المشهورة التي تقابلها وبالرغم من أن بعض المحاكم الفرنسية اعتبرت أن هذا التصرف يكون جنحة "استعمال العلامة" يجب بالعكس وصفه كجنحة تقليد علامة لأنه لا يشترط لارتكاب هذه الأخيرة وضع العلامة على المنتجات³، وهنا تعتبر جنحة التقليد قليلة الانتشار في عالم التجارة إذ بفضل التاجر أو الصانع المنافس، استعمال علامة تشبه العلامة الأصلية المشهورة لكن دون تقليدها بصورة مطلقة لذا تعتبر جنحة التقليد والتقليد التداخلي هما من نفس النوع رغم أن الأول، العنصر فيها غير ظاهرا وهو مفترض أما الثانية فالعنصر المعنوي فيها ظاهر كما يكون التقليد جزئيا عندما يتم النقل الجزئي للعلامة وهو الجزء المهم في العلامة الذي يؤدي إلى لفت انتباه المستهلكين وهو الجزء الكافي الذي يشكل علامة وطنية إلى علامة أجنبية إذا كانت هذه العلامة المترجمة معروفة لدى المستهلك من قبيل التقليد⁴، والتي من شأنها لفت انتباه المشتري.

فجنحة التقليد تتحقق في التنفيذ المادي للعلامة بغض النظر عن وضعها على المنتج، فالتقليد يكمن في اصطناع العلامة كفعل مستقل عن استعمالها إذ أنه شروعا وإنما جنحة قائمة بذاتها.

¹ فرحة زرواي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري (الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، الجزائر، النشر والتوزيع ابن خلدون، وهران، 2001، ص ص 259، 260.

² وقد أخذ المشرع هذا في قانونه أن أنه لم يميز بين التقليد والتشبيه إن حكمة المشرع من وراء إلغاء هذا التمييز إخضاع كل التصرفات التي تمس بحقوق صاحب العلامة لنفس الجنحة ومن ثم لنفس العقوبة وهذا ما نراه جليا في نص المادة 32 من الأمر 03-06 السابق الذكر.

³ فرحة زرواي صالح، مرجع سابق، ص 260.

⁴ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 403.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

ثالثا: الركن المعنوي لجريمة تقليد علامة تجارية

لاكتمال جريمة ما وقيامها كاملة لا يجب تحقق الركن المادي فقط وإنما يستلزم أيضا وجود رابطة معنوية نفسية بين الفاعل وماديات الجريمة، وهو ما يصطلح عليه بالركن المعنوي فالجريمة لكي تقوم لا بد من توافر ركنين أساسيين يتمثل الأول في ماديات الجريمة أو المظهر الذي يبرز به إلى العالم الخارجي، ويضم معنوي يتمثل في إرادة الفاعل من خلال الفعل المادي في إحداث النتيجة الإجرامية وهو ما يعرف والمصطلح عليه بالقصد الجنائي¹، غير أنه فيما يتعلق بجريمة العلامات.

لا سيما جنحة التقليد يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، فلا يشترط توافر العنصر المعنوي، فالعنصر المادي كاف، فللقصد شرطا لا زم لإثبات وجود الجنحة أي يفرض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار، حسنة كانت أو سيئة، وهذا ما أقره المشرع الفرنسي في المادة 2127، ولا يتضمن القانون عبارة "التدليس" أو القصد بالنسبة لجنحة التقليد².

غير أن الركن المعنوي أو القصد الجنائي هو ركن مفترض بعدم توقع قيام جريمة دون ركنها المعنوي، ولعل الأمر لحكمة وهدف يتعلق بطبيعة الجنحة لأنها تمس بالطابع الاقتصادي. يلاحظ أن المحاكم الجزائية كانت قد قدرن التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها.

للتذكير فإن التسمية BANITA الممنوحة لعطر معين اعتبرت تقليد لتسمية HABANITA كما اعتبر تقليدا استعمال قنينات أي حاجات لها نفس الشكل³، وهذا ما ذهب إليه مجلس قضاء الجزائر في قرار 1989-01-30م بأن تسمية BANITA تشكل تقليدا لعطر HABANITA وجاء في حيثيات قرار المجلس أنه يستخلص من مجرد مقارنة بين بطاقات المتهم وبطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان ومن حيث السمع، وإن الاجتهاد القضائي يعتبر جنحة التقليد قائمة عندما يتم تقديم منتج في تغليف يحمل أوجه تشابه وتطابق كبيرة مع تغليف المنتج محل المنافسة حتى ولو كان يحمل اسما مغايرا ولكنه يوحي باسم العلامة التي تمت محاكاتها⁴.

¹ وقد عرفه الفقه الجنائي بأنه: "العلم بعناصر الجريمة مع اتجاه الإرادة إلى تحقيقها أو قبولها" وهو مبدأ عام، رضوان عبيدات، تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص، مجلة الدراسات الجامعية، الجامعة الأردنية، ديسمبر 1999م، ص 78.

² انظر المادة 26 من الأمر رقم 03-06 وكذا المادة 28 فقرة واحد من الأمر 66-57 المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

³ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 261.

⁴ بيوت نذير، الحصانة القضائية لحماية العلامات، الجزائر، المجلة القضائية، العدد 2-2002، الصادرة عن قسم الوثائق للمحكمة العليا، بتاريخ 2004، ص 62.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

وبالرجوع إلى قانون العلامات فإن القصد الذي هو النية الباطنية هو القصد العام والقصد الخاص فالأول يقصد به ويتحقق باتجاه إرادة الجاني ونجد أيضا أن القضاء استعان بجملة من الضوابط في تحديد الجرائم الواقعة على العلامة فنجد أنه اعتبر أن جريمة التقليد قائمة عندما يتم اصطناع العناصر الأساسية ومميزات العلامة ومن قبيل ذلك قرار مجلس قضاء الجزائر الصادر بتاريخ 17-03-1999، الذي اعتبر المتهم الذي سمي عطره بـ « tré sor » قد ارتكب جنحة التقليد عندما اصطنع علامة « tré sor Lancôme » .

إلى اقتراف الركن المادي للجريمة مع العلم به والعناصر التي يتطلبها القانون، أما القصد الخاص فهو نسبة تصرف إلى غرض معين أو يدفعها إلى الفعل باعث معين، كما يعرفه البعض بأنه حالة نفسية متعلقة بنتيجة معينة.

أما المحاكم الفرنسية فهي تعاقب التقليد الشامل، لعلامة ما بذاته حتى إذا لم يعرض المستهلك للخلط بين العلامتين، الأصلية وغير الأصلية ويعاقب التقليد الجزئي بشرط أن يكون الجزر المقلد مميّزا ومحميا، واعتبر ذلك تقليدا حذف عنصر من عناصر العلامة الأصلية المركبة، إذا كانت العناصر الباقية هي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة الأصلية، غير أن القضاء الفرنسي كان قد استبعد جنحة التقليد كلما كان العنصر المقلد المأخوذ من علامة مركبة (marque complexe) قد فقد فرديته وطابعه المميز نظرا لاندماجه في مجموعة ما غير قابلة للتجزئة وبالعكس يعتبر تقليدا إضافة بيانات مبتذلة، نوعية أو نعتية، تبعا لهذا تكون جنحة التقليد كل تصرف يتمثل في أخذ علامة الغير ولو أضيف إليها الاسم الشخصي للتاجر¹.

الفرع الثاني: جنحة تشبيه العلامات أو التقليد التدليسي.

يقصد بها اصطناع علامة مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية يؤدي إلى احتمال الخلط بين العلامتين، وإحداث لبس من قبل مجموع المستهلكين وما اتفق عل تسميته التقليد التدليسي، وسنتطرق في هذا المطلب إلى أركان هذه الجريمة في الفروع الثلاث التالية.

أولا: الركن الشرعي لجنحة تشبيه العلامات أو التقليد التدليسي.

وقد نظمت أحكامها المادة السادسة والعشرون (26) من الأمر 03-06 نجد المشرع الجزائري قد اعتبر تقليدا كل مساس بالحقوق الاستثنائية للعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق مالك العلامة، كما نصت عليها أيضا المادة الثامنة وعشرون (28) من الأمر 66-57 "... يجعلون منها صورة تدليسية من شأنها أن يخدع بها المشتري".

¹ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 263.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

ثانيا: الركن المادي لجنة تشبيه العلامات أو التقليد التدليسي.

على هذا الأساس كانت هذه اللجنة تختلف عن لجنة التقليد لكونها تقتض وجود عنصرين :
العنصر المادي الذي يركز على تشبيه ذي طابع جوهر من شأنه أن يؤدي بالجمهور إلى الخلط بين
العلامتين فالعنصر العمدي إذ يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد ليخدع المستهلك.
وكان القاضي يأخذ بعين الاعتبار التشبيهات الإجمالية وليس التميزات الجزئية، أي كان يؤسس
قراره على التشبيهات التي من شأنها أن تؤدي بالمشتري العادي إلى الخلط بصفة إجمالية بين
العلامتين¹.

ونشير إلى أن الفقه والقضاء الفرنسيين وسعا مجال تطبيق لجنة تشبيه العلامة بإدخال معايير
جديدة ومفاهيم جديدة كالتشبيه بالقياس أو التشبيه بجمع الأفكار، ويعد مرتكبا لجنة التشبيه بالقياس.
كل من استعمل علامة تشبه من ناحية النطق العلامة الأصلية ويتمثل التشبيه بجمع الأفكار، في كون
العلامة المختارة تذكر بالعلامة الأصلية وتؤدي إلى الخلط بينهما، ويتعلق الأمر على وجه الخصوص
باستعمال تسمية مترادفة وهذا ما يسمى بالتشبيه بالترادف، أو كذا باستعمال تسمية متعارضة وهو التشبيه
بالتعارض.

بينما المشرع الجزائري يرى أن يكون التشبيه من شأنه أن يخدع المشتري² أو المستهلك، ويبين
استعمال العبارة (من شأنه) أنه يشترط أن يكون الاختلاط قد وقع فعلا، ولقضاء الموضوع سلطة مطلقة
في تقدير الوقائع، تأسيسا على هذا اعتبر قضاة محكمة الجزائر يوجد احتمال خلط بين علامة «
Singer وعلامة « singier ».

بينما قرر المجلس القضائي عكس ذلك، أي أنه لا يمكن للمشتري المحتمل أن ينخدع بالظواهر.
كما ليست التسمية « rêve desire » تشبيها تدليسيا أو غير مشروع لتسمية « rêve d'ore »
أو التسمية « ramage »، وعلى خلاف ذلك اعتبر أنه يوجد تشبيه وإمكانية اختلاط بين التسمية «
selectra والتسمية « selecto » أو التسمية « kolher » والتسمية « moher » لكن إمكانية
الاختلاط تبقى قليلة في ميدان الأدوية لأن المستهلك لا يستعمل الأدوية مبدئيا إلا بناءا على إرشادات
الطبيب الذي لا يخلط بينها.

وبالرجوع إلى الأحكام الراهنة يلاحظ أن المشرع الجزائري استبعد التمييز بين التقليد بحصر
المعنى والتشبه، إذ نص على أنه يعد لجنة تقليدا لعلامة ما مسجلة كل عمل يقوم به الغير إضرارا
بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، وعند تحديده للرموز المستبعدة المستحيل ولتعزيز موقفه استعمال

¹فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 266.

² أنظر المادة 29 الفقرة 01 من الأمر رقم 66-57 السابق الذكر.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

بصورة متساوية العبارتين "المماثلة"، "المطابقة" أو "المشابهة"، وهذا دليل على أن التشبيه يكون تقليدا ويخضع لنفس العقوبة، وعلى خلاف التشريع السابق¹، لم تميز الأحكام الراهنة بين التقليد والتشبيه². إن المشرع من وراء إلغاء هذا التمييز إخضاع كل التصرفات التي تمس لحقوق صاحب العلامة لنفس الجنحة ومن ثم لنفس العقوبة وهذا ما جاء في نص المادة الثانية والثلاثون (32) من الأمر 03-06: "إن كل جنحة التقليد يعاقب بالحبس" من ستة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (25.000.00 دج) إلى عشرة ملايين (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- الغلق أو النهائي المؤسسة.
- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة.
- إتلاف الأشياء محل المخالفة.

كما بين أن استعمال مطابقة أو مشابهة وهو في كثير من الأحيان إلا وسيلة لإحداث اللبس بين العلامتين الأصلية والمقلدة أو المشبهة³.

وأخيرا نخلص إلى أن المشبه يحدد بحسب الصفات الإجمالية للعلامة وبحسب المستهلك العادي أو ذي الثقافة البسيطة أو الأمي فضلا عن ذلك لا يجد المشتري أمامه يوم يقوم بعملية الشراء العلامتين لمقارنتهما فلقد سبق القول بأن التقليد يعاقب عليه شريطة أن يكون الجزء المقلد مميزا أو محميا، لذا يجب التساؤل فيما إذا كان التشبيه الجزئي ممنوعا يقتضي المنطق بمنعه إذا كان الجزء يشكل العنصر الجوهري للعلامة الأصلية وعلى غرار التقليد، فإن حذف العنصر لا يمنع من وجود الجنحة إذا كان مرتكب الفعل قد احتفظ بالعناصر الجوهرية للعلامة الأصلية، كما يجب تطبيق نفس القاعدة في حالة إضافة عنصر وإذا كان التشبيه على النقيض من التقليد مبنيا سابقا على سوء نية مرتكب الجنحة⁴.

فالأمر يختلف جليا نظرا لعدم التمييز بين التقليد والتشبيه أي نظرا للنص على جنحة واحدة ألا وهي جنحة التقليد بمفهومها الواسع، والجدير بالذكر أن عدم إثبات عنصر القصد التدليسي لم يكن يسمح بمتابعة القائم بالعمل أمام محكمة الجنح جزائيا، بينما كان الممكن الحكم عليه من حيث المسؤولية المدنية في حالة رفع دعوى مدنية لأنه لا يكفي أن يثبت صاحب العلامة الأصلية أن تشبيه العلامة يسبب في

¹ المادة 28 و 29 من الأمر 66-57 السابق الذكر.

² المادة 26 من الأمر رقم 03-06 حيث اكتفى المشرع بجريمة التقليد فقط ولعل السبب في ذلك أنه يكفي في جريمة التقليد أخذ المميزات الرئيسية لعلامة دون اعتبار لحسن أو سوء نية المعتدي بينما في المحاكمة التدليسية يجب على الشاكي تقديم الدليل على سوء نية خصمه.

³ محكمة وهران القسم التجاري 06 يناير 2004م: "إن هذا الرمز المختار بشبه بشكل واضح رمز المدعية وهو ما من شأنه أن يخلق لبسا لدى المشتري".

⁴ أنظر المادة 29 الفقرة الأولى من الأمر رقم 66-57 السابق الذكر.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

ذهن المستهلك خلطا بين العلامتين ولأنه تشبيهه في مباح، فإنه يجوز للمدعي رفع دعوى اغتصاب العلامة أمام القضاء المدني¹.

ثالثا: الركن المعنوي لجنحة تشبيه العلامات أو التقليد التدليسي.

إن نية الغش أو التدليس في نزر العميد Roubier هي إرادة القيام بما يعاقب عليه القانون، أي نية إحداث خلط الجمهور، وهو تشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي بالجمهور إلى الخلط بين العلامتين، إذ يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قاتم بالتشبيه عن قصد ليخدع المستهلك، أي اتجاه إرادة الفاعل ونيته إلى خداع المستهلك والقص الجنائي ضروري لقيام جريمة تشبيه العلامة أو التقليد التدليسي كما يصطلح على تسميتها ولقد سبق أن كان القاضي يأخذ بعين الاعتبار التشبيهات الإجمالية وليس التشبيهات الجزئية، أي يؤسس قراره على التشبيهات التي من شأنها أن تؤدي بالمشتري العادي إلى الخلط بصفة إجمالية بين العلامتين، ونية الاحتيال في هذه الجريمة هي مفترضة ويمكن استخلاصها من جملة الدلائل كالمشابهة بين عناصر العلامتين أي التقليد لا يمكن اعتباره من باب المصادفة البحتة وإنما يفترض العلم بالعلامة الأولى المسجلة ومن جملة هذه القرائن تثبت نية الفعل أو المقلد ويمكن إثبات حسن النية بكل الطرق.

الفرع الثالث: جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة

يجب توفر ثلاث أركان لقيامها مثلها مثل الجرائم الأخرى العادية ونتعرض لها في ما يلي:

أولا : الركن الشرعي لجنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة

طلقا لمبدأ شرعية الجريمة أو شرعية العقوبة، فإن المشرع يعاقب على كل من استعمل علامة مقلدة أو مشابهة، أي علامة مماثلة أو مشابهة، ولقد بين بوضوح أن تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه، على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها وهذا ما جاءت به المادة السادسة وعشرون (26) من الأمر 06-03 وكذا المادة الثامنة وعشرون (28) من الأمر 57-66 وكذا المادة 713-03 من قانون الملكية الفرنسي، كما أجاز له متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة مشابهة أو اسما تجاريا تكاد تحدث لبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة وهذا ما جاء في نص المادة التاسعة وعشرون (29)² في فقرتها الثانية والثالثة من الأمر 06-03.

¹فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 269.

² حيث نصت المادة 29 من الأمر 06/03 على: "إن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبها حق التنازل عنها ومنح رخص استغلالها ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها يمكن التمسك بالحق المخول بموجب تسجيل العلامة في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا أو اسما تجاريا مشابهة إلى اللبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة دون ترخيص المالك".

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

ثانيا: الركن المادية لجنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة

يتمثل الركن المادي في ضرورة وجود تقليد مسبق أو علامة تم تقليدها تدليسيا ثم وجود فعل الاستعمال، ولا يهم إذا كان القائم بنقليد العلامة يختلف عن القائم باستخدامها، إذ تعد جريمتين مرتبطتين لهذا اعتبر أن جنحة الاستعمال لا تقع بمجرد وضع العلامة باعتبار أن كلا هذين الفعلين يعتبر جنحة مستقلة، ولا شك في أن الاستعمال يعاقب عليه مهما كان.

ومثال ذلك استعمال علامة مقلدة كعنوان للمتجر أو كاسم تجاري، والعبرة هنا في التجريم هو أن فعل تقليد العلامة يجب أن يكون سابق لفعل الاستعمال، فبالنسبة للأول فيقصد به الفعل المادي الذي يؤدي إلى خلق اللبس في ذهن المستهلك، أما الفعل الثاني فهو عملية استعمال هذه العلامة المقلدة لأغراض تجارية، فمن غير المعقول أن يكونه تقليد العلامة لأغراض أخرى غير أغراض المساس بصاحب الحق في العلامة من جهة، ومن جهة أخرى هو محاولة كسب فائدة مادية أو معنوية من خلال التقليد، وهي بعبارة أخرى ترويج المنتج، فبالنسبة للمشرع الفرنسي فقد نص على هذه الجريمة من خلال المادتين 02-713 والمادة 03-713 من قانون الملكية الفرنسية ويرى البعض أن الحياة المادية لبضائع ذات علامة مقلدة يعتبر كافي لقيام الركن المادي للجريمة¹.

ثالثا: الركن المعنوي لجنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة

إن جريمة تقليد العلامة لا يشترط فيها بثبوت سوء النية، بل الفعل المادي وحده كافي لقيام الجريمة، ونفس الشيء بالنسبة لجريمة استعمال علامة مقلدة فإن القصد الجنائي غير لازم، كونه قصد مفترض، إلا أنه بالنسبة لجريمة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة فيشترط توافر القصد الإجرامي، أي نية الغش والاحتيال، إذ من غير المنطق توفر سوء النية لمعاقبة المقلد تدليسيا وعدم اشتراط لمن يقوم بالاستعمال، تبعا لهذا لا يسمح للمقلد أن يتمسك بحسن نيته، فهو يخضع للعقوبة المنصوص عليها قانونا وعلى العموم بالنسبة لمستعمل العلامة المقلدة فيجب أن يرتبط استعماله مع علمه المسبق أنها مقلدة².

وعلى غرار كافة الجنح التي تمس بحقوق صاحب العلامة، فإنه يجب اعتبار نظرا لعمومية النص القانوني أن المشرع الجزائري لم يفرض مثله مثل المشرع الفرنسي أن يتوافر في جنحة التشبيه العنصرين المادي والمعنوي، وهذا بالرغم من أنه يشترط وجود علامة مشبهة من شأنها خداع المستهلك، كما لا يهم كيفية التشبيه إجماليا أو جزئيا، ولا تهم طريقة استعمال العلامة³.

¹ أحمد محرز، القانون التجاري، النسر الذهبي للطباعة الإسكندرية، 1998م، بدون طبعة، ص 583،284.

² المرجع نفسه، ص 583.

³ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 270.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

الفرع الرابع: جنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة للبيع أو عرض هذه المنتجات للبيع.

وهي أيضا يجب أن تتوفر على ثلاث أركان وهي الركن الشرعي والركن المادي والركن المعنوي وهو ما سنتطرق إليه فيما يلي:

أولا: الركن الشرعي لجنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة للبيع أو عرض هذه المنتجات للبيع.

لقد نصت على هذه الجريمة المادة التاسعة وعشرون (29) من الأمر رقم 66-57 المتعلق بالعلامات، على عقاب الذين يبيعون أو يقدمون للبيع عن قصد منتجا واحدا أو عدة منتجات لعلامة ملبسة تجري محاكاتها بطريق التدليس، أما بموجب الأمر رقم 03-06 فإن هذه الجريمة قد أدرجت ضمن حالات جريمة التقليد ولقد تم تجريمها بموجب المادة السادسة وعشرون (26) والمادة السابعة وعشرون (27)، أما وصفها فهو جنحة ولقد نص على هذه الجريمة المشرع الأردني في قانون علامات البضائع الأردني في مادته الثالثة¹.

ثانيا: الركن المادي لجنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة للبيع أو عرض هذه المنتجات للبيع

العنصر المادي في هذه الجريمة يتمثل في بيع بضائع استعملت لها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو لأية غاية أخرى من غايات التجارة والصناعة، ويبدو أن لهذا العنصر صورا عدة أبرزها ما يلي:

أ. صورة بيع بضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة: حيث تفترض هذه الصورة وجود بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة، ثم يقوم المتهم ببيع تلك البضائع، وحتى ولو حدث البيع مرة واحدة، ويقع الجرم على البائع وحده المشتري، إلا إذا قام هذا الأخير بإعادة بيع تلك البضائع وهو يعلم تحقيقها، أي يعلم بأنها تحمل علامة مزورة أو مقلدة، إذ أن هذه الجريمة عادة يسبقها فعل تزوير العلامة أو تقليدها².

ب. صورة عرض بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة للبيع أو إحرازها بقصد البيع: حيث تكفي أن تعرض هذه المنتجات عن طريق عرضها في واجهة المحل التجاري أو في داخله أو على رفوفه أو مجرد إرسال عينات أو نشرات من هذه البضائع كأن يتم وضعها في محزن أو مستودع تمهيدا لنقلها إلى المحل التجاري أو فروعه، سواء كان الحائز مالكا لهذه البضائع أو

¹ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 414.

² صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، عمان الأردن، دار الفرقان، الطبعة الثالثة، 2003م، ص 270.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

غير مالك، إذ يستوي أن يكون الاعتداء على العلامة من مالك البضائع أو من غيره، وأيا كان الغرض من عرض البضائع أو إحرازها.

إذ يستوي أن يكون ذلك من أجل بيعها أو مجرد العرض أو لأية غاية أخرى من غايات التجارة أو الصناعة، ذلك أن المشرع قد سوى بين بيع البضائع بالفعل وبين عرضها للبيع أو مجرد إحرازها بقصد البيع.

ولا شك أن واقعة عرض بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة للبيع، هي واقعة مادية تستخلص من ظروف الحال، فيعد عرضا للبيع وضع البضاعة في محل تجاري أو في مكان مفتوح للتجارة ومعد لتقديم الأشياء القابلة للاستهلاك إلى المستهلكين، كما يعد عرضا واقعة إدخال بضاعة مدينة ما إذا حصل هذا الادخار من تاجر أو لحساب تاجر¹.

ثالثا: الركن المعنوي لجنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة للبيع أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع.

على خلاف أحكام المادة الثامنة وعشرون (28) من الأمر 57-66، فإنه يشترط لقيام هذه الجنحة توفر سوء النية أو القصد الجنائي، بل أن الأمر مفترض باعتبار أن إلغاء هذه الأحكام تبين توجه المشرع الجزائي من خلال الأمر 06-03 الخاص بالعلامات إلى اعتبار كل التصرفات الماسة بحقوق صاحب العلامة تتم عن سوء قصد ويبين توجه إرادة المعني إلى خداع المشتري، وعلى العموم فإن سوء النية مسألة موضوعية يمكن استنتاجها من ظروف الحال ... ومن الدلائل التي تتوفر في تاريخ ضبط هذه التصرفات أو الأفعال، ولعل أهمها هو بيع هذه المنتجات أو الخدمات التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة أو عرضها للبيع عن طريق أثمان مخفضة عن تلك التي تحمله العلامة الأصلية موضوع الاعتداء، كما يجوز إثبات حسن نية الشخص الذي قام لهذه الأفعال، بكل القانونية المخولة له في قانون الإجراءات الجزائية، وبالتالي انتفاء مسؤوليته الجنائية².

¹ ويلاحظ أن هذه الجريمة من اشتمل، وأعم الجرائم التي تقع على ملكية العلامة التجارية، إذ أحسن الفقه بجرمة تلك الصورة أو الجريمة ككل فبالرجوع إلى التشريع السابق أي الأمر 57-66 أو التشريع الحالي أي الأمر 06-03 لم يتضمن صراحة العقوبات المتعلقة بهذا النوع من الجرائم غير أنه يتعين ببيان أن قانون الجمارك 07-79 المؤرخ في 21/07/79 للمعدل بالقانون رقم 98-10 المؤرخ في 22-08-1998م وقد حضر على استيراد البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة، وهذا حسب المادة 22 الفقرة 02 منه، وكذا المادة 02 من القرار المؤرخ في 15-07-2002م الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 18/08/2002م وبالتالي فحسب هذه المادة يكفي لقيام الركن المادي عملية استيراد السلع أو المنتجات المزيفة كفعل مادي.

² صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 262، 263.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

المطلب الثاني: الجرائم الأخرى غير المرتبطة بتقليد العلامة التجارية

بعدما تطرقنا إلى الجرائم المرتبطة بالتقليد، والمنصبة على علامات ستتعرض جرائم غير مرتبطة بالتزوير أو التقليد، حيث لها طابع خاص.

الفرع الأول : جنحة اغتصاب علامة تجارية مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك للغير

إن التعدي على ملكية العلامة التجارية في هذه الجريمة يختلف عما هو في الجرائم السابقة، ففي هذه الأخيرة كان الأمر يتعلق بتقليد علامة تجارية أو تقليدها أو باستعمالها استعمالاً باطلاً أو في بيع بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو مجرد حيازتها، بينما الأمر ليس كذلك في الجريمة موضوع الحديث، إذ أن الغرض من هذه الجريمة هو أننا لسنا أمام علامة مزورة أو مقلدة، بل أمام علامة أصلية يتم استعمالها بدون وجه حق أو سبب مشروع، أي أن الأمر لا يتعلق بتزوير أو تقليد علامة تجارية، بل على علامة حقيقية مملوكة للغير، ثم يتم استعمالها من قبل الغير دون وجه حق على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة من أجلها، فهذه الجنحة لا تقوم إلا بتوافر أركانها العامة التي سنتطرق إليها في النقاط الآتية:

أولاً: الركن الشرعي لجنحة اغتصاب علامة تجارية مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك للغير

بالرجوع إلى أحكام المادة السادسة وعشرون (26) والثانية وثلاثون (32) من الأمر 03-06، فإنه يعاقب جزائياً الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة وهي ملك لغيرهم، أما القانون الفرنسي فجعل كل هذه الأفعال تدرج كلها تحت أفعال التقليد المعاقب عليها بموجب المادة 716-09 من قانون الملكية الفرنسي.

ثانياً: الركن المادي لجنحة اغتصاب علامة تجارية مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك للغير

إن الركن المادي لهذه الجريمة يتمثل في استعمال علامة تجارية مسجلة هي ملك للغير، وقد ترتكب بعدة طرق كأخذ العلامة ووضعها على المنتجات أو الخدمات أو استعمال الأوعية أو العبوات الفارغة التي تحمل العلامة وإعادة تعبئتها بمنتجات تشبه منتجات أصلية، يتعلق الأمر مثلاً بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة يملأها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك، فليست هذه العلامة تقليد علامة الغير، بل هي وضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة عن مالك العلامة وعلى خلاف ما كان مفروض سابقاً، تقع هذه الجريمة غالباً على علامات التجارية التي تتخذ صورة نماذج أو أشكال مميزة¹.

كما هو الحال في نموذج الزجاجات المستخدمة لتعبئة مشروبات أو المياه الغازية، فاستعمال تلك الزجاجات وإعادة تعبئتها بمياه غازية أخرى أياً كان نوعها أو ألوانها أو عرض أي مادة فيها للبيع أو حيازتها بقصد البيع، وهي تحمل علامة تجارية يعلم الفاعل أنها مملوكة للغير، يدخل في نطاق هذه الجريمة، وعليه فإن استبدال جزء من ناتج وخلطة أخرى ثم بيع الخليط في العبوات الأصلية يخضع

¹ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 419.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

للعقاب، ولا يخفى أن هدف الفاعل في هذه الحالة هو تصريف بضائع من صنف البضائع التي تميزها العلامة الأصلية عن طريق استعمال ذات العلامة الأصلية دون اللجوء إلى تزويرها أو تقليدها¹.

ثالثا: الركن المعنوي لجنحة اغتصاب علامة تجارية مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك للغير

هذه الجريمة من الجرائم العمدية فيكفي لقيامها إثبات الفاعل صورة من صور العنصر المادي، بل لا بد أن يكون لديه القصد السيئ، ولا شك أنه يجب إثبات هذا القصد السيئ، ونظرا لعمومية النص القانوني²، فإن القصد الجنائي يتحقق بالفعل فلا بتوجب على المدعي أو على النسابة العامة إثبات مرتكب الفعل، كأن يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية، وعلى العموم فإن مسألة حسن النية هي مسألة موضوعية يختص بها قاضي الموضوع وتستخلص من وقائع الحالة المعروضة عليه رغم أن مسألة القصد الجنائي بالنسبة لقانون العلامة الحالي هي مسألة مفترضة وهذا ما يشق من دراسة المادتين 26 و 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات³.

الفرع الثاني: جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة.

كان المشرع قد عاقب على أفعال أو تصرفات ايجابية من جهة فإنه قد حدد أفعالا لسلسلة تشكل جريمة، ولعل جريمة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة تشكل صورة من صور الجرائم السلبية.

أولا : الركن الشرعي لجنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة

هذه الجريمة تستمد سند شرعيتها من نص المادة الثالثة وثلاثون (33) الفقرة الأولى من الأمر 03-06، والتي تنص على أنه: "يعاقب... فقط الأشخاص الذين خالفوا أحكام المادة الثالثة (03) من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرض للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة"، ونفس النقطة كان منصوص عليها في المادة الثلاثون (30) من الأمر 66-57، أما القانون الفرنسي فقد نص على هذه الجريمة في المادة سبع مائة وستة عشر (716) في الفقرة العاشرة (10) من قانون الملكية الفرنسي.

ثانيا: الركن المادي لجنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة

إن الأفعال التي تشكل الركن المادي في هذه الجريمة، تتمثل في عدم وضع على المنتجات أو الخدمات والسلع للعلامة وهذا عن طريق بيعها وهي لا تحمل علامة أو عن طريق عرضها لأجل البيع، ويدخل ضمن العرض للبيع التخزين لأجل البيع وهذا عبر كافة التراب الوطني باعتبار أن وضع العلامة

¹ نعيم مغيب، مرجع سابق، ص 190.

² راجع المادة 28 من الأمر 66-57 السابق الذكر.

³ أما المشرع الفرنسي من خلال المادة 76-09 من قانون الملكية الفرنسي فإن صيغة النص قد جاءت بشكل عام وبالتالي مسألة القصد الجنائي تعتبر من المسائل الموضوعية المتروكة لقاضي الموضوع والتي يمكن استنتاجها بالإثبات من ظروف وماديات ارتكاب الجريمة وذلك ما أخذ به المشرع الجزائري.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

إلزامي على المنتجات والخدمات طبقا للمادة الثالثة من الأمر 03-06 بالنسبة للقانون الجزائري وأيضا هو إلزامي بالنسبة للقانون الفرنسي طبقا للمادة سبع مائة وستة عشر (716) في الفقرة العاشرة (10)، من قانون الملكية الفرنسي، فتوفر هذا الركن يقتضي وجود منتجات لا تحمل علامة يتم بيعها أو عرضها للبيع ومن الراجح أن هذه الأفعال ترتكب في العادة من قبل التجار، نظرا لأن عملية البيع والعمليات المرتبطة بالبيع كالعرض أو التخزين من أجل البيع هي عادة أفعال مرتبطة بالعمليات التي يقوم بها التاجر¹.

ثالثا: الركن المعنوي لجنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة

بالنظر إلى المادة الثالثة وثلاثون (33) فقرة أولى من الأمر 03-06 والمادة ثلاثون (30)، من الأمر رقم 66-57، وكذا التشريع الفرنسي حسب المادة سبع مائة وستة عشر (716) في الفقرة العاشرة (10)، من قانون الملكية الفرنسي، كلها تشترط أن تتم هذه الجريمة بطريقة عمدية، بمعنى أن هذه الجريمة هي الجرائم العمدية، فرض هذه المنتجات أو الخدمات لأجل البيع أو بيعها لا تحمل علامة يجب أن يكون بسوء نية، ومسألة سوء النية المعبرة عن العمد باعتبار أن إلزامية العلامة هو أمر مفروغ منه طبقا لقانون العلامة وأن المبدأ العام هو لا اعتذار بجهل القانون فكل من يخالف ذلك يعتبر قد ارتكب هذه الجريمة بسوء نية هنا يتمتع قضاة الموضوع سلطة واسعة في تقدير سوء النية عن طريق الوقائع وظروف محل ضبط هذه المنتجات والسلع وفي غياب سوء النية فإن الإدانة جزئية تكون غير ممكنة، غير أن الدعوى المدنية يمكن أن تظل قائمة².

الفرع الثالث: جنحة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو سلع أو منتجات لم يطلب تسجيلها

إن هذه الجريمة جريمة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو سلع أو منتجات لم يطلب تسجيلها، وهذه الجرائم نلاحظ أنها تختلف عن سابقتها لأنها تهدف إلى حماية المستهلك أكثر من حماية صاحب العلامة.

أولا: الركن الشرعي لجنحة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو سلع أو منتجات لم يطلب تسجيلها

إن هذه الجريمة تجد أساسها الشرعي في نص المادة ثلاثة وثلاثون (33) الفقرة الثانية (02) من الأمر 03-06 بقولها: "...الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفق للمادة الرابعة (04) من هذا الأمر وعدم مراعاة الأحكام الانتقالية الصادرة في هذا الشأن".

¹ صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 261.

² المرجع نفسه، ص 262، 263.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

ثانيا: الركن المادي لجنحة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو سلع أو منتجات لم يطلب تسجيلها

إن القانون قد جعل حقوقا لصاحب العلامة تنشأ على إثر إتمام إجراءات التسجيل والتي نص عليها القانون في المادة الخامسة (05) الفقرة الأولى، والمادة التاسعة (09) الفقرة الأولى أيضا¹. وبالتالي لا يمكن استعمال أي علامة على المنتجات أو الخدمات عبر كامل التراب الوطني إلا بعد تسجيلها لدى المصلحة المختصة، كما أن وضع علامة على سلع أو خدمات أو منتجات لم يتم تسجيلها وفقا لما سبق بيانه أو لم يطلب تسجيلها يعد جريمة أوجب لها المشرع عقابا بنص ثلاثة وثلاثون (33)، من الأمر 06-03 المذكور أعلاه، ولعل إبراز أهمية تجريم الأفعال، يكمن في الضرر الذي قد يصيب المستهلك نتيجة بيع منتجات دون بيان صاحبها ومصدرها وبالتالي فإنه يمكن القول أن هذه الجريمة تهدف بالأساس إلى حماية المستهلك من خطر الغش.

ثالثا: الركن المعنوي لجنحة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو سلع أو منتجات لم يطلب تسجيلها

على ضوء ثلاثة وثلاثون (33) الفقرة الثانية (02) فإنه يتضح أن هذه الجريمة لا تشترط القصد أي أن مسألة سوء النية مفترض بمجرد أن تتحقق ماديات الجريمة المذكورة أعلاه فوضع علامات غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة الرابعة (04) من قانون العلامات²، وتشكل الجريمة بركنيها المادي والمعنوي وما على المتهم القائم بهذه الأفعال إلا إثبات حسن النية بكل الطرق القانونية لنفيه المسؤولية غير أنه باستقراء هذا النص، يتضح أن التطبيقات الفعلية لهذا النص عبر الحياة العملية أمام المحاكم يجعل القاضي الجزائي يحكم بالإدانة بمجرد توفر ماديات الجريمة دون النظر إلى حسن نية الفاعل باعتبار سوء النية مفترض روجوها إلى المبدأ العام في الجرائم الاقتصادية حفاظا على المستهلك الذي يعتبر الحلقة الضعيفة في القضية.

¹ لمزيد من المعلومات حول إجراءات التسجيل والحقوق الناشئة لصاحب العلامة بعد إتمام إجراءات التسجيل راجع المادتين 05 و 09 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

² إن المشرع الجزائري قد أوجب استعمال العلامة على السلع والخدمات عبر كامل الإقليم الوطني غير أنه ربط ذلك بقيد تسجيلها أو ايداع طلب تسجيلها بشأنها أمام المصلحة المختصة.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

المبحث الثاني: المتابعة الجنائية للجرائم الواقعة على العلامة التجارية

سنتناول في هذا المبحث إجراءات المتابعة لقمع جريمة الاعتداء على العلامة وك مطلب أول اختصاص المحكمة وأطراف الدعوى وموقف القضاء في الاعتداء على العلامة بفروع.

المطلب الأول: إجراءات المتابعة لقمع جريمة الاعتداء على العلامة التجارية

يُعدّ موضوع إجراءات المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية من الموضوعات التي تبرز أهمية الحماية القانونية للحقوق الصناعية والتجارية، باعتبار العلامة التجارية أحد أهم عناصر الملكية الفكرية التي تضمن تمييز المنتجات والخدمات في السوق وتعزز الثقة بين المتعاملين الاقتصاديين. ومن هذا المنطلق، حرص المشرع على وضع آليات إجرائية دقيقة تكفل تتبع هذه الجرائم ومعاقبة مرتكبيها بما يحقق التوازن بين حماية صاحب الحق وضمان حسن سير العدالة.

وفي هذا الإطار، تقتضي دراسة إجراءات المتابعة في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية التطرق أولاً إلى الجهة القضائية المختصة بالنظر في هذه القضايا، لما لذلك من أهمية في تحديد نطاق الاختصاص وتوزيع الصلاحيات القضائية. كما يستوجب الأمر بيان أطراف الدعوى العمومية في هذا النوع من الجرائم، من حيث تحديد من يملك حق تحريك الدعوى ومباشرتها، إضافة إلى دور الأطراف المدنية المتضررة في المطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة بها.

الفرع الأول: اختصاص المحكمة

لكل اعتداء في مكان ونطاق معين تختص به محكمة ذلك المكان وأمام خلو القوانين من أي نص يتعلق بالأصول اللزم إتباعها بشأن جريمة العلامة التجارية فلا بد من إتباع الأصول المنصوص عليها في الإجراءات الجزائية.

وبالرجوع إلى قانون الإجراءات الجزائية فإن المحكمة المختصة هي مكان تقليد أحد عناصر الملكية الصناعية، وقد يمتد مكان التقليد إلى عدة منشآت فتكون المحكمة المختصة هي محكمة كل منشأة فعلت ذلك أي محكمة تنفيذ فعل التقليد وليست المحكمة التي تمت فيها الأعمال التحضيرية فقط، أما إذا وقع التقليد ويبدأ الجاني أو الغير بنقل هذه البضاعة إلى مكان آخر، بقصد بيعها وقبل أن يتم البيع تم القبض على الجناة، فتعد المحكمة المختصة فهي محكمة مكان القبض عليهم، وقد يوجد ادعاء ضدهم في قضية أخرى وتبين من خلال المحاكمة أن هناك تقليد أو بيع مواد مقلدة فالمحكمة هي محكمة النظر في الدعوى الأصلية ويمكن لأي محكمة من هذه المحاكم اتخاذ إجراءاتها في مكان اختصاصها، كما يمكنها أن تتيب المحاكم الأخرى التي توجد أفعال مجرمة في مكان اختصاصها.

وتعتبر المحاكم الأولى مختصة بصورة أساسية لأن جنحة التقليد تعتبر جنحة وليست مخالفة¹.

¹ سمير جميل الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1988م، ص 399.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

الفرع الثاني: أطراف الدعوى في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية

أولاً: مالك العلامة التجارية

وهو الشخص المعني ومالك العلامة المسجلة، بحق له أن يدفع أي اعتداء يمس حقه وذلك طيلة حياته عن طريق تقديم شكوى للجهة القضائية المختصة ومباشرة الدعوى الجنائية. فدعوى التقليد هي الدعوى التي خصصها المشرع للذي يتمتع بحق خالص يرد على الملكية الصناعية¹، أما المرخص له باستعمال العلامة بمقتضى ترخيص بالاستغلال وهذا ما ورد في المادة واحد وثلاثون (31) من الأمر 06-03، حيث نصت على أنه: "عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص، يمكن المستفيد من حق استثناء في استغلال علامة أن يرفع بعد الإعذار دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه".

كما نصت المادة الرابعة وثلاثون (34): "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها وقد ألحق به ضرراً وذلك بالحجز أو بدونه".

كما يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتزم المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بالطرق النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها.

ثانياً: النيابة العامة

وبما أن العلامة التجارية حق معتدى عليه وجب حمايته جنائياً وهو ما يدفع بنا إلى اللجوء إلى القواعد العامة في قانون الإجراءات الجزائية بالضبط في المادة ثلاثة وستون (96) من قانون الإجراءات الجزائية حيث نصت على أنه: "يقوم ضابط الشرطة القضائية وتحت رقابتهم أعوان الشرطة القضائية بالتحقيقات الابتدائية لمجرد علمهم بوقوع الجنحة بناء على تعليمات وكيل الجمهورية وإما من تلقاء نفسه".²

وبناء عليه تختص النيابة العامة برفع دعوى التقليد، فطبقاً للقواعد العامة في قانون العقوبات فإن لوكيل الجمهورية تحريك الدعوى وذلك لضمان تطبيق القانون وحماية الحقوق وذلك ما ينطبق أيضاً على العلامة التجارية، فإذا تبين لوكيل الجمهورية أن الجنحة قائمة ومكتملة الأركان، يقوم برفعها إلى المحكمة المختصة لمحاكمة المعتدي، وينتهي حكم المحكمة في الدعوى الجنائية بتوقيع الجزاء عليه أو الحكم

¹ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، الجزائر، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2002م، ط01، ص 277.

² المادة 96 من الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386، الموافق 08 يونيو 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم بالقانون رقم 25-14 مؤرخ في 9 صفر عام 1447 الموافق 3 غشت سنة 2025، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 54، الصادر في 13 شوال 1447 الموافق لـ 19 سبتمبر 2025.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

ببراءته وفي كلتا الحالتين يستطيع المعتدى عليه مالك العلامة أن يطلب التعويض المدني أمام المحكمة الجنائية المرفوع أمامها دعوى مدنية بالتبعية أو من المحكمة المدنية بصفة مستقلة.

المطلب الثاني: الجزاءات المترتبة على الاعتداء على العلامة التجارية

أحيطت الجرائم الماسة بالحقوق الناشئة عن العلامة لعقوبات السالبة للحرية وأخرى مادية وهي عقوبات أصلية طبقا لقانون العقوبات من المادة الخامسة منه إلى جانب ذلك هناك عقوبات أخرى تكميلية كنشر حكم الإدانة، مصادرة المنتجات الحرمان من بعض الحقوق حسب أحكام المادة التاسعة من قانون العقوبات التي ترسم المبادئ العام لهذه العقوبات وتحقيق دور الردع هذا ما أقره المشرع الجزائري في قوانينه التي استهلها من اتفاقية « TRIPS » للجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية التي تنص بالذات في المادة واحد وستون (61)، تلزم البلدان الأعضاء بفرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري.

وتشتمل الجزاءات التي يمكن فرضها الحبس أو الغرامات المالية بما يكفي لتوفير رادع يتناسب مع مستوى العقوبات المطبقة فيما يتعلق بالجرائم ذات الخطورة المماثلة، وفي الحالات الملائمة تشتمل الجزاءات التي يمكن فرضها أيضا حجز السلع المخالفة أو أية مواد ومعدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجرائم ومصادرتها وإتلافها ويجوز للبلدان الأعضاء فرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية في حالات أخرى من حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية ولا سيما حين تتم التعديات عن عمد وعلى نطاق تجاري¹.

إذا على ضوء كل ذلك وجب أن نفرق الجزاءات ونفرعها إلى عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية

نصت المادة اثنان وثلاثون (32) من الأمر رقم 03-06: "أن كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.00 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000.00) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط".

وبمقارنة هذه الأحكام مع ما كان منصوصا عليه في التشريع السابق² الملاحظ أن المشرع قام برفع مبلغ الغرامة فقد كان الحد الأقصى للغرامة (20.000 دج)، فأصبح (10.000.000 دج)، إلا أنه في المقابل قام بتخفيض عقوبة الحبس حيث أصبح الحد الأقصى للعقوبة بالحبس من سنتين بدلا من ثلاث سنوات.

لا شك أن هذا الموقف للمشرع الجزائري قابل للنقد.

¹ أنظر المادة 61 من اتفاقية تريبس السابقة الذكر.

² نقصد هنا المادة 28 الفقرة 01 من الأمر رقم 66-57 السابق الذكر.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

نشير باختصار إلى أن الجزائر تحاول منذ عدة سنين تحقيق نظام اقتصاد السوق، كما ترغب في فتح حدودها للتجارة العالمية، ولهذا الغرض تعمل كل ما في وسعها للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، ويتطلب الاحتكار بالقوانين الأخرى إعادة النظر في العديد من الأحكام القانونية التي تحكم قانون الأعمال¹.

وبالمقارنة مع المشرع الفرنسي في مكافحة التقليد نجده قد رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جنحة التقليد وبالتالي أصبحت عقوبة الحبس ثلاث سنوات² وارتفعت الغرامة إلى (300.000د)، كما جاء بعقوبات خاصة في حالة ارتكاب جنحة التقليد من قبل عصابة منظمة إذ تصبح عقوبة الحبس خمس سنوات والغرامة (500.000) في المادة سبع مائة وستة عشر (716) فقرة التاسعة (09) والعاشرة (10). وبمقارنة هذه الأحكام مع ما جاء به المشرع الجزائري يلاحظ أنها أكثر صرامة أو بتعبير آخر يمكن القول بأن المشرع الجزائري عجز في إصلاحه لنظام العلامات، حيث أنه لم ينص على العقوبات المناسبة لحماية حقوق أصحاب العلامات، وما تجدر الإشارة إليه أن المشرع في القانون الحالي أجاز تطبيق العقوبات المالية والحبس في آن واحد، أو إحداها وهذا ما ذكرناه في المادة الثانية وثلاثون (32) من الأمر 03-06، وهذا يفهم منه منح سلطة تقديرية للقاضي قفي تطبيق هذه العقوبات، وهي عقوبات أصلية في مواد الجرح بالرجوع إلى أحكام المادة الخامسة من قانون العقوبات فير أنه لم يشر في قانون العلامات إلى ظرف العود وهو ما يمكننا في هذه الحالة من إسقاط الأحكام العامة الواردة في قانون العقوبات وتطبيقها على قانون العلامات.

ومسألة تطبيق ظرف العود هي مسألة تلقائية من قبل القاضي الموضوع.

إن القانون الفرنسي في المادة سبع مائة وستة عشر الفقرة الثانية عشر (716-12)، من قانون الملكية الفكرية شدد على العقوبات في حالة العود في ارتكاب جرائم التقليد والجرائم المرتبطة بالعلامات ففي حالة العود بالنسبة للجرائم المحددة في المواد سبع مائة وستة عشر الفقرة التاسعة (716-09)، إلى 716-11 فإن العقوبات تضاعف كما يمكن للمدانيين لفترة لا تتجاوز خمس سنوات حرمانهم من حق التصويت وحق الانتساب إلى المحاكم التجارية أو غرف التجارة أو الصناعة والغرف المهنية وكذلك بالنسبة لمجالس المحلفين.

¹ حيث أنه يواصل التساؤل بقوله أمام هذه العقوبات الغير كافية" في حالة فتح الحدود وتشجيع الشركات الأجنبية للقيام باستثمارات في البلاد، فما هي الضمانات الممنوحة؟ كيف تتحقق حماية علامة السلع أو الخدمات الأجنبية؟"، انظر فرحة زراوي صالح: مرجع سابق، ص 258،

² المشرع الفرنسي ألغى سلم العقوبات عندما قام بإصلاح قانون العقوبات الذي بدأ عام 1992م ودخل حيز التنفيذ أو مارس 1994م.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

ويبقى العود منصوص عليه في القواعد العامة لقانون العقوبات أما بالنسبة لقانون العلامات الجزائري فإنه لم ينص على ظرف العود كما لم ينص على العقوبات المقررة في هذا الشأن، ونص عليه في المبادئ العامة لقانون العقوبات في المواد (54) إلى (58).

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية في جريمة الاعتداء على العلامة

إن اهتمام المشرع بحماية حقوق مالك العلامة أدى إلى إدراج بعض الأحكام الهدف منها وضع حد للاعتداء على العلامة التجارية ومن بينها فرض عقوبات تكميلية يحكم بها القاضي عند النطق بحكم الإدانة ويجوز الحكم بها إلى جانب العقوبات الأصلية بمعنى أنها لا تلحق تلقائيا بالعقوبات الأصلية بل يجب أن ينطق بها القاضي بوجودها كما لا يجوز أن يحكم بها منفصلة.

لقد نص التشريع السابق للعلامة في الأمر 57-66¹ على العقوبات التكميلية إلى جانب العقوبات الأصلية التي تصدرها المحكمة وهي كالآتي:

أولاً: حرمان المحكوم عليه مؤقتاً من حق الانتخاب في إطار حرفته ولم يحدد المشع المدة التي يحرم فيها المحكوم عليه من هذا الحق طبقاً للمادة الرابعة وثلاثون (34) من الأمر 57-66 المذكور أعلاه وينشر الحكم مع تحديد الأماكن التي يلصق فيها نص الحكم بكامله أو بتلخيصه في الجرائد المعنية ويكون ذلك على نفقة المحكوم عليه طبقاً للمادة الرابعة وثلاثون (34) الفقرة الثانية (02) من نفس الأمر.

ثانياً: مصادرة المنتجات محل ارتكاب الجنحة وكذلك الأدوات المستخدمة لارتكاب الجريمة، أما فيما يخص إلزامية العلامة ومخالفة الأحكام المتعلقة بالعلامات المقيدة، الأختام، الكليشيات ... طبقاً للمادة 35 من الأمر السابق.

وفرض هذه العقوبات تخضع للسلطة التقديرية للقاضي وهذا ما اتضح من الألفاظ التي استعملها المشرع في الأمر 57-66 نظراً لاستعماله عبارة "يجوز" وهي تفيد بأن القاضي غير ملزم بلحكم بالمصادرة لكونها اختيارية، في حين أنه في الأمر 06-03 جاء فيه أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس أو بغرامة مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات.

فلا يمكن الحكم بالعقوبات إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية، إذا العقوبات ذات طابع خاص الهدف منها وضع حد للفعل الضار أي الجريمة ويتعلق الأمر بـ:

أ. المصادرة (la confiscation) : تعرف المصادرة نقل ملكية المال المصادر قهراً أو بدون مقابل من ملكية صاحبه إلى ملكية الدولة، وقد عرفت المادة الخامسة عشر (15) معدلة من قانون العقوبات بأنها: "المصادرة الجزئية للأموال هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء"، وبالتالي القاضي الجزائري عند حكمه بالإدانة في مسائل المساس بالعلامات وخصوصاً في جريمة التقليد، ويحكم بمصادرة المنتجات

¹ الأمر 57-66 المؤرخ في 1966/03/149 المعدل في نفس السنة والمتمم سنة 1967، الجريدة الرسمية الصادرة في 1966/03/22 العدد رقم 23.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

والأدوات التي تكوم موضوع ارتكاب الجحة طبقا للمادة الثانية وثلاثون (32) من الأمر رقم 06-03 ويشترط للنطق بهذه العقوبة أن تكون الجحة قائمة أي فعلية بكافة أركانها، فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم باعتبارها اختيارية نظرا لاستعمال عبارة "يجوز" في النص القانوني المادة 35 من الأمر 57-66¹ فالأمر يختلف في الأحكام الراهنة.

أما القانون الفرنسي ينص على المصادرة في المادة سبع مائة وستة عشر الفقرة الرابعة عشر (716-14) وجعلها جوازا بحيث ينص في حالة الحكم بالإدانة تطبيقا للمخالفة المحددة في المواد المادة سبع مائة وستة عشر الفقرة التاسعة (716-09) والمادة سبع مائة وستة عشر الفقرة العاشرة (716-10)، فإن المحكمة تستطيع النطق بمصادرة البضاعة بالإضافة إلى الوسائل المستعملة في ارتكاب الجحة من إمكانية الأمر برد الأشياء المصادرة إلى مالك العلامة المقلدة وهذا بغض النظر تعويض الأضرار المادية والمعنوية.

بالرجوع نص المادة الخامسة وثلاثون (35) ومفادها أن القاضي يمكنه أن يقضي بالمصادرة حق في حالة براءة المتهم بمعنى حسن النية، فمثلا قد يقضي الحكم ببراءة بائع التجزئة بفعل حسن نيته في حالة بيع أشياء مقلدة، إلا أن هذا مر لا يعني من إمكانية مصادرة هذه السلع المقلدة ذلك أن النطق بالمصادرة جوازي، ويتم بناء على عريضة مقدمة من الطرف المدني وهذا حسب نص المادة السابقة "يجوز للمحكمة".

كما أشار النص، إلى الأشياء والمنتجات التي تحمل العلامة المجرمة وإلى المعدات المستخدمة خصيصا في ارتاب الجريمة².

غير أن المشرع الجزائري نص على المصادرة في الفقرة الثالثة من المادة الثانية وثلاثون (32) من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات كالاتي: "مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة"، ويلاحظ من خلال النص أن المشرع ألغى عبارة "ولو في حالة تبرئة المتهم" التي كان يتضمنها نص المادة الخامسة وثلاثون (35) من الأمر 57-66 ومن ثم نستنتج أنه لا يمكن الحكم بهذه العقوبة

¹ نصت المادة (35) من الأمر رقم 57/66 على أنه: "وعلاوة على العقوبات المنصوص عليها في المواد 28 و 29 و 30 يجوز للمحكمة أن تأمر ولو في حالة تبرئة من الاتهام، بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجحة وتأمّر المحكمة في جميع الحالات بإتلاف الأختام (الكليشيات) ونماذج العلامة المعنى بها".

.... وهذا ما جاءت به المادة (15) مكرر من قانون العقوبات جزاري بقولها: "في الجنايات، تأمر المحكمة بمصادرة الأشياء التي استعملت أو كانت ستستعمل في تنفيذ الجريمة أو التي تحصلت منها، وكذلك الهبات أو المنافع الأخرى التي استعملت لمكافأة مرتكب الجريمة، وفي الجح أو المخالفات يؤمر بمصادرة الأشياء السابقة وجوبا إذا كان القانون ينص صراحة على هذه العقوبة، ودائما مراعاة حقوق الغير حسن النية"

² قرار محكمة الجزائر الصادر بتاريخ 1967/7/17 والذي قضى بإتلاف نماذج علامة BANITA طبقا للمادة 36 من الأمر 57/66.

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

في حالة براءة يوقعها القاضي على مرتكب جريمة المساس بالعلامة ومن ثم لم يعد الحكم بالمصادرة جوازيا يتوقف على طلب الطرف المدني، فيمكن للقاضي أن يحكم به من تلقاء نفسه

ب. **الإتلاف (La destruction):** يعرف الإتلاف بأنه إعدام الأشياء التي استخدمت في الجريمة بالإضافة إلى الحكم بالمصادرة للأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة تأمر المحكمة بإتلاف الأختام ونماذج العلامة، أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنية من إلغاء عبارة "في جميع الحالات"، فإنه لصياغة النص القانوني حسب المادة الثانية وثلاثون (32) من الأمر 06-03 على خلاف التشريع الفرنسي حسب المادة سبع مائة وستة عشر الفقرة الرابعة عشر (14-716) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي الذي اعتبره جوازي، بحيث نص في حالة الحكم بالإدانة تطبيقاً لأحكام المادتين سبع مائة وستة عشر الفقرة التاسعة (09-716)، وسبع مائة وستة عشر الفقرة العاشرة (10-716)، يمكن أيضاً للقاضي أن يأمر بإتلاف البضائع المقلدة وكل الوسائل المستعملة في ارتكاب الجنية¹، وما تجدر الإشارة الهى أن الإتلاف في القانون الجزائري فيما يتعلق بجرائم العلامات قد تطرق إليه قانون مكافحة التهريب من خلال الأمر رقم 06-05²، في مادته السابعة عشر (17) فقد نص على أنه يمنع بيع البضائع المهربة المصادرة تطبيقاً لهذا الأمر ويتم إتلاف البضائع المقلدة أو غير الصالحة التي تمت مصادرتها وذلك على نفقة المخالف.

ويعاقب على مخالفة الجنيح المنصوص عليه في هذه الفقرة بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة مالية من مائة ألف (100.000.00) إلى خمس مائة ألف (500.000.00) دينار جزائري. غير أن الإشكال يثور بالنسبة للإتلاف كعقوبة تكميلية بالنسبة للشخص المعنوي فتطبيقاً لمبدأ لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمنية بغير نص قانوني، فإن عقوبة الإتلاف لم تنص عليها المادة 18 مكرر من قانون العقوبات وبالتالي كمبدأ عام لا يمكن تسليط عقوبة الإتلاف على الشخص المعنوي لأنه تطبيقاً السابعة عشر (17) من الأمر 06-05 المتعلق بمكافحة التهريب فإن البضائع المحجوزة جمركياً لا يمكن بيعها وإنما يجب إتلافها ونستنتج من هذا أنه حتى بالنسبة للأشخاص المعنوي التي يثبت فيحقه جرائم المساس بالعلامات التجارية فإن البضاعة محل المخالفة تتلف بقوة القانون.

ج. **الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:** لقد نص المشرع في المادة اثنان وثلاثون (32) من الأمر 06-03³ في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية أن يقدر القاضي الغلق النهائي أو المؤقت

¹ فرحة زراوي صالح: مرجع سابق، ص 282، 281.

² أنظر المادة 17 من القانون 05-17 المؤرخ في 29 ذي القعدة 1426هـ الموافق لتاريخ 31 ديسمبر 2005م المضمن الموافقة على الأمر 06-05 المؤرخ في 18 رجب 1426هـ الموافق ل 23 أوت 2005م المتعلق بمكافحة التهريب. الجريدة الرسمية رقم 2005/59.

³ المادة 32 من الأمر 06/03: "... الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، إتلاف الأشياء محل المخالفة".

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

للمؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة، ولكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد فرار الغلق مؤقتاً كان أو نهائياً، وكما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت¹.

وما تجدر الإشارة إليه أن المشرع الفرنسي من خلال هذا النص قد حدد مصير علاقات العمل الناشئة مع العمال بعد الغلق المؤقت، فالغلق المؤقت لا يؤدي إلى قطع أو توقيف أو تعليق علاقة العمل ولا تؤدي إلى فقد الامتيازات الناشئة عن علاقة العمل .

إلا أنه في حالة الغلق النهائي للمؤسسة فإن العمال لهم الحق في طلب تعويضات والمنح، وعدم دفع التعويضات الناشئة يؤدي إلى عقوبة تتراوح ما بين الحبس، وتصل إلى سنة أشهر وغرامة مالية قدرها 3750 أورو.

نشير في الأخير أن التشريع السابق ينص على عقوبة تكميلية أخرى هي الإعلان بحيث كان لا يجوز للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها ونشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه².

ويجوز الحكم بهذه العقوبة إما لصالح الطرف المدني الذي لحق به الضرر وإما لصالح المدعى عليه أو المتهم إذا كانت الدعوى غير مبينة على أساس قانوني أو إذا كانت الإجراءات مضايقة.

غير أن الأحكام الراهنة لا تتضمن ذكر "إعلام الحكم" كعقوبة تكميلية وبالتالي فلا يمكن للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم بأكمله أو مستخرج منه في جريدة أو تعليقه في أماكن معينة إلا في الحالات التي يحددها القانون.

تأسيساً على هذا يجب اعتبار أن عقوبة الإعلان أصبحت غير قابلة للتطبيق على جنحة تقليد العلامة.

¹ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 284.

² المادة 34 الفقرة من الأمر 57/66 والتي تنص على: "وعلاوة على ذلك يمكن أن يحرم مؤقتاً مرتكبو الجنحة من حق الانتخاب المتعلق بحرفتهم.

ويجوز للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه."

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق عرضه في هذا الفصل ظهر لنا أن المشرع الجزائري قد كفل الحماية كل أشكال الاعتداء وذلك بتجريم كل مساس بالعلامة أو المساس بالحقوق الناشئة عنها، وقد أفردنا كل جريمة على حدة ويجب لقيام المسؤولية الجنائية أن تتحقق أركان هذه الجريمة وفي حالة تحققها تقوم إجراءات المتابعة وهي آليات كفيلة بردع الاعتداء على العلامة منها عقوبات سالبة للحرية واتباعها بعقوبات تكميلية وهو ما يعكس حرص المشرع لتحسين العلامة التجارية من كل مساس لها.

الخاتمة

تُعد العلامة التجارية اليوم من أهم عناصر الملكية الصناعية وأكثرها ارتباطاً بالحياة الاقتصادية، بالنظر إلى الدور الذي تؤديه في تمييز المنتجات والخدمات، وتعزيز ثقة المستهلك، ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات، فلم تعد العلامة مجرد وسيلة تعريف بالمنتج، وإنما أصبحت قيمة اقتصادية ومعنوية تستوجب توفير حماية قانونية فعالة تكفل لصاحبها الاستفادة من حقوقه ومنع الغير من الاعتداء عليها.

ومن خلال دراسة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية يتضح أن المشرع الجزائري أولى اهتماماً واضحاً بتنظيم هذا الحق من خلال وضع إطار قانوني خاص بموجب الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، حيث حدد مفهوم العلامة التجارية، وبيّن شروط حمايتها، ونظم إجراءات تسجيلها باعتبار التسجيل الوسيلة المنشئة للحق فيها، كما وضع مجموعة من الآليات القانونية التي تهدف إلى ضمان احترام الحق في العلامة التجارية ومواجهة مختلف الاعتداءات التي يمكن أن تطالها.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن الحماية القانونية للعلامة التجارية تقوم على تكامل مجموعة من الوسائل، فلا تكفي الحماية المدنية وحدها لتحقيق الردع، كما لا تكفي الحماية الجزائية بمفردها، وإنما يتطلب الأمر الجمع بين التدابير الوقائية والإجراءات القضائية والعقوبات الجزائية لتحقيق حماية شاملة، كما تبين أن نظام التسجيل يشكل حجر الأساس في اكتساب الحق في العلامة التجارية، باعتباره الوسيلة التي تمنح صاحبها مركزاً قانونياً يمكنه من مواجهة المعتدين.

كما أظهرت الدراسة أن المشرع الجزائري تبنى العديد من الوسائل الحديثة لحماية العلامة التجارية، لاسيما التدابير المؤقتة التي تسمح بالتدخل السريع عند وقوع الاعتداء، من خلال إمكانية وصف أو حجز السلع والأدوات المستعملة في التقليد، غير أن فعالية هذه الوسائل تبقى مرتبطة بمدى سرعة الإجراءات القضائية وكفاءة الأجهزة المكلفة بتطبيقها.

ورغم أهمية النظام القانوني المعتمد، إلا أن الدراسة كشفت عن وجود بعض النقائص التي تحد من فعالية الحماية، من بينها عدم كفاية بعض النصوص لمواجهة التطورات الحديثة، خاصة الاعتداءات التي تتم عبر الوسائط الرقمية والتجارة الإلكترونية، إضافة إلى الحاجة إلى تعزيز التنسيق بين مختلف الجهات المتدخلة في مكافحة التقليد، وتطوير آليات الرقابة والمتابعة.

كما يلاحظ أن الجانب العملي للحماية لا يزال يحتاج إلى مزيد من التدعيم، من خلال تكثيف التكوين المتخصص للقضاة وأعوان الرقابة والجمارك، وتفعيل التعاون الدولي في مجال مكافحة التقليد، باعتبار أن الاعتداء على العلامات التجارية أصبح يتجاوز الحدود الوطنية.

وبناءً على ذلك، يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات، تتمثل أساساً في:

- ضرورة مراجعة بعض الأحكام القانونية بما يتلاءم مع التطورات الاقتصادية والتكنولوجية، وتوسيع نطاق الحماية ليشمل العلامات الحديثة التي تعتمد على الوسائط الرقمية، إضافة إلى

الخاتمة

تشديد العقوبات في الحالات التي يكون فيها التقليد واسع النطاق أو ماساً بصحة وسلامة المستهلكين.

- تعزيز دور المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية من خلال تطوير آليات التسجيل الإلكتروني وتسهيل إجراءات حماية العلامات.

- نشر الوعي لدى المتعاملين الاقتصاديين بأهمية تسجيل العلامات واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحمايتها.

وفي الأخير، فإن فعالية الحماية القانونية للعلامة التجارية لا ترتبط فقط بوجود النصوص القانونية، وإنما بمدى قدرتها على تحقيق التوازن بين حماية الحقوق الخاصة وتشجيع المنافسة المشروعة وحماية الاقتصاد الوطني، وهو ما يستوجب استمرار تطوير المنظومة القانونية والقضائية بما ينسجم مع التحولات الاقتصادية الراهنة.

المصادر

والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً : المصادر

القوانين

1. القانون 05-17 المؤرخ في 29 ذي القعدة 1426هـ الموافق لتاريخ 31 ديسمبر 2005م المضمن الموافقة على الأمر 05-06 المؤرخ في 18 رجب 1426هـ الموافق ل 23 أوت 2005م المتعلق بمكافحة التهريب. الجريدة الرسمية رقم 2005/59.
2. القانون 04-17 المؤرخ في 21 فيفري 2017 يعدل ويتم القانون رقم 07-79 المؤرخ في 21 جويلية 1979 والمتضمن قانون الجمارك، ج ر عدد 11 الصادرة في 19 فيفري 2017
3. القانون 92-597، المؤرخ في 01 جويلية 1992، المتضمن قانون الملكية الفكرية الفرنسي، الجريدة الرسمية عدد 153 الصادرة في 03 جويلية 1992.
4. القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، (ج ر، العدد 21، الصادرة بتاريخ 23 أبريل 2008 المعدل والمتمم بالقانون رقم 22-13 مؤرخ في 12 جويلية سنة 2022، يعدل ويتم القانون رقم 08 - 09 المؤرخ في 25 فيفري سنة 2008، المتضمن قانون الاجراءات المدنية والإدارية، ج ر، العدد 48، الصادر بتاريخ 17 جويلية سنة 2022.
5. القانون رقم 18-18 المؤرخ في 27 ديسمبر 2018 المتضمن قانون المالية لسنة 2019 الجريدة الرسمية عدد 79، الصادرة بتاريخ 30 ديسمبر 2018.

الأوامر

1. الأمر 66-57 المؤرخ في 149/03/1966 المعدل في نفس السنة والمتمم سنة 1967م، الجريدة الرسمية الصادرة في 22/03/1966 العدد رقم 23.
2. الأمر 66-86 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية الصادرة في 13 مايو 1966، العدد 35.
3. الأمر 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 1976، العدد 59.
4. الأمر رقم 03-06 وكذا المادة 28 فقرة واحد من الأمر 66-57 المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.
5. الامر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386، الموافق 08 يونيو 1966 المتضمن قانون الاجراءات الجزائية المعدل والمتمم بالقانون رقم 25-14 مؤرخ في 9 صفر عام 1447 الموافق 3 غشت سنة 2025، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 54 ، الصادر في 13 شوال 1447 الموافق ل 19 سبتمبر 2025.
6. الأمر رقم 66-156 مؤرخ في 8 يونيو 1966، ج ر ج ج، عدد يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم بالأمر رقم 20-01 المؤرخ في 30 جويلية 2020، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ

المصادر والمراجع

في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، ج.ج.ج. العدد 44 صادر في 30/07/2020 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-24 مؤرخ في 19 شوال 1445 الموافق لـ 2024/02/28 ج.ر. عدد 30 الصادرة بتاريخ 2024/04/30 .

7. الأمر رقم 75- 59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم بموجب القانون 93 - 01 المؤرخ في 1993 والأمر 96/27 المؤرخ في 1996 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/02 المؤرخ في 27 ذي الحجة 1425 الموافق لـ 06 فيفراير 2005 المعدل والمتمم بالقانون رقم 15-20 المؤرخ في 18 ربيع الأول 1437 الموافق لـ 30 ديسمبر 2015، ج.ر. عدد 71. المعدل والمتمم بالقانون رقم 22-09 المؤرخ في 5 مايو 2022، الجريدة الرسمية، عدد 32، الصادر في 14 مايو 2022

8. الأمر رقم 75- 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخ في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 07 / 05، الصادر في 13 ماي 2007، المنشور بالجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 13 ماي 2007، العدد 31

9. الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، العدد 44.

10. الأمر 03-07 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية الصادرة في 2003، العدد 44.

المراسيم

1. المرسوم التنفيذي 90-39، المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق لـ 30 يناير 1990، المتعلق برقاية الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 5.

2. المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21/02/1998 المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 11 الصادرة بتاريخ 21/08/2005، ص 11.

3. المرسوم التنفيذي 05-277، المؤرخ في 02/08/2005 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية العدد 54، الصادرة في 07/08/2005.

القرارات

1. القرار التطبيقي 15/08/2002 والمادة 22 مكرر من قانون الجمارك المستحدثة بالمادة 43 من قانون المالية لسنة 2008

2. قرار وزير المالية المؤرخ في 15 جويلية 2002 والمحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة ج.ر. عدد 56. الصادرة في 18 أوت 2002

ثانيا: المراجع

الكتب العامة

1. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي العام، الجزائر، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2002
2. أحمد محرز، القانون التجاري، النسر الذهبي للطباعة الإسكندرية، 1998
3. بربارة عبد الرحمان، شرح قانون الإجراءات المدنية والإدارية، د ط، - منشورات البغدادي، الجزائر، 2009
4. تومي أكلي، التشريع الجمركي ودوره في دعم وترقية الاستثمار المنتج، دار الخلدونية الطبعة الاولى، سنة 2017
5. زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط 02، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
6. فرحة زرواي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري (الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الادبية والفنية، الجزائر، النشر والتوزيع ابن خلدون، وهران، 2001
7. مبروك حسين، القانون التجاري الجزائري، النصوص التطبيقية والاجتهاد القضائي والنصوص المتممة، دار هومة، الجزائر، 2008
8. محرز أحمد، القانون التجاري، المقدمات الأعمال التجارية التاجر، المحل التجاري الملكية الصناعية والتجارية الشركات التجارية، د ط، دار المكتبة القانونية، مصر
9. محمود مختار أحمد بريري، قانون المعاملات التجارية الأموال التجارية حقوق الملكية الصناعية والتجارية - المحل التجاري، ج 01، القسم الثالث، دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 2010

الكتب المتخصصة

1. حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2011
2. الخلايلة أسعد خليفة، التسجيل الدولي للعلامات التجارية المشهورة، ط 01، زاد ناشرون وموزعون، عمان، 2022
3. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية والتجارية، ط 09، دار النهضة العربية، مصر، 2013.
4. _____، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة، القاهرة، 2003.
5. _____، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة السادسة، 2006.
6. سمير جميل الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1988م.
7. صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، عمان الأردن، دار الفرقان، الطبعة الثالثة، 2003.

المصادر والمراجع

8. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنية ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
9. _____، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة والنشر والتوزيع الاردن، الجزء الاول، سنة 2000.
10. فاضلي إدريس، الملكية الصناعية والتجارية في القانون الجزائري، ط 02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
11. مغيب نعيم، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة، منشورات الحلبي، بيروت، لبنان، 2010.
12. ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائية للعلامات التجارية: دراسة تحليلية مقارنة وفقا لأحداث التشريعات العربية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
13. نبيل محمد أحمد صبيح، حماية العلامة التجارية والصناعية في التشريع المصري واتفاقيات الجات، دون طبعة، القاهرة، دار النهضة العربية، 1999.
14. نسرین شريقي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الطبعة الأولى، الجزائر، 2014.
15. نعيم جميل صالح سلامة، المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2015.
16. نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
17. نوري محمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية-الملكية الصناعية، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005.

المقالات

1. بيوت نذير، الحصانة القضائية لحماية العلامات، الجزائر، المجلة القضائية، العدد 2-2002، الصادرة عن قسم الوثائق للمحكمة العليا، بتاريخ 2004
2. حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، 2012
3. ختير فريدة، حماية العلامة التجارية مدنيا كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، المجلد 07، العدد 02، 2021
4. رضوان عبيدات، تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص، مجلة الدراسات الجامعية، الجامعة الأردنية، ديسمبر 1999.
5. رمزي حوحو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، بسكرة، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، جامعة محمد خيضر، بدون سنة نشر.
6. زيرق عبد الرحمان، جعيرن بشير، حقوق الملكية الفكرية والاستثمار على ضوء القانون 18-22 المتعلق بالاستثمار"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 9، العدد 1 جامعة عمار لليجي، الأغواط، الجزائر، 2023.

المصادر والمراجع

7. سلامي مبلود، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 06، جامعة قاصدي مرباح بورقلة ،الجزائر، 2012.
8. سماح حسين علي، الحماية الإجرائية للعلامة التجارية مجلة العلوم الإنسانية جامعة بابل، المجلد 3 العدد 22، 2015.
9. قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والإجتهد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والإجتهد القضائي، قسم الوثائق 2012
10. القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة الجزائر. المجلد 06، العدد 06، 2021، العدد الأول 1973
11. محمد هامل، يوسفى مباركة، دور السلطة التنفيذية في دعم السياسية الجنائية لمكافحة التهريب"، مجلة الفكر القانوني والسياسي المجلد 06، العدد 01، 2022
12. ميثاق طالب الحسنوي، الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية ووسائل حمايتها، مجلة جامعة كربلاء العلمية كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد 15 العدد 2 2017
13. نوري محمد، بوسماحة الشيخ، التدابير الجمركية لحماية العلامة التجارية على ضوء قانون الجمارك المعدل 17-04، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14، العدد 03، 2021.

المذكرات

1. جبال فوزية وداود محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية ، تخصص قانون أعمال ، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2018/2017.
2. حسان رنا ناصر، الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة في القانون القطري، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة قطر، قطر، 2019.
3. سلامي مبلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011.
4. عبد النور سعيداني، الحماية القانونية للعلامة التجارية المتداولة الكترونيا، دراسة مقارنة بالفقه الاسلامي، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه نظام ل، م، د .شعبة: العلوم الإسلامية – شريعة، تخصص: الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة -، الجزائري، 2025-2026.
5. القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، اطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2021-2022.

المصادر والمراجع

6. محمدي سماح، الحماية القانونية للعلامة التجارية دراسة مقارنة، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة باتنة، الجزائر، 2015-2016.
7. محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين ، اطروحة إستكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين ، 2006.
8. مزهود عمار، دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية لحماية العون الإقتصادي، مذكرة ماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، جامعة 08 ماي 1945 بقالمة، الجزائر، 2015-2016.
9. ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية. اطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2011-2012.

الفهرس

الفهرس

1	مقدمة
	فصل تمهيدي: ماهية العلامة التجارية.....
6	المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية.....
6	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية
6	الفرع الأول : التعريف اللغوي
6	الفرع الثاني : التعريف التشريعي للعلامة التجارية.....
7	الفرع الثالث :التعريف الفقهي للعلامة التجارية.....
7	المطلب الثاني : تمييز العلامة التجارية عن بعض المصطلحات المشابهة لها
7	الفرع الأول :تمييز العلامة التجارية عن بعض التسميات التجارية.....
8	الفرع الثاني : تمييز العلامة عن باقي عناصر الملكية الصناعية
11	المبحث الثاني: أنواع العلامات التجارية وشروط حمايتها.....
11	المطلب الأول: أنواع العلامات التجارية
11	الفرع الأول: العلامة الصناعية.....
11	الفرع الثاني: العلامة التجارية.....
11	الفرع الثالث: علامة الخدمة
12	المطلب الثاني: شروط حماية العلامات التجارية.....
12	الفرع الأول : الشروط الموضوعية لحماية العلامة التجارية.....
14	الفرع الثاني : الشروط الشكلية لحماية العلامة التجارية.....
	الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية.....
18	المبحث الاول: الحماية الاجرائية للعلامة التجارية.....
18	المطلب الاول: حماية العلامة التجارية عن طريق التدابير المؤقتة
18	الفرع الاول: مفهوم التدابير المؤقتة
26	المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية عن طريق الاجراءات الحدودية.....
26	الفرع الاول: القواعد الأساسية لتدخل إدارة الجمارك
29	الفرع الثاني: أشكال التدخل الجمركي والاثار السابقة للدعوى القضائية.....
33	المبحث الثاني: الحماية العلاجية للعلامة التجارية.....
33	المطلب الاول: الحماية المدنية من خلال دعوى التعدي

الفهرس

33	الفرع الأول: شروط رفع دعوى التعدي على العلامة التجارية
37	الفرع الثاني: الإجراءات القانونية لدعوى التعدي
40	الفرع الثالث: آثار الحكم في الدعوى المدنية للتعدي على العلامة التجارية
42	المطلب الثاني: الحماية المدنية من خلال دعوى المنافسة الغير مشروعة
42	الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها
46	خلاصة :
	الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية
49	المبحث الأول : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية
49	المطلب الأول : الجرائم المرتبطة بالتقليد
49	الفرع الأول: جنحة تقليد العلامة
52	الفرع الثاني: جنحة تشبيه العلامات أو التقليد التدليسي
55	الفرع الثالث: جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة
57	الفرع الرابع: جنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة للبيع أو عرض هذه المنتجات للبيع
59	المطلب الثاني: الجرائم الأخرى غير المرتبطة بتقليد العلامة التجارية
59	الفرع الأول : جنحة اغتصاب علامة تجارية مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك للغير
60	الفرع الثاني: جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة
61	الفرع الثالث: جنحة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو سلع أو منتجات لم يطلب تسجيلها
63	المبحث الثاني: المتابعة الجنائية للجرائم الواقعة على العلامة التجارية
63	المطلب الأول: إجراءات المتابعة لقمع جريمة الاعتداء على العلامة التجارية
63	الفرع الأول: اختصاص المحكمة
64	الفرع الثاني: أطراف الدعوى في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية
65	المطلب الثاني: الجزاءات المترتبة على الاعتداء على العلامة التجارية
65	الفرع الأول: العقوبات الأصلية في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية
67	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية في جريمة الاعتداء على العلامة
73	الخاتمة

تتناول هذه الدراسة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية باعتبارها أحد أهم عناصر الملكية الصناعية ووسيلة أساسية لتمييز المنتجات والخدمات وتحقيق المنافسة المشروعة داخل السوق. وقد هدفت الدراسة إلى بيان الإطار القانوني المنظم للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، من خلال تحديد مفاهيمها وشروط اكتسابها للحماية، ثم تحليل مختلف الآليات القانونية التي أقرها المشرع لحمايتها، سواء تعلق الأمر بالحماية المدنية من خلال التدابير الوقائية والدعاوى القضائية، أو بالحماية الجزائية من خلال تجريم مختلف صور الاعتداء عليها.

وقد خلصت الدراسة إلى أن المشرع الجزائري وفر إطاراً قانونياً مهماً لحماية العلامة التجارية، إلا أن فعالية هذه الحماية تظل مرتبطة بضرورة تطوير النصوص القانونية وتعزيز آليات التطبيق العملي، خاصة في ظل انتشار ظاهرة التقليد والتحديات التي فرضتها التجارة الإلكترونية. كما توصلت إلى ضرورة تعزيز التعاون بين الجهات المختصة وتحديث وسائل الرقابة بما يضمن حماية أكثر فعالية للعلامات التجارية ودعم الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية – الحماية المدنية – الحماية الجنائية.

Abstract

This study addresses the legal protection of trademarks as a key element of industrial property and a fundamental means of differentiating products and services and achieving fair competition in the market. The study aimed to clarify the legal framework governing trademarks in Algerian legislation by defining their concept and the conditions for acquiring protection. It then analyzed the various legal mechanisms established by the legislator for their protection, whether related to civil protection through preventive measures and lawsuits, or to criminal protection through the criminalization of various forms of infringement.

The study concluded that the Algerian legislator has provided a significant legal framework for trademark protection. However, the effectiveness of this protection remains contingent on the need to develop legal texts and strengthen practical implementation mechanisms, especially in light of the proliferation of counterfeiting and the challenges posed by e-commerce. It also concluded that it is necessary to enhance cooperation among relevant authorities and modernize oversight mechanisms to ensure more effective trademark protection and support the national economy.

Keywords: Trademark – Civil Protection – Criminal Protection