

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة -
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الحماية القانونية للإشارات المميزة في التشريع الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماستر

التخصص: قانون إجتماعي

تحت إشراف الأستاذ:

بودواية نور الدين

من إعداد الطالب:

ضريف غوثي

لجنة المناقشة

الأستاذ : تبون عبد الكريمرئيسا

الأستاذ: بودواية نور الدينمشرفا ومقررا

الأستاذ: عثمانى عبد الرحمنعضوا مناقشا

السنة الجامعية 2015/2014

شكر و تقدير

نشكر الله المولى سبحانه و تعالى أولا و نحمده حمدا كثيرا يليق بمقامه على أن يسر لنا أمرنا في القيام بهذا العمل .

نتقدم بخالص و عظيم الشكر و الامتنان إلى أستاذنا الفاضل بودواية نور الدين الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل المتواضع ، و على توجيهاته العلمية القيمة فنعم المشرف الذي وجهني و نعم الأستاذ الناصح .

أتوجه بالشكر الجزيل إلى كل أعضاء لجنة المناقشة على قبول مناقشة هذه المذكرة و الملاحظات التي سوف يقدمونها بهدف التوجيه و الإرتقاء بالمستوى العلمي .

أتوجه بالشكر الجزيل أيضا إلى كل أساتذة قسم الحقوق بجامعة مولاي طاهر بسعيدة شاكرا لهم كل الجهود المبذولة في مجال التدريس و التكوين فيما يخص التعليم العالي و التكوين العلمي .

في الأخير نتقدم بالشكر و الإمتنان إلى كل من ساعدنا على إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد.

إهداء

إلى والدي الكريمين .

إلى إخوتي و أخواتي .

إلى الذين حملوا شعلة العلم .

إلى كل من مد لي يد العون و المساعدة في إنجاز هذا العمل.

إلى هؤلاء جميعا ... أهدي هذا العمل

مقدمة

لقد سمح التطور الاقتصادي و التنافس التجاري الحاصل في العالم الحديث من ظهور حقوق ذهنية أو فكرية إلى جانب الحقوق العينية و الشخصية و تعتبر هذه الحقوق من نوع خاص تتمثل في سلطة الشخص على شيء غير مادي و هو ثمرة فكره و خياله أو نشاطه و يقصد بالملكية الفكرية بمعناها الواسع الحقوق القانونية التي تنتج من الأنشطة الفكرية في المجالات الصناعية و العلمية و الأدبية و التي اعترف لها المشرع بالحماية القانونية وفق شروط محددة¹.

و قد حظيت الملكية الفكرية في الجزائر كما في العالم بأسره بمكانة خاصة و ذلك مواكبة لاقتصاد السوق و كذا التفتح على التحولات التي مست كل الميادين و حقوق الملكية الفكرية تنقسم إلى قسمين يتمثل القسم الأول في الملكية الأدبية و الفنية و التي تشمل حق المؤلف و الحقوق المجاورة له أم القسم الثاني فيتمثل في الملكية الصناعية و التي بدورها تنقسم إلى قسمين القسم الأول يتمثل في الحقوق الواردة على الابتكارات الجديدة و هي تضم براءة الاختراع و الرسوم و النماذج الصناعية و القسم الثاني يتمثل في الحقوق التي ترد على إشارات أو بيانات ترمي إلى تمييز المنتجات أو المنشآت أو الخدمات و هي الإشارات المميزة و التي تضم العلامة بأنواعها ، تسميات المنشأ و الاسم و العنوان التجاري².

إن موضوع الملكية الفكرية بصفة عامة و الإشارات المميزة بصفة خاصة يكتسي أهمية بالغة من حيث كونه يتعلق بمسألة حساسة و خطيرة و يزيد من أهمية الموضوع التطورات الهائلة الحاصلة في مجالات تكنولوجيا المعلومات و الابتكارات ، الشيء الذي ينجم عنه ظهور وسائل جديدة متطورة لتبادل المعرفة بطرق سهلة و فعالة .

كما تزداد الأهمية التي توليها الدول حاليا لموضوع الإشارات المميزة انطلاقا من الدور الذي تلعبه في تنشيط دواليب الاقتصاد العالمي و ما تحققه من مدا خيل مالية هامة كم تتجلى أهمية الإشارات المميزة كذلك من خلال الاهتمام الذي أصبح يولى لها من طرف علماء الاقتصاد و قد اهتمت الدول الصناعية بهذا الموضوع على المستوى العلمي و العملي إذ أصبحت ضرورة وطنية ملحة خاصة في ظل عصر صناعي تجاري متطور .

يلاحظ أن الأهمية المتزايدة لموضوع الحقوق الفكرية بصفة عامة و الإشارات المميزة بصفة خاصة قد دفع بالدول في كافة أنحاء العالم إلى سن قوانين تنظم هذه الحقوق حتى أصبحت من أحدث فروع القانون.

¹ عدنان غسان برا نيو ، التنظيم القانوني للعلامات التجارية ، دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2012 ، ص 15

² فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، الحقوق الفكرية حقوق الملكية الصناعية و التجارية ، حقوق الملكية الأدبية و الفنية ، إبن خلدون للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2006 ، ص 3

غير أنه و رغم الأهمية البالغة و رغم الطابع الداخلي و الدولي الذي يكتسيه موضوع الإشارات المميزة و رغم أنه أصبح موضوع هام في الوقت الراهن إلا أنه واجهتنا صعوبات كثيرة في دراسة هذا الموضوع نظرا لقلّة المراجع و الكتابات المتعلقة به خاصة فيما يخص تسمية المنشأ و الاسم التجاري الأمر الذي جعلنا نعتد على القوانين المقارن الأخرى .

ستقتصر دراستنا في هذا العرض المتواضع على أحد جوانب الملكية الصناعية ألا و هو الإشارات المميزة و التي حضيت هذه الأخيرة بتقدير العامة باعتبارها رمز للثقة بين التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة و الزبائن فينظر إليها المستهلك نظرة احترام و تقدير فهي عنده مرادفة للجودة و من ثم فهي تعتبر جزءا أصيلا من السمعة التجارية.

ارتأينا دراسة هذا الموضوع نظرا لما يكتسيه من أهمية بالغة تظهر من عدة جوانب خصوصا و أن هذا النوع من الحقوق غير المادية قد حضي بحماية واسعة سواء على المستوى الوطني أو الدولي نظرا للتنافس الحاد في المجالين التجاري و الصناعي في زمن اقتصاد السوق و حرية التجارة و انتشار ظاهرة السوق الموازي التي يكثر فيها الاعتداء على حقوق الملكية الصناعية و خاصة منها الإشارات المميزة الذي أدى إلى ضرورة وجود نظام قانوني فعال يؤطر نطاق المنافسة المشروعة و يضمن الحقوق لأصحابها و كل ذلك لأجل حماية حقوق المبتكرين .

إلا أنه إزاء التطور الكبير في التجارة كما سبق الذكر أصبحت الدول على قناعة بأن الحماية على الصعيد الوطني غير كافية فبدأت بالبحث عن عقد اتفاقيات ثنائية³ و جماعية لتوفير الحماية للإشارات المميزة و علاقات التجارة الجديدة بدءا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية سنة 1883 بمختلف التعديلات التي شهدتها، إلى اتفاقية ستوكهولم لإنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية وصولا إلى اتفاقية تريبس مؤخرا و التي صادقت عليها أغلب دول العالم و من بينها الجزائر.

وانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ألزمها بضرورة إصدار قوانين داخلية تساير مختلف المبادئ العامة التي أرساها التعاون الدولي في مبادئ الملكية الصناعية خاصة تلك المرتبطة أو المتفرعة عن المنظمة العالمية للتجارة و هو ما دفع المشرع الجزائري إلى إصدار الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 والمتعلق بعلامات الصنع و العلامات التجارية و الذي ألغي بموجب أحكام الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003. إضافة إلى الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ .

يبقى في الأخير التساؤل الذي يطرح نفسه هل أن المشرع الجزائري قد كفل الإشارات المميزة بقواعد تنظيم و حماية قانونية كافية بما يليق بأهميتها الكبيرة ؟ ولمعالجة هذه الإشكالية و للإجابة على مختلف التساؤلات الفرعية المنبثقة عنها فقد اعتمدنا على المنهجين التحليلي و الوصفي حيث اعتمدنا على المنهج التحليلي لتحليل جملة

³ نسرين بلهوارى ، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري ، دار بلقيس ، الجزائر ، 2014 ، ص 13

النصوص القانونية و المراسيم و كذا لأجل توضيح الضمانات التي قررها المشرع لفائدة أصحاب الحق في الإشارات المميزة أما بخصوص المنهج الوصفي فقد تم توظيفه لغرض الإلمام بمختلف أحكام الإشارات المميزة .

سنحاول الإجابة عن هذا التساؤل من خلال الإطلاع على النظام القانوني للإشارات المميزة و آليات الحماية التي حضيت بها هذه الأخيرة على المستوى الوطني و الدولي مقسمين هذا البحث إلى ثلاثة فصول تطرقنا في الفصل الأول لنظام العلامات و في الفصل الثاني تطرقنا لنظام تسميات المنشأ أما الفصل الثالث فخصص لنظام الأسماء و العناوين التجارية منتهجين في ذلك الخطة الموالية :

مقدمة

الفصل الأول : نظام العلامة

المبحث الأول: ماهية العلامة .

المطلب الأول: تعريف العلامة و تمييزها عن باقي الحقوق .

الفرع الأول: تعريف العلامة .

الفرع الثاني : تمييزها عن باقي الحقوق.

المطلب الثاني : تصنيف العلامات .

الفرع الأول: أنواع العلامات .

الفرع الثاني : أشكال العلامات

المبحث الثاني: الحق في العلامة ووسائل حمايته .

المطلب الأول: شروط و آثار اكتساب الحق في العلامة .

الفرع الأول :شروط اكتساب العلامة

الفرع الثاني: الآثار القانونية لنشوء الحق في العلامة .

المطلب الثاني الحماية القانونية للعلامة .

الفرع الأول: الحماية القانونية للعلامة على المستوى الوطني .

الفرع الثاني : الحماية القانونية على المستوى الدولي .

الفصل الثاني: نظام تسمية المنشأ.

المبحث الأول :ماهية تسمية المنشأ .

المطلب الأول : مفهوم تسمية المنشأ و تمييزها عن باقي الحقوق .

الفرع الأول : تعريفها و أهميتها

الفرع الثاني : تمييز تسمية المنشأ عن باقي الحقوق .

المطلب الثاني:شروط حماية الحق في تسمية المنشأ .

الفرع الأول :الشروط الموضوعية .

الفرع الثاني :الشروط الشكلية .

- المبحث الثاني : الحق في تسمية المنشأ .
- المطلب الأول : آثار اكتساب الحق في تسمية المنشأ .
- الفرع الأول : اكتساب الحق في تسمية المنشأ .
- الفرع الثاني : انقضاء تسميات المنشأ .
- المطلب الثاني : الحماية القانونية لتسميات المنشأ .
- الفرع الأول : الحماية الوطنية .
- الفرع الثاني : الحماية الدولية .

الفصل الثالث : نظام الاسم و العنوان التجاري

- المبحث الأول : الاسم التجاري .
- المطلب الأول : ماهية الاسم التجاري .
- الفرع الأول : مفهوم الاسم التجاري .
- الفرع الثاني : شروطه .
- المطلب الثاني : الحق في الاسم التجاري .
- الفرع الأول : اكتساب الاسم التجاري .
- الفرع الثاني : الحماية القانونية للاسم التجاري
- المبحث الثاني : العنوان التجاري .
- الفرع الأول : تعريفه .
- الفرع الثاني : شروطه .
- المطلب الثاني : الحق في العنوان التجاري .
- الفرع الأول : اكتساب العنوان التجاري .
- الفرع الثاني : الحماية القانونية للعنوان التجاري .

خاتمة

الفصل الأول نظام العلامات

تلعب العلامة باختلاف أنواعها دورا كبيرا في المجال التجاري و الاقتصادي و تعد وسيلة فعالة في المنافسة و التعريف بالمنتجات و الخدمات المقدمة من طرف التجار أو مقدموا الخدمات عن باقي المنتجات و الخدمات المماثلة باعتبار أنها تمثل أحد أهم عناصر الملكية الصناعية خاصة و هي تمثل حقوقا إستثنائية و احتكارية لمالكها القانونيين .

كما أن العلامة ترتبط ارتباطا وثيقا بالمستهلك إذ تعد وسيلة المشروع الاقتصادي لتمييز منتجاته عن غيره من منتجات المشروعات الأخرى المماثلة و المشابهة لهذا يقول FRED PONNER أنه "يجب على علامتكم أن تصبح رفيقة لعملائكم"⁴ و هذا يعني أن المشروع الاقتصادي يسعى إلى اجتذاب العملاء إلى منتجاته و اجتذابهم لتفضيلها عن بقية المنتجات المنافسة له عن طريق إتقان الصنع حتى تقترن العلامة في ذهن المستهلك بمعنى ضمان الجودة و الإتقان و عن طريق الدعاية و استخدام وسائل الإعلان المتعددة كي تثبت العلامة في ذاكرة المستهلك إذ يكفي أن يذكر المشتري اسم العلامة حتى يتعين المبيع دون حاجة لإيضاح أو ذكر أوصاف الشيء المبيع .

كما لعبت العلامات التجارية و الصناعية دورا متقدما في اقتصاد العولمة⁵ عليه سنتطرق لنظام العلامة من خلال المبحثين التاليين .

المبحث الأول: ماهية العلامة

نتيجة للتطور التجاري و الصناعي و ازدياد عدد المنتجين ظهرت الأسواق التجارية المختلفة و أصبح هناك عدد لا حصر له من المنتجات التي يمكن أن تتماثل في النوع غير أنها

⁴ حمادي زوبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2012 ، ص 7
⁵ نعيم مغيب ، الماركات التجارية و الصناعية - دراسة في القانون المقارن ، 2005 ، ص 7

تختلف في الشكل و الإنتاج و التاجر الذي يعرضها للبيع فيمكن أن نجد أكثر من مئة صنف و كل صنف من هذه الأصناف له الشكل المميز و المصنع الذي أنتجه⁶ .
و لما كانت العلامة أحد عناصر الملكية الصناعية فقد نظم المشرع الجزائري أحكامها مسائرا في ذلك التطور الدولي فأصدر مجموعة من النصوص التشريعية ليصل إلى إصدار الأمر رقم: 03 / 06 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات الذي حدد بموجبه مختلف أنواعها و أشكالها بما يمكن تمييزها عما شابهها من الحقوق الأخرى.

المطلب الأول: تعريف العلامة وتمييزها عن باقي الحقوق

غالبا ما نرتكز في تعريف أمر ما على خصائصه و عناصره و مكوناته، و هي نفس النقاط التي تشكل نقطة اختلاف أو تلاقي مع بعض المصطلحات المشابهة لها لذلك نتعرض بالدرجة الأولى لتعريف العلامة ثم نتطرق إلى تمييزها عن باقي المصطلحات المشابهة لها .

الفرع الأول: تعريف العلامة

عرفها المشرع الجزائري من خلال المادة 1/2 من الأمر 06/03 بأنها كل رمز يمنح للسلعة أو المنتج أو الخدمة لتميزها عن غيرها إذ تنص على أن " العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توبييها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره " ⁷، و هو تقريبا نفس تعريف المشرع الفرنسي⁸

يعرفها الدكتور محمد حسنين إسماعيل بأنها " أداة مميزة تخص تاجرا أو صانعا لتميز سلعته أو خدمته عما يشابهها، و قد تكون رمزا، رسما، حرفا... تستهدف التذليل على أصل السلعة و ضمان مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة و عملائه و تمكنه من الاستئثار بثقتهم " ⁹.

⁶ حمادي زوبير المرجع السابق ص 21

² أنظر المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات المؤرخ في 19 يوليو 2003 ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية ، العدد 44 ⁷

³ المادة 711 من من قانون الملكية الفكرية الفرنسي « la marque de fabrique de commerce ou de service et un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale »

⁹ حمادي زوبير المرجع السابق ص 22

أما الدكتورة سميحة القليوبي فتعرفها بأنها " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"¹⁰.

الفرع الثاني : تمييزها عن باقي حقوق

إن تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها يجعلنا نقف أكثر على تعريف العلامة التجارية و تحديد خصوصياتها التي تمكننا من فصل المفاهيم و تجنب الخلط بينها و بين ما قد يشابهها لاسيما من حيث الطبيعة القانونية و هو ما نتعرض له في النقاط التالية بمقارنتها ب: تسميات المنشأ – براءة الاختراع – الرسوم و النماذج الصناعية – الاسم التجاري – العنوان التجاري.

1- تمييزها عن تسميات المنشأ

نصت المادة 01 من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ على " تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى و من شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه و تكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية و البشرية"¹¹.

و من جهة أخرى نصت المادة 2/3 من قانون حماية المستهلك 02/89 أنه " ... ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للاستهلاك لا سيما فيها يتعلق بطبيعته وصفته ومنشئه..."¹².

و في اتفاقية تريبس تعرف تسمية المنشأ بالمؤشرات الجغرافية و هي التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي إحدى دول الأعضاء في الاتفاقية أو في موقع ما فيها ، و ذلك حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشئها الجغرافي¹³.

و منه فإن العلامة التجارية لا ترتبط بالمنطقة الجغرافية كما هو الحال في تسمية المنشأ و إن كانت العلامة تخص إنتاج أو تجارة أو خدمة ، فإن تسميات المنشأ تخص منطقة معينة بما لها من خصوصية في عواملها الطبيعية أو البشرية على خلاف غيرها من المناطق كالمياه المعدنية سعيدة مثلا ضف إلى ذلك أن العلامة سواء كانت تجارية ، صناعية ، علامة خدمة

¹⁰ سائد أحمد الخولي – حقوق الملكية الصناعية – دار المجدلوي للنشر و التوزيع – عمان – 2004 – ص:37.

¹¹ أنظر المادة 01 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ المؤرخ في 16 يوليو 1976 الجريدة الرسمية العدد 59 .

¹² أنظر المادة 03 من قانون حماية المستهلك رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 الجريدة الرسمية العدد 06

¹³ جلال وفاء محمد – الحماية القانونية للملكية الصناعية وفق اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) – دار الجامعة الجديدة للنشر – الإسكندرية – 2004 ص 123 .

تتخذ شكلا أو رسما أو صورة أو تسمية عامة أو خاصة في حين أن تسميات المنشأ تخص إنتاج معين و يتعلق هذا الأخير بمنطقة معينة إنفرادا دون مناطق أخرى.

2- تمييزها عن براءات الاختراع

تعد كل من العلامة التجارية و براءة الاختراع من عناصر الملكية الصناعية و لعلها من أهمها، و إن كنا قد وقفنا من قبل على تعريف العلامة التجارية فإن براءة الاختراع هي السند أو الوثيقة التي تبين و تحدد الاختراع بأوصافه و تمنح له الحماية القانونية¹⁴، ويشترط لمنح براءة الاختراع الجدة، الحدثة، قابلية التطبيق الصناعي و عدم مخالفة النظام العام. في هذا نصت المادة 2 بفقرتيها 1 و 2 من قانون براءات الاختراع الصادر بموجب الأمر رقم: 07/03 المؤرخ في: 2003/07/19 على أن " الاختراع فكرة لمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية. براءة الاختراع وسيلة تسلم لحماية اختراع"¹⁵. بالرجوع لاتفاقية تريبس نجدتها تنص في المادة 27 منها على: " تتاح إمكانية الحصول على براءات الاختراع لأي اختراعات سواء كانت منتجات أو عمليات صناعية في كافة ميادين التكنولوجيا شريطة كونها جديدة و تنطوي على خطوة إبداعية و قابلة للاستخدام في الصناعة..."¹⁶.

من خلال التعريف الذي أوردناه يمكن الوصول إلى التمييز بين المصطلحين بأن العلامة تتعلق خاصة بالناحية الجمالية للمنتجات ، و ليس بتصنيفها و ذلك بوضع رمز على السلعة أو الخدمة للفت نظر الزبائن و ترويجها ، و عليه وظيفة العلامة تختلف عن وظيفة البراءة التي تؤدي وظيفة أولية في عملية الإنتاج في حين أن الأولى تؤدي وظيفة لاحقة تخص عمليات التسويق و الترويج.

براءة الاختراع ليست محل احتكار فقد جعلتها جل القوانين للكافة ليستفيدوا منها لذلك نجد أن المشرع في كل الدول يؤقت حق البراءة ، أما العلامات فهي رموز تشكل شارات لتمييز السلع و الخدمات يمكن احتكارها على نحو مستمر من خلال ما يقضي به القانون من حق التجديد و هي بذلك تعد حقا دائما و مستمرا.

3- تمييزها عن الرسوم و النماذج الصناعية

¹⁴ عدنان غسان برانبو ، المرجع السابق ، ص 286.

¹⁵ أنظر المادة 02 من الأمر رقم 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع المؤرخ في 19 يوليو 2003 الجريدة الرسمية العدد 44

¹⁶ أنظر المادة 27 من إتفاقية باريس

إن الرسوم حسب المادة 1 من أمر 86/66 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية هي "... كل تركيب لخطوط أو ألوان أو يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية..."¹⁷ يتضح من هذا التعريف أن مفهوم العلامة أوسع و أشمل من مفهوم الرسم ذلك أن هذا الأخير قد يستعمل ليكون علامة.

نصت الفقرة الثانية من نفس المادة أنه: "يعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل و مركب 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"¹⁸.

و عليه يتضح أن لكل من العلامة و الرسوم و النماذج الصناعية وظيفة واحدة هي ترويج السلع و الخدمات إلا أنها تختلف عنهما من ناحية مدة الحماية، فبالنسبة للرسوم حددها الأمر رقم 86/66 في المادة 13 منه ب 10 أعوام تسري ابتداء من تاريخ الإيداع ، في حين أن مدة حماية العلامة تستمر لأطول من ذلك إذا حرص صاحبها على تجديدها في المواعيد المحددة قانونا هذا من جهة ، ومن جهة أخرى لا يترتب على الرسم أو النموذج حق في الملكية إلا إذا كان موجودا و جل الفقهاء يرون أن مصدر الحق ليس الإيداع إنما وجود الرسم أو النموذج بغض النظر عن إيداعه لذلك اشترط المشرع إيداع نسخة من الرسم أو النموذج حتى يتسنى للمصلحة المختصة التأكد من وجوده بشكله المادي المنفصل عن البضاعة المصنوعة.

4- تمييزها عن الاسم التجاري

لقد حضي الاسم التجاري بالحماية ابتداء من اتفاقية باريس حيث نصت المادة 8 منها على: "يحمي الاسم التجاري في جميع دول الإتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء كان جزءا من علامة صناعية أو تجارية أو لم يكن"¹⁹ و قضت المادة 3/78 من القانون التجاري في الفصل المتعلق بعناصر المحل التجاري على أنه: "... يشمل أيضا سائر الأموال الأخرى اللازمة لاستغلال المحل التجاري كعنوان المحل و الاسم التجاري..."²⁰.

إن كانت العلامة التجارية و الاسم التجاري يتفقان في كونهما أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري إلا أنهما يختلفان من حيث:

¹⁷ أنظر المادة 1 من الأمر رقم 86/66 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية المؤرخ في 28 أبريل 1966 الجريدة الرسمية العدد 35

¹⁸ أنظر المادة 1 من الأمر رقم 86/66 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية .

¹⁹ أنظر المادة 8 من إتفاقية باريس المؤرخة في 1883/03/20

²⁰ أنظر المادة 78 من القانون التجاري الجزائري

- أن العلامة تستعمل لتمييز البضائع أو الخدمات أو المنتجات ، أما الاسم التجاري فيميز المنشأة التجارية عن غيرها من المنشآت فهو تسمية تطلق على المنشأة التجارية من التاجر الفرد أو الشركة حتى يميز محله التجاري عما شابهه.

- تتمتع العلامة المسجلة بالحماية في كافة الإقليم الوطني على عكس الاسم التجاري الذي تكون حمايته مقصورة على المنطقة الكائن فيها المحل التجاري.

- يمكن أن تشترك عدة محلات تجارية في اسم تجاري واحد و هذا بخلاف العلامة التجارية.

- تحض العلامة بحماية قانونية مزدوجة مدنية و جزائية ، أما الاسم التجاري فيتمتع بحماية مدنية فقط تنحصر في صورة دعوى المناقسة غير المشروعة²¹.

لكن رغم كل الفروقات فقد تنصهر العلامة التجارية في الاسم التجاري كما في الحالة التي يكتسب فيها الاسم التجاري مكانة متميزة لدى العملاء مما يحمل صاحبه إلى تسجيله كعلامة تجارية ، و في هذه الحالة تنسحب حماية الاسم التجاري إلى جميع أنحاء البلاد بعدما كانت مقصورة على دائرة تواجد المحل التجاري.

5- تمييزها عن العنوان التجاري

يعد العنوان التجاري عنصرا من عناصر المحل التجاري و يتضمن رمزا أو إشارة أو عبارة خارجية مهمتها إفراد المحل التجاري عن غيره و الحفاظ على العملاء ، و الأصل أن للعنوان التجاري حماية ما لم تكن أصلا مستحيلة كأن يتضمن عبارات عامة مثل " بيتزا " ، و يخضع العنوان التجاري لنفس شروط العلامة من حيث الجودة و الابتكار و المشروعية.²²

المطلب الثاني : تصنيف العلامات

لقد أورد المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات جملة من الرموز القابلة لتكوين علامة على سبيل الصر و لم يق بتصنيف و تقسيم تلك الرموز كما أنه لم يحدد و يتطرق بصورة واضحة للأنواع المختلفة للعلامات و هذا ما سنحاول التطرق إليه ضمن هذا المطلب

الفرع الأول: أنواع العلامات

²¹ عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 74

²² حمادي زويبير، المرجع السابق، ص 46

لقد حددت اتفاقية تريبس ثلاث أنواع من العلامات التجارية بنصها على أن الملكية الصناعية تشمل العلامات الصناعية أو التجارية و علامات الخدمة و من جهتها فإن اتفاقية باريس اكتفت بذكر نوعين فقط من العلامات هما الصناعية و التجارية في حين أشارت إلى علامة الخدمة في المادة 6 منها ، و بالرجوع للأمر رقم 03/ 06 لاسيما المادة 2/2 منه فإن المشرع عد الأنواع الثلاثة كما ذكر أيضا نوع آخر هو العلامات الجماعية و التي خصها بأحكام محددة. و عليه يتضح من النصوص السابقة أن العلامات تتنوع إلى علامات تجارية ، علامات صناعية ، علامات خدمة ، علامات جماعية²³.

1- العلامات التجارية

غالبا ما تقترن كما هو واضح من تسميتها بالتاجر الذي يستخدمها لتمييز المنتجات التي يريد إعادة بيعها بعد شرائها و ذلك بغض النظر عن مصدر شرائها وهذه العلامة هي وسيلة كذلك للمستهلك لتمييزها عن غيرها و للمداومة عليها و الاطمئنان لها إن لم نقل الثقة فيها، فبواسطة هذه العلامة لا تختلط البضائع مع غيرها و يستطيع طالب هذه البضاعة بالذات أن يطمئن إذ ما وجد العلامة موضوعة على البضاعة أو المنتجات التي يتعامل بها²⁴. نشير أنه قد يكون التاجر المسوق للبضاعة هو نفسه مصنعها و له في ذلك أحد الخيارين:

* أن يتخذ علامة الصنع كعلامة تجارية.
* أن يجعل لكل من عملية الصنع و عملية الترويج علامة مستقلة وهو الغالب في الحياة التجارية حيث يفضل التجار أن يضعوا على مبيعاتهم علامة تجارية مميزة تخص التاجر البائع لا المنتج.

و حاليا يتجه المشرع الجزائري من خلال الأمر 06/03 إلى تقرير إلزامية وضع العلامة التجارية على كل سلعة عرضت للبيع أو بيعت في التراب الوطني.

2- العلامة الصناعية

²³ حمادي زويبير المرجع السابق ص 46

²⁴ القاضي أنطوان الناشر، الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الإجتهد دراسة تحليلية شاملة ، منشورات الحلبي ،

هي العلامة التي يضعها الصانع أو المنتج على سلعة ما لتمييزها عن سلع مماثلة مثل "مرسيدس" إشارة لمصنع صناعة السيارات و IBM بالنسبة لأجهزة الحاسوب و برامجها ، وقد تكون هذه العلامة ذات علاقة وثيقة بمادة أولية مكونة لها بالرغم من أن هذه الأخيرة قد يستخدمها منتج آخر.

بالرجوع إلى النصوص القانونية نجد أن المشرع الجزائري قد ذكر هذا النوع من العلامات صراحة في ظل الأمر 57/66 إلا أنه في الأمر 06/03 لم يردده صراحة بل اكتفى بالإشارة إليها ضمناً من خلال المادة 2 منه التي نصت على "... كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاصا كان أو مصنّعا..."²⁵، و هذه العلامة تساعد على استقطاب المستهلكين لذلك نجدها أكثر شيوعاً في الأسواق الوطنية و الدولية وهو ما يفسر أن المشرع الجزائري أبقى على إلزاميتها و إن المشرع بتقريره إلزامية وضع العلامة على كل سلعة أو خدمة أراد الإشراف على عملية المنافسة و تداول السلع و الخدمات وفق الأسس القانونية و التحكم فيها بما يخدم مصلحة الدولة و المنتجين و المستهلكين.

3- علامة الخدمة

على خلاف النوع الأول و الثاني المتعلقان بالسلعة فإن هذا النوع من العلامات يخص الخدمة و لقد عرفت المادة 4/3 الخدمة كما يلي: "...الخدمة هي كل أداء له قيمة اقتصادية...."²⁶ و علامة الخدمة بذلك هي ما يشكل رمزا للخدمات فتوضع على الأشياء التي يستخدمها المشروع و لا تكون على المنتجات ، لذلك نجدها مستعملة لدى مؤسسات الدعاية و الفنادق و النقل و الهاتف النقال ، و منه تمثل الخدمة كشيء معنوي المجهود المقدم من طرف شخص طبيعي أو معنوي لفائدة الأفراد ، فتكون العلامة رمزا لهذه الخدمة تميزها عن باقي الخدمات ، لذلك جعلها المشرع إلزامية على النحو الوارد في ظل الأمر 06/03 و تنقسم الخدمات إلى نوعين:

- خدمات تقدم للعملاء بالنسبة لسلعة مادية معينة كخدمة الصباغة على إنتاج مادي ، و هنا تحمل علامتين علامة تجارية وهي علامة المنتج للسلعة و علامة الخدمة.
- خدمات يقدمها الأفراد أو الشركات ليس لها علاقة بمنتجات مادية كخدمة البنوك ، خدمة التأمين ، حيث توضع العلامة في هذه الحالة على مطبوعاتها.

4- العلامات الجماعية

²⁵ أنظر المادة 2 من الأمر رقم 06 /03 المتعلق بالعلامات
²⁶ أنظر المادة 3 من الأمر رقم 06 /03 المتعلق بالعلامات

رغم أن المشرع الجزائري خصص للعلامة الجماعية عنوان مستقل قائم بذاته في المواد 8 إلى 12 في ظل الأمر 57/66 غير أنه و في ظل الأمر 03/06 الملغي للأمر 57/66 لم يخصص للعلامة الجماعية مادة مستقلة لتعريفها و إنما أورد ذلك في الفقرة الثانية من المادة 2 حيث نصت على أن " العلامة الجماعية : كل علامة تستعمل لإثبات المصدر و المكونات و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها "27، و بذلك تكون العلامة جماعية كلما استعملت من طرف مؤسسة أو عدة مؤسسات باعتبارها شخص معنوي سواء كانت تخضع للقانون العام أو الخاص حسب المادة 22 من هذا الأمر ، ولقد خصص هذا الأخير الباب السادس منه للأحكام الخاصة بالعلامة الجماعية بتحديد الأحكام المتعلقة بملكيته و استعمالها و انتقالها و إلغائها .

5 – العلامة المشهورة

العلامة التجارية ذات الشهرة أو المشهورة ليست في جوهرها إلا علامة تجارية تخضع من حيث تعريفها أو شروطها للأحكام العامة للعلامة التجارية على أن هناك من العلامات التجارية ما يكتسب شهرة فائقة تتعدى حدود إقليم تسجيلها نتيجة عدة عوامل تؤثر في ذيوها و انتشارها مما يجعل لها سمعة عالمية مقارنة بغيرها من العلامات الوطنية²⁸ كما أنها تتمتع بقدرتها على جذب المستهلكين إليها بشكل مستقل كل الاستقلال عن المنتجات التي تحملها

الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية

إن العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية القانونية إلا إذا اتخذت شكلا معينا و توافرت فيها شروط معينة²⁹، و لمعرفة ما هي أشكال العلامات التجارية يتعين الرجوع إلى نص المادة 1/2 من الأمر 06/03 حيث جاء فيها " العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات

²⁷ أنظر المادة 2 من الأمر رقم 06 /03 المتعلق بالعلامات

²⁸ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية و التجارية، دار النهضة العربية طبعة 2005 ص 371

²⁹ محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983،

شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره³⁰ و انطلاقا من هذا النص نجد أن المشرع الجزائري قام بتعداد أشكال و صور العلامة الأكثر شيوعا و استعمالا و ذلك على سبيل المثال لا الحصر¹ فصاحب السلعة أو الخدمات الاختيار بين عدة أنواع من الصور و الأشكال و الرموز القابلة لتشكيل العلامة التجارية و هو ما يمكن تقسيمه إلى :

1- العلامات الاسمية (الأسماء)

إن العلامة الاسمية هي العلامة التي تتكون من اسم يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعه أو خدماته بحيث يكون قادرا على إثارة من يراه أو يتردد على سمعه و يمكن أن يكون هذا الاسم اسما عائليا أو اسما شخصيا أو اسما مستعارا أو اسما جغرافيا أو حتى يكون حروف أو أرقام¹.

غير أن المشرع الجزائري لا يشترط في العلامة الاسمية شكل معين بل ترك الحرية للتاجر في اختيار شكل العلامة التي يريدها بل يكفي صفة الابتكار في التسمية لتتخذ كعلامة تجارية².

2- العلامات التصويرية

تتمثل العلامات التصويرية أو الشكلية في الصور و الرسومات و الأشكال و الألوان التي تعتمد كعلامة لتمييز السلع و الخدمات عما شابهها ، و لقد أجاز المشرع الجزائري في المادة 1/2 من الأمر 06/03 اعتماد الصور و ما قاربها محلا لعلامات تجارية و قد درج الكثير من المتعاملين على اعتماد صور الحيوانات كعلامات تجارية و هناك علاقة وثيقة بين العلامات الاسمية و العلامات التصويرية المتعلقة بها، فإذا أخذت العلامة اسم فيل فذلك يمنع المنافس من استعمال صورة الفيل لنفس المحصولات . فالرسومات هي عبارة عن تكوين فني يتمن شكل معين و قد يكون هذا الشكل من وحي الخيال توضع في إطار معين لإظهار شكل ما و هذا كله متى اتخذت هذه الرسومات صفة التمييز للسلع أو الخدمات التي تستعمل فيها .

إذ قد تكون العلامة مكونة من صور الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة أو للغير بشرط الحصول مسبقا على موافقته على ذلك ما لم تكن الصورة لشخصيات تاريخية كنبليون³¹ كما

³⁰ أنظر المادة 2 من الأمر رقم 06 /03 المتعلق بالعلامات

³¹ و الحصول على موافقة صاحب الرخصة متى كان على قيد الحياة أو من ورثته إذا كان متوفيا تحت طائلة المسؤولية التقصيرية و الجزائية.

قد تستمد الصور من الطبيعة كالنجوم و الأزهار و الأهرام أو أحد العمارات أو السفن أو السيارات .

ما يمكن استخلاصه في الأخير بخصوص أشكال العلامة التجارية أن المشرع الجزائري قد أورد بنص المادة 2 بعض صور و أشكال العلامة التجارية و ذلك على سبيل المثال لا الحصر منتها في ذلك نفس الحكم الذي أوردته اتفاقية تريبس التي تضمنت هي الأخرى أمثلة فقط للشارات التي تصلح أن تكون محلا للحماية كعلامة تجارية ، لذلك فإنه لا مانع من إضفاء الحماية على علامات أخرى طالما كان لها القدرة على تمييز السلع و الخدمات.

المبحث الثاني: الحق في العلامة ووسائل حمايته

إن العلامة التجارية أيا كان نوعها و أيا كان الشكل الذي تتخذه لا تحض بالحماية القانونية و لا تترتب آثارها إلا إذا استوفت هذه الأخيرة كافة الشروط الموضوعية و الشكلية المنصوص عليها قانونا والواجبة لاكتساب الحق في العلامة و ما ينجم عنه من آثار قانونية و هو ما سوف نتطرق إليه بالتفصيل كالآتي:

المطلب الأول: شروط و آثار اكتساب الحق في العلامة

إن استكمال جميع الشروط من موضوعية و شكلية التي يتطلبها القانون من أجل حماية العلامة من شأنه يرتب آثار إما في اكتساب الحق في العلامة أو في إنقضاء العلامة و هذا ما سوف نتطرق إليه بالتفصيل بعد التطرق لشروط إكتساب العلامة .

الفرع الأول :شروط اكتساب العلامة

يجب أن تتوفر في العلامة حتى تحض بالحماية مجموعة من الشروط الموضوعية والشكلية حددها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات و هي شروط وجود وصحة.

أولا: الشروط الموضوعية

باستقراء الفقرتين 1 و 2 من نص المادة 2 و كذا الفقرة 4 من نص المادة 7 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات نستنتج أن الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة باختلاف أنواعها تتمثل فيما يلي :

1 - أن تكون مميزة

يشترط أن يكون للعلامة طابع مميز كون أن التمييز هو أساس الحماية و الحكمة من استلزامه هو تحقيق الغاية الأساسية من العلامة التجارية بتمييز المنتجات والسلع و الخدمات إذ أن المشرع الجزائري يعتبر العلامات الخالية من كل طابع مميز باطلة ، و الصفة المميزة لا نعني بها صفة الإبداع بل يقصد بها التمييز بمفهومه البسيط ، الذي يمنع من الوقوع في الغلط والالتباس³² .

و على هذا الأساس فإن العلامة التجارية التي لا تتضمن ما يميزها عن العلامة المشابهة تفقد شرط أساسي ، فلا تعد موجودة ولا يمكن استغلالها وهو ما نصت عليه المادة 1/7 من الأمر 06/03 " تستثنى من التسجيل الرموز التي لا تعد علامة بمفهوم المادة 1/2 من نفس الأمر"³³ .

وتبعاً لذلك فلا تعد علامة قابلة للحماية العلامة العادية التي تتكون من شكل شائع كصورة رأس امرأة في منتج صبغة الشعر، أو صورة رجل يركب حصانا ، أو رسم مثلث ، كما لا تتمتع بالحماية العلامات التي تتكون من إشارات أو بيانات تستعمل في التجارة للدلالة على صفة المنتجات أو الغرض منها أو مصدرها إن تقدير ما إذا كانت العلامة مميزة من عدمها تختص به محكمة الموضوع، فهو يخضع للسلطة التقديرية للقاضي .

2- الجودة

لم ينص المشرع الجزائري في الأمر رقم 06/03 على هذا الشرط صراحة إلا أنه يمكن أن نستخلصه من الفقرة 9 و من المادة 7 من هذا الأمر تستثنى من التسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامات كانت محل طلب تسجيل يجب أن تكون العلامة التجارية جديدة أي لم يسبق استعمالها بمعرفة شخص آخر و الجودة تفتح المجال للمطالبة بالأسبقية³⁴ و الجودة نسبية في مجال العلامات و العبرة فيها بالجدة في الاستعمال و ليس الجودة في الابتكار كما هو الشأن في مجال براءة الاختراع و غيرها .

³² نعيم مغيب، المرجع السابق، ص 40
³³ أنظر المادة 7 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات
³⁴ نعيم مغيب، المرجع السابق ص 79.

و عليه فإن شرط الجدة في العلامة يقوم على مبدأ عدم امتلاك الغير حقوق على هذه العلامة و ذلك بأن لا تكون وقت إيداعها و تسجيلها موضوع حق منافس في نفس المجال أو القطاع³⁵.

1- مشروعية العلامة

مشروعية العلامة تتوقف على شرطين وهما أن تكون العلامة غير مخالفة للنظام العام و الآداب العامة أي لا تتضمن تسميات أو صور فاضحة ، ولقد نصت المادة 4/7 من الأمر 06/03 أنه " يستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة و التي يحظر استعمالها سواء بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الدولية و التي تكون الجزائر طرفا فيها " ³⁶ وهذا أمر بديهي لأن للمجتمع حرمة و لا يجوز التعرض له باستعمال كلمات نبیذة أو شعارات تمس الأخلاق.

إضافة إلى أنه يمنع استعمال الوسامات الوطنية و الأجنبية أو الرموز الثورية أو الدمغات الرسمية و لقد نصت على ذلك المادة 5/7 من الأمر 06/03 بحيث يستثنى من التسجيل " الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة أو الضمان من طرف دولة أو منظمة حكومية أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك " وتبعاً لذلك لا يمكن لأحد أن يستخدم شعار الاتحاد الإفريقي أو هيئة الأمم المتحدة أو الهلال الأحمر الدولي أو رموز الفضائيات الأوروبية أو رموز الألعاب الأولمبية³⁷ كرمز لمنتجاته إلا بمقتضى ترخيص من الدولة أو المنظمة المعنية و بدونه تعد العلامة باطلة.

ثانياً: الشروط الشكلية

يقصد بها الإجراءات التي يجب إتباعها لكي يتم تسجيل العلامة ، بحيث تصبح صحيحة للاستغلال التجاري و الحماية من قبل الدولة³⁸.

³⁵ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، 243

³⁶ أنظر المادة 7 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات

³⁷ الاتفاق الموقع في نيروبي في 26 أيلول 1981 "يمنع استعمال الإشارات الأولمبية و الحلقات الخمس العائدة لها ملصقة على اللون الأبيض مع الاحتفاظ بالحقوق التي وجدت قبل هذا المنح"

³⁸ سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1988 ، ص 287.

ولقد نصت المادة 13 من الأمر 06/03 على ما يلي: " تحدد شكليات إيداع العلامة و
كيفية و إجراءات فحصها و تسجيلها و نشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم
"39 و لهذا الغرض صدر المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 02/08/2005 و حدد كيفية
إيداع العلامات و تسجيلها، و الذي لا يختلف في مضمونه عن القوانين المقارنة التي تبنت
نفس الإجراءات ، و بناء عليه نتطرق إلى المراحل التالية:

1- الإيداع

إن لعملية الإيداع أهمية بالغة في حماية حقوق صاحب العلامة ، إذ يعتبر هذا الأخير
قرينة على ملكيتها، ويقدم طلب الحصول على تسجيل العلامة إلى المصلحة المختصة من
طرف كل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بالصفة القانونية ، و ذلك عن طريق الإيداع
المباشر على مستواها أو عن طريق البريد أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام ، ولقد
حددت هذه المصلحة المختصة بموجب المرسوم التنفيذي 68/98 المؤرخ في 21/02/1998 و الذي
أنشأ المركز الوطني للملكية الصناعية ، بحيث يتولى هذا الأخير دراسة طلبات إيداع العلامات
و الرسوم و النماذج الصناعية و تسميات المنشأ ثم نشرها^{40،41}.

يودع طلب التسجيل في شكل استمارة رسمية تتضمن اسم المودع ، عنوانه الكامل مع
إرفاقها بصورة من العلامة تكون بمقاس الإطار المحدد في الاستمارة الرسمية ، و إن كان
اللون عنصر مميز فيها فيجب إرفاق صورة ملونة للعلامة ، مع إرفاق أيضا قائمة واضحة و
كاملة للسلع و الخدمات⁴² المراد تمييزها بالعلامة.

يتولى المعهد بعد تلقيه الطلب فحص الإيداع من حيث الشكل و من حيث المضمون،
فينظر ما إذا كان استوفى الشروط الشكلية السابقة الذكر، ففي حالة عدم استيفاء إجراء الإيداع
لها يخول لهذه المصلحة أن تطلب من المودع تسوية طلبه و ذلك في أجل شهرين و الذي قد
يمدد بناء على طلب مسبب ، و في حالة انقضاء الأجل دون جدوى يرفض طلب التسجيل دون
الحق في استرداد الرسوم المدفوعة.

أما الفحص الموضوعي لطلب الإيداع فيتعلق بالتحقق فيما إذا لم تكن العلامة المودعة
حسب المادة 11 من المرسوم مستثناة من التسجيل لسبب أو لأكثر من أسباب الرفض الواردة
في المادة 7 من الأمر 06/03.

³⁹ أنظر المادة 32 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات

⁴⁰ أنظر المادة 08 من المرسوم 68/98. المنشىء للديوان الوطني للملكية الصناعية ، الجريدة الرسمية العدد 27

⁴¹ و خلال سنة 2003 تم نشر ما يقارب 499 علامة في المنشور الرسمي للملكية الصناعية، العدد 271 لشهر جوان 2003.

⁴² أنظر المادة 4 من المرسوم 277/05. الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية ، العدد 54

إن حصل رفض الإيداع لعدم توفر شروطه الشكلية أو الموضوعية يبلغ المودع بذلك على أن يكون له تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهران يسري ابتداء من تاريخ التبليغ ، و يمدد هذا الأجل بناء على طلب مسبب من صاحب الشأن.

إن تعلق الأمر بوجود تشابه بين علامة مسجلة و علامة – قَدّم طلب بإيداع تسجيلها – فإن المصلحة المختصة تأخذ الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق ، أما إن تبين أن الفحص الموضوعي مطابق لجزء فقط من السلع و الخدمات المبينة في الطلب فلا تسجل العلامة إلا لهذه السلع و الخدمات.

2 - التسجيل و النشر

لأن العلامة هي رمز لمنتجات أو خدمات مشروع اقتصادي، فيشترط تسجيلها بعد حصول الإيداع الصحيح ، ويقصد بالتسجيل أنه تمت الموافقة على إعطاء العلامة المطلوبة بقيدها في سجل مخصص لهذا الغرض ، ويكون لصاحبها بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل كما تسلم شهادة تسجيل لكل علامة مسجلة لصاحب الشأن أو وكيله.

تكون مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة هي 10 سنوات ، تستمر لنفس المدة في حالة أن قام المعني بتجديد تلك المدة، ويسرى ذلك ابتداء من اليوم الموالي لتاريخ انقضاء التسجيل الأول مع ضرورة دفع رسوم التجديد في مهلة 6 أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو التالية على أكبر تقدير.

أما في حالة رغبة صاحب العلامة في التعديل في نموذج العلامة أو إحداث إضافة في قائمة السلع أو الخدمات فيستوجب القيام بإيداع جديد.

كما أن كل عملية نقل للحقوق بخصوص العلامة تخضع للقيود في سجل العلامات بناء على طلب أحد الأطراف المعنية شريطة تقديم الوثيقة أو العقد المثبت لهذا النقل ، كما قضى المرسوم التنفيذي على ضرورة قيد العدول عن التسجيل سواء كان جزئي أو كلي في سجل العلامات ، هذا و يقيد الحكم القضائي النهائي القاضي بإبطال العلامة بنفس الأشكال.

الفرع الثاني: الآثار القانونية لنشوء الحق في العلامة التجارية

تعد العلامة من حقوق الذمة المالية ، و يترتب على تسجيلها و قيدها في سجل العلامات الحق في تملكها و يخول هذا الحق لصاحبه القيام بمختلف التصرفات القانونية عليها، كنقلها للغير عن طريق التنازل أو التحويل الكلي أو الجزئي بعوض أو بدون عوض أو منح ترخيص

باستغلالها و الإفادة منها في إطار ما يشترطه القانون المنظم لها أو رهنها تيسيرا للائتمان و النشاط التجاري.

أولاً: اكتساب الحق في العلامة

تكتسب ملكية العلامة التجارية نتيجة إتمام الإجراءات الإدارية الخاصة بالإيداع و التسجيل و تبعا لذلك لا يمكن لأي شخص التمسك بحقوق على علامة ما إذا قام باستعمالها دون إيداعها للتسجيل كما هو مشترط قانونا ، لهذا تؤدي عملية الإيداع و التسجيل إلى منح المودع حقوقا شرعية من الناحية القانونية ، و هذا ما تؤكد المادة 6 من الأمر 06/03 بنصها " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها " .

و يختص بملكية العلامة في القانون الجزائري من كانت له الأسبقية في إيداعها⁴³، إن ملكية العلامة تخول لصاحبها حق احتكار استعمالها رمزا لمنتجاته أو الخدمات التي يؤديها، و هو حق دائم طالما راعى صاحب العلامة تجديده، و يخضع هذا الحق كذلك لمبدأ التخصيص أي أنه يخص منتج معين بذاته دون غيره.

كما أن حق التصرف في العلامة يعد كآثر من آثار الاعتراف للمودع بحق الملكية على العلامة التجارية، و هذا الحق يخول لصاحبه حق التنازل أو البيع أو الرهن أو الهبة أو الوصية... الخ إذ يمكن لصاحب العلامة التصرف فيها سواء عن طريق نقل هذا الحق إلى شخص آخر أو رهن هذا الحق أو الترخيص لتاجر آخر باستعمال العلامة و هذه التصرفات كلها الأمر رقم 06/03 .

ثانياً : انقضاء الحق في العلامة

لقد نص المشرع الجزائري في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات على الحالات التي يسقط فيها الحق في العلامة إذ يمكن أن تنقضي العلامة بناء على إرادة صاحبها كما يمكن أن تنقضي لأسباب خارجة إرادة صاحبها .

1- انقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها

يمكن أن تنقضي العلامة بناء على إرادة صاحبها الحرة و المنفردة دون تدخل أي ظرف أجنبي و ذلك إما بعدم تجديد التسجيل أو العدول .

⁴³أنظر في ذلك نص المادة 6 من الأمر 06/03.المتعلق بالعلامات

أ - عدم تسجيل التجديد

تكتسب العلامة المسجلة الحماية القانونية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد لمدة متتالية غير محددة طبقا لنص المادة 2/5 من الأمر رقم 06/03 و عليه يجب على صاحب العلامة تجديد التسجيل حتى يضمن حقه على العلامة .

غير أن تجديد التسجيل لا يجوز إدخال أي تغيير على العلامة أو شطب أو إضافة في السلع أو الخدمات غير التي سجلت من أجلها العلامة سابقا و هذا ما نصت عليه المادتين 17 و 20 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 "..... لأن كل تعديل في العلامة أو إضافة في قائمة السلع و الخدمات يتطلب إيداع جديد " .

إذ يستخلص من الأحكام التنظيمية الراهنة أن صاحب العلامة ملزم بطلب تجديد الايداع في مهلة ستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو الستة أشهر على الأكثر التي تلي الانقضاء و إلا فقد حقوقه عليها .

ب - العدول عن العلامة

نصت المادة 19 من الأمر 06/03 على أنه " يمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها، تحدد كصفات العدول عن طريق التنظيم " ، من خلال نص هذه المادة يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد أجاز لصاحب العلامة العدول عن علامته المسجلة سواء لكل أو جزء من السلع أو الخدمات .

يتم العدول عن طريق توجيه إعلان مكتوب من طرف صاحب العلامة إلى المصلحة المختصة التي تقوم بتسجيله في سجل العلامات و يتم نشره في نشرة الإعلانات الخاصة من أجل إعلام الغير و يسري مفعول العدول من يوم التسجيل و إذا تعلق العدول بعقد ترخيص للعلامة فإنه يتطلب وجوبا موافقة المستفيد من الترخيص .

ويترتب عن العدول انقضاء الحق في العلامة فتصبح من المال العام ، بحيث يجوز لكل شخص طلب تسجيلها و استغلالها دون موافقة صاحب العلامة .

2- انقضاء العلامة خارج إرادة صاحبها

إن الحق في العلامة يمكن أن يسقط لأسباب خارجة عن إرادة صاحب العلامة كحالة صدور قرار قضائي يقضي ببطان تسجيل العلامة أو حالة عدم استغلال مالك العلامة لها وفق الأحكام المقررة قانونا كما سوف يتم بيانه .

أ - بطلان التسجيل

بالرجوع لأحكام المادتين 20 و 21 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع ميز فيما يتعلق ببطلان تسجيل العلامة بين الإبطال و الإلغاء .

فطبقا للمادة 20 أعلاه التي تنص على " يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع بناء على طلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو من الغير عندما يتبين لها بأن التسجيل جاء مخالفا للأحكام القانونية المقررة في المادة 7 من هذا الأمر " .⁴⁴

كما يجوز للجهة القضائية المختصة أيضا إلغاء تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في المادة 21 من هذا الأمر التي نصت على أن الجهة القضائية المختصة تلغي تسجيل العلامة بناء على طلب من الجهة المختصة أو الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 (الفقرات 3 و 5 إلى 7) من هذا الأمر نوردها كما يلي:

حالة المادة 3/7: و المتمثلة في الرموز التي تمثل شكل السلعة أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها

حالة المادة 5/7: و تتمثل عموما في الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو وسامات وطنية و أجنبية أو رموز ثورية.

حالة المادة 6/7: تخص الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلعة و الخدمات و الخصائص الأخرى المتصلة بها.

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

من خلال ما سبق يمكن القول أن إلغاء أو إبطال تسجيل العلامة لا يكون إلا بناء على حكم قضائي و متى صدر هذا الحكم و جب تسجيله في سجل العلامات .

ب - عدم استعمال العلامة

طبقا لأحكام المادة 11 من الأمر السالف الذكر فإنه يترتب على عدم التزام مالك العلامة المسجلة بالاستعمال الجدي للعلامة لمدة تزيد عن ثلاث سنوات دون انقطاع و إلا تعرض

⁴⁴ أنظر المادة 20 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات.

لإبطال العلامة و بالتالي سقوط حقه في العلامة إلا إذا قدم مالك العلامة ما يثبت وجود ظروف عسيرة حالت دون استعماله للعلامة قبل غنتها هذا الأجل إذ يمكن منحه أجل إضافي لاستغلال العلامة لا يتجاوز سنتين .

قد أشارت المادة 2/21 من الأمر رقم 06/03 على اقتصار طلب إلغاء تسجيل العلامة بسبب عدم الاستعمال على الغير الذي يعنيه الأمر دون سواه⁴⁵ .

المطلب الثاني الحماية القانونية للعلامة

من المسلم به أنه لا يكفي تقرير الحقوق إذا لم يكن ثمة نظام يمكن صاحب الحق من إرغام من ينتهك هذا الحق على احترامه ، وإذا كان ذلك صحيحا بالنسبة لجميع المعاملات الإنسانية فإنه يصدق بصفه خاصة على العلاقات التجارية الدولية ، ولا ريب أن من عوامل الازدهار و النمو الاقتصادي للدولة وجود نظام قانوني قوي و متكامل يكفل حماية المشروعات المتنافسة من خطر التقليد هذا ما جعل العلامة تتمتع بحماية مزدوجة وطنية و دولية .

الفرع الأول : الحماية القانونية للعلامة على المستوى الوطني

لقد كرس المشرع الجزائري الحماية القانونية للعلامة بطرق عديدة للمتابعة تتناسب و طبيعة الاعتداءات سواء على الصعيد الجزائي بالردع العقابي لمرتكبي جرائم التقليد ، أو على الصعيد المدني بتقرير التعويض على من ينتهكها، فضلا عن كفالة قدر من الإجراءات التحفظية الفعالة و ذلك صونا للأدلة.

وتبعا لذلك سوف نتعرض في هذا الفرع إلى مختلف صور الحماية الداخلية للعلامة نتطرق فيها إلى الدعوى المدنية ثم إلى الدعوى الجزائية .

أولا : الدعوى المدنية

لقد كفل المشرع الجزائري لصاحب العلامة التجارية إلى جانب الحماية الجزائية الحق في الحماية المدنية ، بحيث يحق لكل من وقع تعدي على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى تعويض تأسيسا على نص المادة 124 من القانون المدني و ذلك للحصول على تعويض على ما لحقه من ضرر من جراء تقليد العلامة أو تشبيهاها إذ تنص المادة 28 من الأمر 06/03 على أنه " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو

⁴⁵ أنظر المادة 21 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات

يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة و يستعمل نفس الحق اتجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحى بأن تقليدا سيرتكب " 46

مهما كان الأمر فإنه يشترط لقبول الدعوى المدنية وجوب توافر ثلاثة أركان: الخطأ، الضرر و العلاقة السببية بينهما.

أ - ركن الخطأ

و يتمثل في فعل التقليد الذي يهدف من خلاله المنافس بعمله إلى إحداث اللبس و الخلط بين تجارته و تجارة غيره ، لذلك فإن العمل الضار يكون متصلا بممارسة التجارة و يرتكب الخطأ في إطار المنافسة ، و لا يهم أن يكون هذا الأخير عمديا أو غير عمديا، فيعتبر المنافس سيء النية حتى و لو لم يقصد الإضرار بصاحب الحق في العلامة ، كما لو كان يقصد الحصول على الأرباح أو ترويج بضاعته.

ب - ركن الضرر

لا يكفي للدعوى المدنية ركن الخطأ و إنما يجب أن يترتب عن الخطأ ضرر يصيب المدعي⁴⁷، لذلك يتعين عليه إثبات هذا الضرر كإثباته تحول الزبائن عن منتجاته أو خدماته و انصرافهم عنها و يشترط عموما في الضرر أن يكون محققا، أما إذا كان محتملا فإن المحكمة لا تحكم بالتعويض كما يشترط كذلك أن يكون الضرر مباشرا و يشمل الخسارة التي لحقت بالمضرور و الكسب الذي فاتته.

ج - علاقة السببية

نعني بها وجوب وجود علاقة مباشرة بين الخطأ الذي ارتكبه المسؤول و بين الضرر الذي وقع بالشخص ، و من ثم لا يكون الشخص مسؤولا عن أعمال إذا أثبت أن الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي لا يد له فيه، و للمدعي إثبات أركان هذه الدعوى بكافة طرق الإثبات طالما أن الأمر يتعلق بوقائع مادية و إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية جبرا للضرر .

كما قد تقضي المحكمة بإزالة الوضع غير المشروع و إعادة الشيء إلى أصله، و مادام أن الأمر يتعلق بعلامة تجارية مقلدة فإن المحكمة تأمر المدعي عليه بالامتناع عن استعمالها و تحكم عادة بالغرامة التهديدية عن كل يوم تأخير.

أجاز المشرع الجزائري لمالك العلامة حتى يتمكن من إثبات الجريمة المتعلقة بالعلامة أن يستصدر أمرا من رئيس المحكمة بناء على عريضة يطلب فيها اتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة و هذا تأسيسا على نص المادة 34 من الأمر 06/03 على أنه "يمكن لمالك العلامة

⁴⁶ أنظر المادة 28 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات

⁴⁷ إلا أن الأمر غير ذلك في فرنسا فقد ظهر تياران لتفسير الأضرار من دعوى المنافسة غير المشروعة.

التيار الأول: يعتبر عنصر الضرر ضروريا و لازما لتقديم دعوى لمنافسة غير المشروعة. سواء كان الضرر حاصلًا فعلا أو مستقبلا. المهم أن يكون أكيدا.

التيار الثاني: لا يشترط حصول الضرر لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة بل يكفي القيام بأعمال المنافسة.

بموجب أمر من رئيس المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا و ذلك بالحجز أو بدونه، يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة⁴⁸.

تنص المادة 3/34 من نفس الأمر أنه عندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي بدفع كفالة ، و يتعين في حالة قبول إجراء الحجز و تحرير محضر بذلك من المحضر القضائي إتباع ما نصت عليه المادة 35 من الأمر 06/03 التي تنص على أنه "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعى الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر و ذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها"⁴⁹ و أن هذا البطلان ليس من النظام العام بحيث يمكن للمتضرر أن يطلب من رئيس المحكمة بعد أن تتجاوز المدة القانونية مهلة شهر استصدار أمر جديد بالحجز، كما أن بطلان الحجز لا يوقف إجراءات المتابعة كونه يعتبر إجراء و قتي يدخل فقط كوسيلة إثبات وللمدعي إثبات ذلك بكافة وسائل الإثبات.

ثانيا: الدعوى الجزائية

كيف المشرع الجزائري المساس بالعلامة على أساس التقليد و الذي عرفه بموجب المادة 26 فقرة 1 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه " مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة..."⁵⁰.

يتضح من خلال استقراء المواد السابقة أن المشرع الجزائري تطرق إلى الحماية القانونية للعلامة التجارية من التقليد بصفة مباشرة في الأمر 06/03 المنظم للعلامات التجارية و بصفة غير مباشرة في قانون العقوبات، مقصرا الحماية على العلامات المسجلة و المودعة في الجزائر فقط⁵¹، و التي قد وقع تقليدها في الجزائر لذلك سنحاول التطرق في هذا الفرع إلى صور التعدي على العلامة، ثم إلى الجزاءات القانونية المختلفة المقررة له .

أولا: صور التعدي على العلامة

إن الحماية التي كرسها القانون للعلامة التجارية لا تقوم إلا إذا وقع تعدي على ملكيتها ، و إن التعدي لا يمكن أن يكون إلا في صور ثلاث يعتبرها القانون جريمة قائمة بأركانها، و يمكن أن تكون محل للمساءلة الجزائية و هذه الصور هي:

1- جريمة تقليد العلامة la contrefaçon

⁴⁸ أنظر المادة 34 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات

⁴⁹ أنظر المادة 35 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات

⁵⁰ أنظر المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات

⁵¹ حيث تنص المادة 27 من الأمر 06/03 : "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها"

التقليد هو اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية و لو أضاف إليها المقلد ألفاظا⁵²، فالتقليد يمس كل العناصر المؤلفة للعلامة بغض النظر عن استعمالها من عدمه ، و لقد عرفه الأستاذ Roubiere بكونه " إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي و المميز" و هو ما يطلق عليه الاصطناع " الشرس " و الكامل و الحرفي للعلامة⁵³ .

نكون بصدد جريمة التقليد كلما كنا أمام علامتين ليستا لنفس المالك يتماثلان و يتشابهان و يتطابقان تطابقا كليا بأن يكون التقليد في العناصر الأساسية للعلامة أو تطابقا جزئيا (شبه متطابقة) إذا كان التقليد في شكل إضافة أو حذف أحد الحروف أو أحد الأرقام أو الرموز و الإشارات المكونة لها مثل PHILIPS بدلا من PHILIPS.

مهما يكن الأمر فإن جريمة التقليد و على غرار بقية جرائم القانون العام تخضع لمبدأ الشرعية المقرر دستوريا ، إلا أنها تتميز عنها في نقاط أخرى فيما يتعلق بالركن المادي و المعنوي نتطرق إليها فيما يلي:

أ- الركن المادي

نعني به إعادة اصطناع العلامة التجارية نفسها ، بمعنى النقل الحرفي للعلامة التجارية سواء نقلا كاملا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها إلى درجة يصعب التفرقة بين كل منهما و في هذا السياق تنص المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات ضمن الباب السابع المعنون المساس بالحقوق و العقوبات على تكييف تقليد العلامة على أنه جنحة "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة "

بحيث تصب نظرة المشرع الجزائي ضمن خامة التكييف الواسع أي اعتبار كافة الاعتداءات الممكنة على العلامة و ملكية صاحبها لسند تسجيلها خرقا للحقوق الاستثنائية المعترف بها له بما يرتب جنحة التقليد .

لا يجوز إقامة أي دعوى تقليد إلا على علامة مودعة و مسجلة تسجيلا صحيحا و على أن يكون التقليد في نفس الصنف من السلع و لعلامتين ليستا لنفس المالك ، و تكون الجريمة قائمة متى حصلت العلامة على تسجيل صحيح ، فلو تم تسجيل علامة على أساس أنها صحيحة ثم تبين لاحقا للقضاء بأن الإدارة قد أخطأت بتسجيلها فحتى و لو تم إبطالها فيما بعد فإن الفترة السابقة على الحكم تكون فيه العلامة صحيحة و عليه يجوز تقديم دعوى التقليد ضد أية علامة أخرى مشابهة لها ، فحماية العلامة التجارية بدعوى التقليد تقوم وجودا و عدما على التسجيل و عليه إذا حصلت إساءة بأفعال سابقة على التسجيل فلا يمكن ملاحقتها بدعوى التقليد

⁵² مصطفى كمال طه، أصول القانون التجاري ، الدار الجامعية للطباعة و النشر ، الاسكندرية ، 1986 ، ص 685.

⁵³ بيوت نذير- مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية- مقال منشور في المجلة القضائية للمحكمة العليا العدد 2 من سنة 2002 ص 61.

و كذلك الحال بعد انتهاء مدة الإيداع أو عدم تجديده، حيث يجوز عندها فقط الملاحقة بدعوى المنافسة غير المشروعة.

ب- الركن المعنوي

هو القصد الجنائي أي سوء نية المقلد ، و على عكس قواعد قانون العقوبات التي تتطلب لقيام أي جريمة ركن مادي و معنوي فإن جريمة التقليد لا تتطلب في الغالب إلا ركنا واحدا و هو الركن المادي المتمثل في استنساخ العلامة ، و لا أهمية لسوء النية⁵⁴ ذلك أن الركن المعنوي غير ضروري في قيام الجريمة⁵⁵، فتقليد العلامة معاقب عليه بذاته استقلالا عن سوء القصد، و دون أن يكون للمتعم إنبات حسن نيته إلا إذا تعلق الأمر بحسن النية حسب الأمر 06/03 .

و عموما فإن التقليد لا يتطلب تقديرا قضائيا، فإن كانت العناصر الأساسية المميزة للعلامة مصطنعة فإنه لا يتطلب أكثر من ذلك و لا تهم الجهود التي يقوم المقلد بها لتميز علامته من خلال نقاط أخرى .

2 - جريمة التقليد التديسي، المحاكاة التديسية l'imitation frauduleuse

يقصد بالتقليد التديسي المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور⁵⁶، و يتم ذلك عن طريق اتخاذ الصانع أو التاجر علامة مشابهة للعلامة الأصلية لوضعها على منتجات دون أن يستعير جزء من العناصر التي تتكون منها العلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا الفعل إلى إحداث خلط في ذهن الجمهور وتعد هذه الجريمة الأكثر انتشارا في الأوساط التجارية. إن جريمة المحاكاة التديسية على خلاف جريمة التقليد التي تتطلب الركن المادي فقط فإنها تخضع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات حيث يتطلب لقيامها توافر ركنين: **ركن مادي**: يتمثل في محاكاة تنصب على التأثير في الطابع الأساسي للعلامة الكفيل بخلق اللبس في ذهن المشتري.

ركن معنوي : يتمثل في القصد الجنائي أي قصد الغش لدى المحاكي⁵⁷ و الذي يؤدي إلى إحداث اللبس و الخلط لدى الجمهور.

و تقدير مدى وجود تشابه بين علامتين هو من المسائل الموضوعية التي تدخل في سلطة قاضي الموضوع⁵⁸ و لا رقابة عليه من المحكمة العليا ، ولقد منع قانون الملكية الفكرية الفرنسي صراحة في مادته L713.3B التقليد التديسي للعلامة بنصه:

⁵⁴ مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص685

⁵⁵ في حين يرى الأستاذ سمير جميل الفتلاوي ... عكس ذلك فحسب رأيه أن المشرع يتطلب دائما القصد الجنائي و العلم و بانعدام هذا الأخير تنعدم الجريمة.

⁵⁶ خطابي نسيم و فاس ليديا - المرجع السابق .

⁵⁷ بيوت نذير، المرجع السابق، ص63، 64.

⁵⁸ مصطفى كمال طه- المرجع السابق- ص685.

L'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée , pour des produits ou service identique "...
" ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement⁵⁹.

أما القضاء الجزائري فقد صدر حكم عن محكمة الجزائر بتاريخ 1969/05/09 بين الشركة ذات المسؤولية المحدودة "حمود بوعلام" ضد "زروقي و زرقة" حين قامت الشركة الأولى مالكة العلامة SELECTO برفع دعوى من أجل المحاكاة التديلية أو غير الشرعية لعلامتها ضد المدعو "زروقي" مالك مصنع مشروبات ZERKA الذي أودع لاحقا علامة SELECTRA لتسويق مشروب غازي بطعم التفاح و قضت المحكمة أن علامة SELECTO معروفة و لها صيت ذائع و مستعملة منذ مدة طويلة و أن للطريقة و للتسميتين التي تقدم المنتجات بها أوجه تشابه بخصوص الطبيعة و الاستعمال و أن تواجد العلامتين معا الثابت التشابه بينهما كفيل بإحداث اللبس في ذهن المستهلكين و من ثم احتمال وقوع اللبس بين العلامتين".

3- جرائم أخرى

يتعلق الأمر هنا بما نصت عليه المادة 33 من الأمر 06/03 و المادة 429 من قانون العقوبات.

أ - حسب المادة 33 من الأمر 06/03 :

تتمثل هذه الجرائم في:

- عدم وضع العلامة على السلع والخدمات على نحو مخالف للأمر.
- البيع أو العرض للبيع عمدا لسلعة أو أكثر أو تقديم خدمة لا تحمل علامة.
- وضع على السلعة أو الخدمة علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها طبقا للأمر.

ب - حسب قانون العقوبات

هو ما جاء في نص المادة 429 منه التي وردت في الباب الرابع المعنون بـ " الغش في بيع السلع و التديليس في المواد الغذائية " حيث نصت على أنه " يعاقب بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات و بغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد :

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

- سواء في نوعها أو مصدرها.

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها. ... "

⁵⁹Jaque Azema -L'Amy. Droit commercial- propriété industrielle-Edition lamy- Paris 1997, P 949.

ونشير في هذا الصدد إلى أن الجرائم الواردة في الأمر 06/03 المبينة أعلاه هي جرائم مستحدثة لم يسبق النص عليها في ظل الأمر 57/66 و يرجع ذلك إلى الصرامة التي تبناها المشرع الجزائري بالنسبة لطرق عرض تقديم السلع و الخدمات و كل ذلك لتحقيق الحماية اللازمة للمستهلك و المستثمر.

ثانيا : جزاء المساس بالحق في العلامة

يترتب على المساس بالعلامة في مختلف صورته كما سبق تبيانه عقوبات أصلية و تكميلية و تدابير أمن. لكن قبل التطرق إلى ذلك يجدر علينا أولا التطرق إلى المتابعة الجزائية في هذه الجرائم فهل تنطبق على جرائم المساس بالعلامة التجارية نفس قواعد المتابعة المقررة في ظل قانون الإجراءات الجزائية ؟

1 - المتابعة

لم يضع المشرع الجزائري على حد سياتي لا في الأمر 06/03 و لا في قانون الإجراءات الجزائية شروط لإجراء المتابعة بخصوص الجرائم المتعلقة بالعلامة التجارية فلم يشترط على مالك العلامة الحقيقية و لا على مستغلاها بموجب ترخيص منه أن يقدم شكوى لتحريك الدعوى العمومية إنما تتم المتابعة تلقائيا تبعا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية وفقا لإجراءات الاستدعاء المباشر، التكاليف بالحضور، التلبس، التحقيق.

أما بخصوص الجهة القضائية المختصة فلأنه لم يتم تحديدها بالأمر 06/03 فتطبق أحكام قانون الإجراءات الجزائية و بناء عليه يتحدد الاختصاص بمكان ارتكاب الجريمة أو إقامة المتهم أو القبض عليه.

عمليا لا تقوم النيابة العامة بتولي تحريك الدعوى العمومية مباشرة فغالبا ما يتولى إجراءات تحريكها مصالح مكافحة العث "مديرية التجارة" و يجب إتباع إجراءات المباشرة و التحريك ضد جرائم العلامة التجارية قبل انقضاء مدة 3 سنوات من تاريخ ارتكاب الوقائع و إلا تقادمت لكون هذه الجريمة تشكل جنحة غير مستمرة⁶⁰.

2 - الجزاء

هو النتيجة النهائية للدعوى العمومية و يكون عبارة عن عقوبات أصلية إي تمس الشخص المرتكب للجنحة بهدف رده إضافة إلى عقوبات تكميلية تهدف إلى تنظيم الأمور .

أ - العقوبات الأصلية

⁶⁰ Albert Chavanne et Jean-Jacque Burt, Droit de la propriété industrielle. Dalloz Delta. 5^{ème} édition. 1998 ; p744-750.

تنص المادة 32 من الأمر 06/03 على أن " كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين و غرامة من 2.500.000 دج إلى 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين ". و يتضح من هذه المادة أنه يمكن للقاضي أن يطبق عقوبة الحبس وحدها أو عقوبة الغرامة لوحدها، أو يطبقهما معا حسب ظروف كل جريمة.

أما فيما يتعلق بالغش في البيع و التديس في المواد الغذائية و الطبية فتعاقب عليها المادة 429 من قانون العقوبات بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات و غرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج.

و قد خصت المادة 33 من الأمر 06/03 بالعقاب الجرائم التي لا تعد تقليدا و يتعلق الأمر بمخالفة أحكام المادتين 3، 4 من نفس الأمر، فقررت لها عقوبة الحبس من شهر إلى سنة و غرامة من 50.000 دج إلى 2.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

أ - العقوبات التكميلية

و تنحصر في المصادرة أو الإتلاف التي تكون مسبقة بالحجز فتأتي بعده لتثبيته⁶¹، و يحكم بالمصادرة حتى و لو صدر الحكم بالبراءة، و في هذا الصدد أمرت محكمة الجزائر - القسم الجزائري- في 1967/07/17 و طبقا للمادة 35 من الأمر 57/66 بمصادرة منتجات BANITA و إتلاف رواسم و نماذج هذه العلامة.

الفرع الثاني: الحماية القانونية للعلامة على المستوى الدولي

يتمتع صاحب العلامة زيادة على الحماية الوطنية مدنية كانت أو جزائية بحماية دولية أقرتها مجموعة من الاتفاقيات الدولية من بينها اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 و المعدلة و التي انضمت إليها الجزائر بموجب الأمر رقم 48/66 المؤرخ في 25 فبراير 1966 .

اتفاقية اتحاد باريس و التي صادقت عليها الجزائر بموجب الأمر رقم 02/75 المؤرخ في 09 يناير 1975 و هذا لمنح المودع للعلامة حماية واسعة .

اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية التي صادقت عليها الجزائر بموجب الأمر رقم 02/75 المؤرخ في 09 يناير 1975 .

تهدف اتفاقية اتحاد باريس إلى حماية الملكية الصناعية بمعناها الواسع و منها العلامة فهي تسري على جميع حقوق الملكية الصناعية من الرسوم و النماذج الصناعية ، براءة الاختراع ، الأسماء التجارية و تسمية المنشأ و من المبادئ الأساسية لهذه الاتفاقية مبدأ المعاملة بالمثل لرعايا دول الاتحاد كم تتضمن أحكام خاصة بشروط تسجيل العلامة و بحماية

⁶¹ أحسن بوسقيغة، الوجيز في القانون الجزائري العام ، الديوان الوطني للأشغال التربوية الجزائر، 2002، ص226، 227.

العلامة المشهورة إذ تنص المادة 6 من هذه الاتفاقية على الحظر المتعلق باستعمال بعض الشعارات كعلامات .

إذ تجدر الإشارة إلى أنه أنشئ عام 1891 نظام خاص بالعلامات الدولية بناء على اتفاقية مدريد التي أعيد النظر فيها بستوكهولم في 14 يوليو 1967 و التي انضمت إليها الجزائر عام 1972 بموجب الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 22 مارس 1972 إذ تنص هذه الاتفاقية على وجوبية تسجيل العلامة في دول المنشأ قبل تسجيلها دولياً و يكون التسجيل الدولي للعلامة بواسطة إجراء موحد لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية (O.M.P.L) الموجود مقرها بجنيف إذ أن الإيداع الدولي ينتج نفس الآثار القانونية التي ينتجها الإيداع الوطني كما أن هذه الاتفاقية تحدد مدة الحماية للعلامة بعشرين سنة ومن المعلوم أن العلامة الدولية تبقى في الخمس سنوات التابعة للإيداع الدولي متصلة بالتسجيل الوطني الذي تم في بلد المنشأ و يترتب على ذلك أن فقدان الحقوق على العلامة الوطنية يؤدي مباشرة إلى فقدان الحقوق على العلامة الدولية⁶² .

غير أن الانتقادات التي وجهت إلى اتفاقية مدريد أدت إلى إبرام اتفاق حول التسجيل الدولي للعلامات المعروف بتسمية برتوكول مدريد المؤرخ في 27 يونيو 1989 و الذي دخل حيز التنفيذ في 01 أبريل 1996 و قد حدد هذا البرتوكول مدة حماية العلامة بعشرة سنوات و هو ما يسمح على الخصوص لكل مودع لطلب تسجيل دولي للعلامة بأن يؤسس طلبه على تسجيل أو طلب تسجيل وطني لكن يحق لكل دولة التي لا ترغب في حماية العلامة على المستوى الداخلي أن تقوم بتبليغ المودع خلال مدة 18 شهراً .

كما يجيز البرتوكول بتحويل التسجيل الدولي إلى طلبات وطنية في حالة ما إذا كان الإيداع الوطني الأصلي قد رفض أو ألغيت العلامة في الخمس سنوات التابعة لإيداعها⁶³ .

للإشارة فقط أن الجزائر رغم أنها منظمة إلى اتفاقية مدريد عام 1972 إلا أنها لم تصادق على برتوكول مدريد إلى حد الآن .

الفصل الثاني

نظام تسميات المنشأ

لا تقتصر الملكية الصناعية على موضوع معين بل لها مجال واسع إذ تتفرع إلى قسمين رئيسيين فبعض حقوقها ترد على المبتكرات الجديدة و هي براءة الاختراع و الرسوم و

⁶² فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 286

⁶³ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 286

النماذج الصناعية و البعض الآخر يرد على إشارات ترمي إلى تمييز بعض المنتجات أو المنشآت و هي العلامات التجارية و الصناعية و الاسم التجاري و كذا تسميات المنشأ . إن استعمال تسمية المنشأ من قبل المنتجين لتشخيص البضائع و منحها شهرة وطنية و دولية تعتبر عملية قديمة جدا فهو مرتبط بظواهر اقتصادية خاصة بالإنتاج و التجير⁶⁴ و قد كفلت لها الحماية على الصعيد الدولي بموجب اتفاقية لشبونة المؤرخة في 31/10/1958 أما على الصعيد الداخلي فقد نظمها المشرع الجزائري بموجب الأمر رقم 65/76 المؤرخ في 16/1976 و النصوص التكميلية له .

إذا ألقينا نظرة على تاريخ إصدار الأمر الذي ينظم تسمية المنشأ لوجدنا أكثر من عشرة سنوات بين تاريخ هذا النص و تاريخ الأحكام التشريعية التي كانت قابلة لتطبيق على حقوق الملكية الصناعية الأخرى⁶⁵ ، كما أن حماية تسمية المنشأ تتحقق على الصعيد الدولي وفقا لمجموعة من الاتفاقيات الدولية أهمها اتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر 1958 و على ذلك سوف نتطرق في هذا الفصل إلى تبيان الأحكام القانونية التي تسري على تسميات المنشأ لتحديد مفهومها ثم طريقة اكتساب و انقضاء الحق في تسمية المنشأ وصول إلى الحماية التي تم تقريرها لهذا الحق على الصعيدين الدولي و الداخلي .

المبحث الأول : ماهية تسمية المنشأ

يتحقق تشخيص البضائع بفضل التسميات التي منحت لها ن أجل تمييزها عن البضائع المشابهة لها⁶⁶ و غني عن البيان أن المستهلك مهما كان الزمن الذي يعيش فيه و مهما كانت طبيعة المجتمع الذي ينتمي إليه فإن هذا المستهلك يمنح و يعطي أهمية قصوى لمكان إنشاء

⁶⁴ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 346

⁶⁵ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 346

⁶⁶ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 347

المنتجات التي تعرض للبيع و من المنطقي جدا أن المشتري يتمسك بهذه البيانات لأنها تضمن له الصفات المميزة للبضائع التي أنتجت في مكان معين و التي يضع فيها ثقته و من أجل تجنب وقوع الخلط و اللبس بين تسميات المنشأ و الأمور المشابهة له يتعين توضيح و تبيان مفهوم تسميات المنشأ من أجل تفريقها عما يشابهها نظرا لأهمية تسمية المنشأ و الدور الذي تلعبه في ضمان جودة و نوعية البضاعة الموجهة للمستهلك .

المطلب الأول : مفهوم تسمية المنشأ و تمييزها عن باقي الحقوق

ترجع أهمية تسمية المنشأ إلى الدور الذي تلعبه في ضمان جودة و نوعية البضائع المعروضة للبيع و بذلك فهي تسمح بجعل المستهلك يطمئن لها نتيجة الإحساس في النفوس بجودة تلك البضائع التي تحمل تسمية المنشأ و بذلك لا بد من التطرق إلى مفهوم تسمية المنشأ و تبيان أهميتها في المجال الاقتصادي و التجاري لنصل إلى تمييزها عن بعض البيانات المشابهة لها لرفع اللبس الواقع بين تسمية المنشأ و باقي البيانات الأخرى .

الفرع الأول : تعريفها و أهميتها

لدراسة أو البحث في أي موضوع قانوني يجب قبل كل شيء إلى معرفة ماهية الموضوع و ذلك بالتطرق إلى تعريفه و ذكر أهميته و هذا ما ينطبق على تسمية المنشأ إذ لا بد علينا قبل التطرق إلى الحق في تسمية المنشأ من تعريفه و ذكر أهميته باعتباره حق من حقوق الملكية الصناعية .

أولا : تعريفها

عرف المشرع الجزائري تسمية المنشأ في المادة الأولى من الأمر رقم 65/76 بالنص على ما يلي : تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة أو ناحية أو

مكان مسمى أو من شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه و تكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية و البشرية⁶⁷.
ويعد كذلك كاسم جغرافي الاسم الذي دون أن يكون تابعا لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية و أو مكان مسمى يكون متعلقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات⁶⁸.

من خلال دراسة نص المادة السالفة الذكر يتضح جليا أن المشرع الجزائري قصد بهذا التعريف إبراز ميدان تسميات المنشأ إذ أنه بين العلاقة اللصيقة بين المنتجات و جودتها و المكان الجغرافي الذي يسمح بإنتاجها .

يتضح لنا من نص المادة أن المشرع بين في الفقرة الأولى منها بين العلاقة اللصيقة بين المنتجات و الأرض كم أشار في الفقرة الثانية إلى جودة بعض المنتجات المرتبطة بالمكان الجغرافي الذي يسمح بإنتاجها و أن عوامل طبيعية و بشرية تمنح المنتجات طابع مميز كالمياه المعدنية مثلا سعيدة و إفري و غيرها⁶⁹.

و قد ورد تحديد مفهوم بلد منشأ البضاعة في المادة 14 فقرة 1 من قانون الجمارك الصادر بتاريخ 12/07/1979 و كذا القانون رقم 12/12 المؤرخ في 26/12/2012 المعدل و المتمم له و ذلك بالنص عل أنه يعتبر منشأ بضاعة ما البلد الذي إسخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة أو جنيت أو صنعت فيه .

كما عرفتھا اتفاقية لشبونة لسنة 1967 في المادة الثانية تعني تسمية المنشأ طبقا لهذا الاتفاق التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة التي تستخدم لدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة و التي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية البشرية .
بلد المنشأ هو البلد الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج أو البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي يمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج .

ثانيا :أهميتها

⁶⁷ أنظر المادة 1 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ

⁶⁸ أنظر المادة 1 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ

⁶⁹ نسرین شریقی حقوق الملكية الفكرية دار بلقيس للنشر، الجزائر ، ص 124

لقد وصف الإنسان منتجاته منذ الحضارات القديمة خاصة في ميدان الزراعة بالاعتماد على مكان إنتاجها أو تحضيرها و استعملت هذه التسميات في البدء لتمييز إنتاج النبيذ لينال شهرة لصفاته المميزة و هذا ما جعل استعمال تسمية المنشأ من قبل المنتج لتشخيص بضاعته و تمييزها عن تلك المشابهة لها و منحها شهرة وطنية و دولية كم أنها تضمن جودة و نوعية البضاعة المقدمة للمستهلك و تظهر أهميتها خاصة في جلب الزبائن بما تضمنه لهم من صفات مميزة للبضاعة أو المنتج الذي نسب إلى مكان معين الذين يكونون على يقين بأن هذه المنتجات تحتوي على ميزات معينة لا يمكن إيجاده في المنتجات الأخرى و عليه فإن تسمية المنشأ تلعب دورا هاما في ضمان جودة و نوعية البضاعة المعروضة للبيع فالعبرة فيها بالصفات المميزة للإنتاج لما تتضمنه منطقة الإنتاج من صفات تنفرد بها خصوصا العوامل الطبيعية و البشرية لا تلك التي تتخذ وسيلة للدعاية في حد ذاتها لذا يمكن من خلالها اجتذاب الزبائن بما يحتويه منشأ المنتج من عوامل طبيعية و بشرية تسمح بوجود جودة و نوعية خاصة لا يمكن إيجادها في منتج آخر .

نظرا للدور الذي تلعبه تسمية المنشأ في ضمان صفات المنتج المعروض للبيع و لهذا لا عبرة لتسميات المنشأ في حد ذاتها ، و إنما العبرة بصفات الإنتاج التي هي ضامنة لها و على ذلك فمن المسلم به أنه لا قيمة لها إل كوسيلة دعاية لأنها تسمح بمنح المنتجات شهرة وطنية أو في بعض الأحيان دولية و الجدير بالذكر أن المشرع كان يفرض أن تتضمن المنتجات المخصصة للتصدير زيادة على علامة المصنع علامة تثبت التسمية الأصلية أو بيان المصدر⁷⁰ أما في الأوقات الراهنة فهي تقضي بأن واجب وضع علامة على السلع التي يتم بيعها أو عرضها للبيع عبر التراب الوطني لا يطبق على السلع التي تحمل تسمية المنشأ⁷¹ أي أنه بمفهوم المخالفة فإنه إذا كانت السلع موجهة للتصدير تحمل تسمية المنشأ فإنه يجب في هذه الحالة وضع علامة فتصبح السلع مميزة بشارتين هما العلامة و التسمية⁷².

لذلك فإنه يحق لكل من يهمه الأمر طلب إبطال تسمية منشأ مستعملة لتعيين منتج ما إذا كان غير ناشيء في المكان المقصود .

و قد أشار المشرع في المادة 3 فقرة 3 من الأمر 65/76 على أن المقصود بالمنتج كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خام أو مجهز أما المنتج فهو كل مستغل لمنتجات طبيعية و كل زارع أو صانع ماهر أو صناعي أي أن المشرع الجزائري لم يحصر استعمال تسمية المنشأ في الإنتاج الزراعي فقط بل يشمل الإنتاج الصناعي و الحرفي .

إن تسميات المنشأ تضمن جودة و نوعية البضاعة المقدمة للمستهلك⁷³ فهو يكون على يقين من أن هذه المنتجات تحتوي على ميزات معينة غير موجودة في منتجات مشابهة لها

⁷⁰ أنظر المادة 10 من الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 19/03/1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية

⁷¹ أنظر المادة 3 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات

⁷² فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 351

⁷³ نسرين شريقي ، المرجع السابق ، ص 126

لذلك يجب حماية التسمية الممنوحة لهذه المنتجات نظرا لجودتها و صفاتها المميزة و يجب اعتبار هذه الحماية من النظام العام .

يستنتج أن جودة المنتجات أو ميزاتها تنسب لبيئة جغرافية تشتمل على مجموعة من العوامل الطبيعية إضافة إلى العوامل البشرية فهذه العوامل هي التي تضيف على المنتجات طابع خاص تجعله متضمنة صفات تنفرد فيها .
يتضح من خلال ما سبق ذكره أن هناك علاقة لصيقة بين المنتج و مكان نشأته الأمر الذي جعل المشرع يستعمل عبارة تسمية المنشأ للدلالة على وتبيان العلاقة الموجودة بين المنتج و البيئة الجغرافية .

الفرع الثاني : تمييز تسمية المنشأ عن باقي الحقوق

إن دور تسمية المنشأ هو تمييز المنتجات و تحديدها و تشخيصها و هذا من شأنه أن يحدث لبس كبير في ذهن المستهلك الذي لا يمكنه أن يفرق بين تسمية المنشأ و البيانات المشابهة لها كالعلامة التجارية ، الاسم التجاري و بيان المصدر لذا سنتناول فيما يأتي تمييز تسميات المنشأ عن بعض التسميات المشابهة لها و تبيان الفرق لتفادي كل لبس أو خلط كالتالي :

أولا : تمييز تسمية المنشأ عن العلامة

من خلال التعريف الذي أوردناه سابقا فإن المقصود بتسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه و يجب أن تكون جودة المنتج و ميزته الخاصة منسوبة لبيئة جغرافية نتيجة عوامل بشرية و طبيعية أما العلامة فهي السمة المميزة المستعملة من طرف التاجر أو الصانع لتمييز منتجاته عن بقية المنتجات الأخرى التي هي من نفس الصنف و عليه فالعلامة تعتبر كل رمز قابل للتمثيل الخطي و الأحرف و الأرقام و الرسومات و الألوان و الأشكال إذ أن العلامة يمكن أن تكون تسمية خيالية لا علاقة لها بمكان الإنتاج عكس تسمية المنشأ التي ترتبط ارتباطا وثيقا بمكان الإنتاج .

تعتبر تسمية المنشأ جماعية لكونها ترجع لكافة منتجين المنطقة أو الناحية المعنية بالأمر و العبرة هنا هي حماية مصالح هؤلاء المنتجين تأسيسا على هذا لا يجوز التنازل عن تسمية المنشأ لصالح الغير كما لا يجوز التسمية لأغراض شخصية كاستعمالها كعلامة⁷⁴ .

⁷⁴ عدنان غسان برانبو ، المرجع السابق ، ص 253

لكن فيما يخص العلامة فهي ملك للشخص الذي له الأسبقية في التسجيل و يمكن لصاحبه أن يتصرف فيها بكل حرية .

للإشارة فقط فإن القانون الفرنسي المؤرخ في 1987/09/21 المتعلق بالعلامات التجارية أعطى سلطة واسعة لقضاة الموضوع في تقدير إمكانية الخلط بين العلامة و التسمية للحكم بالغش بل يكفي أن تكون العلامة قريبة من التسمية بسبب شكلها حتى تضلل المستهلك .
كخلاصة لما تم سابقا في تمييز تسمية المنشأ عن العلامة فإن الفرق يكمن في أن هذه الأخيرة ترمي إلى تمييز منتجات مؤسسة معينة أو خدماتها دون أن تضمن جودة هذه المنتجات

في حين أن المقصود من تسمية المنشأ هو ضمان جودة و نوعية المنتجات بما تتميز به من صفات تفرد بها منطقة أو مكان معين .

ثانيا : تمييز تسمية المنشأ عن الاسم التجاري

الاسم التجاري عنصر من عناصر المحل التجاري يستخدمه التاجر من أجل إحداث تمييز للمحل عن غيره من المحلات التجارية و هذا كله من أجل جلب الزبائن كما أن الاسم التجاري عادة ما يوضع على واجهة المحل و على جميع المعاملات التي يقوم بها التاجر من إعلانات ، فواتير ... إلخ .

أما عن مسألة اختيار الاسم التجاري فإنه يمكن للتاجر استعمال أي اسم يراه مناسبا شريطة أن لا يسبب ضرر للآخرين و ملكية الاسم التجاري تمنح لمن له الأسبقية في استعماله شريطة أن يكون هذا الاستعمال ظاهرا و فعليا .

غير أن تسمية المنشأ تتضمن بصفة إلزامية الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو ناحية معينة فمن النادر جدا أن تختط تسمية المنشأ مع الاسم التجاري كون أن تسمية المنشأ تعين منتج ناشئ من مكان جغرافي معين يجب أن تكون جودة و ميزة هذا المنتج مرتبطة أساسا بالبيئة الجغرافية .

كخلاصة لما تم شرح فإن الاسم التجاري يعتبر وسيلة لتمييز مؤسسة ما عن غيرها من المؤسسات بصرف النظر عن منتجاتها و خدماتها و هذا بخلاف الأمر في تسمية المنشأ التي تكون بها العبرة بالصفات المميزة للمنتجات لما تضمنه منطقة الإنتاج من مواصفات تنفرد بها خصوصا العوامل الطبيعية و البشرية .

ثالثا : تمييز تسمية المنشأ عن بيانات المصدر

يظهر لنا من الوهلة الأولى أن المصطلحين متشابهين غير أنه من الناحية الفعلية يختلفان ذلك أن بيانات المصدر تهدف إلى تحديد مصدر المنتجات أي المنطقة أو الدولة التي

تأتي منها و لكن لا يكون دائما مكان الصنع أو الإنتاج⁷⁵ إذ يمكن أن تصنع منتجات في مكان معين غير أن بيان المصدر يشير إلى مكان آخر و هذا ما يختلف عن تسمية المنشأ التي تحدد بصورة إلزامية و إجبارية مكان نشأت المنتجات كون أن المنشأ له علاقة لصيقة بالمنتجات لأن تسمية المنشأ تضمن جودة و ميزة المنتجات عكس بيان المصدر الذي يحدد بيان المصدر فقط دون أن يعطي أية ضمانات للمستهلك من ناحية الجودة و الميزة .

و قد بين المشرع الجزائري التفرقة بينهما في القانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 أوت 1998 الذي يعدل و يتم القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك إذ نصت المادة 14 من هذا القانون فقرة الأولى بلد منشأ بضاعة ما هو البلد الذي استخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة أو جنيت أو صنعت فيه .

بينما نصت المادة 15 المعدلة من نفس القانون التي اعتبرت بيان المصدر على أنه البلد الذي ترسل منه البضائع بصفة مباشرة إلى الإقليم الجمركي⁷⁶ .

كخلاصة لما سبق ذكره يمكن تمييز تسمية المنشأ عن بيان المصدر إذ تفترض الأولى بصفة إجبارية احترام ركن النوعية و الجودة عكس بيان المصدر الذي يمكن أن يدل على مكان ليس له أي شهرة أو أية نوعية و إنما يحدد المكان التي تأتي منه المنتجات فقط .

المطلب الثاني : شروط حماية الحق في تسمية المنشأ

قبل التطرق إلى ملكية تسمية المنشأ و حمايتها من الأجر التطرق إلى الشروط اللازمة توافرها في هذه التسمية إذ لا يمكن أن تكون تسمية المنشأ محل حماية قانونية إلا إذا توافرت فيها كافة الشروط الموضوعية و الشكلية المنصوص عليها في الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ كما حدد الإجراءات التي يجب أن تستكمل من أجل الاستفادة من الحماية القانونية .

الفرع الأول : الشروط الموضوعية

⁷⁵ نسرين شريقي ، المرجع السابق ، ص127

⁷⁶ المادة 15 من القانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 أوت 1998 الذي يعدل و يتم القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21

يوليو المتضمن قانون الجمارك الجريدة الرسمية العدد 48

لقد حدد المشرع الجزائري في المادة الأولى من الأمر رقم 65/76 المذكور سلفا الشروط الموضوعية التي يجب توافرها في تسمية المنشأ بوضوح بحيث لم يترك المجال في شأنها لإثارة أي إلتباس و هذه الشروط هي :

1- اقتران تسمية المنشأ باسم جغرافي

لا يمكن أن تعين المنتجات إلا بتسمية تثبت مكان نشأتها يكون مطابق للمعنى الوارد في النص القانوني و هذا يعني الاسم الجغرافي و الذي يجب أن يدل على بلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى و هذا طبقا لنص المادة الأولى من الأمر رقم 65/76⁷⁷

كنتيجة للعلاقة الموجودة بين تسمية المنشأ و المنتج فيجب أن تكون تسمية المنشأ مطابقة لميزات و خصائص الاسم الجغرافي الذي نشأت فيه تلك المنتجات موضوع الحماية القانونية

كما قد لاحظ جانب من الفقه أن الأحكام القانونية لم تحدد المسافة الواجب احترامها بالنسبة لهذه المناطق و هذا أمر منطقي لأن كل منطقة تختلف عن الأخرى نظرا لعوامل شتى⁷⁸.

كما أن الرابطة المادية الموجودة بين المنتجات و المنطقة غير كافية بل يجب أن تكتسي هذه المنتجات سمات مميزة خاصة بالمنطقة أي غير موجودة أو نادرة الوجود في مناطق أخرى .

يترتب على ذلك أنه يجب أن تكون تسمية المنشأ مطابقة لميزات المكان الجغرافي الذي نشأت فيه المنتجات موضوع الحماية القانونية و المنطق يقضي في هذا الصدد بعدم اعتبار التسمية "جينة الأوراس" كتسمية منشأ بل كتسمية عادية ترمي إلى بيان المصدر الجغرافي لهذه المنتجات

الجدير بالذكر أن المشرع الجزائري اشترط وجود علاقة بين المنطقة و طريقة العمل المستعملة لصنع المنتجات و هذا أن العوامل التي تقوم عليها المنتجات لا تنحصر في العوامل الطبيعية فقط بل تشمل كذلك العوامل البشرية² و يمكن الاستدلال على ذلك من صدر المادة الأولى السالف ذكرها التي تنص على أنه يجب أن تكون البيئة الجغرافية مشتملة على عوامل طبيعية و بشرية واستعمال حرف العطف الواو أبرز دليل على أن هناك علاقة لصيقة بين العوامل الطبيعية و العوامل البشرية و هذا جد منطقي إذ غالبا ما يتدخل الإنسان بخبرته لمنح

⁷⁷ المادة الأولى من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ
⁷⁸ سميل جميل حسين ، المرجع السابق، ص 320

طابع مميز لمنتجاته و يمكن أن نذكر على سبيل المثال العمليات التي يقوم بها المنتج قصد تخمير بعض الكروم لأجل استخلاص المشروبات الروحية⁷⁹.
مجمل القول أنه يجب أن تكون تلك المنتجات قد أنتجت بفعل العوامل الطبيعية إضافة إلى العوامل البشرية و من ذلك يجب استبعاد المنتجات التي لا تتحصر صفاتها إلا طرق العمل المستعملة فإنها لا تتمتع بالحماية القانونية و هذا راجع لعدم وجود علاقة بين المنطقة أي العوامل الطبيعية و الطرق المستعملة .

2- أن تعين التسمية منتجا

يشترط أن تقرن تسمية المنشأ بتسمية المنتج المرتبط ارتباطا ماديا بالمنطقة الجغرافية الناشئ فيها أو المصنع بها باعتبار أن مكان الإنتاج أو الصنع يعد للمستهلك ضمانا على جودة المنتج و مواصفاته المميزة⁸⁰.

3- أن يكون المنتج ذو مواصفات مميزة بفعل عوامل طبيعية وبشرية

بالإضافة إلى الشرطين السالفين الذكر فإنه يجب أن تكون المنتجات ذات صفات مميزة منسوبة حصرا أو أساسا للبيئة التي نشأت فيها أو صنعت فيها بكافة عواملها الطبيعية و البشرية سواء من ناحية نوعية المناخ السائد في المنطقة منشأ المنتج أو ن ناحية نوعية التربة أو من حيث طرق العمل المعتمدة في إنجاز المنتج أو صنعه فلا تنقرر الحماية القانونية لتسمية المنشأ إلا باشتراك عوامل طبيعية و بشرية أي بتوفير خبرة العامل البشري مع العامل الجغرافي مع تغليب هذا الأخير.

4- أن تكون التسمية مشروعة

أن لا تكون تسمية المنشأ مخالفة للقانون أو النظام العام و حسن الآداب حيث ينص المشرع صراحة في المادة 4 من الأمر رقم 65/76 على عدم حماية التسميات غير المطابقة للتعريف المدرجة في المادة الأولى من هذا الأمر كالتسمية المقترنة باسم جغرافي و أن تعين منتجات و أن تكون هذه المنتجات ذات ميزات و مواصفات منسوبة لبيئة جغرافية معينة.... إلخ .

⁷⁹ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 356
⁸⁰ نسرين شريقي ، المرجع السابق ، ص 128 .

يجب أيضا أن لا تكون التسميات مشتقة من أجناس المنتجات أي من أنواعها مثل زيت الزيتون ماء جافيل صابون مرسيليا و غيرها وقد حاول المشرع تقديم تعريف لهذه العبارة لنزع كل الغموض و هكذا نص صراحة على أن "الاسم يكون تابعا للجنس عندما يكون مخصصا له عرفا و معتبرا على هذا الشكل من أهل الخبرة في هذا الشأن ومن الجمهور" و يمكن الذكر أن القانون الفرنسي المؤرخ في 06 ماي 1919 المعدل اعتبر بناء على نفس المبدأ غير قابل للتطبيق على ماء جافيل و على صابون مرسيليا و على خردل ديجون بينما اعتبر القضاء أن القيمة الذوقية لدجاج بريس تتعلق بنوعية اللحم و رفته. ولهذه العناصر علاقة وثيقة بمكان المنشأ و بطبيعة الأراضي و المأكل و المشرب الذي تتناوله الدجاجة في هذا المكان و كرس المشرع الفرنسي حماية هذا الدجاج بإصدار القانون المؤرخ في 01 أوت 1957 المتمم بالقرار المؤرخ في 07 يناير 1959⁸¹.

كذلك هو الأمر بالنسبة للتسميات النافية للأخلاق الحسنة و الآداب العامة أو النظام العام و ذلك حماية للمبادئ الإسلامية التي تركز عليها الجزائر إذ نص المشرع صراحة في المادة 04 من الأمر رقم 56/76 على أنه لا يمكن أن تحمي تسميات المنشأ المنافية للأخلاق الحسنة و الآداب أو النظام العام .

الفرع الثاني : الشروط الشكلية

تتمثل الشروط الشكلية لتسمية المنشأ كسائر حقوق الملكية الصناعية في إجراءات الإيداع و التسجيل و الإشهار و التي نظمتها النصوص القانونية في الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ و المرسوم التطبيقي رقم 121/76 المتعلق بكيفيات تسجيل و إشهار تسميات المنشأ و تحديد الرسوم المتعلقة بها و هذا حتى تتمتع تسمية المنشأ بالحماية القانونية اللازمة كون هذه الإجراءات خاصة التسجيل تعتبر العمود الفقري لنظام تسمية المنشأ .

أولا : أصحاب الحق في التسجيل

لا تتمتع تسمية المنشأ بالحماية القانونية إلا إذا تم إيداع طلب التسجيل من قبل أحد الأشخاص الوارد ذكرهم في المادتين 2 و 10 من الأمر رقم 65/76 و هم :

الوزارات بمفردها أو باتفاق مع الوزارات المعنية الأخرى كوزارة الصناعة و التجارة و الفلاحة .. إلخ لإحداث تسمية المنشأ .

⁸¹ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ،ص363

كل مؤسسة منشأة قانونا دون تحديد .

كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط منتج في المساحة الجغرافية المقصودة .

كل سلطة مختصة و المشرع لم يوضح المقصود بها مما يثير نوعا من اللبس .⁸²

أراد المشرع بهذين المادتين بيان أن تسمية لا تحدث إلا بناء على مبادرة هؤلاء الأشخاص الأمر الذي لا يجوز لغيرهم طلب تسجيل تسمية المنشأ لدى المصلحة المختصة و من ثمة يحق لأي وزارة مهما كان مجال اختصاصها طلب إنشاء تسميات خاصة بمنتجات معينة شريطة أن تتوفر كافة الشروط الموضوعية السالفة الذكر كما يحق للوزارة أن تقدم الطلب بمفردها كما يجوز لها أيضا و عند الاقتضاء أن تقدم الطلب بالاتفاق مع الوزارات المعنية الأخرى .

أما فيما يخص المؤسسة المنشأة قانونا فإنه يجب أخذ هذه العبارة بمعناه الواسع إذ لم يبين النص القانوني شكل المؤسسة أو طبيعتها و لهذا لا عبرة لموضوع المؤسسة و إنما العبرة بطابعها القانوني أي ل يمكن لأي مؤسسة تقديم طلب تسجيل تسمية المنشأ إلا إذا كانت قد أنشئت بصفة قانونية⁸³ .

كما يحق لكل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط منتج إيداع طلب تسجيل تسمية منشأ و لا يشترط في هذا المنتج إلا مزاوله حرفته في المساحة الجغرافية المقصودة كون أن هذا الشرط جد منطقي و لا يخالف أحكام نص المادة الأولى من الأمر رقم 65/76 السابق ذكره .

كما نص المشرع على إمكانية تقديم طلب تسجيل تسمية منشأ من طرف سلطة مختصة غير أنه لو يبين ما المقصود بهذه العبارة ما إذا كانت هذه السلطة المختصة لها صفة المنتج أم تعتبر سلطة إدارية

بالرجوع إلى نص المادتين 5 و 6 من نفس الأمر نجد أن المشرع الجزائري قد ميز بين تسميات المنشأ الوطنية و الأجنبية حيث أجاز للمواطنين إيداع طلب تسمية المنشأ الوطنية دون الأجنبية فهذه الأخيرة لا يجوز تسجيلها إلا في إطار تطبيق الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر و بشرط المعاملة بالمثل في البلدان الأعضاء لتلك الاتفاقية (اتفاقية لشبونة) . و يتم تسليم طلب التسجيل إما بالإيداع مباشرة إلى المصلحة المختصة قانونا أو أن يوجه إليها بموجب رسالة موصى عليها مع العلم بالاستلام و هذا في حال ما إذا كان مودع الطلب من المواطنين من أجل تسجيل تسمية منشأ وطنية .

أما إذا كان مودع الطلب من الأجانب و من أجل تسجيل تسمية منشأ أجنبية فإنه يتم إيداع طلب التسجيل بواسطة ممثل جزائري مفوض قانونا و مقيم في الجزائر يمثل الأجنبي صاحب التسمية الأجنبية طبقا لنص لمادة 8 من الأمر رقم 65/76 .

⁸² أنظر المادتين 2 و 10 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ
⁸³ فرحة زراوي صالح المرجع السابق ص 370 .

تجدر الإشارة إلى أن تسميات المنشأ مثلها مثل باقي حقوق الملكية الصناعية يتم إيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية .

ثانيا : إيداع طلب التسجيل

يتم إيداع طلب تسجيل تسميات المنشأ في شكل استمارات من أربع نسخ تسلم من قبل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و تحمل النسخة الأولى من الاستمارة كلمة (الأصل) طبقا لنص المادة الأولى من المرسوم التطبيقي رقم 121/76 السالف الذكر⁸⁴ .
و يجب أن تملأ هذه الاستمارات بجميع البيانات الوارد ذكرها في المادة 11 من الأمر رقم 65/76 و المادة 2 من المرسوم التطبيقي وهي :

- اسم و عنوان المودع و صفته في تقديم الطلب و عنوانه ونشاطه الخاص ،و إذا كان الإيداع يتعلق بشخص معنوي،و جب ذكر مقره الرئيسي.
- بيان تسمية المنشأ المعني بالتسجيل و كذلك المساحة الجغرافية المتعلقة بهذه التسمية .
- قائمة تفصيلية للمنتجات التي تشملها هذه التسمية،و نموذج التسمية المحدد في شروط الاستغلال،بيان أسماء و ألقاب المستفيدين باستغلال نفس التسمية إذا تعددوا، من خلال قائمة مستقلة عن قائمة المنتجات السابقة ،و بيان أسماء منتجاته التي تتخذ التسمية تسمية لها .
و يتضمن الطلب أيضا الرسوم المدفوعة ،و طريقة دفعها ،و رقم و تاريخ السند إذ تقضي المادة 9 من الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ بإخضاع طلب التسجيل تسميات المنشأ لدفع الرسوم القانونية المحددة بموجب المرسوم التطبيقي حسب ما إذا تعلق الأمر برسم طلب التسجيل أو بتحديد طلب التسجيل أو تسجيلها في دولة أخرى⁸⁵ ، و يسلم إلى صاحب التسجيل سند دفع الرسم مع طلب التسجيل .
عند تجديد طلب التسجيل تراعى نفس المعلومات التي يتضمنها طلب التسجيل الأول ، و يوقع الطلب من مودعه مع ذكر صفته، و يرفق الطلب بنسخة من الوكالة أو التفويض،إذا كان مقدم الطلب غير صاحب التسمية.

ثالثا : التسجيل و الإشهار

⁸⁴ نسرين شريقي ، المرجع السابق ، ص 130
⁸⁵ أنظر المادة 15 من المرسوم التطبيقي رقم 121-76 المؤرخ في 16/07/1976 المتعلق بكيفيات تسجيل إشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، عدد الجريدة الرسمية 59

يلعب التسجيل دوراً جوهرياً في نظام تسمية المنشأ لذا ينبغي أن يكون المودع قد احترم كافة البيانات الواجب ذكرها في طلب التسجيل حتى لا يتعرض للرفض من طرف المصلحة المختصة قانوناً و علا ذلك لا تكون تسمية المنشأ محلاً للحماية القانونية إذ تقضي المادة 12 من الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ، بأنه بعد استلام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية طلب التسجيل، يقوم بالبحث فيها إذا كان للمودع صفة في إيداع الطلب، و أن جميع البيانات المطلوبة في المادة 2 من هذا الأمر متوفرة فيه، و من أن المودع دفع كل الرسوم الواجبة عليه كما يبحث المعهد فيها إذا كانت التسمية المودعة غير مستبعدة من الحماية القانونية، طبقاً للمادة 13 من الأمر المذكور أعلاه.

و بناء على المادة 14 من الأمر رقم 65-76، للمصلحة المختصة (المعهد) أن تمنح المودع مهلة شهرين لتصحيح طلبه و ذلك :

- فيما إذا كانت البيانات المطلوب غير مدلى بها أو غير كاملة .
 - إذا كانت وثائق الثبوت المسلمة دعماً للطلب غير كافية أو غير كاملة .
 - إذا كانت التسمية المودعة لا تغطي كل المساحة الجغرافية المقصودة .
 - إذا كانت مميزات المنتج المذكور في الطلب غير كافية .
 - إذا كانت التسمية لا تشمل جميع المنتجات المدرجة في التسمية .
- في حال ما إذا تم رفض طلب المودع بعد قيامه بتصحيح طلبه أو لاختلال أحد الشروط المذكورة أعلاه، جاز له تقديم ملاحظاته خلال مدة شهرين (2) من تاريخ تبليغه بقرار الرفض و ذلك قبل اللجوء إلى أية مطالب قضائية وفقاً للمادة 15 من هذا الأمر.

تنص المادة 16 من الأمر المذكور أعلاه، على أنه متى استوفى طلب تسجيل تسمية المنشأ شروط القانونية، عمد المعهد إلى تسجيله في السجل الخاص بتسجيلات تسميات المنشأ، على مسؤولية المودع⁸⁶ و تبعته في الإشهار، حسب المادة 18 من الأمر رقم 65-76.

و يسلم إلى المعني إحدى النسخ، و هي بمثابة شهادة تسجيل، ثم يتم نشر التسمية المسجلة قانوناً في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، طبقاً للمادة 9 من المرسوم التطبيقي 121-76. و يوضع المعهد تحت تصرف الجمهور السجل الخاص بتسميات المنشأ المسجلة، و لكل شخص الحصول على نسخ أو ملخصات عن التسجيلات أو الوثائق التي سمحت بهذه التسجيلات مقابل دفع رسم محدد.

كما يقوم المعهد بالإضافة إلى المهام المنوطة به بالأبحاث المتعلقة بالأسبقية بين تسميات المنشأ المسجلة مقابل رسم محدد لهذا الغرض، و كذا بإتمام إجراءات الإيداع الدولي إذا قدم المودع طلباً في هذا الشأن لحماية تسميات المنشأ الوطنية.

⁸⁶ المادة 16 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ

يسري مفعول شهادة التسجيل الخاص بتسمية المنشأ ، حسب المادة 17 من الأمر رقم 65-76 السالف الذكر، لمدة عشر (10) سنوات ابتداء من تاريخ إيداع الطلب⁸⁷، و يمكن تجديد هذه المادة دائما لمدة عشر سنوات أخرى كلما طلب صاحبها ذلك، و يتم التجديد بنفس إجراءات التسجيل السابق، كما يخضع لتسديد رسم التجديد.

المبحث الثاني : الحق في تسمية المنشأ

لا يمكن لصاحب تسمية المنشأ أن يطلب الاستفادة من الحقوق الشرعية المتعلقة بهذه التسمية إلا إذا احترم الأحكام التي تسري عليها و المتمثلة في الشروط الموضوعية و الإجراءات الشكلية المذكورة سلفا حتى يمكن البحث عن الآثار المترتبة عن اكتساب هذا الحق كما يقضي المنطق الأخذ بعين الاعتبار الحالات التي تؤدي إلى زوال الحق الممنوح لصاحب تسمية المنشأ⁸⁸ و في الأخير يجب التطرق إلى الحماية المقررة قانونا صاحب الحق في تسمية المنشأ من أجل الحفاظ على حقه من أي تعدي من طرف الغير الذي يستعمل تسمية المنشأ بصورة غير شرعية .

المطلب الأول : آثار اكتساب الحق في تسمية المنشأ

يترتب على تسجيل تسمية المنشأ و على غرار باقي حقوق الملكية الصناعية حقوق معينة لصالح المودع و هي على الخصوص الحق في استعمال تسمية المنشأ و التصرف فيها عن طريق الترخيص غير أن هذا الحق ليس أبدي شأنه شأن باقي حقوق الملكية الصناعية و التجارية إذ يمكن أن يفقد صاحب شهادة التسجيل هذه الحقوق في عدة مجالات .

الفرع الأول : اكتساب الحق في تسمية المنشأ

⁸⁷ المادة 17 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ
⁸⁸ نسرين شريقي ، المرجع السابق ، ص 133

إن استيفاء تسمية المنشأ لجميع الشروط الموضوعية و الإجراءات القانونية الواجبة يسمح لصاحب شهادة التسجيل باكتساب حقوق معينة و هي عل الخصوص الحق في استعمال تسمية المنشأ و الحق في التصرف فيها عن طريق الترخيص على خلاف الوضع في باقي حقوق الملكية الصناعية ، لا يوجد نص قانوني في الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ يقضي بمنح ملكية تسمية المنشأ لأول مودع، و هدف المشروع من استبعاده لمبدأ أولوية الإيداع هو تمكين كافة المنتجين الموجودين في نفس الرقعة الجغرافية من طلب الاستفاد من نفس التسمية، شريطة أن تتمتع منتجاتهم بالمواصفات و الشروط القانونية المنصوص عليها في الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ. و عليه فإن الطابع الجماعي للتسمية يسمح بالقول بأن الحق في التسمية لا يمنح بصفة حصرية للشخص الذي قام بإيداع أول مرة.

أ – الحق في استعمال تسمية المنشأ

هذا الحق يعتبر الحق الأساسي لصاحب شهادة التسجيل⁸⁹ و قد خصص المشرع الجزائري المواد من 19 إلى 22 من الأمر رقم 65/76 لتنظيم هذا الحق و تبين هذه الأحكام بأنه يجوز مبدئيا لكل من صدرت لصالحه شهادة تسجيل تسمية المنشأ استعمال هذه الأخيرة بكل حرية .

و لم يصرح المشروع لصاحب شهادة التسجيل إلا بالحق في استغلال تسمية المنشأ بالنص في المادة 19 من الأمر 65-76 و التي تحيلنا إلى نص المادة 11 السالفة الذكر على وجوب استعمال تسمية المنشأ وفقا لنظام الاستغلال لتلك التسمية، إذ يجوز للمنتفعين المسجلين وحدهم استغلال شهادة تسجيل التسمية بالنسبة للمنتجات المشمولة بها دون غيرها من المنتجات الأخرى، و يحظر على غيرهم استعمالها إلا بموافقة صاحب الشهادة، و في حالة استعمال الغير هذه التسمية بصفتهم مقلدين لشهادة التسجيل او التسمية المنشأ تطبق عليهم العقوبات المنصوص عليها في هذا الأمر كما سيأتي بيانه لاحقا.

ب – الحق في الترخيص

⁸⁹ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، 388

نظرا للطابع الجماعي لتسمية المنشأ، وعدم وجود نصوص صريحة تقضي بالتنازل عنها، و إن كانت قد ذكرت ضمن العناصر المعنوية التي يشملها المحل التجاري (المادة 2/78 من القانون التجاري)⁹⁰، فإنه لم يتم ذكرها في المادة الخاصة بالبيع أو التنازل أو الرهن الحيازي للمحل التجاري، لكونها تتميز بخصائص غير موجودة في الحقوق الأخرى، إذ تعتبر مبدئيا غير قابلة للتنازل، ولا يحق لصاحبها إلا استغلالها.

لكن أجاز المشروع ضمنا لصاحب شهادة التسجيل -صاحب التسمية- منح ترخيص باستعمال التسمية دون تنظيم هذه العملية، حيث نص في المادة 21 من الأمر 65-76 على أنه :

"لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة إذا لم يرخص له بذلك صاحبها، حتى ولو ذكر المنشأ الحقيقي للمنتج، أو كانت التسمية موضوع ترجمة أو نقل حرفي أو كانت مرفقة بألفاظ "الجنس" أو "النموذج" أو "الشكل" أو "التقليد" أو بألفاظ مماثلة.

و طبقا للمادة 22 من الأمر السالف الذكر، فإن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لا يكتفي بمراقبة مدى مطابقة جودة المنتجات الموضوعه للتداول تحت تسمية المنشأ المسجلة بناء على طلب أي سلطة مختصة أو شخص معني .

و عليه متى كانت المنتجات ذات جودة أدنى من الجودة المحددة بموجب نصوص قانونية متعلقة بها، فإنه يمنع استعمال تسمية المنشأ بالنسبة لها.

ج- وضعية المودع بالنسبة للحقوق الأخرى

يتضح من استقراء الأحكام القانونية أن المشرع الجزائري لم ينظم عمليات التنازل⁹¹ عن تسمية المنشأ أو رهنها و لقد اعتبر جانب من الفقه أنه ذكر عملية البيع بشكل عام في المادة 21 من الأمر رقم 56/76 السالف الذكر و على ذلك فإنه يرى ضرورة تمييز بيع التسمية من قبل الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الخاضعين للقطاع الخاص عن تلك العملية التي تقوم بها مؤسسات تابعة للدولة . و لى العموم ذهب قائلًا أنه يجب اعتبار هه العملية جائزة و تسجيلها في السجل الخاص بتسميات المنشأ من أجل مواجهة الغير بالبيع كم تعرض لعملية الرهن و كانت نتيجة تحليله قبول العملية بصفة عامة و رفضها في حالة ما إذا كانت التسمية تابعة لمؤسسة حكومية .

أما الدكتورة فرحة زراوي فتري أنه لا يجوز لصاحب شهادة تسجيل التنازل عن تسمية المنشأ المسجلة مهما كانت طبيعة العملية بالمجان أو بعوض و لا يجوز له رهنها و قد استدلت في ذلك على ثلاثة أسباب هي :

⁹⁰ المادة 78 من القانون التجاري

⁹¹ سمير جميل حسين الفتلاوي المرجع السابق ، ص 341

السبب الأول : لم ينص المشرع على إمكانية القيام بهذه العمليات و هذا على خلاف ما جاء به بالنسبة لبقية حقوق الملكية الصناعية

السبب الثاني : تعتبر تسمية المنشأ تسمية جماعية لأنها ترجع إلى كافة المنتجين القائمين في الناحية الجغرافية المقصودة و لذلك تظهر كحق غير قابل للتقادم من جهة و غير قابل للتنازل من جهة أخرى و العبرة في هذا الشأن حماية مصالح هؤلاء المنتجين .

السبب الثالث : لا شك في أن تسمية المنشأ تعتبر حق من حقوق الملكية الصناعية لكنه يمكن التساؤل عن إمكانية أو عدم إمكانية إدماجها بين عناصر المحل التجاري كما هو الحال بالنسبة للعلامة ،من الثابت أنه يجوز اعتبار هذه الحقوق جزء من المحل التجاري كما يمكن أن تمثل قيمته الأساسية .

الفرع الثاني :انقضاء تسميات المنشأ

إن الحق في تسمية المنشأ ينقضي شأنه شأن باقي حقوق الملكية الصناعية فهو ليس حق أبدي و قد أوضح المشرع الجزائري كيفية انقضاء الحق في تسمية المنشأ في طريقتين مختلفتين الأولى دون إرادة صاحب شهادة التسجيل و هي قيام المحكمة بإصدار قرار يقضي بشطب التسمية أو تعديلها أما الثانية فهي بإرادة صاحب شهادة التسجيل بالتخلي عن التسمية المسجلة عن طريق تقديم تصريح إلى المصلحة المختصة

تخضع تسميات المنشأ المسجلة للحماية اعتبارا من تاريخ إيداع الطلب لمدة عشر (10)سنوات قابلة للتجديد و تنقضي بانقضاء مدتها من تاريخ إيداع طلب التسجيل أو طلب تجديد التسجيل،كما تنقضي بموجب حكم قضائي يقضي بشطبها أو تعديلها أو بإرادة صاحبها بالتنازل عنها.

1- الشطب أو التعديل

يظهر جليا من الأمر رقم 65/76 أن المشرع الجزائري اهتم بالدور الذي تلعبه المحكمة المختصة في مجال انقضاء تسمية المنشأ إذ يمكن لهذه الأخيرة إصدار حكم قضائي بتعديل تسجيل تسمية المنشأ أو شطب و هذا لا يكون إلا بناء على طلب يقدم من أي شخص له مصلحة مشروعة أو أية سلطة مختصة،و هذا في حالة استبعاد التسمية من الحماية القانونية أو زوال الظروف التي سمحت بتسجيل التسمية مما يترتب عنه انقضاء تسمية المنشأ،طبقا للمادة 23 من الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ.

حيث يجوز للمدعي طلب شطب تسجيل تسمية المنشأ لاستبعادها من الحماية القانونية⁹²، في حال لم تتوافر على الشروط الموضوعية المذكورة في المادتين 1 و4 من الأمر رقم 65-76 أعلاه.

كما يجوز طلب تعديل تسجيل تسمية المنشأ في حال عدم تغطية التسمية تمام المساحة الجغرافية أو كافة المنتجات المعنية في طلب التسجيل، و كذلك في حال ما إذا أصبحت مميزات هذه المنتجات غير كافية.

و تستوجب المادة 24 من نفس الأمر على المدعي طالب شطب التسجيل أو تعديله، أن يذكر في طلبه (عريضته) اسمه و عنوانه و صفته و موضوع طلبه و التسجيل المطلوب شطبه أو تعديله و كذا تسبب الطلب .

تقوم المحكمة المختصة بتبليغ هذا الطلب إلى المستعملين،و إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الذي يتولى نشره في النشرة الرسمية للملكية الصناعية على نفقة الطالب.

وفقا للمادة 25 من الأمر رقم 65-76،يجوز للأشخاص المرخص لهم الانتفاع بتسمية المنشأ أن يتأسسوا أمام المحكمة النازرة في الطلب كمدعى عليهم ،خلال مدة ثلاثة(3)أشهر من تاريخ نشر طلب شطب التسجيل أو تعديله في النشرة الرسمية السالفة الذكر.

إذا ظهر خلال هذه المدة مدعى عليه أو مدعى عليهم ، فإن المحكمة تقوم بدراسة طلب الشطب أو التعديل المعروض أمامها من أجل البث فيه،وإذا لم يظهر أي مدعى عليه خلال هذه المدة تقوم المحكمة بالبث في الطلب بقبوله،و هو أمر جوازي.

بعد البث في الطلب يتم تبليغ نسخة من الحكم الذي يتضمن أمر شطب التسجيل أو تعديله إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، و الذي يقوم بقيده في سجل تسميات المنشأ و نشره في النشرة الرسمية للملكية الصناعية، وفقا للمادة 26 من نفس الأمر.

و متى تم تشطيب تسجيل تسمية المنشأ و ليس تعديلها انقضت و سقطت في الدومين العام،إذ يجوز استغلالها من الجميع.

2- التنازل عن التسجيل

تقضي المادة 27 من الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ، بجواز تنازل صاحب تسمية المنشأ المسجلة عن آثار التسجيل المعني⁹³، و ذلك بموجب طلب خطي و مصدق عليه ، مع ضرورة أن يتضمن الطلب أسباب التخلي ، حيث يودع المعني بالتنازل طلبه مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية،و الذي يقوم بقيد التنازل و نشره لقاء دفع الرسم

⁹² نسرين شريقي ، المرجع السابق ، ص 135

⁹³ المادة 27 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ

المحدد قانوناً، أي شطب التسمية من سجلاته على حساب المتنازل لذا يجب أن يشمل سجل تسميات المنشأ على كافة العمليات الجارية على هذه التسميات مثل الشطب أو التعديل أو التخلي كما يجب أن تقيد فيه كافة التغييرات التي تحدد إسم صاحب التسمية و عنوانه⁹⁴.

المطلب الثاني : الحماية القانونية لتسميات المنشأ

من الأمور المسلم بها أن التقليد و الاستغلال غير المشروع يعتبر الجنحة الأكثر انتشاراً في مجال حقوق الملكية الصناعية لكن ترويج المنتجات في الأسواق الدولية أي خارج حدود ليم بلاد المنشأ يتطلب حماية مناسبة لا يمكن تحقيقها إلا بفضل الاتفاقيات الدولية و يترتب على ذلك أن حماية تسمية المنشأ تتمتع على غرار كافة حقوق الملكية الصناعية و التجارية بحماية دولية تتمثل في الاتفاقيات الدولية من جهة و حماية وطنية تتمثل في القوانين الداخلية للدولة من جهة أخرى و الجزائر كباقي الدول الأخرى قامت بسن قوانين داخلية من أجل تقرير الحماية القانونية لتسمية المنشأ و تجسد ذلك بصفة مباشرة في الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ.

الفرع الأول: الحماية الوطنية

مسايرة لنظام الدولي الذي أقر الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية بصفة عامة و تسمية المنشأ بصفة خاص قامت الجزائر بإصدار نصوص داخلية في هذا الشأن من أجل توفير حماية أكبر للحق على تسمية المنشأ و سوف نتطرق في هذا الفرع إلى تبيان كيفية التعدي على تسمية المنشأ ثم ذكر العقوبات .

أولاً: تقليد تسمية المنشأ

من الثابت أنه لا يمكن تقرير الحماية القانونية إلا لتسمية المنشأ التي تم تسجيلها لدى المصلحة المختصة و التي استوفت جميع الشروط الموضوعية و الشكلية الواجبة قانوناً هذا التسجيل يسمح لصاحب الحق في تسمية المنشأ بمتابعة كل من تعدى على حقوقه أي من حق كل شخص ذي مصلحة مشروعة ن يطلب من القضاء إصدار أمر يتضمن التدبير الضرورية للكف عن الاستعمال غير المشروع لتسمية المنشأ المسجلة⁹⁵.

⁹⁴ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 392

⁹⁵ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 393

لقد جرم المشروع الجزائري تقليد تسمية المنشأ و عاقب عليه في المادة 28 و ما يليها من الأمر 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ، كما وردت في شأنه بعض العقوبات في نصوص متفرقة في كل من قانون الجمارك، و قانون العقوبات قمع الغش.

لم يعرف المشروع تقليد تسمية المنشأ، و اكتفى بتبيان المقصود من الاستعمال غير المشروع لتسمية المنشأ⁹⁶ بالنص في المادة 28 من الأمر 65-76 أعلاه على ما يلي:

"يعد غير مشروع الاستعمال المباشر لتسمية منشأ مزورة أو منطوية على الغش، أو تقليد تسمية منشأ، كما ورد في نص المادة 21"

يمكن تعريف تقليد تسمية المنشأ بأنه كل ما من شأنه استعمال تسمية منشأ معروفة على منتج آخر غير مرتبط ارتباطاً مادياً بالأرض، مما يؤدي إلى إيهام المستهلك عن المنشأ الحقيقي للمنتج ومن أمثلة التداول دقلة نور (أجود التمور الجزائرية عالمياً) بالأسواق التونسية تحت تسمية المنشأ مقلدة على أنها تمور تونسية، علماً أن دقلة نور هي تسمية المنشأ و علامة مسجلة في آن واحد.

تجدر الإشارة إلى أن النزاعات المعروضة على القضاء، لا تطرح عادة في شكل نزاع خاص بتسمية المنشأ فقط، إنما بنزاع خاص بعلامة تجارية، لما توفره العلامة المودعة من حماية قانونية أكبر بكثير من تلك التي توفرها تسمية المنشأ لوحدها كما سيأتي تفصيله لاحقاً، غير أن القضاء في مثل هذه النزاعات يتأكد من توافر شروط العلامة لحمايتها أو إبطالها، و هو ما حدث مثلاً مع "إفري" التي تعد تسمية منشأ و علامة في نفس الوقت، و ذلك في النزاع القائم بين مودعي علامتي إفري موح و إفري إبراهيم (قرار المحكمة العليا)⁹⁷.

كما أن اهتمام المشرع الجزائري بتسمية المنشأ أدى به إلى تقرير الحماية في ظل قانون الجمارك إذ نصت المادة 22 الفقرة الأولى من القانون 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المعدل و المتمم كل بيان على المنتجات نفسها أو على الغلاف أو الصناديق أو الرزم و الظروف و الشرائط أو اللصقات ... من شأنه أن يحمل على الاعتقاد بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري أي ذات أصل جزائري يؤدي إلى فرض حظر مطلق على هذه البضاعة سواء عند دخول الإقليم الجمركي أو التنقل فيه كما تخضع للمصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة .

ثانياً: العقوبات

⁹⁶ نسرين بلهوارى ، المرجع السابق ، ص 40

⁹⁷ قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 1999/07/13 ، المنشور بالمجلة القضائية لسنة 2000، الجزء الأول، ص 125.

ورد النص على العقوبات المتعلقة بتقليد تسمية المنشأ في المادة 30 من الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ، والتي تنص على أنه بصرف النظر عن العقوبات المنصوص عليها في القوانين و الأنظمة فيما يخص قمع الغش، يعاقب بغرامة من 2.000 إلى 20.000 دج و الحبس من ثلاثة أشهر إلى ثلاثة سنوات أو إحدى هاتين العقوبتين، كل من زور أو شارك في تزوير تسمية منشأ مسجلة، كما يعاقب كل من طرح عمدا للبيع أو باع منتجات تحمل تسمية منشأ مزورة بغرامة من 1000 إلى 15000 دج، و الحبس من شهر إلى سنة واحدة أو إحدى هاتين العقوبتين.

فضلا عن ذلك، يمكن أن تأمر المحكمة بلصق الحكم في الأماكن التي تعينها و نشر نصه الكامل أو الجزئي في الجرائد التي تعينها، وذلك كله على نفقة المحكوم عليه. وقد كفل المشرع الحماية لتسمية المنشأ أيضا بموجب قانون العقوبات، حيث نص في الماد 170 منه على أن: "كل إخلال بالنظم المتعلقة بالمنتجات المعدة لتصدير التي من شأنها ضمان جودة صنفها و نوعها و أحجامها يعاقب بغرامة من 500 إلى 20000 دينار و بمصادرة البضائع". كما نص في المادة 429 من نفس القانون على معاقبة كل شخص يقوم بخداع أو يحاول أن يخدع المتعاقد في طبيعة الصلح أو في صفاتها الجوهرية، أو في تركيبها، أو في نسبة مقوماتها، أو نوعها أو مصدرها، و ذلك بالحبس من شهرين (02) إلى ثلاثة (03) سنوات و بغرامة من 200 إلى 20000 دج أو بإحدى العقوبتين⁹⁸.

أضاف قانون الجمارك المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 12-12 المؤرخ في 2012/12/26 المتضمن قانون المالية لسنة 2013، حيث نص في المادة 15 مكرر 2 منه على ما يلي: "تحظر من الاستيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة على المنتجات نفسها أو على الأغلفة أو الصناديق أو الأحزمة أو الأظرفة أو الأشرطة أو الملصقات من شأنها أن توحي بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري"⁹⁹.

يعتبر الأمر 65-76 المؤرخ في 18 رجب 1396 هـ الموافق لـ 16 يوليو 1976 المنظم لتسميات المنشأ و كفاءات حمايتها، ويجسد محتوى اتفاقية لشبونة و المتعلقة بحماية التسميات الأصلية المؤرخة في 31 أكتوبر 1958، حيث انضمت إليها الجزائر بعد الاستقلال، وقد عرفت المادة الأولى منه تسمية المنشأ على أنها "الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجاً ناشئاً فيه وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية معينة، وكمثال الماء المعدني موزاية أو سعيدة أو بوهارون، تعتبر كلها تسميات لمنتجات تجد أساسها في المنطقة التي استخرجت منه وقد نصت المادة 3 من الأمر

⁹⁸ المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري

⁹⁹ أنظر المادة 15 من قانون الجمارك المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 12-12 المؤرخ في 2012/12/26 المتضمن قانون المالية لسنة 2013.

رقم 65/76 على مسألة الحماية إذ لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة، إذ لم يرخص له بذلك صاحبها، حتى ولو ذكر المنشأ الحقيقي للمنتج، أو كانت التسمية موضوع ترجمة.

الفرع الثاني: الحماية الدولية

إن شدة المنافسة في الأسواق الدولية تستلزم حماية دولية للمنتجات ذات التي تحمل تسميات المنشأ و حتى تتمكن من دراسة الحماية المكرسة لتسميات المنشأ على الصعيد الدولي لذا يجب التطرق إلى الاتفاقيات المبرمة في هذا المجال مع إبراز محتوى اتفاقية لشبونة كونها تخص تسمية المنشأ .

كما سبق الإشارة في الفصل السابق الخاص بالعلامة نجد اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 قابلة للتطبيق على تسمية المنشأ كون أن هذه الاتفاقية ترمي إلى حماية الملكية الصناعية بشكل عام و بما أن تسمية المنشأ من حقوق الملكية الصناعية فهي تدخل ضمن مجال الحماية المنصوص عليها في هذه الاتفاقية
كما تجدر الإشارة إلى اتفاقية مدريد المبرمة في 14 أبريل 1891 المتعلقة بجمع بيانات المصدر أو المنشأ المزورة أو غير القانونية و تهدف هذه الاتفاقية إلى تحقيق الائتمان في التجارة الدولية و حماية بيانات المصدر .
ومن الملاحظ أن حماية تسمية المنشأ على الصعيد الدولي استلزم إنشاء اتحاد خاص في إطار اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 و المعدلة في لشبونة في 31 أكتوبر 1958 و لقد منح لهذا الاتحاد هيئات خاصة به حتى يتمكن من القيام بمهامه .

اتفاقية لشبونة

إن اتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر 1958 و التي صادقت عليها الجزائر بموجب الأمر رقم 48/66 المؤرخ في 25 فبراير 1966¹⁰⁰ أدت إلى الاعتراف بمفهوم تسمية المنشأ من جهة و بمفهوم بلد المنشأ¹⁰¹ من جهة ثانية على الصعيد الدولي إذ أن هذه الاتفاقية لا ترمي إلى وضع نظام مثالي لتسميات المنشأ أو فرضه على الدول الأعضاء لكنها تنص على بعض المبادئ العامة التي من شأنها تحديد التوحيد الدولي و نذكر من بين هذه المبادئ التعريف

¹⁰⁰ الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 1972/03/22 المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية المؤرخة في 1972/04/21 عدد 32 ص467 يذكر هذا النص بوضوح انضمام الجزائر إلى اتفاقية لشبونة المؤرخة في 1958/10/31
¹⁰¹ اتفاقية لشبونة المؤرخة في 1958/10/31

الخاص بتسمية المنشأ و بلد المنشأ و تتحقق حماية تسميات المنشأ وفق اتفاقية لشبونة بفضل إجراءات التسجيل الدولي التي تتم على مستوى مكتب الاتحاد لحماية الملكية الصناعية و هكذا يشترط لحماية تسمية المنشأ على الصعيد الدولي أي في دول الاتحاد الخاص أن تكون هذه التسمية مسجلة و محمية مقدما في بلاد المنشأ و بعبارة أخرى لا يمكن طلب تسجيل دولي لتسمية المنشأ ما لم تكن هذه التسمية مسجلة و محمية على الصعيد الوطني .

تتكفل بإجراءات الإيداع الدولي إدارة الاتحاد باسم الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الخاضعين للقطاع العام أو الخاص و الذين يتمتعون بحق استعمال هذه التسميات وفق التشريع الوطني و يسمح التسجيل الدولي للدول الأعضاء بمعرفة التسمية المطلوب حمايتها و بأخذ معلومات عن العناصر التي تميزها ¹⁰² .

الفصل الثالث

نظام الاسم و العنوان التجاري

¹⁰² فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 400

سعيًا لرواج البضاعة أو الخدمة، وتحقيق الأرباح الكثيرة من خلال جذب المستهلكين ولفت انتباههم، يضيف التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة ما يعرف بالاسم والعنوان التجاري لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية، واللذان يعدان من الأموال اللازمة لاستغلال المحل التجاري كما يعتبران من حقوق الملكية الصناعية، غير أنه بخلاف باقي حقوق الملكية الصناعية، فإنهما لا يحميان بدعوى التقليد، فقط بدعوى المنافسة غير المشروعة، مما يدفعنا للتعرض لهما .

إن الاسم و العنوان التجاري من الأمور التي يحتاج إليها التاجر لكي يمارس العمل التجاري لما لهما من أهمية كبيرة و فائدة ترجع على الفرد و الجماعة كما أن العناية بالاسم و العنوان التجاري و حمايته و فهم نظمه من شأنه أن يساعد على التقدم التجاري و النمو الاقتصادي كما أنه يسمح و يساعد على غض النزاعات التجارية و يسهل الإجراءات أمام المحاكم .

يلاحظ أن الاسم و العنوان التجاري على غيره من بعض عناصر الملكية الصناعية لم يتناولها المشرع الجزائري كما فعل المشرعين الآخرين خاصة الأردني و المصري بتنظيم خاص، مما يعطي تواجد نصوص متناثرة و غير مقننة، فموضوع الاسم و العنوان التجاري شملته قوانين مختلفة في تنظيمه.

نظم المشرع الجزائري الأحكام الخاصة بالتاجر في الباب الأول أما السجل التجاري في الباب الثالث من الكتاب الأول أما المحل التجاري فنظمه من خلال الكتاب الثاني من القانون التجاري فقد استهلكت المادة الأولى من هذا القانون بتعريف التاجر بأنه: يعد تاجرًا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً و يتخذ مهنة معنادة له ما لم يقضي القانون بخلاف ذلك .

ثم بينت المواد من 19 إلى 28 بعض الأحكام الخاصة بالتاجر الفرد او الشركة التجارية والالتزامات المترتبة عليه، وبخاصة القيد في السجل التجاري¹⁰³.

المبحث الأول: الاسم التجاري

¹⁰³ المواد من 19 إلى 28 من القانون التجاري الجزائري

أصبح الاسم التجاري في عصرنا الراهن أحد أهم عناصر الملكية الصناعية و التجارية بل و من أهم عناصر المحل التجاري و ذلك باعتباره يسهم إسهاما كبيرا و فاعلا في تكوين عنصر الزبائن و حثهم على التعامل مع المحل التجاري¹⁰⁴ .

يعمد التجار غالبا في ربط محلاتهم التجارية بأسماء و عناوين تجارية تميزها عن غيرها من المحلات التجارية الأخرى بغية اجتذاب العملاء لما يثبت في اعتقادهم من شهرة و خبرة و سمعة حسنة تؤدي إلى تمتع المحل التجاري بثقة الجمهور الأمر الذي قد يصل بالاسم التجاري إلى عده من أهم عناصر المحل التجاري¹⁰⁵ .

لذلك فقد قضت ضرورة تنظيم المنافسة بين المشروعات التجارية و الصناعية بالاعتراف للتاجر بحقه على الاسم التجاري و حماية هذا الحق من خلال الاستئثار باستعمال الاسم التجاري لمحلته التجاري و منع الغير من منافسته عن طريق استعمال ذا الاسم أو اسم مشابه مما يؤدي إلى تضليل العملاء و إلحاق الضرر بالتاجر¹⁰⁶ .

التاجر الفرد، وكذلك الشركة، قد يتخذ أي منهما، زيادة على عنوانه التجاري، الذي يجب عليه إن يعقد بواسطته الصفقات التجارية، ويكتبه في مدخل محله التجاري اسما تجاريا لمتجره (Commercial Nom) بحيث يعتبر هذا الاسم بمثابة رمز لجميع العناصر التي يتصف بها المتجر، وقد تتلاءم هذه التسمية مع البضائع التي يعرضها المتجر، أو الحاجات التي يقدمها، أو الأعمال التجارية التي أسس المتجر من أجلها، كما قد يكون اسما مبتكرا من أجل جذب الزبائن وقد يكون أيضا اسما من الأسماء المحببة، لدى صاحب المتجر¹⁰⁷ . وفي هذه الحالة يبدو واضحا الفرق بين "الاسم التجاري" و "العنوان التجاري" من حيث "الاسم التجاري" .

المطلب الأول: ماهية الاسم التجاري

الاسم التجاري حق و واجب، وهو حق التاجر، وموضوع هذا الحق أن يستأثر باستعمال الاسم التجاري لتمييز منشأته أو محله التجاري .

وعليه يمكن القول بأن الاسم التجاري حق شبيه بالحقوق العينية، يعطي لصاحبه إمكانية الاحتجاج به قبل الكافة .

والحق في الاسم التجاري من المنقولات المعنوية مثل باقي حقوق الملكية الصناعية .

وقد يكون الاسم التجاري هو العنصر الجوهرى في المحل التجاري، بما أن قيمته تقاس تبعا لرقم أعمال المحل التجاري أو بمقدار ما يحققه التاجر من أرباح نتيجة استغلال المحل

¹⁰⁴ عباس محمد حسني ، التشريع الصناعي ، دار النهضة ، القاهرة ، طبعة 1967 صفحة 164

¹⁰⁵ الخولي أكنم ، القانون التجاري ، دار النهضة ، القاهرة ، طبعة 1964 ، صفحة 363

¹⁰⁶ عباس محمد حسني ، المرجع السابق ، صفحة 165

¹⁰⁷ علي العبيدي القانون التجاري المغربي ص 196

التجاري، ذلك أن الاسم التجاري هو العلامة المميزة للمحل التجاري ووسيلة اتصال الزبائن بالمتجر، والاسم التجاري يفرضه القانون على التاجر.

الفرع الأول : مفهوم الاسم التجاري

لتبيان مفهوم الاسم التجاري لابد من تعريف الاسم التجاري في ظل القانون ثم يجب تحديد التفرقة الحاصلة بينه وبين بعض حقوق الملكية الصناعية و هذا باعتبار الحق في الاسم التجاري أهم عناصر المحل التجاري .

أولا : تعريفه

عرف فقهاء و شراح القانون التجاري الاسم التجاري بعدة تعريفات متباينة منها أنه التسمية التي يمارس المحل نشاطه بموجبها و قد يكون هذا الاسم الحقيقي للتاجر أو اسما مستعارا ، في حالة الشركة يكون الاسم التجاري عبارة عن العنوان التجاري للشركة¹⁰⁸ . يقترب هذا التعريف من تعريف آخر عرف الاسم التجاري بأنه التسمية التي يمارس تحتها الأعمال التجارية و يمكن أن يكون الاسم المدني أو لقب العائلة أو اسما مستعارا أو اسما مركبا¹⁰⁹ .

يؤخذ أيضا على هذا التعريف عدم بيانه لطبيعة الحق على الاسم التجاري إذ أن معظم القوانين المقارنة بينت طبيعته القانونية من حيث كونه حقا و واجبا . لعل التعريف الأكثر شمولية و وضوح هو الذي يذكر فيه أن الاسم التجاري هو التسمية التي تستخدم للدلالة على المحل التجاري فيكسبه ذاتية خاصة تميزه عن غيره من المحلات التجارية التي تقوم بنشاط مماثل أو مشابه و له قيمة مالية و يعد أحد حقوق الملكية الصناعية و التجارية¹¹⁰ .

و عليه فإن الاسم التجاري يعرف بأنه أي اسم أو لقب مستحدث يطلقه التاجر على متجره ليميزه على المتاجر الأخرى و قد يكون من واقع الحال أو من واقع الخيال . أما القانون الجزائري فيعرف الاسم التجاري بأنه اسم يستخدمه التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية¹¹¹ وهو عنصر من عناصر المحل التجاري و هذا ما جاء به المشرع الجزائري ضمن نص المادة 78 من القانون التجاري التي نصت : "تعد

الناهي صلاح الدين عبد اللطيف ، الملكية المعنوية من الوجهتين العراقية و الموازية ، مجلة القضاء العراقية ، العدد 1 و 2 ، بغداد ، 1948 صفحة 18¹⁰⁸

109 العباس عز الدين مرزا ناصر عبد الله ، دراسة قانونية مقارنة ، دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع ، عمان ، طبعة 2003 ، صفحة 24

110 عباسي محمد حسني ، المرجع السابق ، صفحة 25

111 أحمد محرز ، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، طبعة 1980 ، صفحة 191

جزءا من المحل التجاري الأموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري و يشمل المحل التجاري إلزامية علامته و شهرته كم يشمل أيضا سائر الأموال الأخرى اللازمة لاستغلال المحل التجاري كعنوان المحل و الاسم التجاري و الحق في الإيجار و المعدات و الآلات و البضائع و حق الملكية الصناعية ، كل ذلك ما لم ينص على خلاف ذلك¹¹² من خلال قراءة المادة السالفة الذكر يتجلى واضحا أن الاسم التجاري يعتبر من العناصر اللازمة لاستغلال المحل التجاري أي لا بد على التاجر أو الشركة التجارية أن تمارس العمل التجاري باسم و هو يعتبر من الأموال التابعة للمحل التجاري . أخيرا يمكن اعتبار الاسم التجاري على أنه عبارة عن تسمية مميزة يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية، قصد اجتذاب الزبائن بما يحمله من سمعة تكسبه ثقة الجمهور، وهو من النظام العام، إذ يتعين على كل تاجر استخدام اسم تجاري لمحله.

ثانيا: تمييز الاسم التجاري عن باقي الحقوق

الاسم التجاري هو حق من حقوق الملكية الصناعية و يعتبر أحد أهم عناصر المحل التجاري فرغم أنه يؤدي نفس المهمة التي تؤديها بعض حقوق لملكية الصناعية و التجارية و هي جلب العملاء و بالتالي تحقيق الربح فإنه يتميز و يختلف عنها و هذا ما سنحاول تمييزه عن العلامة التجارية ، الاسم المدني و العنوان التجاري .

أ- تمييز الاسم التجاري عن العلامة التجارية

يتميز الاسم التجاري عن العلامة التجارية في كونه يستخدم لتمييز المحل التجاري ، في حين أن العلامة تستخدم لتمييز المنتجات والبضائع ، إن كان لكلاهما دور هام في التعاملات التجارية يكمن في اجتذاب العدد الأكبر من المستهلكين، فهما يختلفان في مكان وضعهما، فالعلامة التجارية قد تطبع أو تحفر أو تنقش أو تكتب أو ترسم على نفس المنتج أما الاسم تجاري فيوضع على واجهة المحل التجاري وكافة الأوراق والمستندات والدفاتر والفواتير والمراسلات المتعلقة بذلك المحل التجاري¹¹³ .

ب - تمييز الاسم التجاري عن الاسم المدني

¹¹² أنظر المادة 78 من القانون التجاري الجزائري

¹¹³ عامر محمود الكسواني ، المرجع السابق، ص 171

يختلف الاسم المدني و يتميز عن الاسم التجاري في أمور كثيرة حيث أن الاسم المدني هو أحد الخصائص المميزة لشخصية الإنسان و يميز الأفراد بعضهم عن بعض و ذلك لتحقيق مصلحة عامة و واضحة داخل المجتمع و يتألف من الاسم الشخصي و الاسم العائلي أما الاسم التجاري فإنه عبارة عن اسم يتخذه التاجر لتمييز مؤسسته التجارية أو محله التجاري عن غيره.

من حيث الطبيعة يعتبر الحق في الاسم المدني من الحقوق اللصيقة بالشخصية و لا تدخل في تكوين الذمة المالية بينما الاسم التجاري له قيمة مالية و هو عنصر معنوي من عناصر المحل التجاري إضافة إلى أن الحق في الاسم المدني لا يسقط بعدم الاستعمال أما الحق في الاسم التجاري يسقط بعد فترة زمنية إذا توقف التاجر عن ممارسة تجارته .
يختلف عن الاسم المدني الذي يتكون من اسم الشخص واسم عائلته وهو من الحقوق اللصيقة بالشخصية و لا يدخل في الذمة المالية، و لا يجوز التصرف فيه أو اكتسابه بالتقادم أو انقضاؤه في حين أن الاسم التجاري لا يستخدم لتمييز شخص التاجر بل لتمييز محله هو حق مالي يدخل في الذمة المالية مما يجيز التصرف فيه واكتساب ملكية سبق استعمالها وينقضي بعدم الاستعمال.

ج - تمييز الاسم التجاري عن العنوان التجاري

الاسم التجاري و العنوان التجاري يستخدمان لتحقيق هدف واحد ألا و هو العمل على تمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات الأخرى منعا للخلط و اللبس في المجال الصناعي و التجاري كما أن لكل منهما قيمة مالية و من ثمة يعتبر كل منهما من عناصر المحل التجاري

يقصد بالعنوان التجاري التسمية المبتكرة لتي يتخذها التاجر لمحله التجاري لتمييزه عن غيره مثل عبارة الصالون الأخضر و يختلف عن الاسم التجاري في أنه لا يستمد من الاسم الشخصي للتاجر و بذلك يستطيع التاجر أن يختار ما يشاء من العبارات و الإشارات المبتكرة كما أن العنوان التجاري يكون مستقلا عن الاسم التجاري كما قد يكون جزءا منه
114

يختلف عن العنوان التجاري في كون هذا الأخير رمز أو تسمية مبتكرة (طريقة أو خيالية) لتمييز المؤسسة التجارية عن غيرها¹¹⁵ وتسهيل عملية وصول المستهلكين له وقد يتحدان إذا لم يضع التاجر اسمه الشخصي كاسم تجاري كما يحدث غالبا في شركات الأموال

¹¹⁴ سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 19
¹¹⁵ مصطفى كمال طه، المرجع السابق ، ص 17

كشركة مساهمة والشركة ذات المسؤولية المحدودة بمعنى أنه في الاسم التجاري نجد الاسم الشخصي للتاجر وفي العنوان التجاري لا نجد فيه هذا أبدا ويرى جانب من الفقه الفرنسي أن العنوان التجاري ما هو إلا اسم تجاري ذي استعمال محلي¹¹⁶ .

ثالثا: تكوين الاسم التجاري

يختلف الاسم التجاري في تكوينه وطبيعته حسب ما إذا كان التاجر فردا أو شركة فإن كان فردا وجب اتخاذ اسمه الشخصي أو العائلي أو كلاهما أو اسم الشهرة أساسا لاسم محله التجاري مع إضافة ما شاء من بيانات تتعلق بشخصه أو بتجارته لكن بشرط ألا تخالف الحقيقة أو تضلل الجمهور أو تمس بالنظام العام ويجوز إضافة تسمية مبتكرة أو عنوان طريف إلى جانب اسمه لتمييز محله عن غيره أو عنوانا تجاريا وهو أمر اختياري له .

أما إن كان شركة فإنه في شركات الأشخاص (شركة تضامن أو التوصية البسيطة) فعنوانها هو اسم تجاري في الوقت نفسه، ويتكون من اسم واحد أو أكثر من الشركاء المتضامنين متبوع إجباريا ببيان دال على وجود الشركة كفلان وأبناءؤه، فلان وشركائه. أما في شركات الأموال فلها اتخاذ اسم تجاري مستمد من أسماء أحد الشركاء أو أكثر أو غرضها أو اتخاذ تسمية مبتكرة تكون في آن واحد اسم وعنوان تجاري معا على أن تكون هذه التسمية مسبقة أو متبوعة وجوبا ببيان يدل على نوعها ورأسمالها، باستثناء شركة التوصية بالأسهم، فيجب اختيار تسمية تشتمل على اسم شريك متضامن على الأقل مع بيان إجباري بنوعها.

إذا كان الاسم التجاري هو أحد عناصر المحل التجاري (المادة 3/78 من القانون التجاري) فإنه إن اقترن بالعلامة التجارية أو تطابق معها فيأخذ حكمها وهو يشبه الحقوق العينية من حيث أنه يعطي لصاحبه إمكانية الاحتجاج به قبل الكافة، غير أنه ليس حقا عينيا لأنه لا يرد على شيء مادي بل هو مال منقول معنوي لهذا لا يتملك مستقلا عن المحل التجاري.

الفرع الثاني: شروطه

يشترط في الاسم التجاري المراد تسجيله من قبل التاجر سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا ومن تم توفير الحماية القانونية له أن يتوفر على شروط معينة نصت عليها مختلف

¹¹⁶ فرحة زراوي ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المحل التجاري و الحقوق الفكرية ، القسم الأول ، المحل التجاري ، عناصره طبيعته القانونية و العمليات الواردة عليه ، دار النشر و التوزيع ابن خلدون ، الجزائر ، طبعة 2001 ، صفحة 81

أولا : الصفة المميزة

يقصد بالاسم التجاري كما سبق بيانه التسمية أو الشارة المميزة التي تستغل بها منشأ من المنشآت.

وعلى هذا الأساس يتضح جليا وجوب اتصاف الاسم الذي يراد تسجيله بصفة ذاتية منفردة وتمييزة بمعنى أن يكون الاسم له شكل مميز خاص به يحفظه عن الاختلاط بغيره من الأسماء التجارية العائدة للمؤسسات تجارية أو محلات تجارية مماثلة أو مشابهة.

حتى يتمتع بالحماية القانونية وهو ما يقتضي لزوما استبعاد الأسماء العادية أو الشائعة أو المألوفة وبهذا الخصوص فقد وردت في حكم صادر عن المحكمة التجارية بالرباط بتاريخ 2002-6-6 تحت رقم 932 ملف 2002/561/4 (وحيث انه في النازلة الحال فان الاسم التجاري للمدعية ملكة الجمال هو اسم تجاري شائع بشأن جميع الملتقيات التي تأخذ لهذا الغرض وطنيا وعالميا وليس محتكرا من طرف شخص بالذات علاوة على أن مدة 5 سنوات لم تمر لاعتبار المدعية لاسمها التجاري وبالتالي لا يسوق عليها الانفراد باستغلاله ويتعين التصريح برفض طلبها .

غير أن هذا الشرط لا يستلزم بالضرورة أن يكون الاسم التجاري على درجة من الابتكار بل يكفي البيانات الإلزامية التي من شأنها إبراز خصوصية هذا الأخير وتمييزه عن غيره من المؤسسات المشابهة تقاديا لإحداث أي لبس لدى جمهور المستهلكين حول شخصية التاجر المتعامل معه خاصة إذا تعلق الأمر باستعمال اسم تجاري مماثل أو مشابه لاسم تجاري آخر يمارس نفس النشاط.¹¹⁷

وفي هذا الصدد قضت المحكمة التجارية بالدار البيضاء حكم رقم 2002-7224 صادر بتاريخ 2003-06-30 ملف رقم 2003/7302 (بالتشطيب على الاسم التجاري صارا إلكترونيك من السجل التجاري لان استعمال السجل التجاري الذي سبق للمدعية استعماله في كافة معاملاتها وتسجيله بالسجل التجاري منذ 1985 يعد منافسة غير مشروعة من شأنها إحداث لبس لدى

¹¹⁷ تم نشر هذا القرار في الجريدة الرسمية المغربية رقم 2239 الصادر بتاريخ 05/01/1970 ، صفحة 721

المستهلك حول شخصية المتعامل معها الذي يمارس نفس النشاط التجاري ألا وهو الاتجار في الآلات الالكترونية .

ثانيا : شرط الجودة

يعد عنصر الجودة أحد الشروط الأساسية اللازم توافرها في كافة حقوق الملكية الصناعية وعنصرا مشتركا بين جميع هذه الحقوق بصورها المختلفة بالرغم من كونه يضيق ويتسع بحسب ما إذا تعلق الأمر بمبتكرات صناعية أو شارات مميزة.

فبالنسبة إلى الأسماء التجارية فان شرط الجودة يقتضي ألا يكون الاسم المراد قيده بالسجل التجاري قد سبق للغير أن يادر إلى تغييره فالعبرة بملكية الاسم التجاري تكمن الأسبقية في القيد لا في أسبقية الاستعمال لما للقيد في السجل التجاري من حجية قاطعة في إثبات استعمال الاسم التجاري¹¹⁸ إضافة إلا أن كل شخص لا يكتسب صفة التاجر إلا بالقيد في السجل التجاري و بذلك عليه اتخاذ إسم لمحله التجاري ونطاق الجودة بالنسبة للأسماء التجارية يمكن تحديده من خلال ثلاث جوانب .

أ - من حيث نوع التجارة

إن الهدف المتوخى من الأسماء التجارية هو تمييز المحلات التجارية أو الشركات التجارية عن بعضها البعض ودرء الخلط بينها وبين الشركات التجارية أو المحلات التجارية المشابهة لها تفاديا لإحداث أي لبس لدى الجمهور .

إذا ليس هناك ما يمنع لمن يمارس تجارة مختلفة استخدام ذات الاسم إذا لم يتصور وقوع اللبس أو الخلط لدى المستهلك أما إذا كان يمارس نفس النشاط لا يحق له تسجيل الاسم التجاري مما يؤدي إلى الخلط لدى المستهلك .

ب - من حيث الزمان

يعد الاسم جديدا في الحالة التي يستعمل فيها التاجر اسما تجاريا نادرا آخر بعد انقضائه أو بزوال أصله التجاري أو باعتزاله للتجارة أو بالتغييرات الطارئة كما هو الشأن بالنسبة للاندماج .

¹¹⁸ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 122

ج - من حيث المكان

يعد استخدام الاسم التجاري مقيد بحدود المكان الذي تم تسجيله فيه إذ لا يجوز لتاجر آخر استخدام نفس الاسم التجاري لتمييز محله التجاري في نفس المنطقة إلا أن ذلك لا يمنع أن تمتد الحماية القانونية في مجموع التراب الوطني إذا ما رغب التاجر في ذلك عن طريق تقديمه لطلب لدى مصلحة السجل التجاري المركزي أما إذا لم يتم بذلك فلا يحق له منع الغير من استعمال اسمه التجاري .

ثالثا : شرط المشروعية

لا يكفي أن يتصف الاسم التجاري بالتميز والجدة حتى يمكن تسجيله بل يشترط أيضا أن يكون مشروعاً ويقصد بالمشروعية ألا يكون للأسماء المخالفة للنظام العام للآداب، كما يجب أن يكون مطابقاً للحقيقة وألا يؤدي إلى تضليل الجمهور حتى يمكن الاعتداد به ومن تم تسجيله من أجل إسباغ الحماية القانونية عليه وذلك ما سنعمل على توضيحه من خلال النقطتين التاليتين :

أ- عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة

ويقصد بعبارة النظام العام والآداب العامة تلك الأسس التي يقوم عليها المجتمع سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، إلا أن فكرة النظام العام تستعص على التحديد الدقيق¹¹⁹ ولعل مرد ذلك يعود بالأساس إلى عدم وجود قاعدة ثابتة تحصر مفهوم النظام العام وتحدده تحديداً دقيقاً ومطلقاً يتماشى مع كل زمان ومكان¹²⁰ لاسيما وأنها تعتبر فكرة مرنة متغيرة من مجتمع إلى آخر وتختلف في المجتمع الواحد من زمان إلى زمان حسب المفهوم الفلسفي والسياسي والديني لكل دولة ذلك أن نفس الاسم التجاري قد تتم حمايته في بعض الدول بينما يتم رفضه في دول أخرى .

بناءً عليه فإنه أمام مرونة هذا المفهوم، لا يبقى أمام القاضي الموضوع إلا الاعتماد على معيار المصلحة العامة لتكييف ما إذا كانت هذه الوقائع أو تلك مخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو بنظم المجتمع الأساسية ومصالحه العامة.

فيما يتعلق بعدم مخالفة الاسم التجاري للنظام العام والآداب والأخلاق الحميدة، نطرح التساؤل حول المقصود بالنظام العام؟ حيث قد يختلف هذا الأخير باختلاف الأمكنة والأزمنة بل أكثر من ذلك، وأمام ما نعيشه اليوم من تطورات سريعة ومريضة في نفس الوقت وعلى مستويات عدة، والتي تؤثر بشكل أو بآخر في تقاليد الأمم وعاداتها مما ينعكس على اقتصادها

¹¹⁹ سميحة القليوني ، المرجع السابق ، 363

¹²⁰ أنظر المادة 57 من قانون المعاملات التجارية الإماراتي رقم 1993/18

وأعمالها التجارية وغيرها من هنا يحق لنا التساؤل عن هذا المفهوم في دولة دينها الإسلام بموجب الواقع والدستور .

ب - عدم التضليل

أن لا يكون الاسم التجاري أو البيان المضاف إليه مضللاً أي لا يؤدي إلى مخالطة الأوساط التجارية و الجمهور في حقيقة وطبيعة المنشأة المعنية بهذا الاسم وهكذا لا يمكن للاسم التجاري الذي يميز مؤسسة فردية أن يتضمن عبارة تفيد وجود شركة لأن ذلك من شأنه منح نوع من الائتمان الذي لا يرتكز على معطيات حقيقية .

يقصد بهذا الشرط أن يكون الاسم التجاري مطابقاً للحقيقة وألا يؤدي إلى مغالطة الجمهور في طبيعة المحل التجاري .

المطلب الثاني: الحق في الاسم التجاري

إن الاسم التجاري يمثل أحد حقوق الملكية الصناعية و التجارية التي تنتمي إلى طائفة الحقوق الذهنية (المعنوية) فهو عبارة عن ثمرة جهد فكري و نشاط ذهني يتمثل في صفة مبتكرة أو درجة ممتازة من الإتقان و هو بذلك يعد أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري و له قيمة مالية ينتفع بها التاجر

الفرع الأول : اكتساب الاسم التجاري

من المعلوم أنه لكسب ملكية أي شيء في الدنيا سواء كان مادياً أو معنوياً فإن لا بد من توافر سبب قانوني يؤدي إلى ذلك إذ الأصل أن ينشأ الحق على الاسم التجاري بالأولوية في الاستعمال أما بعض التشريعات الداخلية للدول نظمت سجلاً تجارياً لقيد الأسماء التجارية و ما تقضي به من قيد الاسم التجاري و نشره فإن باستيفاء إجراءات القيد و النشر ينشأ الحق في الاسم التجاري .

أ – ملكية الاسم التجاري

أما المشرع الجزائري يخضع لإلزامية القيد في السجل التجاري كل تاجر شخص طبيعي أو معنوي وكل مؤسسة تجارية يكون مقرها في الخارج وتفتح في الجزائر وكالة أو فرعاً أو أي مؤسسة أخرى وكل ممثلية تجارية أجنبية تمارس نشاطاً تجارياً على التراب

الوطني و معنى ذلك أن الاسم و العنوان التجاري يتم قيدهما بالسجل التجاري مع قيد المحل التجاري ذاته في نفس الطلب.

والقيد في السجل التجاري ليس هو السبب المنشئ للملكية الفكرية على الاسم التجاري لأنه يحمى دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله¹²¹ طبقاً لنص المادة 08 من اتفاقية باريس وبمقتضى هذه الحماية تكون لصاحب الاسم التجاري حق ملكيته دون الالتزام باتخاذ أي إجراء وعليه يجوز تملكه والتصرف فيه وتعود ملكيته لمن كانت له الأسبقية في استعماله بشرط أن يكون استعماله فعلياً وظاهرياً ولكن هذا الحق نسبياً نوعياً ومكانياً إذ يقتصر في حالة التاجر الفرد وشركات الأشخاص على نوع ومكان التجارة الممارسة بحيث يجوز لتاجر آخر استعمال نفس الاسم على التجارة من نوع آخر أو في نفس التجارة لكن بمكان آخر وذلك لانتهاء اللبس في هذه الحالتين أما بالنسبة لشركات الأموال التي يكون اسمها مستمد من غرضها، فإن ملكية الاسم التجاري تشمل كل إقليم الدولة وهنا المسألة موضوعية تتوقف على مدى ما يتمتع به الاسم التجاري من شهرة.

ب - التصرف في الاسم التجاري

يذهب الرأي الراجح في الفقه و القضاء المقارن إلى عدم جواز التصرف في الاسم التجاري بشكل مستقل عن التصرف بالمؤسسة التجارية و يرجع ذلك إلى ضرورة منع حدوث الخلط و اللبس لدى الجمهور و عدم وقوعهم في ضلالة الاعتقاد الخاطئ بأن المؤسسة الثانية التي تحمل ذات الاسم هي ذات المؤسسة الأولى كما أن الاسم ما هو في الحقيقة إلى عبارة عن أداة تمييز للمنشأة التجارية عن سواها و هذا التمييز يفترض بالضرورة عدم الفصل بين الاسم و المؤسسة التجارية التي تحمله .

إذ تنص المادة 8 من قانون الأسماء التجارية الأردني أنه: " لا يجوز التصرف بالاسم التجاري تصرفاً مستقلاً عن التصرف في المحل التجاري المخصص له و يجوز لمن تنقل إليه ملكية متجر أن يستخدم اسم سلفه التجاري إذا أذن الممتازل أو من ألت إليهم حقوقه في ذلك أن يضيف إلى هذا الاسم بياناً يدل على انتقال الملكية " .

أما المشرع الفرنسي فقد اعتبر الاسم التجاري عنصراً من عناصر المحل التجاري إذ يمكن التنازل عنه مع المحل التجاري لكونه له قيم مالية .

و أياً كان التصرف بالاسم التجاري بشكل مستقل عن المحل التجاري أمر غير جائز فإنه يظل من الممكن التنازل عن الاسم بصورة ملازمة و تابعة للتنازل عن المحل التجاري و ذلك وفقاً لشروط و ضوابط نظامية محددة .

¹²¹ أنظر المادة 8 من اتفاقية باريس

عن حق التصرف في الاسم التجاري فلا يوجد في قانون الجزائري نص صريح على جواز أو عدم جواز التصرف بصفة مستقلة عن المحل التجاري تحت طائلة البطلان غير أن هذا الأخير منطقيا لتجنب الخلط واللبس لدى الجمهور لكونه الوسيلة المستعملة لتمييز هذا المحل عن غيره من المحلات التجارية ولاجتذاب الزبائن ناهيك عن انفضاض العملاء على التاجر البائع و انخفاض قيمة محله التجاري، لذا تقضي المادة 96 من القانون التجاري على وجوب إدراج الاسم التجاري ضمن قائمة العناصر المباعة ولو لم يتم تحديدها في عقد البيع. يجري على الاسم التجاري ما يجري على المحل التجاري من تصرفات أو قيود كما يتوجب على البائع عدم استعمال الاسم التجاري السابق لأنه ملزم إزاء المشتري بعدة ضمانات من بينها عدم منافسة المشتري وتنقضي ملكية الاسم التجاري بطريقتين سواء بترك استعماله من قبل التاجر أو بانتهاء النشاط التجاري.

الفرع الثاني: الحماية القانونية للاسم التجاري

نظمت الدول قيد الاسم التجاري و طرق اكتسابه و اعترفت للتاجر بحق احتكاره و استعماله و التصرف فيه و عليه كان لا بد من توفير الحماية القانونية للاسم التجاري و تحصينه من أي اعتداء أو منافسة غير مشروعة من قبل الغير لذلك فقد قررت هذه التشريعات منح الاسم التجاري الحماية على الصعيد الداخلي و الصعيد الدولي و نجد أن الفقه أوجد نوعين من الجرائم التي يمكن أن تقع على الاسم التجاري

أ - جريمة غصب الاسم التجاري

و يقصد بهذه الجريمة بأن يستعمل تاجر اسما تجاريا مطابقا لاسم تجاري آخر في نوع النشاط التجاري نفسه و في مكان التسجيل نفسه بحيث يؤدي ذلك إلى تضليل الجمهور.

ب - جريمة تقليد الاسم التجاري أو تزويره

يقصد بها ن يقوم تاجر بالتعدي على الاسم التجاري يغير المملوك له عن طريق التقليد أو التزوير كأن يقوم التاجر بنسخ نفس الاسم التجاري نفسه مع إضافة بغض التعديلات الطفيفة و يهدف من وراء هذا العمل إلى إحداث اللبس و الخلط لدى العملاء .

باعتبار الاسم التجاري هو التسمية التي يستثمر فيه التاجر سواء كان تاجر فرد أو شركة تجارية قيمة المشروع التجاري فيسهم في تحديد و تشخيص المشروع من الواجهة القانونية عن باقي المشاريع الأخر كما تمكن الزبائن من التعرف عليه بحيث يشكل وسيلة

لاسيما إذا اشتهر و اكتسب سمعة تجارية كبيرة و نال ثقة الجمهور¹²² لذلك يلعب الاسم التجاري على صعيد المنافسة دورا هاما غير أنه يمكن أن يقوم أحد التجار بالتعدي على الاسم التجاري و استخدامه لخلق اللبس و ذلك باستعمال الاسم التجاري الخاص بالغير لممارسة نفس التجارة و ذلك بغرض تحويل زبائن التاجر السابق إلى التاجر اللاحق نتيجة التماس هويته على الزبائن المذكورين حيث أن استعمال التاجر الاسم التجاري لتاجر آخر شكل التباس في ذهن الزبائن حول هوية التاجر الذي يتعاملون معه و مثل هذا الالتباس قد يضر بالزبائن لاختلاف كلا التاجرين في الأمانة و وجود السلع و الخدمات التي يقدمونها كما يضر بالتاجر الذي استعمل اسمه بصورة غير شرعية نتيجة تحويل زبائنه إلى تاجر آخر الذي استعمل اسمه و هذا الاستعمال غير المشروع للاسم التجاري يمكن دفعه برفع دعوى مدنية على أساس الضرر الذي لحق بالتاجر و من ثمة المطالبة بالتعويض .

يجب أن نشير إلى أن الاسم التجاري يحمى في جميع دول الإتحاد دون الإلزام بإيداعه أو تسجيله سواء أكان جزءا من علامة صناعية أو تجارية أو لم يكن (المادة 08 من اتفاقية باريس) و التي نصت " يحمى الاسم التجاري في جميع دول الإتحاد دون الإلتزام بإيداعه أو تسجيله، سواء أكان جزءا من علامة صناعية أو تجارية أم لم يكن " ومنه لا يجوز لأية دولة يطلب فيها حماية اسم تجاري أن تفرض أو تشترط أن يكون مسجلا ولو كان التسجيل إجباريا في بلده إضافة لذلك لا يهم إن كان الاسم التجاري مستعملا في نفس الوقت كعلامة مصنع أو علامة تجارية و يترتب على ذلك أن مصير العلامة لا يؤثر على وجود الاسم التجاري وعلى سبيل المثال زوال الاسم التجاري ومنه نميز بين حالتين:

الحالة الأولى : إن كان الاسم التجاري جزءا من علامة صناعية أو تجارية، فإنه يأخذ حكمها، و يحمى داخليا ودوليا بوصفه جزءا من هذه العلامة و يتم تقرير الحماية القانونية الخاصة بالعلامة و التي تم التطرق إليها في الفصل الأول من هذا البحث .

الحالة الثانية : وإن لم يكن جزءا من العلامة فيحمى بدعوى المنافسة غير المشروعة التي تعتبر دعوى مدنية يقوم برفعها المدعي و هو الشخص المتضرر من استعمال الاسم التجاري بطريقة غير شرعية التي تنتهي بالحكم على المعتدي و هو المدعى عليه لصالح المعتدى عليه و هو المدعي إما بالتعويض جبرا للضرر اللاحق به أو بالمنع من استخدام الاسم أو بتعديله وذلك بإضافة بيان إليه ينتفي معه الخلط أو اللبس و هذا حسب طبيعة الدعوى المرفوعة التي تحدد بنوع الطلب الأصلي و يجوز الأمر بنشر الحكم في جريدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه.

المبحث الثاني : العنوان التجاري

¹²² فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 153

كما هو الحال بالنسبة للاسم التجاري فإن العنوان التجاري يلعب دورا أساسيا في جلب العملاء إلى المحل التجاري لما يقوم به من تمييز للمحل بصورة منفردة من جهة و ما يقوم به بالدعاية و التعريف به من جهة أخرى

المطلب الأول : ماهية العنوان التجاري

إن محاولة معرفة نظام العنوان التجاري باعتباره حق من حقوق الملكية الصناعية و التجارية كما أنه يمثل قيمة مالية جد مهمة للمحل التجاري فهذا كله يدعونا إلى التطرق لتعريفه و شروطه .

الفرع الأول : تعريفه

يعرف بعض الفقهاء العرب العنوان التجاري وفقا للقانون المصري Raison commercial بأنه التسمية المبتكرة Un nom de fantaisie التي يتخذها التاجر لمحلته التجاري لتمييزه عن غيره من المحلات التجارية، مثل استخدام عبارات "الصالون الذهبي" أو "الخلود للعطور" أو "الملاك الأزرق" أو "الأنيق" أو غيرها بحيث يكون لهذه التسمية وقع في نفوس العملاء، تجذبهم إلى التعامل مع المحل وبالتالي يكون لها قيمة اقتصادية ولذلك تعد عنصرا معنويا جوهريا من عناصر المحل التجاري¹²³.

كما سبق الذكر بخصوص الاسم التجاري فإن العنوان التجاري يعتبر هو الآخر من الأموال اللازمة لاستغلال المحل التجاري و هذا ما جاءت به المادة 78 من القانون التجاري السالفة الذكر .

لذا يمكن أن نعرف العنوان التجاري بأنه تسمية مبتكرة أو إشارة أو رمز توضع على لافتة المحل التجاري كشعار خارجي بغرض تمييزه عن غيره من المحلات التجارية، وتسهيل عملية وصول المستهلكين إليه.

قد سبق الإشارة إلى أن الاسم التجاري قد يستعمل كعنوان تجاري و يختلط معه عندما يوضع على لافتة المحل التجاري مثلا عند زيان أحمد، وبالمقابل تتخذ شركات المساهمة والشركات ذات المسؤولية المحدودة عنونها التجاري كاسم تجاري لها و بعكس الاسم التجاري فإن اتخاذ التاجر لعنوان تجاري هو أمر اختياري وليس وجوبي غير أنه وجوبي لبعض الشركات التجارية و هذا طبقا لنص المواد 552 و 564 من القانون التجاري.

¹²³ سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، در النهضة العربية ، القاهرة ، 1996 ، ص422

وظائف العنوان التجاري

يخلط بعض شراح القانون التجاري بين وظائف العنوان التجاري والاسم التجاري وذلك بسبب خلطهم بين العنوان التجاري والاسم التجاري من ناحية وبسبب اعتمادهم على شروحات فقهاء القانون المصري الخاصة بالاسم التجاري من ناحية أخرى يؤدي العنوان التجاري وظيفتين أساسيتين تتمثل في :

الوظيفة الأولى : أنه بواسطة العنوان التجاري وليس بواسطة غيره يستطيع التاجر أن يبرم جميع صفقاته التجارية فتاجر التجزئة يشتري من تاجر الجملة باسمه المدني ويوقع معه عقودا بهذا الاسم ويحرر له أوراقا تجارية أيضا بهذا الاسم كما ويقوم بتوقيع جميع الأوراق الرسمية وغير الرسمية بهذا الاسم وليس بغيره وذلك لأن نشاطه المتعلق بالمحل التجاري لا يشكل ذمة مالية مستقلة وإنما هو مجرد عنصر من عناصر ذمته المالية.

الوظيفة الثانية : فهي أكثر ما تتعلق بالمحل التجاري نفسه إذ يجب على التاجر أن يكتب هذا العنوان في مدخل متجره إلى أن المقصود بذلك هو أن يكون التاجر مسجلا في سجل التجاري المعد لهذا الغرض وحاصلا على شهادة تسجيل تحتوي على اسمه ويجب أن يقوم بتعليق هذه الشهادة في مكان بارز داخل متجره وذلك لكي يكون الغير سواء الزبائن أو التجار الآخرون أو الجهات الرسمية على بينة من الأمر عندما يرتادون هذا المحل التجاري بأنه مملوك لزيد وليس لعمر ولم يجبر القانون الأردني التاجر على كتابة عنوانه التجاري على باب المتجر على خلاف ما قرره القانون الإماراتي.

لكن ليس هناك ما يمنع في قانوننا من أن يكتب التاجر هذا العنوان على واجهة متجره وان يتخذ ذات العنوان التجاري اسما تجاريا لمحلته التجاري وفي هذه الحالة يندمج العنوان بالاسم ويؤدي أيضا نفس وظائف الاسم التجاري و به تتميز المتجر عن غيره من المتاجر الأخرى بحيث يكون دالة الغير على المحل التجاري وعلى التاجر في نفس الوقت ولا يلزم التاجر في هذه الحالة بقيد هذا العنوان التجاري في سجل الأسماء التجارية بموجب قانون تسجيل الأسماء التجارية طالما أنه اسمه الحقيقي.

الفرع الثاني: شروطه

بوصف العنوان التجاري تسمية مبتكرة و باعتباره عنصر من عناصر الملكية الصناعية هذا من جهة و باعتباره عنصر من العناصر الأساسية في المحل التجاري مثله مثل الاسم التجاري فإن نفس الشروط الواجبة في الاسم التجاري التي أوردناه سبقا هي شروط العنوان التجاري نتطرق إليها باختصار شديد و هي :

- 1- يجب أن يكون جديداً: أي لم يسبق استعماله من تاجر آخر يمارس التجارة نفسها أو تجارة أخرى بنفس المكان.
- 2- يجب أن يكون مبتكراً: وبالتالي لا تحمي تسميات العادية أو الشائعة باعتبار استعمالها مباحاً للجميع كتسمية "الصور الفنية".
- 3- يجب أن يكون مشروعاً و يقصد بالمشروعية أن لا يكون العنوان التجاري مخالفاً للنظام العام أو حسن الآداب كما يجب أن لا يؤدي إلى تضليل الجمهور .

المطلب الثاني: الحق في العنوان التجاري

توصلنا في المبحث السابق إلى أن العنوان التجاري هو الاسم واللقب الحقيقي (الاسم المدني) للتاجر الفرد وأسماء و/أو ألقاب الشركاء الحقيقية في شركة التضامن، أو أسماء و/أو ألقاب الشركاء المتضامنين في شركة التوصية بنوعيتها كما توصلنا أيضاً إلى أن العنوان التجاري يرتبط بالمحل التجاري و عنصر معنوي من عناصر المتجر كما يعتبر من الأموال التابعة للمحل التجاري و وبالتالي فإن العنوان التجاري له قيمة مالية تختلف باختلاف أثر العنوان التجاري في نفوس العملاء و مدى قيمة أرباح المحل التجاري لذا يمكن التعامل بهذه القيمة المالية .

غير أن بعض الفقهاء يرون غير ذلك خاصة شراح القانون الأردني إذا لم يكن العنوان التجاري هو نفسه الاسم التجاري وإنما كان للمحل اسم تجاري آخر فإن هذا العنوان يبقى مجرد اسم صاحبه المدني وبالتالي لا يقبل التنازل عنه لأنه جزء من شخصية صاحبه وفي هذه الحالة قد ينتقل المتجر من شخص إلى آخر وينتقل معه الاسم وليس العنوان وبالتالي فالاسم التجاري أكثر ثباتاً من العنوان التجاري وأكثر التصاقاً بالمتجر¹²⁴.
وعليه فإن حق التاجر على عنوانه التجاري هو حق من الحقوق اللصيقة بالشخص كالحق في الحياة والحق في حرية القول والعقيدة وهو حق غير قابل للتعامل ويحميه القانون المدني.

الفرع الأول: اكتساب العنوان التجاري

يمتلك العنوان التجاري التاجر السابق في استعماله استعمالاً فعلياً وظاهراً ويتحقق ذلك بوضع العنوان على لافتة المحل و استعماله في جميع المعاملات الخاصة بالمحل التجاري وهي كالاسم التجاري عنصر من عناصر المحل تنقضي ملكيته بعدم استعماله أو بزوال المحل

¹²⁴ علي العبيدي ، القانون التجاري المغربي ، دار الثقافة ، عمان ، 1966 ، ص 1860 .

التجاري أو بالتصرف فيه علما أنه يبطل التصرف فيه مستقلا عن المحل لنفس الحكمة هي تجذب إيقاع الجمهور في اللبس .

يخضع لإلزامية القيد في السجل التجاري كل تاجر شخص طبيعي أو معنوي وكل مؤسسة تجارية يكون مقرها في الخارج وتفتح في الجزائر وكالة أو فرعا أو أي مؤسسة أخرى وكل ممثلية تجارية أجنبية تمارس نشاطا تجاريا على التراب الوطني¹²⁵ و معنى ذلك أن الاسم و العنوان التجاري يتم قيدهما بالسجل التجاري مع قيد المحل التجاري ذاته في نفس الطلب.

القيد في السجل التجاري ليس هو السبب المنشئ للملكية الفكرية على العنوان التجاري لأنه يحمى دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله طبقا لنص المادة 08 من اتفاقية باريس وبمقتضى هذه الحماية تكون لصاحب الاسم التجاري حق ملكيته دون الالتزام باتخاذ أي إجراء وعليه يجوز تملكه والتصرف فيه .

أ - ملكية العنوان التجاري

انطلاقا من النصوص التشريعي السالف الذكر و نص الاتفاقية فإن حق تملك العنوان التجاري لا يخضع لشرط إجبارية القيد في السجل التجاري و إنما تعود ملكيته إلى التاجر الذي استعمله أولا فالأسبقية هي التي تحدد لمن تعود ملكية العنوان التجاري و ليس التسجيل في السجل التجاري إلا أنه يمكن للتاجر و لزيادة الحماية القانونية على عنوانه التجاري أن يقوم بقيد في السجل التجاري لأن تسجيل العنوان ليس إجباريا هذا من جهة .

كما أن الأسبقية في استعمال العنوان التجاري لا تكفي لتملكه و إنما هناك شرط آخر متعلق بالاستعمال نفسه و هو أن يقوم التاجر باستعمال العنوان التجاري استعمالا فعليا و ظاهرا حتى يمكن أن يعلم الجمهور بأن العنوان التجاري مستعمل من طرف التاجر و هو ملكه هذا من جهة أخرى

ب - التصرف في العنوان التجاري

كما سبق الإشارة سابقا بخصوص الاسم التجاري فلا يوجد في قانون الجزائري نص صريح على جواز أو عدم جواز التصرف في العنوان التجاري بصفة مستقلة عن المحل التجاري تحت طائلة البطلان غير أن سكوت المشرع في النص على كيفية التصرف في العنوان التجاري لا يمنع التاجر من التصرف فيه كون أن العنوان التجاري هو من الحقوق الصناعية التي يمكن أن يكتسبها التاجر و باعتباره حق فيمكن التصرف فيه بشتى الطرق

¹²⁵ المادة 4 من المرسوم التنفيذي 97-41 المؤرخ في 18/01/1997 المتعلق بشروط القيد في السجل التجاري، عدد الجريدة الرسمية 5، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 03-453 المؤرخ في 01/12/2003، عدد الجريدة الرسمية

المقررة قانونا لكن هذه القاعدة العامة يرد عليها قيد و هو أن التصرف في العنوان التجاري لا يكون إلا بالتصرف في المحل التجاري و هذا لسببين اثنين
السبب الأول يتمثل في كون العنوان التجاري من عناصر المحل التجاري و هو من الأموال التابعة للمحل التجاري و هذا لا يمكن فصل العنصر على الأصل لأن فصل العنوان التجاري عن المحل التجاري يمكن أن يفقد المحل التجاري قيمته التجارية .
السبب الثاني يتمثل في تجنب الخلط واللبس لدى الجمهور، لكونه الوسيلة المستعملة لتمييز هذا المحل عن غيره من المحلات التجارية ولاجتذاب الزبائن إذ لا يمكن تصور إنتقال العنوان التجاري من محل ذا سمعة و رأسمال كبيرين إلى محل تجاري ليس له أي قيمة تجارية في نظر الجمهور .

الفرع الثاني : الحماية القانونية للعنوان التجاري

حماية حق ملكية العنوان التجاري نسبية من حيث نوع التجارة ومكان مزاولتها وقد تتسع وتضيق حسب ما يتمتع به المحل من شهرة وما تحدثه هذه الشهرة من لبس¹²⁶ ووسيلة هذه الحماية هي دعوى المنافسة غير المشروعة غايتها تعويض الضرر واتخاذ الإجراءات الكفيلة بعدم وقوعه مستقبلا كمنع استخدام العنوان أو تعديله بإضافة بيان إليه لينتفى اللبس.
تنطبق عليه المادة 08 من اتفاقية باريس التي تقضي بحمايته في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء كان جزءا من علامة تجارية أم لم يكن.
ونخلص من هذا أن حكم العنوان التجاري من حيث الحماية القانونية هو حكم الاسم التجاري عند تطابقه معه أو حكم العلامة التجارية عند تطابقه معها أي إذا تضمن الاسم التجاري تسمية مبتكرة كإشارة متميزة هي ذاتها العلامة التجارية لمنتجاته وخدماته، كما أنه يعد من حقوق الملكية الصناعية طبقا لاتفاقية باريس واتفاقية المنظمة العالمية للملكية الفكرية.
نفترض أن اعتداء ما وقع على العنوان التجاري وذلك بأن قام شخص باستعمال عنوان تجاري مسجل لغيره خلافا للأحكام المنصوص عليها في قانون التجارة كأن يقوم شخص بغصب أو تقليد عنوان تجاري عائد لغيره بأي صورة من الصور المخالفة للقانون فيجوز للتاجر المسجل قبلا أن يطلب من المحكمة المختصة منع استعمال هذا العنوان التجاري، أو شطبته إذا كان مسجلا وله أيضا المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر سواء كان استعمال ذلك العنوان عن قصد أو عن تقصير.

1. منع استعمال العنوان التجاري الذي تم استعماله

¹²⁶ سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 398

خلافًا لأحكام القانون ويكون ذلك عادةً بإلزامه بإضافة أي بيان تمييزه عن العنوان المسجل سابقًا ومصادرة جميع الأوراق والبضائع التي تحمل العنوان المعتدى عليه.

2. شطب العنوان التجاري المسجل أو تعديله

لا يجوز هذا الشطب بطبيعة الحال إلا إذا كان الشخص الذي استعمل هذا العنوان غير محق مطلقًا في استعماله وذلك في الحالة التي يكون فيها التاجر يستعمل نفس العنوان التجاري الخاص بغيره و هذا بقصد إحداث اللبس في صفوف المستهلكين و في هذه الحالة يجب على المحكمة أن تمنع الشخص المسجل لاحقًا من استعمال ذات العنوان المشابه لعنوان مسجل قبلا بدون إضافة تميزه عن العنوان السابق، أي أن المحكمة تلزمه بإجراء إضافة على عنوانه التجاري لدرء الخلط أو اللبس أو المنافسة غير المشروعة نتيجة لتشابه العناوين التجارية أو الحكم بشطب العنوان التجاري و بذلك يمنع التاجر المخالف من استعمال ذلك العنوان التجاري

3. التعويض

أجاز التشريع الجزائري بموجب المادة 124 من القانون المدني على أنه يجوز لكل شخص أصابه ضرر أن يطلب الحكم له بتعويض مناسب على عاتق المتسبب في ذلك اضرار و انطلاقًا من القاعدة العامة فإنه يحق للتاجر المعتدى على عنوانه التجاري، المطالبة بالتعويض عما أصابه من ضرر، سواء أكان التاجر المعتدي تقصد هذا أم كان الاعتداء نتيجة تقصيره، وإهماله لكن يشترط على رافع الدعوى أن يقوم بإثبات الضرر والخطأ و العلاقة السببية بينهما .

على غرار الدعوى المدنية التي أساسها الضرر اللاحق بالتاجر فإنه يمكن حماية العنوان التجاري على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة فهي أوسع نطاقًا من الحماية المدنية الخاصة¹²⁷ إذ يجوز لصاحب العنوان التجاري الذي تم الاعتداء عليه حماية عنوانه التجاري على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة ومن ثمة يحق له المطالبة بالتعويض في حالة وقوع الضرر أو اتخاذ أي من الإجراءات التحفظية ذات الصلة لمنع وقوع الضرر سواء قبل أو أثناء رفع هذه الدعوى وذلك إذا ما توافرت شروط هذه الدعوى وفقا لقانون المنافسة.

¹²⁷ سميحة القليوب ، المرجع السابق ، ص 399

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع الحماية القانونية للإشارات المميزة في ظل التشريع الجزائري تبين لنا العلامة بمختلف أنواعها و تسمية المنشأ تقوم بتمييز المنتجات عن غيره وهي توضع على المنتج أم الاسم و العنوان التجاري فيقوم بتمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات الأخرى و رغم اختلاف الوظيفة التي تقوم بها كل إشارة من الإشارات المميزة فيبقى الهدف واحد وهو اكتساب الشهرة الوطنية و حتى الدولية من أجل تحقيق الربح نتيجة الثقة التي يضعها الزبائن في هذه الإشارات .

نظرا إلى نموذج التنمية الذي اعتنقته الجزائر و الذي يقوم على أساس منطق سياسي اجتماعي مرتبط ارتباطا وثيقا بأزمة متعددة الأوجه فقد أدى هذا الخيار إلى تهميش القطاع الاقتصادي وما يتضمنه من فاعلية و مردودية في نشاط المؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي إذ لم يتبين للدولة ضرورة الاعتماد على وسائل جديدة للخروج من الأزمة إلا بعد تدهور السوق النفطية و هذا ما جعل الجزائر تقوم بعدة إصلاحات كرسنها في إطار قانوني تمثل في مجموعة من النصوص التشريعية بهدف تقرير الحماية لحقوق الملكية الصناعية تجسيدا لفكرة المنافسة الحرة و مبدأ حرية التجارة و الصناعة .

إلا أن ما يؤخذ عل المشرع الجزائري أنه استمد جميع النصوص القانونية المتعلقة بالملكية الصناعية من قوانين الدول ذات الاقتصاد الحر في حين كان ينتهج سياسة الاقتصاد الموجه إضافة إلا أن جميع تلك النصوص القانونية جاءت مبعثرة يصعب على القاضي تطبيقها فطبيعة حقوق الملكية الصناعية و خاصة الإشارات المميزة تقتضي جمع هذه النصوص في تقنين خاص بها كما فعل ذلك المشرع الفرنسي .

و لعل مسارعة الجزائر لتكييف مع توصيات الحركة الدولية لحماية الإشارات المميزة بصفة خاصة و حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة قد أفرز تحيين سلسلة النصوص المتعلقة بها سنة 2003 ما عدا فيما يخص تسميات المنشأ تبقى النصوص المنظمة لها قديمة في محتواها .

و إلى ضرورة تحديث النصوص القانونية التي تكفل الحماية القانونية للإشارات المميزة على اختلاف أصنافها لابد في هذا السياق من توحيد نظام العقوبات المتعلق بالاعتداء على هذه الحقوق أو على الأقل التجميع في نص واحد .

كما أن الجزائر تفتقر لمحاكم مختصة في مجال تقليد حقوق الملكية الصناعية و التجارية بما يقضي التأكيد على تكوين خاص للقضاة في هذا الموضوع و ذلك تفعيلاً لدور القضاء في مكافحة الاعتداء على هذه الحقوق .

و أخيرا ما يمكن قوله في ظل التحولات الكبيرة للسوق الاقتصادي و للاقتصاد الوطني و انتعاشه في نظام اقتصاد السوق فإن المؤسسات الوطنية اليوم ملزمة بتنظيم نفسها لمواجهة المنافسة الحرة كما ن عليها أن تتأقلم و المحيط الاقتصادي و أن تأخذ بعين الاعتبار أنظمة الحماية المعروفة في العالم و المتعلقة بضمان أمانة المعاملات التجارية و حماية الملكية الصناعية بصفة عامة و الإشارات المميزة بصفة خاصة التي تمثل أحد الجوانب التي لا يمكن إهمالها و التي تسمح بتشجيع مبادرة الإبداع مع قمع الأعمال التي تعتبر عامة أعمالا منافسة غير مشروعة .

قائمة المصادر و المراجع

أولا :قائمة المصادر

- إتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 لحماية الملكية الفكرية
- إتفاقية لشبونة المؤرخة في المتعلقة بحماية تسميات المنشأو التسجيل الدولي لها
- الإتفاق الموقع في نيروبي في 26 يوليو 1981 الذي يمنع إتخاذ الإشارات الأولمبية كعلامة .
- القرار رقم2239 الصادر بتاريخ 1970/05/01 الجريدة الرسمية المغربية

- قانون المعاملات الإماراتي رقم 18/1993 .

ثانيا : قائمة المراجع

أ – المراجع باللغة العربية

1 المؤلفات

- أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائري العام ، الديون الوطني للأشغال التربوية ، الطبعة الأولى ، 2002 .
- أحمد محرز ، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1980 .
- الخولي أكثم ، القانون التجاري ، دار النهضة ، القاهرة ، 1964 .
- الناهي صلاح الدين عبد اللطيف ، الملكية المعنوية من الواجهتين العراقية و الموازية ، مجلة القضاء العراقية العدد 1 ، 1948 .
- القاضي أنطوان الناشف ، الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد دراسة تحليلية شاملة ، منشورات الحلبي ، بيروت ، 1999 .
- جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2004 .
- حمادي زوبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، طبعة 2012
- سائد أحمد الخولي، حقوق الملكية الصناعية، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2004 .
- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر الطبعة الأولى 1988
- سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2005 .
- عباس محمد حسني ، التشريع الصناعي ، دار النهضة ، القاهرة ، 1967 .
- علي العبيدي ، القانون التجاري المغربي ، دار الثقافة ، عمان ، 1966 .

- عدنان غسان برانبو ، التنظيم القانوني للعلامات التجارية ، دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2012 .
- فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المحل التجاري و الحقوق الفكرية ، القسم الأول المحل التجاري ، عناصره ، طبيعته القانونية و العمليات الواردة عليه ، ابن خلدون للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2001 .
- فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، الحقوق الفكرية ، حماية الملكية الصناعية و التجارية ، حقوق الملكية الأدبية و الفنية ، ابن خلدون للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2006 .
- محمد ابراهيم الوالي -حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري - ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر 1983 .
- مصطفى كمال طه-اصول القانون التجاري - الدار الجامعية للطباعة و النشر - الاسكندرية 1986.
- نعيم مغيب - الماركات الصناعية و التجارية -دراسة في القانون المقارن -الطبعة الاولى-2005
- نسرين بلهوارى ، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري ، دار بلقيس ، الجزائر ، 2014
- نسرين شريقي ، حقوق الملكية الفكرية ،حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة ، حقوق الملكية الصناعية ، دار بلقيس ، الجزائر ، 2014 .

2 المقالات

- بيوت نذير ، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية ، مقال منشور في المجلة القضائية للمحكمة العليا ، العدد الاول لسنة 2000.
- خطابي نسيم و فاس ليديا ، محاضرة التطبيقات القضائية في مجال العلامات التجارية ، ملتقى حول الملكية الفكرية ، 12 و13/12/2005 ، نزل الاوراسي

3 القوانين

- الامر رقم 57/66 المتعلق بعلامات الصنع و العلامات التجارية المؤرخ في 19/03/1966، الجريدة الرسمية لسنة 1966.
- الامر رقم 86/66 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية ، جريدة رسمية لسنة 1966.
- الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 22/03/1972 المتضمن الإنضمام إلى بعض الإتفاقيات ، الجريد الرسمية العدد 23.
- الامر رقم 02/75 المؤرخ في 09/01/1975 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20/03/1883، جريدة رسمية لسنة 1975، العدد 10.
- الامر رقم 59/75 المؤرخ في 26/09/1975 المؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون التجاري المعدل بالقانون رقم 02/05 المؤرخ في 06/02/2005 ، جريدة رسمية لسنة 2005، العدد 11..
- الأمر رقم 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسمية المنشأ الجريدة الرسمية العدد 59
- القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك ، جريدة رسمية لسنة 1989 ، العدد 06.
- القانون رقم 68/98 المؤرخ في 21 فيفري 1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الجريدة الرسمية العدد 11
- القانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 أوت 1998 الذي يعدل و يتمم القانون رقم 07/79 المؤرخ في يوليو المتضمن قانون الجمارك .
- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية لسنة 2003، عدد 44.
- الامر رقم 07/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق ببراءة الاختراع ، جريدة رسمية لسنة 2003، العدد 44.
- قانون الجمارك المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 12/12 المؤرخ في 26/12/2012

4 المراسيم و الفرارات

- المرسوم التطبيقي رقم 121/76 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بكيفيات تسجيل و إشهار تسمية المنشأ ، الجريدة الرسمية العدد 59 .

- المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 1998/02/21 يتضمن انشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و يحدد قانونه الاساسي، جريدة رسمية لسنة 1998 ، العدد 11
- المرسوم التنفيذي رقم 41/97 المؤرخ في 1997/01/18 المتعلق بشروط القيد في السجل التجاري
- الجريدة الرسمية العدد 5 المعدل و المتم بالمرسوم التنفيذي رقم 453/03 المؤرخ في 2003/12/01 الجريدة الرسمية العدد 75
- المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 2005/08/02 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، الجريدة الرسمية لسنة 2005 عدد 54.
- القرار الصادر عن وزير المالية في 15 يوليو 2002 و الذي يحدد كفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، الجريدة الرسمية لسنة 2002، عدد 56.
- قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 1999/07/13 المنشور بالمجلة القضائية لسنة 2000 .

ب - المراجع باللغة الفرنسية

1. 2. ALBERT Chavanne et Jean Jaques BURT, Droit de la propriété industrielle, Dalloz Delta, 5^{ème} édition, Liban 1998.
2. 3. Jaques AZEMA, Lamy droit comercial, propriété industrielle, Edition Lamy, Paris 1997.

الفهرس

| | |
|------|--|
| ص أ | مقدمة |
| ص 1 | الفصل الأول : نظام العلامة |
| ص 2 | المبحث الأول: ماهية العلامة |
| ص 2 | المطلب الأول: تعريف العلامة و تمييزها عن باقي الحقوق |
| ص 2 | الفرع الأول: تعريف العلامة |
| ص 3 | الفرع الثاني : تمييزها عن باقي الحقوق |
| ص 7 | المطلب الثاني : تصنيف العلامات |
| ص 7 | الفرع الأول: أنواع العلامات |
| ص 10 | الفرع الثاني : أشكال العلامات |
| ص 11 | المبحث الثاني: الحق في العلامة ووسائل حمايته |
| ص 12 | المطلب الأول: شروط و آثار اكتساب الحق في العلامة |
| ص 12 | الفرع الأول :شروط اكتساب العلامة |
| ص 16 | الفرع الثاني: الآثار القانونية لنشوء الحق في العلامة |
| ص 20 | المطلب الثاني الحماية القانونية للعلامة |
| ص 20 | الفرع الأول: الحماية القانونية للعلامة على المستوى الوطني |
| ص 27 | الفرع الثاني : الحماية القانونية على المستوى الدولي |
| ص 29 | الفصل الثاني: نظام تسمية المنشأ |
| ص 30 | المبحث الأول :ماهية تسمية المنشأ |
| ص 30 | المطلب الأول : مفهوم تسمية المنشأ و تمييزها عن باقي الحقوق |
| ص 30 | الفرع الأول : تعريفها و أهميتها |
| ص 33 | الفرع الثاني : تمييز تسمية المنشأ عن باقي الحقوق |
| ص 35 | المطلب الثاني:شروط حماية الحق في تسمية المنشأ |
| ص 36 | الفرع الأول :الشروط الموضوعية |
| ص 38 | الفرع الثاني :الشروط الشكلية |
| ص 42 | المبحث الثاني : الحق في تسمية المنشأ |
| ص 43 | المطلب الأول :آثار اكتساب الحق في تسمية المنشأ |

| | |
|---|------|
| الفرع الأول : اكتساب الحق في تسمية المنشأ | ص 43 |
| الفرع الثاني :انقضاء تسميات المنشأ | ص 45 |
| المطلب الثاني :الحماية القانونية لتسميات المنشأ | ص 47 |
| الفرع الأول: الحماية الوطنية | ص 47 |
| الفرع الثاني : الحماية الدولية | ص 50 |
| الفصل الثالث :نظام الاسم و العنوان التجاري | ص 52 |
| المبحث الأول :الاسم التجاري | ص 53 |
| المطلب الأول: ماهية الاسم التجاري | ص 53 |
| الفرع الأول :مفهوم الاسم التجاري | ص 54 |
| الفرع الثاني:شروطه | ص 58 |
| المطلب الثاني: الحق في الاسم التجاري | ص 61 |
| الفرع الأول :اكتساب الاسم التجاري | ص 61 |
| الفرع الثاني :الحماية القانونية للاسم التجاري | ص 63 |
| المبحث الثاني : العنوان التجاري | ص 65 |
| الفرع الأول :تعريفه | ص 65 |
| الفرع الثاني :شروطه | ص 67 |
| المطلب الثاني: الحق في العنوان التجاري | ص 67 |
| الفرع الأول :اكتساب العنوان التجاري | ص 68 |
| الفرع الثاني :الحماية القانونية للعنوان التجاري | ص 70 |
| خاتمة | ص 71 |
| قائمة المصادر والمراجع | ص 7 |