

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الحماية الجنائية للعلامة التجارية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص: قانون جنائي و علوم جنائية

تحت إشراف

الأستاذ شيخ قويدر

إعداد الطالبة

فيلاي فوزية

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

أستاذ التعليم العالي

الدكتور نقادي حفيظ

مشرفا ومقررا

الأستاذ شيخ قويدر

عضوا مناقشا

الدكتور عياشي بوزيان

السنة الجامعية 2014-2015

إهداء

أهدي هذا العمل إلى

الوالدين الكريمين، و قل ربي ارحمهما كما

ربياني صغيرا

إخوتي ، طاهر ، أمين ، نبيل ، ياسين

إلى كل الأصدقاء و الزملاء

إلى كل أساتذتي بكلية الحقوق

والعلوم السياسية

فوزية

شكر

نشكر الله و نحمده حمدا كثيرا طيبا و مباركا على توفيقه لنا لهذا العمل

نشكر الأستاذ المشرف على النصائح و الإرشادات التي تفضل بها علي

كما أتقدم بعظيم الامتنان إلى الأستاذ الدكتور نقادي حفيظ

أشكر كل من قدم لي يد العون لإنجاز هذا العمل

و الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ الْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالَّذِي
يُعِيدُ النَّاسَ
وَالَّذِي يُدَبِّرُ
الْأَمْرَ وَاللَّهُ
بِشَيْءٍ قَدِيرٌ

خطة البحث

مقدمة

الفصل الأول: ماهية العلامة التجارية

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتميزها عن بعض المفاهيم المشابهة لها.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن بعض المفاهيم المشابهة لها

المطلب الثاني : أشكال العلامة التجارية و أنواعها

الفرع الأول : أشكال العلامة التجارية

الفرع الثاني : أنواع العلامة التجارية

المبحث الثاني: شروط العلامة التجارية

المطلب الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية

الفرع الأول: أن تكون العلامة ذات طابع مميز

الفرع الثاني: أن تكون العلامة ذات طابع جديد

الفرع الثالث: أن تكون العلامة مشروعة

المطلب الثاني : الشروط الشكلية للعلامة التجارية

الفرع الأول: الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية

الفرع الثاني : إجراءات إيداع و تسجيل العلامة التجارية

المبحث الثالث : آثار تسجيل العلامة

خطة البحث

المطلب الأول : الحقوق الواردة على العلامة

الفرع الأول : حق ملكية العلامة

الفرع الثاني : حق التصرف في العلامة

المطلب الثاني : فقدان الحق في العلامة التجارية

الفرع الأول : إنقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها

الفرع الثاني : إنقضاء العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها

الفصل الثاني : الحماية الجنائية للعلامة التجارية

المبحث الأول: الحماية الجنائية للعلامة في التشريعات الداخلية

المطلب الأول: مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة

الفرع الأول : مفهوم جرائم تقليد العلامة

الفرع الثاني : إستعمال علامة مطابقة

الفرع الثالث: إستعمال علامة مشابهة

الفرع الرابع : بيع أو عرض منتجات أو خدمات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض

هذه المنتجات للبيع

الفرع الخامس: وضع علامة تجارية مملوكة للغير

المطلب الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة

الفرع الأول: جريمة عدم وضع علامة أو وضع علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها

الفرع الثاني : جريمة الخداع

خطة البحث

الفرع الثالث : جرائم التشريع المقارن

المبحث الثاني : الحماية الجنائية للعلامة وفقا للإتفاقيات الدولية

المطلب الأول : آليات الحماية الجنائية للعلامة بمقتضى اتفاقية باريس

الفرع الأول : شروط تسجيل العلامة وفقا لاتفاقية باريس

الفرع الثاني : حماية العلامة وفقا لاتفاقية باريس

المطلب الثاني : آليات الحماية الجنائية للعلامة بمقتضى اتفاقية تريبس

الفرع الأول : شروط تسجيل العلامة وفقا لإتفاقية تريبس

الفرع الثاني : حقوق صاحب العلامة و إلتزاماته

الفرع الثالث : الحماية المقررة للعلامة وفقا لإتفاقية تريبس

المبحث الثالث : نطاق المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية

المطلب الأول : أحكام المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية

الفرع الأول: أصل المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي في جرائم التعدي على العلامة.

الفرع الثاني : مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامة

المطلب الثاني :العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة

الفرع الأول : العقوبات الأصلية

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

الخاتمة

خطة البحث

صَفَاءُ مَهْ

الملكية الفكرية لا تتعلق بالأشياء وإنما هي الحق الذي يتمتع به الشخص على إبداعاته الفكرية و الذهنية ، و هذا الحق الذي يخول له إستثنائاً تجاه الغير لإستغلال إبداعاته و إبتكاراته و الإستفادة منها مالياً ، لذلك تعددت مظاهر الملكية الفكرية بتعدد مجالات الإنتاج الفكري ، هذا الأخير الذي أثر في العلاقات الإنسانية و تقدمها داخل المجتمع الوطني أو على الصعيد الدولي و تأثر بها .

و تنقسم حقوق الملكية الفكرية إلى قسمين ، يتمثل الأول في الملكية الأدبية و الفنية و الحقوق المجاورة و المرتبطة بها ، و القسم الثاني يتمثل في الملكية الصناعية و التجارية و ترك حقوق الملكية الصناعية و التجارية على مال معنوي منقول في الإبتكارات الجديدة و في الإشارات المميزة ، حيث حقوق الملكية الصناعية تنقسم إلى مجموعة ترد على إبتكارات جديدة تتمثل في براءات الإختراع و الرسوم و النماذج الصناعية و مجموعة أخرى ترد على علامات و إشارات مميزة تتمثل العلامات التجارية و الصناعية و الخدمية و الأسماء التجارية و تسميات المنشأ و تخول هذه الحقوق لصاحبها أن يستأثر قبل الكافة بالإستغلالها و الإستفادة منها مالياً ، حيث أن المجتمع وجد أنه من الضرورة أن يتم منح أصحاب هذه الحقوق إحتكاراً معيناً منوطاً بالقانون لإستغلال ملكيتهم الصناعية دون الآخرين ، المنافسة لهم في السوق و من دون مقابل بأن قوانين الملكية الصناعية ما هي بمعناها الواسع إلا قوانين لتنظيم المنافسة في السوق .

- و عليه تقوم دراستنا على موضوع يحتل أهمية كبيرة من ضمن حقوق الملكية الصناعية " العلامات " ، حيث كان استخدام العلامات التجارية إلزامياً في القرون الوسطى في ظل نظام الطوائف لتمييز منتجات كل طائفة عن الأخرى بل كانت هناك علامات خاصة بكل من الصناع داخل الطائفة الواحدة ، حتى يسهل معرفة صانعها و مدى جودتها ، بحيث تصادر أو تحطم كل سلعة ليس عليها علامة ضماناً لحماية المستهلكين ، و بإلغاء هذا النظام صدر قانون العلامات في 23 جوان 1857 و المتعلق بالعلامات و هو المعمول به الآن في أغلب دول العالم ، فقد كان هذا الأخير في الجزائر ينظم العلامة إلى غاية 1966 ، أين

صدر الأمر رقم 57/66 في نفس السنة و المتمم في سنة 1967 ، و ألقى هذا الأمر بالأمر رقم 06/03 الذي عرف العلامات في مادته الثانية.

و نظرا للعدد المتزايد للعلامات يدل على النمو الإقتصادي المحلي و الوطني التي يجدر حمايتها ، فعلى المستوى الدولي تم الإهتمام بحماية حقوق الملكية الصناعة لاسيما العلامة منذ أمد طويل ، ولقد حدث تعاون فعلي على مستوى الدولي بشأن حماية العلامة التجارية أثمر هذا التعاون على إبرام العديد من الإتفاقيات و المعاهدات في مجال العلامة التجارية وذلك لأنه لم تكف الحماية الوطنية لهذه الحقوق .

و تجدر الإشارة إلى أن الجزائر تعتبر من بين أهم الدول العربية لخمس المراقبة التي تنتظر قرار قبولها كدول أعضاء في إتفاقية منظمة التجارة العالمية.

و البحث في موضوع العلامة تحديدا، يحتل أهمية بالغة من جانبيين

أولهما : أن العلامة بالنسبة للمشروع الإقتصادي أو المحلل التجاري تعد أحد الوسائل الهامة في نجاحه.

أما الجانب الثاني :تتعلق أهمية العلامة بجمهور المستهلكين و ترجع دوافع إختيار هذا الموضوع على أن العلامة كوسيلة من أهم الوسائل التي تمارس من خلالها المنافسة لجلب العملاء وجمهور المستهلكين و تساهم في إنجاح المشروع الإقتصادي ، و أن موضوع الإعتداء عليها يشكل حجر الزاوية في الملكية الصناعية فهو جدير بالحماية والعناية من الأخطار الجسيمة التي يعاني منها المجتمع و الإقتصاد جراء الآثار الناجمة عن التقليد.

إن موضوع العلامة التجارية من ناحية الحماية الجنائية في إطار بحوث الماجستير كان قليل التطرق إليه من قبل في الدراسات الأكاديمية الجزائرية وذلك بمقارنته مع الدراسات الأكاديمية في القوانين العربية

إن قلة الدراسات المتخصصة في القانون الجزائري ومحدودية الاجتهاد القضائي في العلامات هو من أهم الصعوبات التي اعترضت الدراسة

هذا الموضوع سنتناوله بالتفصيل من خلال الإجابة على الإشكالية التالية :

كيف عالج المشرع الجزائري حماية العلامة من الإعتداء و ما هي صور الحماية الجنائية للعلامة التجارية؟ و على ضوء الإشكالية العامة نقترح الإشكاليات الفرعية التالية :

1. ما مفهوم العلامة و الحق الناتج عنها؟

2. كيف يتم الإعتداد على العلامة ؟

3. ما هي الجزاءات المترتبة عن ذلك؟

و في معالجتنا لهذا الموضوع اتبعنا منهجية توصلنا إلى الهدف المنشود ، فموضوع بحثنا يحتاج إلى التحليل فإنتهجن المنهج التحليلي و قد إنحصر نطاق الدراسة بالتركيز على ما جاء في التشريع الجزائري مع المقارنة مع بعض التشريعات المقارنة و على هذا الأساس إرتأينا تقسيم هذا الموضوع إلى فصلين : عالجننا في الفصل الأول : ماهية العلامة التجارية و الذي تناولنا فيه ثلاث مباحث.

في المبحث الأول :مفهوم العلامة

المبحث الثاني : شروط تسجيل العلامة

المبحث الثالث : آثار تسجيل العلامة

أما الفصل الثاني : فقد عالجننا الحماية الجنائية للعلامة التجارية

المبحث الأول : الحماية الجنائية للعلامة في التشريعات الداخلية

المبحث الثاني : الحماية الجنائية للعلامة في الإتفاقيات الدولية

المبحث الثالث : نطاق المسؤولية في جرائم التعدي على العلامة

الفصل الأول

ماهية العلامة التجارية

تمهيد:

تعد العلامة التجارية من أهم العناصر للملكية الصناعية و التجارية و التي إزدادت أهميتها مع التطور الذي شهدته على المستويين الداخلي و الدولي و التي إرتبطت في البداية بتسويق السلع و المنتجات ، ثم امتد مجالها فيما بعد إلى مجال تقديم الخدمات هذه الأخيرة التي أصبحت تحتل مكانة هامة في مجال التجارة المعاصرة و تزايد اهتمام القانون الداخلي و الإتفاقيات الدولية بالعلامة التجارية نظرا لأهميتها المتزايدة بإعتبارها من أهم حقوق الملكية الصناعية و التجارية و لمساهمتها الفعالة في التطور الإقتصادي من خلال تزويد السوق بمنتجات و خدمات جديدة و لهذا يجب تعريف العلامة التجارية و تمييزها عن غيرها من عناصر الملكية الصناعية تسييرها عن بعض المفاهيم التي تقرها الأنظمة الحالية لحماية المستهلك كما أن هناك أنواع متعددة للعلامات أوجدتها الحياة العملية و تتخذ أشكالا مختلفة نصت عليها التشريعات كما سنبحث عن الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية لتتمتع بالحماية الجنائية و أخيرا يجب البحث عن الآثار التي تترتب عند مباشرة صاحب العلامة لإجراءات تسجيل العلامة لدى الهيئة المختصة بالتسجيل¹.

¹ - حمادي زوبير ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، منشورات الحلبي ، ط 1 ، 2012 ، ص 30.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها أو يوفرها شخص أو مؤسسة ما ، و هي توفر لمالكها حق الإنتفاع بها و تحديد السلع والخدمات التي يقدمها أو الترخيص الغير بالإنتفاع بها كما توفر للمستهلك سهولة التعرف على السلع و الخدمات المتعلقة بها.

لذا سنحاول أن نعرف العلامة التجارية و أن نميزها عن باقي عناصرها الملكية الصناعية و من بعض المفاهيم مشابهة لها و كذلك البحث عن مختلف أنواع و أشكال التي يجوز اتخاذها كعلامة تجارية².

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتميزها عن بعض المفاهيم المشابهة لها.

تلعب العلامة التجارية دورا كبيرا في المجال التجاري و الإقتصادي و تعد وسيلة فعالة في المنافسة و التعريف بالمنتجات و الخدمات المقدمة من طرف التجار لذا يقتضي الأمر تعريفها كما تعتبر جودة المنتجات و الخدمات بمثابة معيار التقدم الإقتصادي و التجاري لمختلف الدول لذا تركز هذه الأخيرة على ضرورة مطابقة المنتجات لنظام معين فظهرت هناك مفاهيم جديدة إلى جانب عناصر الملكية الصناعية من الضروري أن تميز العلامة التجارية عنها³.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

لم تتطرق القوانين المقارنة بما فيها القانون الجزائري ، و كذا الإتفاقيات الدولية إلى وضع تعريف دقيق للعلامة التجارية ، واكتفت بتحديد الصور و الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية ، إلا أن الفقه القانوني وضع عدة تعريفات للعلامة .

² - ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامة تجارية في الجزائر و الإتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه ، سنة 2011-

2012 ص 2.

³ - حمادي زويبير ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 22.

أولاً : تعريف العلامة التجارية قانوناً

نص المشرع الجزائري في المادة 2 الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات على ما يلي :
 " العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره".

و لم يتطرق الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات الصنع و العلامات التجارية الملغى إلى تعريف العلامة التجارية ، وإنما اكتفى بتبيان ما يصلح و مالا يصلح كعلامة لتمييز المنتجات أو الخدمات حيث نصت المادة 2 من الأمر 57/66 على أنه : "تعتبر علامات مصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة ، الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة و التسميات الخاصة أو الأغشية و الرموز الإختيارية أو المبتكرة و الشكل المميز المنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات و البصمات و الطابع و الأختام و طابع الرسوم المميزة و الأشرطة و الحواشي وتركيبات أو ترتيبات الألوان و الرسوم و الصور أو النقوش النائية و الحروف و الأرقام والشعارات و بصفة عامة السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة يجوز اعتبار الإعلان علامة إذا وقع تسجيله لهذه الغاية "

و قد استبعد المشرع الجزائري في المادة 4 من الأمر 57/66 من العلامات التجارية مايلي: " لا يمكن أن تعتبر علامة و لا تكون جزءا من علامة ، العلامات التي يخالف استعمالها النظام العام و الآداب و الأخلاق الحسنة ، و كذا العلامات الآتية :علائم الشرف الرايات و الرموز الأخرى لإحدى الدول ، الصليبان الحمراء و الأهلة الحمراء ، الدمغات الرسمية لمراجعة و ضمان المعادن التنموية و كذلك كل تقليد للعلامات المتعلقة بشعارات الأشراف "

و قبل مناقشة التعريف الذي أورده المشرع الجزائري للعلامة التجارية و تبيان مدى تحديده لمفهوم العلامة التجارية يجدر بنا تحديد تعريف العلامة في بعض القوانين منها القانون الفرنسي الذي عرف العلامة التجارية بأنها : " إشارة يمكن أن تظهر بصورة خطية و تستخدم لتعريف منتجات شخص طبيعي أو معنوي ".

أما القانون المصري ، فقد عرف العلامة بأنها : " كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره ، و تشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا و الإمضاءات والكلمات و الحروف و الأرقام و الرموز و الرسوم و عناوين المحال الدمغات، و الأختام والتصوير ، و النقوش البارزة و مجموعة الألوان التي تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي ، أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أي بضاعة وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها، و إما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات و في جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر⁴

من خلال هذه التعاريف نلاحظ أن التشريعات تكاد كلها تتفق على ضرورة أن تكون الرموز أو الإشارات المتحدة لتمييز العلامة التجارية مما يجب إدراكه بالنظر ، أي تكون ظاهرة واضحة للعيان مما تستبعد معه العلامات غير الظاهرة كالعلامات الصوتية و علامات الرائحة .

و ما يلاحظ في التعريف الذي أورده المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات عدم تمييزه بين العلامة التجارية التي يضعها التاجر على البضائع التي يقوم ببيعها و العلامة الصناعية التي يضعها الصانع أو المنتج على سلعة لتمييزها عن سلع مماثلة كما كان الحال في الأمر 57/66⁵ المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية الملغى حيث فرق المشرع في المادة الأولى منه بين علامة المصنع و العلامة التجارية و الخدمية و

4 - ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 6.

5 - الأمر رقم 06/03 ، المؤرخ في 03/07/13 ، المتعلق بالعلامات الجريدة الرسمية عدد 44 سنة 2003.

ما يؤخذ على التعريف الذي أورده المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-06⁶ هو إشتراطه أن تحدد العلامة التجارية برموز قابلة للتمثيل الخطي ، أي أن تكون واضحة و مدركة بالنظر كما هو الشأن لدى بقية التشريعات ، في حين أن هناك علامات صوتية و علامات تجارية تدرك بالشم : كما أن التعريف شمل جميع أنواع العلامات بما فيها علامات السلع و الخدمات كما يشمل جميع الأشكال التي يمكن أن تأخذها العلامة كالمجسمات و الحروف البارزة و الأشكال المميزة و طريقة توضيب السلعة و تغليفها.

ثانيا : تعريف العلامة التجارية فقها :

أورد الفقه عدة تعاريف للعلامة التجارية منها التعريف الذي أورده محمد حسنين بأنها «وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين و التجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية بحيث إذا اتخذ أحد التجار أو المنتجين علامة تجارية أو صناعية معينة تميزا لبضائعه أو منتجاته فإنه يتمتع عن غيره من التجار أو المنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع مماثلة» .

و عرفها صلاح الدين الناهي بأنها : " إشارة توسم بها البضائع و السلع و المنتجات والخدمات أو تعلم تميزا لها عما يماثلها من بضائع أو سلع أو خدمات .

و عرفها ألبير شافان و جون جاك بارست بأنها: "إشارة مميزة توضع على منتج أو خدمة لغاية تمييزها عن المنتجات المشابهة للمنافسين أو الخدمات المقدمة من الآخرين" ويمكن تعريف العلامة التجارية بأنها كل إشارة فارقة ، يضعها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة على منتوجاته أو خدماته ، تميزا لها عن غيرها من المنتجات أو الخدمات .

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن بعض المفاهيم المشابهة لها

هناك العديد من مفاهيم حقوق الملكية التجارية و الصناعية التي تتشابه مع مفهوم العلامة التجارية كالاسم التجاري، و براءة الاختراع و تسمية المنشأ و الرسم و النموذج الصناعيين.

⁶ - الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 19/03/66 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية الجريدة الرسمية سنة

أولاً : تمييز العلامة التجارية عن الإسم التجاري

إن العلامة التجارية تختلف عن الإسم التجاري من حيث محل التمييز، و من حيث الكم ومن حيث نطاق الحماية القانونية

1 من حيث محل التمييز

7 يميز الإسم التجاري المحل التجاري أو المؤسسة عن المحلات أو المؤسسات المشابهة والمقدمة من منشآت أخرى.

2 من حيث الكم:

يمكن أن يستغل العلامة التجارية أكثر من شخص واحد ، إما عن طريق الترخيص أو تستغل من قبل تاجر آخر من صنف آخر من المنتجات ، كما يمكن لشخص واحد أن يستغل عدة علامات تجارية لتمييز منتجاته ، في حين الإسم التجاري يميز المحل التجاري والتاجر من غير الطبيعي أن يتخذ التاجر أو المحل التجاري عدة أسماء تجارية .

3 من حيث نطاق الحماية القانونية

يتم استغلال الإسم التجاري في إقليم معين ، فلا تتعدى حمايته القانونية نطاق ذلك الإقليم في حين تتمتع العلامة التجارية بحماية وطنية لمجرد إيداعها و إذا تم التعرض للإسم التجاري فلا يمكن حمايته إلا عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة ، في حين تتمتع العلامة التجارية ، إلى جانب الحماية عن طريق دعوى المنافسة بدعوى التقليد .

ثانياً : تمييز العلامة التجارية عن براءة الاختراع

تختلف العلامة التجارية عن براءة الاختراع من حيث المضمون و من حيث نطاق الحق ومن حيث الهدف .

1 من حيث المضمون :

⁷ محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر سنة 1985 ، ص 197.

تقوم براءة الاختراع على ابتكار جديد يتناول المنتجات من الناحية الموضوعية كابتكار مادة صناعية جديدة أو طريقة صناعية مستحدثة للوصول إلى إنتاج صناعي قائم أو لتطبيق جديد أو طريقة صناعية معروفة .

في حين تعد العلامة التجارية إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمات لتمييز منتجاتهم عن المنتجات و الخدمات المشابهة لغيرها لدى التجار و الصناع و مقدمي الخدمات الآخرين .

2 من حيث نطاق الحق :

يعد الحق في براءة الاختراع حقا مطلقا يخول صاحبه احتكارا كاملا بدون منافسة من أحد، لكنه حق مؤقت ينقضي بإنقضاء مدة الحماية ، عكس الحق في العلامة فهو حق دائم ونسبي طالما تم تجديد تسجيلها من صاحبها.

3 من حيث الهدف:

الغرض من براءة الاختراع هو إنشاء احتكار الإستغلال ، أما الهدف الأساسي للعلامة ليس إنشاء الإحتكار و إنما تفادي الخلط بين المنتجات و الخدمات و عدم تضليل الجمهور .

ثالثا : العلامة التجارية و الرسم و النموذج الصناعيين

تختلف الرسوم و النماذج الصناعية من حيث نطاق الحق و من حيث مدة استغلالها

1 من حيث نطاق الحق :

يخول الرسم و النموذج الصناعيين لصاحبهما حقا مطلقا في استغلال الاختراع ، و تمتع الكافة بصفة مطلقة في استغلال الرسم و النموذج الصناعيين في حين تخول العلامة لصاحبها حقا نسبيا بمعنى أنه يجوز لأي منتج لسلعة غير مثيلة أو غير مشابهة أن يستغل تلك العلامة.

2 من حيث مدة الحق :

يعتبر الحق في الرسم و النموذج الصناعيين حقا مؤقتا إذ يستطيع أي شخص أن يستفيد منهما بعد سقوطهما بمرور عشرة سنوات من تاريخ إيداعه لدى المصلحة المختصة أما الحق في العلامة التجارية لا يتنافى طبيعته مع استمراره في الزمان .

رابعا: تمييز العلامة التجارية عن تسمية المنشأ:

يقصد بتسمية المنشأ ، الإسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة أو ناحية أو مكان مسمى أو هو مصدر البضاعة أو التسمية الأصلية و يمكن استغلال الإسم الجغرافي كعلامة تجاري لكن هذا لا يعني وجود فروق بينهما تتمثل في :

(1) من حيث الغرض :

الغرض من تسمية المنشأ تحديد للمكان الجغرافي للبضائع خاصة إذا كانت تتمتع بعوامل طبيعية و بشرية تساعد على منتج معين في حين تهدف العلامة إلى تمييز المنتجات والخدمات المماثلة التي ينتجها أشخاص مختلفون .

(2) من حيث حق الإستغلال:

يجوز لكل من يتواجد في تلك المنطقة أو المكان الجغرافي و ينتج فيها سلعا معينة أن يستفيد من تسمية تلك المنطقة عكس العلامة التجارية التي يحتكرها صاحبها فقط دون الآخرين كما يمكن لتسمية المنشأ أن تستعمل مع العلامة التجارية و بالتالي تصبح جزءا منها يشترط أن تكون هذه المنتجات تتمتع بخصوصيات متوفرة فعلا في تلك المنطقة مثل المياه المعدنية والمنسوبة إلى المنطقة التاريخية (إفري)⁸.

المطلب الثاني: أشكال العلامة التجارية و أنواعها

العلامات التجارية أشكال و صور متعددة، لهذا سنتناول أولا أشكال العلامات التجارية ثم نتطرق إلى صور أو أنواع العلامة التجارية و ذلك على النحو التالي:

⁸ - حمادي زوبير ، المرجع السابق ، ص 30.

في فرعين أشكال العلامات تجارية في فرع أول و أنواع العلامات تجارية في فرع ثاني تم أخيرا سنتطرق إلى وظائف العلامة التجارية.

الفرع الأول : أشكال العلامات التجارية

يجب أن تكون العلامة التجارية محسوسة و ملموسة ترى بالبصر و بالعين المجردة بمجرد مشاهدتها و هذا في الأمر 57/66 حيث لم ينص على علامات الصوت أو الرائحة وقد جاء نفس الأمر السابق بأشكال العلامات على سبيل المثال لا الحصر.

1 الأسماء المتخذة شكلا مميزا:

يجوز أن يتخذ إسم التاجر أو الصانع كعلامة تجارية توضع على المنتجات و لكن يشترط القانون أن تتخذ الأسماء شكلا مميزا كما لو كتبت بخط معين ، لأن القانون يحمي في هذه الحالة الشكل المميز الذي يتخذه الإسم لا الإسم ذاته ، و من أمثلة الأسماء التي تعتبر علامات تجارية إطلاق إسم " فورد" على السيارات و إذا كان إسم التاجر يمثل إسما تجاريا لمتجره وفي الوقت ذاته علامة تجارية متميزة خضع للحماية القانونية المقررة بقانون حماية حقوق الملكية الفكرية ، و أصبح الإعتداء على الإسم بتقليده أو تزويره أو اغتصابه جريمة معاقب عليها بالإضافة إلى حماية الإسم التجاري ، و من الأمثلة نستله Nestle و قد تكون العلامة التجارية من إسم مبتكر يمثل في الوقت ذاته العنوان التجاري للمتجر ، مثلا العنوان التجاري الخاص بثلاجات " إيديال" .

2 الحروف و الأرقام :

يجوز إستخدام الحروف كعلامة تجارية و من أمثلة علامة السيارات (B.M.W) و قد تتكون العلامة من أرقام مثلا عطر (33 Brut)

3 الرسوم و الصور و النقوش :

يجوز أن يستخدم التاجر رمزا لتمييز بضائعه عن البضائع المماثلة و من أمثلة ذلك استخدامه زهرة اللوتس للدلالة على منتجاته في حالة اتخاذ صورة أحد الأشخاص علامة مميزة يجب الحصول على إذن من صاحب الصورة إن كان على قيد الحياة أو ورثته في حالة وفاته.

و إذا تمثلت العلامة في رمز أو صورة أو نقوش أو رسوم شملت الحماية القانونية الرمز أو الصورة أو الرسم و كذا الألفاظ الموضحة بالرسم أو الصورة إن وجدت .

4 الدمغات و النقوش و الأختام :

الدمغات هي العلامات المحفورة ، أما الأختام فهي العلامات التي تظهر على المواد المستعملة في أحكام غلق الأوعية أو الزجاجات أو الصناديق كالشمع و الرصاص أما النقوش فهي الرسوم و الأرقام و الكلمات البارزة⁹.

و يؤكد جانب من أنصار هذا الإتجاه أن العلامة التجارية خارجة عن السلعة و مستقلة ماديا عنها و لا تتصل بهيئتها و لا لونها و إن كانت معدة لتمييزها عن غيرها من السلع المنافسة و يضربون مثلا لذلك كما لو قدم أحد بيوت الأزياء تصميمات لثوب ، فالأمر هنا لا يتعلق بعلامة تجارية تميز السلعة و إنما يتعلق بالسلعة نفسها ، بينما يعد تطريز الحروف الأولى من إسم بيت الأزياء على طرف الثوب علامة تجارية ، كما يمكن أن تتكون من أشكال أخرى كالأغلفة و الأوعية و شكل السلعة و لونها و هذا ما تناوله التشريع الجزائري والأحكام القضاء الجزائري.

5 العلامات الصوتية و العلامات الخاصة بحاسة الشم :

⁹ - عامر محمد الكسواني ، تزوير المعلوماتي للعلامة التجارية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى 2010 ، ص 97.

الأمر الجزائري رقم 06-03 الخاص بالعلامات التجارية لم يجز تسجيل علامات الصوت أو الرائحة و هذا يتضح من الفقرة الأولى المادة الثانية التي ورد فيها عبارة " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي".

الفرع الثاني : أنواع العلامات التجارية

تحدث عن أنواع العلامات التجارية على النحو الآتي :

1 العلامة الصناعية :

هي التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى ، و هذا ما ذكره المشرع المصري و عدده في قانون حماية الملكية الفكرية ¹⁰ أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد جمع بين العلامة الصناعية و العلامة التجارية تحت اسم علامة السلعة و ذكر العلامة الصناعية في المادة 4/2 من الأمر 06/03 .

2 العلامة التجارية:

و هي التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومان ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج و هذا النوع من العلامات نصت عليه المادة 1/2 من قانون العلامات التجارية و أخذ به كذلك نظيره المصري في المادة 62 من قانون حماية الملكية الفكرية ، و ينبغي لنا في هذا المقام بمفهوم واسع بالنسبة للبضائع أو السلع سواءا كانت نتيجة عمل صناعي أو تجاري أو من مستخرجات الأرض و هذا ما أخذ به المشرع الجزائري .

3 علامة الخدمة :

يقصد بها الإشارة التي يستخدمها مقدم خدمة معينة لتمييز الخدمات التي يتعاطى بها عن الخدمات التي يقدمها الآخرون .

¹⁰ - عامر محمد الكسواني ، المرجع السابق ، ص 100.

فلا تظهر علامة الخدمة على المنتجات و إنما توضع على الأشياء التي يستخدمها المشروع ، كما توضع رمزا مميزا على ملابس العاملين ، مثال تلك العلامة المميزة لشركة الخطوط الجوية الجزائرية المتمثلة في Air Algérie باللون الأحمر ، فهذه العلامة توضع على الطائرات و سيارات نقل المسافرين و أدوات الطعام و أزياء العاملين و للإشارة فإن هذا النوع من العلامات كشف عنها تطور سريع للنشاط الإقتصادي و ينتشر عادة استعمال هذه العلامة لدى منشآت الدعاية و الإعلان و شركات السينما و الفنادق و شركات النقل و منشآت السياحة .

و أخذ المشرع الجزائري بهذا النوع من العلامات فجعلها نوعا من أنواع العلامات التجارية بقوله في المادة 1/2 من قانون العلامات رقم 06/2003: "... تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات ...".

4 العلامات التجارية المانعة :

هي العلامات التي سجلها صاحب المشروع بقصد منع غيره من إستعمالها فقط و يحدث ذلك عندما يتخذ صاحب المشروع علامة مميزة لمنتجاته ، و يسجلها و يستعملها فعلا إلا أنه يخشى من أن يسجل شخص آخر علامة مشابهة لها فيعمد إلى تسجيل علامات مقاربة بقصد إحتكار إستعمالها.

و المشرع الجزائري في الأمر رقم 06/03 لم يذكر المدة التي يجب أن تستعمل فيها العلامات التجارية من تاريخ إيداع تسجيلها و يمكن من خلال الأمر 06/03 تسجيل علامة مانعة من أجل منع الغير من إستعمالها أو تسجيلها مسبقا شريطة إستيفاء شروط التسجيل وسبق الإيداع .

5 العلامة التجارية الإحتياطية :

هي مجموعة من العلامات التي قد يسجلها صاحب المشروع ، بحيث يستعمل إحداها و يحتفظ بالأخرى التي سجلها لإستعمالها و يكون ذلك خلال سنة من تسجيلها و إلا فإن

التسجيل لا تنتج آثاره¹¹ وذلك لتمييز منتجات أخرى من نفس الفئة أو من نفس النوع مع اختلاف صفات المنتجات أو مرتبتها فقد سجل صاحب مصنع ألبسة أصناف عدة كعلامات تجارية في آن واحد و بعد فترة يبدأ بإنتاج نوع آخر من الألبسة و يستعمل علامة أخرى سبق و أن سجلها .

و احتفظ بها لأجل هذا الغرض ، ثم ينتج نوعا آخر من الألبسة و يستعمل علامة ثالثة سبق و أن ادخرها لهذه المنتجات .

6 العلامة الجماعية :

يقصد بها العلامة التي يستعملها شخص إعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من مميزات و خصائص لتلك البضائع .

و لقد أفرد قانون العلامات التجارية الجزائري رقم 03-06 عنوانا مستقلا للعلامات الجماعية في المادة (2/2) و قد جاء تعريف المشرع الجزائري للعلامة الجماعية متوافقا مع ما أكدت عليه اتفاقية باريس و تعتقد أنه قد أحسن في تعريفه للعلامات الجماعية و لم يخالف بذلك أحكام اتفاقية باريس¹² .

و منح المشرع الجزائري في المادة 22 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات الحق لأي شخص معنوي سواء كان خاضعا للقانون العام أو الخاص أن يملك علامة جماعية مشترطا في المادة 23 منه أن يكون نظام استعمال العلامة الجماعية المتضمن القانون الأساسي لهذه العلامة محدد الشروط خاصة باستعمالها و أن ينص على ممارسة رقابة فعلية عند استعمالها .

¹¹ - محمود إبراهيم الوالي ، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعي ، الجزائر

1983 ، ص 108 .

¹² - نسرين شريفى، حقوق الملكية الفكرية ، دار بلقيس للنشر ، الجزائر ، 2014 ، ص 140 .

كما أن دور العلامة الجماعية يقتصر على رقابة صفات المنتجات بعد وضعها عليها ضمانا لتوفر تلك الصفات ، فهي إذا علامة رقابة و ليست علامة تجارية بالمفهوم الدقيق ، و من ثم يتمتع عن الشخص عن الشخص المعنوي إنتاج السلعة بنفسه و من أمثلة هذا النوع من العلامات علامة لورباك lurpak المملوكة لحكومة الدنمارك و تستعمل لرقابة منتجات الزبدة¹³.

7 العلامة المشهورة :

و هي العلامة التجارية التي تتجاوز شهرتها حدود الإقليم الوطني لها و تحظى بسمعة ومعرفة بين جمهور واسع من المستهلكين و على مستوى العالم نتيجة الإستعمال الدعاية والجودة سواءا في مجال السلع المادية أو في مجال الخدمات¹⁴.

و تعتبر شهرة العلامة التجارية شرطا أوليا و ضروريا لكي يستفيد مالکها من الحماية الموسعة المقررة في المادة 8/7 من الأمر الجزائري رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية و المادة (5-713) من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي و بالرغم من ذلك فلم يهتم المشرعون بوضع تعريف للعلامة المشهورة أو تحديد المعيار الذي تقاس على أساسه شهرة العلامة ولذلك تولى الفقه و القضاء القيام بما لم يقم به المشرع ، كما قامت الهيئات الدولية المعنية بحقوق الملكية الفكرية و خاصة المنظمة العالمية الملكية الفكرية (الويبو) بإصدار توصيات و قواعد إرشادية تقندي بها عند إصدار تشريعاتها المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية .

و المشرع الجزائري سلك مسلك نظيره الفرنسي فأرسى قواعد خاصة لحماية العلامة المشهورة حيث ذكر في المادة (8/7) من الأمر رقم 06/03 أنه : " يرفض تسجيل الرموز

¹³ - صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنية و دولية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان 2006 ، ص 77.

¹⁴ - نهى خالد عيسى، العلامة التجارية المشهورة ، دراسة مقارنة ، مجلة جامعة بابل ، العلوم الإنسانية ، المجلد 21 العدد 1 ، 2003 ، ص 43.

المماثلة أو المشابهة لعلامة تتميز بالشهرة في الجزائر " و لم يذكر أي معنى للشهرة العالمية بل قصرها على الجزائر.¹⁵

و منحت المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه و هذه المادة جاءت لتؤكد ما نصت عليه المادة السابقة حيث لم يشترط الأمر 06/03 أن تتمتع العلامة تجارية المشهورة بالحماية القانونية أن تكون قد سبق تسجيلها في بلدها الأصلي¹⁶.

المبحث الثاني: شروط العلامة التجارية

تخضع العلامة التجارية لشروط عند تسجيلها منها ما هو موضوعي كشرط الصفة الفارقة أو ما يسمى بشرط التميز و منها شرط أن العلامة تكون جديدة و كذا شرط المشروعية ، و منها ما هو شكلي كشرط التسجيل لدى المصلحة المختصة و يخول حق تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها و حق التنازل عنها و منح تراخيص استغلالها للغير غير أن هذه الحقوق مرتبطة بإستعمال العلامة و عليه ففي هذا المبحث نتناول مطلبين في الشروط الموضوعية و الشروط الشكلية أو إجراءات إيداع وتسجيل العلامة التجارية¹⁷.

المطلب الأول: شروط موضوعية

لا تعد السمة المختارة كعلامة صحيحة إلا إذا كانت ذات صفة مميزة و جديدة و علاوة على ذلك يجب أن تكون مشروعة.

الفرع الأول: أن تكون العلامة ذات طابع مميز

¹⁵ - أمانة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية ، دراسة مقارنة ، ريم للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى 2011، ص 45.

¹⁶ - ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 52.

¹⁷ - ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 18.

لابد من توافر شرط التمييز في العلامة فأيا كان شكلها أو صورتها فلا بد من أن تتصف بصفات تميزها عن غيرها من العلامات التي توضع على ذات السلع لمنع حصول ليس لدى المستهلك¹⁸ إذ لابد أن تكون لها ذاتية خاصة تمكنها من أداء الغرض من استخدامها و اشترط أن تكون العلامة لها خصائص و مميزاتها و قد أشارت إلى ذلك المادة (2) من الأمر 06/03 السابقة الذكر بصدد تعريفها للعلامات التجارية حيث نصت أن : " ... الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره" .

و ركزت المادة 7 الفقرة الثانية من الأمر ذاته على الطابع التمييزي العلامة و العلامة التي تفقد طابعها المميز تصبح منطقيا غير قادرة على مواصلة وظيفتها الأساسية و من هنا لا يمكن مبدئيا أن تبقى محمية .

و عليه لا تعبر علامات تجارية واجبة الحماية القانونية ، العلامات الخالية من أية خصائص معينة أو صفات تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المماثلة كالعلامة "الضرورية" التي تتكون من التسمية العادية للسلطة أي من شكل شائع لأنه لا يمكن منع الغير من استعمال مثل هذه التسمية التي تعتبر لازمة و ضرورية الدلالة عليها بصورة إعتيادية مباحة للجمهور .

و كذلك لا تعتبر قابلة الحماية القانونية العلامات "النوعية" التي تدل على نوع المنتجات فقط كاستخدام صورة برتقالة في صنع عصير البرتقال¹⁹.

الفرع الثاني: أن تكون العلامة ذات طابع جديد

لكي تصلح الشارة أن تتخذ كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية ، يجب أن تكون جديدة بمعنى أنه لم يسبق للغير أن إكتسب حقوقا عليها.

¹⁸ - نعيم مغيب ، الماركات التجارية و الصناعية ، دراسته في القانون المقارن دار النشر لبنان ، الطبعة الاولى ،

2005 ص 40.

¹⁹ - دولهبة نعيمة ، الإعتداء على الحق في العلامة ، مذكرة ماجستير ، سنة 2011-2012 ص 14.

و المقصود بالجددة هنا في الواقع ليس الجدة المطلقة كما هو الحال في براءات الاختراع والرسوم و النماذج الصناعية أي خلق و ابتكار العلامة ، و إنما فقط الجدة النسبية في التطبيق على ذات السلع فيكفي أن لا تكون العلامة لحظة تسجيلها محلا لحق منافس من نفس مجال النشاط المعني و ترتيبا على ذلك فإن العلامة التجارية تعتبر جديدة على الرغم من سبق استخدامها لتمييز خدمة معينة أو منتج معين طالما أن الإستخدام الجديد يتعلق بخدمة أخرى أو بمنتج آخر يختلف عن نوع الخدمة الأولى أو المنتج الأول .

و لم يشترط الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية الجزائري هذا الشرط ، لكنه يستنتج من نصوصه بحيث يجب أن يتوفر في الرمز لإعتباره علامة تحت طائلة البطلان²⁰ شرط الجدة و الإبتكار بحيث يكون الرمز شكل مبتكر و جذاب و ليس رمزا عاديا تألفه ظواهر الطبيعية أو المجتمع .²¹

الفرع الثالث: أن تكون العلامة مشروعة

إشترط المشرع الجزائري لإعتبار أي شكل علامة تجارية إضافة إلى الشروط السابقة أن يكون الشكل غير منافي للنظام العام و الآداب العامة إذ تنص المادة (7) رابعا من الأمر 03/06 " تستثنى من التسجيل : الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة و التي يحظر استعمالها موجب القانون الوطني و الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها..."

و يمكن تعريف العلامات المخالفة للنظام العام و الآداب العامة على أنها كل إشارة أو كلمة أو صورة مخلة بالآداب و تبعالها، لا يجوز إيداع علامة من اعتبرت غير مشروعة في الجزائر حتى و إن كانت مشروعة في بلد آخر كصورة الخلاعة مثلا.

كما منع المشرع الجزائري إستغلال أي شعار أو رمز أو علم خاص بالدولة ، كعلامة تجارية كما تنص اتفاقية باريس على هذا المنع في المادة 6 (ثانيا) منها على أنه : " توافق

²⁰ - راجع المادة 20 و 21 من الأمر رقم 06/03 و كذلك المادة 27 من المرسوم رقم 277/05.

²¹ - أمانة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 81.

دول الإتحاد على رفض أو إبطال تسجيل الشعارات الشرفية و الأعلام و شعارات الدول الأخرى الخاصة بدول الإتحاد".²²

و كذلك إشتراط المشرعان الجزائري في المادة 7 رابعا سالفه الذكر من نفس الأمر والمشرع الفرنسي في المادة 3-711 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي حتى تتمتع العلامات التجارية بالحماية القانونية حيث يمكن أن يرفض إيداع علامة التاجر أو الصانع الأجنبي إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر و لو كانت التسمية المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام و الآداب أو الأخلاق الحسنة في بلاده.²³

كما يجب استبعاد " الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقل أو تقليد شعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى ، أو إسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رمزية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك كما منع المشرع الجزائري إستغلال الدمغات الرسمية و تقليد العلامات الرسمية و اعتبر كل استغلال لها جريمة يعاقب عليها القانون إذ تنص المادة 205 من قانون العلامات الجزائري على أنه " يعاقب بالسجن المؤبد كل من قلد خاتم الدولة أو استعمل الخاتم المقلد .." و هذا ما نصت عليه أيضا المادة 209 ق.ع.ج كما أنه اعتبر استعمال هذه الأشكال كعلامات تجارية و إن تم تسجيلها جريمة ولو تعلق الأمر بالشعارات و الدمغات الخاصة بالدولة الأجنبية²⁴.

المطلب الثاني : الشروط الشكلية للعلامة التجارية

أوجب المشرع الجزائري ضرورة تسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة و منع وضع أية علامة تجارية على سلع و خدمات دون سبق تسجيلها لدى الجهة المختصة و

²² - حمادي زويير ، المرجع السابق ، ص 73.

²³ - راجع المادة (13) أولا من المرسوم التنفيذي رقم 2005 - 277 المؤرخ في 2 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات و تسجيلها، الجريدة الرسمية، الجزائر ، عدد 54 ، 7 أوت 2005 ، ص 11.

²⁴ - راجع المادة 208 من قانون العقوبات الجزائري ، رقم 11-14 المؤرخ في 02-08-2011 دار بلقيس للنشر، طبعة ديسمبر 2012.

قد حدد المشرع إجراءات إيداع أو فحص و تسجيل العلامة التجارية ، و التي لا يستطيع مالك العلامة التجارية الإستفادة من الحماية القانونية المقررة للعلامة إلا بعد استيفاء هذه الإجراءات الشكلية.

الفرع الأول: الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية

حدد المشرع الجزائري المصلحة أو الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية، و هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (I.N.A.P.I) و ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 68/98²⁵ . و الذي جاء بديلا عن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و التوحيد الصناعي الأمر رقم 62/73.

و تتمثل مهام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في قبول إيداع وفحص و تسجيل العلامات التجارية و كافة حقوق الملكية الصناعية التي تعتبر الهيئة المختصة الوحيدة التي خولها القانون هذه المهام و إن كانت هذه الهيئة مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري له شخصية معنوية²⁶، إلا أنه يمارس صلاحيات الدولة أي صلاحيات السلطة العامة في مجال الملكية الصناعية كونه له مهام تسيير الخدمة العمومية المتعلقة بتنفيذ السياسة الوطنية في مجال الملكية الصناعية²⁷.

و الملاحظ أن المشرع الجزائري أخذ بنظام الإيداع البسيط للعلامة ، و ذلك في الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية الملغى²⁸ كذا في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات من حيث أن الطلب يودع من طرف صاحب العلامة أو وكيله مباشرة أو عن طريق البريد المضمن و هو الذي حدد إجراءاته المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المتعلق

²⁵ - المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 98/11/21 ، المتعلق بإنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية، عدد 11.

²⁶ - المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 98 - 68 ، المشار إليه سابقا

²⁷ - المواد 6 و 7، من المرسوم التنفيذي رقم 98-68 ، المشار إليه سابقا .

²⁸ - فاضلي إدريس ، المدخل إلى الملكية الفكرية ، الملكية الأدبية و الفنية و الصناعية ، ديوان المطبوعات الجامعية، سنة 2007 ، ص 289.

بكيفية إيداع العلامات و تسجيلها حيث بين المشرع في المادة 3 منه أن إيداع طلب تسجيل العلامة يكون مباشرة لدى المصلحة المختصة أو يرسل عن طرق البريد أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الإستيلاء و تسلم أو ترسل لدى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة و تتضمن تاريخ وساعة الإيداع كما أنه ذهب القضاء إلى شطب العلامة المسجلة بإسم صاحب الحق الإستشارة كون التسجيل لم يتم بإسم مالك العلامة ، و إنما تم بإسم ممثله القانوني التجاري و المكلف بتوزيع المنتجات استنادا إلى العقد الرابط بينهما

الفرع الثاني : إجراءات إيداع و تسجيل العلامة التجارية

و هي الإجراءات التي يجب إتباعها لكي يتم تسجيل العلامة فتصبح صحيحة و قابلة للإستغلال التجاري و لحماية الجنائية من قبل الدولة .

أولا : إيداع العلامة التجارية :

يقصد بالإيداع عملية تسليم - أو إرسال - ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوبة حمايتها مرفوقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة يجوز لأي شخص إيداع علامة قصد حمايتها قانونا و يسمح القانون أن يتم الإيداع من قبل صاحب العلامة شخصيا أو بواسطة وكيل عنه ، و إذا كان المودع مقيما في الخارج ، فإنه يجب أن يعين نائبا جزائريا مقيما في الجزائر لإتمام إجراءات الإيداع ، شريطة أن يقدم نائبه وكالة بخط اليد تكون مؤرخة و ممضاة .

و يقدم طلب إيداع العلامة إلى المعهد الوطني للمكتبة الصناعية بواسطة رسالة مضمونة مع طلب إشعار بالتسليم و يشترط أن يحتوي على بيانات إجبارية منها خاصة :

اسم المودع و عنوانه ، بيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها للعلامة أو الأصناف المقابلة للتصنيف المحدد قانونا .

تركيب أو ترتيب الألوان و كذا الشكل المميز الخاص بالمنتوج أو شكله الظاهر ، يجب أن يكون الطلب مرفقا ببعض الوثائق كالوكالة المسلمة إلى وكيل المفوض ذكر حق الأولوية في إستغلال العلامة و رقم تسجيله ، و السند الذي يثبت دفع الرسوم .²⁹

ثانيا : فحص ملف الإيداع

يلعب الإيداع دورا مهما في إكتساب ملكية العلامة ، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الملف من ناحية الشكل و من ناحية الموضوع ، تبعا لهذا إذا اعتبر الملف صحيحا من حيث الشكل و الموضوع يعد الإيداع مقبولا و على إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع ، ساعة و مكانه و كذا رقم التسجيل و دفع الرسوم .³⁰

يحق كذلك للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية رفض الإيداع في حالة عدم ذكر البيانات الإجبارية و عدم إدراج المستندات في الملف و يجوز له في حالة مخالفة مادة أو عدم دفع الرسوم ، يمنح المودع مهلة شهرين لتصحيح إيداعه .³¹

و فيما يخص المراقبة من ناحية الموضوع ، فهي تسمح للهيئة المختصة بالبحث ما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا ، و من ثم يجوز لها رفض الملف إذا كانت السمة المختارة من السمات المحظورة إستعمالها كعلامة و هذا ما نصت عليه المادة 7 من الأمر رقم 06/03.³²

ثالثا : التسجيل و النشر

²⁹ -مؤفرعة نعيمة ، الإعتداء على الحق في العلامة ، المرجع السابق ، ص 34

³⁰ - فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري ، (الحقوق الصناعية و التجارية) الجزء الثاني ، ابن خلدون طبعة 2001 ، ص 235.

³¹ - راجع المادة (10) ثانيا و ثالثا من المرسوم التنفيذي رقم 277/05.

³² - نسرین شریفی ، المرجع السابق ، ص 150-151.

إذا ما تم الإيداع صحيحا بنية عملة تسجيل العلامة ، و يقصد بالتسجيل هو اتمام الموافقة على إعطاء العلامة المطلوبة و ذلك بقيدها في سجل خاص لهذا الغرض و يكون لصاحبها تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات النقيذة في السجل ، كما تسلم شهادة تسجيل لكل علامة مسجلة لصاحب الشأن أو وكيله و تكون مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة 10 سنوات تستمر لنفس المدة متى قام المعني بتجديد تسجيلها بصفة منتظمة و شريطة أن يتم الإستمرار في استخدامها .

و يسري التجديد ابتداءا من اليوم الذي يلي تاريخ إنقضاء التسجيل و هو ما نص عليه الأمر 03-06 في مادته الخامسة ، على أن لا يتضمن تسجيل العلامة أي تعديل جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعينة و متى توافر طلب التجديد على الشروط المحددة في المادة 7 من المرسوم التنفيذي 05-277 يقدم إلى المصلحة المختصة في مهلة 6 أشهر التي تسبق قضاء التسجيل أو 6 أشهر على الأكثر التي تلي انقضائه مع دفع رسوم التجديد كما يتعين أن يرفع الطلب بكل الوسائل التي تثبت بأن العلامة قد استعملت وفقا للمادة 11 من الأمر 03-06 خلال السنة التي تسبق انقضاء الأجل .

عملية نقل الحقوق المتعلقة بالعلامات بدورها تخضع إلى القيد في سجل العلامات بناءا على طلب أحد الأطراف المعنية شرط تقديم الوثيقة أو العقد المتبث لهذا النقل ليكون بذلك النقل نافدا في مواجهة الغير منذ تسجيله في سجل العلامات و هو ما نصت عليه المادة 22 من المرسوم التنفيذي 05-277.

و يقيد العدول عن التسجيل سواءا كل جزئي أو كلي في سجل العلامات هو الأمر نفسه بالنسبة للحكم القضائي النهائي القاضي بإبطال أو إلغاء العلامة .

فإذا سجلت الإدارة الطلب و وقع عليه المدير بالموافقة ينشر في النشرة الخاصة بالمعهد الوطني للملكية الصناعية على نفقة صاحب العلامة .³³

³³ - سمير جميل حسن الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،

المبحث الثالث : آثار تسجيل العلامة

بعد أن تستوفي جميع الشروط الموضوعية و الشكلية ، يصبح مالك العلامة متمتعاً بالحماية الجزائية ، إذا يستطيع تحريك الدعوى الجزائية ضد من يتعدى على حقه في ملكيتها و ذلك ما سنتعرض له في حينه ، هذا من جهة و من جهة أخرى يصبح لمالك العلامة وحده دون غيره حق احتكار استغلال العلامة و التصرف بها تصرف المالك بملكه و بكافة التصرفات الجائزة قانوناً بياعاً رهناً و ترخيصاً ...

المطلب الأول : الحقوق الواردة على العلامة

تسجيل العلامة يدل على صحتها و على الحقوق الواردة عليها و بالتالي الحماية القانونية مستحقة لهذه العلامة

الفرع الأول : حق ملكية العلامة

تؤدي عملية الإيداع و التسجيل إلى منح المودع حقوقاً شرعية من الناحية القانونية و هذا ما تؤكد المادة 9 من الأمر 06/03 بنصها : " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها " .

و يختص ملكية العلامة في القانون الجزائري من كانت له الأسبقية في إيداعها ،³⁴ وتأسيساً على ذلك صدر قرار عن مجلس قضاء الجزائر بتاريخ 17/03/1997 في القضية المنشورة من ع عطا الله ، شركة لنكونان و يوتي تحت رقم 96/4083 قضى بتأييد الحكم المستأنف القاضي بتحميل الخطأ للمودع الثاني للعلامة و عليه بإبطال العلامة التجارية " تريزور" و الحكم عليه بالدفع للمستعمل أو المودع الأول مبلغ 200.000 دج تعويضاً عن الضرر ، كما قضى حكم محكمة الحراش لمجلس قضاء الجزائر بتاريخ 26/11/2000... " أن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في إيداعها و بالتالي فإنه بالنظر للتاريخ

³⁴ - انظر في ذلك المادة 6 من الأمر 06/03.

يستخلص من الملف بأن المدعية نازعت المدعى عليها بأنها مالكة للعلامة التجارية "لحظة" المسجلة من قبلها و تتمتع بحماية مطلقة لا يمكن للغير استعمالها و أن إيداع و استعمال مؤسسة أنابال للعلامة التجارية "لحظة" يمثل اعتداء على ملكية تجارية مهمة ..."

إن ملكية العلامة تخول لصاحبها حق إحتكار 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.³⁵

كما تعتبر العلامة نسبية من حيث المكان بحيث يكون لصاحبها حق منع الآخرين من استغلالها داخل إقليم دولته و لا تمتد لخارجها إلا إذا سعى صاحب العلامة إلى تسجيلها دوليا في ظل اتفاقيات الدولية السارية و التي تكون دولته طرفا فيها

الفرع الثاني : حق التصرف في العلامة

بعد تسجيل العلامة يترتب لصاحبها حق في استغلالها ، كما يخول له ذلك الحق في التصرف فيها و ترد على العلامة عدة تصرفات ، فتمكين التنازل عن العلامة (البيع) أو رهنها ، كما يمكن أن تكون موضوع رخصة و هذا ما سنبينه تبعا.

أولا : إنتقال الحق في العلامة

نصت المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه " يمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة ، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنا " ، أي يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع و يجوز بيعها كليا أو جزئيا ، بجميع السلع و الخدمات التي سجلت من أجلها أو جزء منها فقط .

و لإنتقال الحق في العلامة ، اشترط المشرع الجزائري تحت طائلة البطلان ، الكتابة وإمضاء الأفراد في عقود نقل الحق في العلامة المودعة أو المسجلة.³⁶ كما أوجب قيد نقل

³⁵ -نعيمة علواش ، العلامات في مجال المنافسة ، دار الجامعية الجديدة ، طبعة 2013 ، ص 35.

³⁶ - أنظر المادة 15 من الأمر 06/03 .

تلك الحقوق في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، و لا يكون النقل نافدا في مواجهة الغير إلى منذ تاريخ تسجيله في سجل العلامات و هذا ما نصت عليه المادة 22 من المرسوم التنفيذي 277/05.³⁷

كما يحدث التنازل عن العلامة بالتخلي عنها بعدم تجديدها حيث تنص المادة 277/5 على أنه : " مدة تسجيل العلامة هي 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب " فإن أراد صاحب العلامة أن تستمر حماية علامته فيمكنه تجديد تسجيلها لفترات متتالية و لمدة 10 سنوات ، و إن لم يتم بتجديدها في ميعادها لدى انقضاء هذه المدة يحق لأي شخص أن يمتلكها بالتسجيل .

و تتم التنازل عن العلامة مع المحل التجاري الذي تستعمل لتمييز منتجاته³⁸ و على خلاف القانون التجاري الجزائري و الألماني و السويسري و الأمريكي فإن قانون الملكية الفكرية لفرنسا نص على إمانية التنازل عن العلامة بمعزل عن السجل التجاري أو المؤسسة التي تملكها .

ثانيا : عقد الترخيص

يعرف عقد الترخيص بأنه عقد يلتزم بمقتضاه صاحب العلامة بمنح إجازة باستغلال العلامة للمرخص له في إقليم معين أو عدة أقاليم³⁹ بمقابل مالي و عقد ترخيص قد يكون استثماري بحيث يمنع على صاحب العلامة أن يمنح نفس الترخيص لنفس العلامة لغير المرخص له ، أو في شكل غير استثماري أي لمصلحة المرخص له فقط دون غيره ما عدا المرخص .

حيث تنص المادة 9 من الأمر 06/03 على " .. مع مراعات المادة 11 فإن الحق في العلامة يخول لصاحبه حق التنازل عنها و منح رخص استغلال و منع الغير من استعمال

³⁷ - رمزي حوحو ، كاهنة زواوي ، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري ، مجلة المنتدى القانوني العدد الخامس ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص 41.

³⁸ - محمد إبراهيم الوالي ، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، المرجع السابق ، ص 114.

³⁹ - نعيمة علواش ، العلامات في مجال المنافسة ، المرجع السابق ، ص 41.

علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه علة سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها " كما نصت المادة 6 من نفس الأمر على أنه " يمكن أن تكون الحقوق المرتبط بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة استثمارية أو غير استثمارية لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها

و تخضع رخصة استغلال العلامة - مثل عقد التنازل - للشروط الموضوعية العامة الواجب توافرها في كافة العقود و لا بد من الإشارة إلى أنه يجوز منح حق إمتياز الإستغلال بخصوص كافة المنتجات أو الخدمات التي تشملها العلامة أو البعض منها فقط هذا ما نصت عليه المادة 16 من الأمر 06/03 ، كما يمكن تحديد الإقليم الذي يسمح باستعمال العلامة في مجاله .⁴⁰

ثالثا : رهن العلامة

ينص المشرع أن الحقوق المخولة عن طلب تسجيل العلامة أو تسجيلها تكون قابلة للانتقال الكلي أو الجزئي و هو يظهر مما نصت عليه المادة 1/14 من الأمر 06/03 و يجوز رهن العلامة إما أثناء التنازل عن المتجر أو أثناء رهنه لكونه عنصرا من العناصر المعنوية و إما بصورة منفصلة عنه ، لكن عملية رهن المحل التجاري لا تشمل العلامة إلى إذا كانت الأطراف المتعاقدة قد قامت بذكرها صراحة في قائمة العناصر المرهونة و هذا ما نصت عليه المادة 119 من القانون التجاري، و على كل يجب مهما كانت طريقة رهن العلامة أن يتم تسجيلها في دفتر العلامات و هذا ما نصت عليه المادة 14 و 22 من المرسوم التنفيذي 05-277 لهذا يحق للمعهد الوطني للملكية الصناعي أن يسلم إلى كل من يهمه الأمر نسخة من القيود الواردة على العلامة و التي تم تسجيلها في الدفتر الوطني

⁴⁰ - أنظر المادة 17 من الأمر 06/03 و المادة 25 من الأمر 57-66 و هذا ما سينتج من استقراءنا لهاتين المادتين

للعلامات أو أن يسلم شهادة تثبت عدم وجود أي قيد و هذا ما نصت عليه المادة 15 من نفس المرسوم .⁴¹

و يشترط في رهن العلامة و تحت طائلة البطلان و الكتابة و إمضاء الأطراف و هو ما نصت عليه المادة 15 من الأمر 06/03 فيكون للدائن المرتهن حق الحصول على سند الرهن الذي يثبت له حقه ، و ليس له حق حبس العلامة لأنها أحد عناصر الإنتاج و حبسها يؤدي إلى حرمان صاحبها من هذا الإستغلال ، كما أنه ليس من حق الدائن المرتهن استغلالها لأن ذلك يؤدي إلى وقوع المدين الراهن تحت طائلة استغلال الدائن المرتهن.⁴²

المطلب الثاني : فقدان الحق في العلامة التجارية

إن الحق في العلامة كام سبق تبيانه ينشأ بالتسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعي ، لكن ينقضي لسبب أو لآخر و قد تكون هذه الأسباب إرادية و قد تكون غير إرادية ، و لقد أورد المشرع الجزائري في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات ، طرق انقضاء الحق في العلامة نجد مصدرها في إرادة صاحبها إذ يمكن أن يتخلى عنها أو يترك استعمالها غير أن هناك أسباب خارجة عن إرادته ينبغي ذكرها .

الفرع الأول : إنقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها

يمكن أن تنقضي ملكية العلامة نظرا لإرادة صاحبها ، و يتعلق الأمر بعدم تجديد الإيداع أو التخلي عن العلامة .

أولا : عدم التجديد

تجري حماية ملكية العلامة مدة عشر سنوات ، إلا أنه يجوز لصاحبها تجديد إيداعه حتى تستمر الحماية القانونية ، و لقد سبق القول أن المشرع لم يضع حدا أقصى لعمليات التجديد حيث نصت المادة 2/5 من الأمر 06/03 : "يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر ب 10

⁴¹ - و نص المادة 99 من قانون التجاري الجزائري ، قانون رقم 75-59 المؤرخ في 26/09/1975 ، الجريدة

الرسمية ، العدد 101 ، المعدل و المتمم - و كذلك فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 253.

⁴² - سمير جميل حسين الفتلاوي ، المرجع السابق ، ص 310.

سنوات .." و بالتالي يجوز للمعني بالأمر تجديد الإيداع طالما استغل العلامة بصورة جدية ويستخلص من الأحكام التنظيمية الراهنة ، أن صاحب العلامة ملزم بطلب تجديد الإيداع في مهلة ستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو السنة (6) أشهر على الأكثر التي تلي هذا الانقضاء و هذا ما نصت عليه المادة 18 من المرسوم التنفيذي 05-277 و إلا نفذ حقوقه عليها ، أو يعتبر بسيط تنقضي ملكيته على العلامة بعد إنتهاء السنة التابعة لإنقضاء التسجيل، و هو نفس الحل الذي كان معمولاً به في ظل التشريع السابق.⁴³

ثانيا: التخلي أو العدول عن العلامة

يمكن في أي وقت لصاحب العلامة أن يتخلى عن علامته بإختياره أو لأسباب تجارية أو شخصية أو شخصية أو أن العلامة أصبحت شائعة في نظره أو أنه أراد ترك التجارة أو التخلص من أعبائها و هذا ما تضمنته المادة 19 من الأمر رقم 06/03 بنصها : " يمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها" حيث يفهم من المادة أنه ينص التخلي على كل المنتجات أو السلع أو الخدمات التي تغطيها العلامة أو على جزء منها إذا ما تعددت المنتجات و السلع و الخدمات التي تميزها . فالتخلي عن العلامة يكون بتقديم طلب من المعني بالأمر أو وكيل عنه بموجب وكالة خاصة بشطبها من سجل العلامات ، حيث يوجه مالك العلامة تصريحاً إلى المصالح المختصة و الممثلة في المعهد الوطني للملكية الصناعية ، و ذلك ضمن ظرف بريدي مضمون مع طلب الإشعار بالإستلام ، يعلن فيه عن رغبته الحرة و الكاملة في التخلي عن علامته كلياً أو جزئياً و يتم تسجيل هذا التخلي في سجل العلامات و بعد شطب العلامة من السجل الخاص الموجود على مستوى المعهد الجزائري للملكية الصناعية فإنه يقوم بإشهار عملية الشطب أو التخلي أي يتم في النشرة الرسمية للملكية الصناعية و الذي يسري مفعوله ابتداءً من يوم استلامه و هذا ما نصت عليه المادتين 25 و 30 من المرسوم 277/05.

⁴³ - فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري حقوق الملكية الصناعية و التجارية ، المرجع السابق ، ص

و يعتمد صاحب العلامة إلى التخلي عن علامته عندما لا يجد فائدة من وجوب تسجيلها ولكي يتخلص من دفع الرسوم فيقوم بطلب التخلي عنها أو العدول عن تسجيلها⁴⁴ و لا بد من الإشارة إلى أن التخلي عن العلامة في حالة عقد الترخيص يتطلب إلزاميا موافقة المستفيد من الترخيص⁴⁵

الفرع الثاني: إنقضاء العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها

يمكن أن تنقضي ملكية العلامة لسبب خارج عن إرادة صاحبها حيث يمكن أن يحتج ضده بعدم صحة الإيداع و التسجيل فقرار بطلان التسجيل يؤدي إلى فقدان الحقوق الشرعية التي كان يتمتع بها و كذلك في حالة عدم استغلال العلامة .

أولا : بطلان التسجيل

نص المشرع الجزائري في المادة 20 من الأمر 06/03 على الحالات التي يجوز فيها إبطال العلامة حيث نصت على ما يلي : " يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع و ذلك بطلب المصلحة المختصة أو الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات من 1-9 من المادة 7 من هذا الأمر "

و بإستقرار هذا النص نجد أ المشرع أجاز إبطال العلامة و ذلك بكلب من المصلحة المختصة إذ تبين أن تسجيلها كان مخالفا لما جاءت به المادة 7 من الأمر 06/03 و هي كل الحالات التي يرفض فيه تسجيل العلامة و المتمثلة في غياب الشروط الموضوعية لصحة تسجيل العلامة .

و يكون انقضاء الحق في العلامة بالإبطال عن طرق دعوى قضائية مرفوعة إما من المصلحة المختصة أو من الغير صاحب المصلحة في دعوى الإبطال ، و معنى ذلك أنه لا

44 - سمير جميل الفتلاوي ، المرجع السابق ، ص 313.

45 - أنظر المادة 26 من المرسوم 05-277.

يجوز لمالك العلامة طلب إبطال علامة أخرى تكون سببا في إثارة إختلاط مع علامته في كلها أو جزئها .

و هذا الإبطال يكون بأثر رجعي من تاريخ الإيداع أي أن العلامة تصبح كأن لم تكن و قد أورد المشرع استثناءا على إمكانية إبطال العلامة إذا اكتسبت صفة التمييز .

و لم يسمح المشرع المشخص الذي طلب تسجيل علامته بسوء نية الإستفادة من مدة 5 سنوات لجعل العلامة نافذة و غير قابلة للإبطال و هذا ما نصت عليه المادة 20 من الأمر 06/03 .

غير أن العلامة قد لا تتصرف للغير ، و من ثم تلغى كل التصرفات الواردة على العلامة من تنازل أو بيع أو ترخيص بأثر رجعي و يسترد الغير حسن النية حقوقه عن طريق التعويض و يخضع الحكم القضائي بإبطال العلامة لإجراءات التسجيل و النشر ليعلم الكافة بذلك .

ثانيا : سقوط الحق بسبب عدم الإستغلال

حددت المادة 21 من الأمر 06/03 الحالات التي يجوز فيها إلغاء العلامة حيث نصت أنه: " تلغى الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة بناءا علة ما يلي:

1 - طلب من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 (الفقرات 3 و 5 و 7) من هذا الأمر بعد تسجيل العلامة وظل قائما بعد قرار الإلغاء غير أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتجا من المادة 7 (فقرة 2) فإن التسجيل لا يلغى إذا اكتسب العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها.

2 - طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا للمادة 11 أعلاه"

إنطلاقا من هذا النص فإن الحالات التي يجوز فيها إلغاء العلامة هي الحالات المنصوص عليها في المادة 7 من الأمر 06/03 ، فإذا وجدت علامة من هذه العلامات فيجوز إلغاؤها أما الحالة المنصوص عليها في المادة 11 تتمثل في عدم الإستعمال الجدي للعلامة على

السلع أو الخدمات لمدة تفوق 3 سنوات ، حيث يكون سقوط العلامة بناء على عدم استغلالها و يترتب على عدم استعمال العلامة إلغائها إلا في حالتين :

1 إذا لم يستغرق عدم الإستعمال أكثر من 3 سنوات دون انقطاع.

2 - إذا قام مالك العلامة قبل إنتهاء الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفها عسيرة حالت

دون استعمالها ، ففي مثل هذه الحالات يمكن للمصلحة المختصة قبول تمديد أجل الإستغلال لكن لسنتين على الأكثر .

و الملاحظ أن المشرع الجزائري ألزم صاحب العلامة بإستغلال علامته خلال 3 سنوات من تاريخ إيداع طلب تسجيلها إلا تسقط العلامة و تصبح ملكا عاما .

و نشر أنه إذا توافرت الشروط السابق ذكرها لإلغاء العلامة و كانت متعلقة بجزء من

السلع و الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة فلا تشمل الإلغاء إلا ذلك الجزء من هذه

السلع أو الخدمات وفقا للمادة 28 من المرسوم 277/05.

و يكون إلغاء العلامة بموجب قرار قضائي دائما على أساس دعوى مرفوعة من

الأشخاص المذكورين في المادة 21 من الأمر 06/03 كما أنه لم ينص المشرع في المادة

السابقة على فترة تقادم الدعوى للإلغاء.

الفصل الثاني

الحماية الجنائية للعلامة التجارية

تمهيد:

تنشأ العلامة التجارية المسجلة كما رأينا في الفصل الأول وفقا للشروط المنصوص عليها قانونا الحقوق إلا أن هذه لابد من حمايتها من الإعتداء وهذه الحماية تسمى بالحماية الجنائية والتي تطرقت فيه إلى الحماية الشكلية والتي تكون وفق تجريم صور وأشكال الإعتداء على العلامة ، إضافة إلى حماية إجرائية دون أن أنسى موقف القضاء من ذلك ، وتشمل الحماية الجنائية للعلامة التجارية مختلف صور التعدي على العلامة وهي جريمة تقليد العلامة وجريمة عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة وجريمة وضع علامة تجارية غير مسجلة وجريمة الممارسات التجارية الغير النزيهة وما يتبعه الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة ومصادرة الأشياء والوسائل المستعملة وإتلاف الأشياء المستعملة في المخالفة.

المبحث الأول: الحماية الجنائية للعلامة في التشريعات الداخلية

تناول المشرع من خلال قانون الملكية الصناعية⁴⁶ صور مختلفة لجرائم الإعتداء على العلامة التجارية وهو ما سنتناوله في المطلب الأول المعنون بجرائم تقليد العلامة بينما خصصت المطلب الثاني للجرائم الملحقة بالعلامة التجارية.

المطلب الأول: مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة

لقد إمتد التقليد يشمل كل المنتوجات ذات الاستهلاك مهما كانت طبيعتها ونظرا لخطورة الأمر لكونه يتعلق بتعريض صحة من يستعمل هذه المنتجات للخطر، كان من الواجب مكافحة جميع أشكال تقليد العلامة بصورة فعالة ليس فقط بالنص على عقوبات مشددة في القوانين وإنما يمنح الهيئات المكلفة بالمراقبة الوسائل المادية و البشرية الملائمة لمكافحة هذه الظاهرة التي أصبحت مرضا عاما يستهدف الصناعة والتجارة .

الفرع الأول : مفهوم جرائم تقليد العلامة

للتقليد مفهوم مباشر يقصد به اصطناع شيء أصلي قصد التضليل أو الإحتيال أو إصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما أو تشابه في مجموعها العلامة الأصلية بحيث يمكن للعلامة المطابقة للعلامة الأصلية ان تؤدي إلى تضليل الجمهور وجذبه إليها ظنا منه انها العلامة الأصلية .

فالمشرع الجزائري اخذ بالمفهوم الواسع للتقليد الذي يقصد به كل الأفعال والتصرفات الماسة بمالك العلامة التجارية⁴⁷، فكل استعمال غير مشروع من الغير يشكل جرم التقليد وهذا ما نصت عليه المادة 26 من الأمر 06/03

¹ - الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ،المشار إليه سابقا.

⁴⁷ - فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 259.

وتشتمل أفعال التقليد ، مطابقة العلامة وتشبيه العلامة، واغتصاب علامة المملوكة للغير وكذا بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو عرض هذه المنتجات للبيع.

الفرع الثاني : استعمال علامة مطابقة

هو اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية ولا يهيم وفقا لهذا الرأي أن يكون اصطناع شاملا لكل علامة أو جزء منها ويطلق الفقه على هذه الحالة تزوير العلامة التجارية وهي إحدى صور جنحة التقليد في القانون الجزائري وتقوم على الأركان التالية
أولا: الركن المادي :

تقوم جريمة مطابقة أو تزوير العلامة بمجرد القيام بعملية التزوير فعلا حتى ولو تستخدم أو توضع على منتجات أو خدمات لتمييزها

ويمكن اكتشاف التزوير الواقع على العلامة عند إيداعها لدى المصلحة المختصة قصد تسجيلها وذلك لسبق وجود علامة مسجلة مطابقة لها تطابقا تاما .

وإذا كانت مسألة قيام الركن المادي في جريمة التزوير لا تثير صعوبة عند ضبط العلامة المزورة ، خاصة إذا كان هناك إختلاف بسيط في بعض أجزاء العلامة فإن الصعوبة قد تكون في حالة ما إذا كان التطابق كاملا وتاما من جميع النواحي ومسألة تقدير مدى وجود التزوير الواقع على العلامة هي مسألة واقعية يختص بها قاضي الموضوع⁴⁸ دون رقابة عليه من المحكمة العليا⁴⁹.

فالعبارة في تقدير التزوير يتعلق بالعناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك العادي تحديدها فقد ذهب القضاء الجزائري على أن تسمية BANITA تشكل تقليد لنوع معين من العطور يدعى HABANITA فالعبارة هنا تتعلق بالمساس بالعلامة المحمية حتى ولو كانت تتعلق بمنتوج أو

⁴⁸ - سميحة القليوبي، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 ، ص 235 - 236

⁴⁹ - فرموش عبد اللطيف ، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والإجتهد ، بحث ملقى في مؤتمر التقليد على

ضوء الإجتهد القضائي والقانون في 11/04/21 المحكمة العليا، الجزائر، ص 7

خدمة أقل جودة من منتج أو خدمة التي تتعلق بها العلامة المزورة ، اما إذا لم يكن النقل حرفيا للعلامة وتعلق الأمر بنقل بعض أجزاء العلامة فيكون الأمر متعلق بصورة أخرى من التزوير .

ثانيا: الركن المعنوي:

لا يشترط ضرورة توافر القصد الجنائي الخاص أو نية الإحتيال أو البحث في مدى توافر حسن نية مرتكب الفعل فالعنصر المادي كاف لقيام الجريمة ، وقد إعتبرت المادة 26 من الأمر 06/03 القيام بأي عمل يمس بحقوق صاحب العلامة جنحة معاقب عليها قانونا ولم يشترط لذلك ضرورة توافر العمد أو سوء النية وكذلك الحال بالنسبة للأمر 57/66 الملغى خاصة أن هذه الجريمة تهدف إلى الإعتداء على الحق في العلامة من جهة وإلى غش المستهلك وتضليله من جهة ثانية ولا يشترط أن يكون الغش مؤكدا بل يكفي أن يكون محتملا فلا يقوم التزوير إذ إنتفت حالة اللبس لدى المستهلك أو نية الإحتيال لدى الفاعل⁵⁰ ، إلا أن هناك من يرى أن تسجيل العلامة قرينة على علم الغير بها خاصة بالنسبة للتاجر الذي يفترض به أن يكون على علم بجميع العلامات المسجلة وذلك بحكم أن تسجيل العلامة ينشر في نشرات خاصة .

ولقد منح المشرع الجزائري السلطة المختصة بتسجيل العلامة عند تقرير التشابه بين العلامة المصطنعة والعلامة الأصلية الأخذ بعين الإعتبار الموافقة الكتابية لمالك العلامة المسجلة المحمية وهذا ما نصت عليه المادة 4/12 من المرسوم 277/05 وفي حالة ما إذا لم تقم المصلحة المختصة بهذا الإجراء، وقامت بتسجيل العلامة المزورة فإنه لا يمكن متابعة صاحبها جزائيا وإنما يمكن لمالك العلامة الأصلية المسجلة أن يطالب بإبطال العلامة.

الفرع الثالث: إستعمال علامة مشابهة

⁵⁰ - صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 253- وكذلك عامر محمد الكسواني ، المرجع السابق ص 201.

تعد الأفعال المتعلقة بإستعمال علامة مشابهة ، الصورة المثلى لجريمة التقليد والأكثر إنتشارا في الجزائر ⁵¹ ، خاصة مع إنفتاح الجزائر على التجارة الخارجية وكثرة السلع والمنتجات المستوردة والمنتجة في الجزائر .

ولكن التساؤل الذي يمكن طرحه حول المعايير التي إعتدتها في تقدير التشابه بين العلامات؟ وما هي المعايير والأسس المعتمدة من طرف القضاء الجزائري، وتقوم جنحة إستعمال علامة مشابهة على الركنين المادي والمعنوي.

أولاً: المعايير المعتمدة لقيام الركن المادي:

يشترط المشرع أن يكون إستعمال العلامة المشابهة يحدث لبسا لدى جمهور المستهلكين وهذا ما نصت عليه المادة 7 فقرة 9 من الأمر 06 / 03 ، لكن هل يشترط أن يكون اللبس واقعا أو يكفي أن يكون إحتماليا وهل العبرة فيه بأوجه الشبه بين العلامات الأصلية و العلامة المشابهة أم بأوجه الإختلاف ؟

لقد ذهب القضاء الجزائري في إحدى القضايا المشهورة بين شركة حمود بوعلام لصنع المشروبات وشركة زرقة للمشروبات المالكة لعلامة (سليكتو) (selecto) حيث رفعت شركة حمود بوعلام ضد شركة زرقة لإستعمالها غير الشرعي لعلامة (سليكترا) (selectra) وخلصت المحكمة في إحدى حيثياتها إلى أن " طلب إيداع علامة (سليكترا) (selectra) وأن لشركة حمود بوعلام الأسبقية في إمتلاك العلامة وأن علامة (سليكتو) معروفة وتتمتع بسمعة وذات إستعمال طويل المدى فإن طريقة تقديم وتسمية المنتجين تشكل تشابه في الطبيعة والإستعمال الذي وضع لأجلها المنتج وعليه فإن عرض العلامتين المتشابهتين في السوق من شأنه أن يخلق خلط في أذهان المستهلكين (لبسا)

إن القضاء الجزائري لا يشترط أن يكون الخلط واقعا، وإنما يكفي مجرد إحتمال وقوعه كما أن العبرة فيه بأوجه التشابه لا بأوجه الإختلاف وهو موقف القضاء الفرنسي الذي لا يعتد بجريمة التقليد بالتشابه إلا بتوافر عنصر التضليل

⁵¹ - فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 257

كما ذهبت المحكمة العليا في إحدى قراراتها⁵² في النزاع القائم بين الشركة المالكة

العلامة (برانس) والشركة مالكة العلامة (برانساس) وخلصت المحكمة العليا في قرارها إلى أنه "الكلمتين هما عبارة عن لقب يمنح لكل من يتولى الإمارة سواءا أكان ذكرا أم أنثى وأنه بإختصار فإن مجموع الخصائص لكتابة كل علامة وكذا النطق بها لا تشكل أي تشابه يمكنه إحداث خطر اللبس والخطأ بينهما من طرف المستهلك ذو الإنتباه المتوسط وبالتالي فإن إيداع علامة برانساس من طرف المطعون ضدها لا يشكل أي تقليد غير مشروع لعلامة برانساس"

ثانيا: الركن المعنوي

إن المشرع الجزائري لا يشترط القصد الخاص وهو نية الغش من طرف مرتكب الفعل وهذا ما جاء في المادة 32 من الأمر 06/03 على أنه: "كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر على سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط " وهذا على خلاف جنحة عدم وضع علامة على السلع والخدمات وجنحة وضع علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها التي أورد فيها المشرع عبارة (تعمدوا)⁵³ غير أن هذا الرأي مخالف لكافة القوانين المقارنة التي تشترط ضرورة توافر سوء النية أو الغش لدى الفاعل كما هو الحال لدى القانون المصري ومخالف للأمر 57/66 كما أنه مخالف لإتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والمنظمة إليها الجزائر والتي تنص في مادتها 6 (ثانيا) وكذلك في الفقرة 3 من نفس المادة ، وأيضا الأمر الذي ذهب إليه القضاء الجزائري في إحدى قراراته⁵⁴ وذلك في النزاع القائم بين شركة كوسميساف لمواد التجميل وشركة بارفال في لاروش ، حيث خلص القرار إلى ان "قضاة

⁵² - قرار المحكمة العليا رقم 261 209 في 2002/02/05 ، الغرفة التجارية و البحرية ،المجلة القضائية ، العدد 1 2003 ، ص 265.

⁵³ - المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات المشار إليه سابقا

⁵⁴ - قرار المحكمة العليا 350164 في 2005/10/05 الغرفة التجارية والبحرية ، العدد 1/2006 ص 337 - 341

الموضوع لم يبرزوا العناصر التقنية التي إعتدوها لتقرير التشابه الكبير في العلامتين وإقرار سوء نية الطاعنة للإيقاع بالمشتري في لبس أكبر"

وهذا يبين أن موقف القضاء الجزائري يخالف موقف المشرع في المادة 32 من الأمر 06/03 .

والتي لا تشترط سوى القصد العام لقيام جنحة التقليد ، إلا أنه لا يشترط توافر قصد الغش للمطالبة بالتعويضات المدنية أمام القضاء المدني

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

حيث أن الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو مشبهة حتى عند عدم مشاركتهم في صنعها أدانتهم المادة 9 فقرة 2 " يمكن التمسك بالحق المخول بموجب تسجيل العلامة في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا أو إسما تجاريا مشابها إلى اللبس بين السلع والخدمات مطابقة أو مشابهة ،دون ترخيص المالك وكذلك ما ذهبت إليه المادة 26 من نفس الأمر نصت أنه: " يعد جنحة تقليد العلامة المسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ، تقوم هذه الجريمة على ركنين مادي ومعنوي

أولا : الركن المادي

يتخذ الركن المادي ، إما بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو علامة مملوكة للغير ، أو بعرض بضائع عليها علامة مقلدة أو علامة مملوكة للغير أو حتى مجرد حيازة تلك البضائع المذكورة فالمشرع لا يميز بين بيع المنتجات وعرضها للبيع أي تعد الجنحة مرتكبة إذا تحقق البيع وحتى

في حالة عدم تحقيقه يكفي أن تكون المنتجات قد تم عرضها في الأسواق أو في المعارض أو بواسطة الدعاية

ثانيا: الركن المعنوي

على خلاف التشريع السابق⁵⁵، لا يشترط لقيام الجنحة توافر سوء القصد في العمليتين⁵⁶ أي إرادة المعني بالأمر في خداع المشتري

إن إلغاء الأحكام السابقة التي كانت جد صريحة يؤدي إلى إعتبار أن هذه التصرفات تعد مساسا بحقوق صاحب العلامة وبالتالي تخضع للأحكام العامة الخاصة بالتقليد وبالرغم من أن جل الأحكام المتعلقة بالعلامات مستمدة من التشريع الفرنسي، يلاحظ أن المشرع الجزائري، على خلاف نظيره الفرنسي أهمل في الأمر رقم 06/03 ذكر صراحة موضوع السلع المستوردة الحاملة علامة مقلدة إلا انه تطرق إلى هذه المخالفة في قانون الجمارك بالنص أنه تخطر عند الإستيراد مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه وتخضع إلى مصادرة البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة⁵⁷ ولهذا فإن العقوبات المقررة لهذه الجنحة تتمثل حسب المادة 32 إلى الحبس من 6 أشهر على سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين التاليتين الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الأشياء المستعملة أو الوسائل المستعملة في المخالفة وإتلاف الأشياء محل المخالفة

الفرع الخامس: وضع علامة تجارية مملوكة للغير

وهم الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي ملك غيرهم وهذا ما جاء في نص المادة 26 من الأمر 06/03 التي تنص أنه: " يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة وعليه فإن هذه الجريمة تتكون من ركن مادي ومعنوي هما كالتالي:

⁵⁵ - المادة 28 (ثالثا) من الأمر رقم 57/66 السابق الذكر.

⁵⁶ - المادتين 26-32 من الأمر 06/03

⁵⁷ - المادة 22 فقرة 2 من القانون رقم 07/79 العدد 30 ص 3 المعدل والمتمم بناء على القانون رقم 10/98

الجريدة الرسمية العدد 61 ص 5

أولاً: الركن المادي

يتعلق الأمر مثلاً بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة لملئهم بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك ، ليست هذه العملية تقليد علامة الغير ، بل هي وضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة من صاحب تلك العلامة الأصلية

ثانياً: الركن المعنوي: فلا تتطلب هذه الجنحة حالياً ، نظراً لعمومية النص القانوني توافر عنصر القصد ، فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية عن منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها⁵⁸ لذا فلا يتوجب على المدعي أو النيابة العامة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الإستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية⁵⁹.

المطلب الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة

بعدما تعرضنا للأسباب التي تعد بمثابة تعد على العلامة التجارية ، سنحاول البحث عن فئة أخرى من الجرائم أو الأفعال التي جرمها المشرع الجزائي وتتمثل في عدم وضع علامة

أو وضع علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وإستعمال علامة ، وفي هذا الصدد وضعت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية نصوصاً تحظر وتمنع تسجيل علامات معينة إما لتعلقها بالنظام العام والآداب العامة أو تتعلق بالرموز الخاصة بالدولة فأبي مخالفة لهذه الشروط والبيانات يعد جرماً يستحق العقاب ، ولهذا لأن هذا الأخير يكاد يسبب ضرراً للمستهلك نتيجة ترويج منتجات دون بيان صاحبها أو مصدرها، وإذا قلنا أن واقعتي البيان التجاري غير المطابق للحقيقة وخداع المشتري في مصدر البضاعة هما وسيلتان من وسائل

⁵⁸ - concernant L'empLoi de bouteilles et flacons, ce doit est appelé délit de

remplissage.

⁵⁹ - بولفرعة نعيمة ، الإعتداء على الحق في العلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 55- 56

الغش التجاري وهذا الأخير هو عبارة عن إستعمال طرق إحتيالية ولهذا سنحاول توضيح هذه الجرائم في ما سيأتي :

الفرع الأول: جريمة عدم وضع علامة أو وضع علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها

لقد نص المشرع الجزائري في المادة 33 على: " يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من 500.000 دينار إلى 2000.000 دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص

- 1- الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا بيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة
- 2- الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر

كما نصت المادة 4 من هذا الأمر على أنه: " لا يمكن إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة وعلى هذا تقسم هذه الجريمة إلى ركنين هما:

أولاً: الركن المادي

نجد أنه على خلاف الجرائم السابقة الذكر فإن العنصر المادي يتطلب في هذه الجريمة وجود منتجات لا تحمل علامة أو بيعها أو عرضها للبيع دون تسجيلها فالحقوق الممنوحة لصاحب العلامة تنجم عن إتمام إجراءات التسجيل⁶⁰ وعليه لا يمكن إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة ، فأساس التجريم يكمن هنا في كون هذا السلوك المادي يسبب ضرراً للمستهلك نتيجة ترويج منتجات دون بيان صاحبها او مصدرها ، وهذا ما يسمح لنا بالقول أن

⁶⁰ - راجع المادتين 5 فقرة أولى والمادة 9 فقرة أولى من الأمر 06/03

هذه الجنحة تختلف عما سبق دراسته في كونها تهدف إلى حماية المستهلك أكثر من حماية صاحب العلامة

ثانيا: الركن المعنوي

هذه الجنحة على عكس السابق تتطلب العنصر المعنوي بحيث أنه من خلال المادة 33 من الأمر السابق نجد أن المشرع إشتراط توافر سوء النية وذلك لما نص بعبارة (تعمدوا) و هي إشارة إلى القصد الجنائي الذي يتطلب العلم و الإدارة.

الفرع الثاني : جريمة الخداع

يوجد الكثير من مواد قانون العقوبات الجزائري⁶¹ تنص على تجريم الغش منها المادة (429) و التي تعاقب بالحبس من شهرين إلى 03 سنوات و بغرامة من 2000 إلى 100.000دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أو خدع المتعاقد بسواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع .

كما شدد المشرع الجزائري العقوبة إلى السجن حتى خمس سنوات إذا ارتكبت جريمة الخداع أو الشروع فيها بواسطة أي طريقة من الطرق الإحتيالية المنصوص عليها في المادة (430) من قانون العقوبات الجزائري ، لذلك كانت واقعة تداول سلعة أو الشروع في تداولها و هي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعية بغير حق هي جريمة الخداع طبقا لنص المادة الأولى من القانون رقم 281 لسنة 1994 الخاص و تتكون دراستنا لهذه الجريمة من خلال الحديث عن قيام الجريمة التامة و الشروع في جريمة الخداع مع الحديث عن العقوبة المقررة .

أولا: الجريمة التامة:

⁶¹ - أنظر المادتين 429 و 430 من قانون العقوبات رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر 1986 الموافق ل 8 يوليو 1966 المعدل و المتمم.

يشترط لإعطاء وصف جريمة الخداع أن تتوافر فيه الأركان الآتية:

1- أركان الجريمة التامة :

الركن المادي : هو فعل مادي يصدر من الجاني ، يهدف منه خداع المتعاقد معه أو التدليس عليه ، فيتمثل الركن المادي في الأفعال الخادعة بشأن العلامة التجارية فيترتب على هذه الأفعال ، إيقاع المتعاقد في اللبس و الخداع ، سواء تم ذلك عن طريق الكذب أو التضليل ووسيلته في ذلك الإعلان المضلل الذي من شأنه خداع المستهلك و التأثير على سلوكه الإتفاقي و بذلك يكون الخداع .

القصد الجنائي:

جريمة الخداع هي جريمة عمدية ، فمن ثم يلزم أن يتوافر فيها القصد الجنائي العام ، أي إنصراف إرادة الجاني إلى الواقعة مع العلم بتوافر أركانها في الواقع ، و أن يعلم بأن القانون يعاقب عليها.

و مفاد هذا أن المشرع لا يكتفي لقيام الجريمة القصد الجنائي العام و إنما يتطلب فوق ذلك قصدا خاصا و هو تعمد إدخال هذا الغش على المتعاقد الآخر.

ثانيا: الشروع في الخداع :

أركان الشروع في جريمة الخداع : يكون الشروع في هذه الأخيرة إلا عند البدء في توافر شروط لإعتبار وجود حالة شروع معاقب عليها في حالة العلامة المغتصبة و هما :

- حصول إغتصاب العلامة

- أن تعرض العلامة المغتصبة مع البضاعة على شخص معين و بالتالي لهذا إذا لم يكن هناك شخص معين بالذات فليس هناك شروع لجريمة الخداع .

و على ذلك مجرد عرض بضائع تحمل علامة مغتصبة في المحل لا تعتبر شروعا في جريمة الخداع.

و على ذلك مجرد عرض بضائع تحمل علامة مغتصبة في المحل لا تعتبر شروعا في جريمة الخداع إنما يجوز إعتبار حالة العرض أعمال تحضيرية لجريمة الخداع .

كما يشترط ثبوت القصد الجنائي لدى المتهم ، و ذلك بإنصراف إرادته إلى الواقعة مع العلم يتوافر أركانها في الوقائع و بأن القانون يعاقب عليها⁶².

- أما العقوبات المقررة لجريمة الخداع أو الشروع فيه فهي كالآتي :

- العقوبة الأصلية: حسب نص المادة 429 ق.ع الجزائري فهي الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 2000 دج إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين :

- أما العقوبات التكميلية : و هي كالتالي

- مصادرة العلامة المقلدة أو المزورة، نشر الحكم في جريدتين يوميتين، إلغاء

الترخيص أو غلق... إلخ

- أما تشديد العقوبة: فقد شدد المشرع الجزائري العقوبة في نص المادة⁶³ 430 ق.ع.ج حيث رفع مدة الحبس إلى خمس سنوات و الغرامة إلى 500.000 دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها.

الفرع الثالث : جرائم التشريع المقارن

إن هاتين الجريمتين تحدثت عليهما التشريعات المقارنة و التي تعتبر من الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية و سنتحدث عليهما فيما يلي .

أولا : جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة

⁶² - آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، المرجع السابق، ص 176.

⁶³ - بالرجوع و مراجعة المادة 430 ، ق.ع.العقوبات الجزائري.

البيان التجاري عرفته المادة 100 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري فهو عبارة عن وصف أو بيان يتعلق بالذات أو بالوساطة ككلمة أو عبارة أو رموز أو تصوير لهذه الصفات.

كما عاقب المشرع المصري و جرم كل من وضع بيان تجاري غير مطابق للحقيقة على منتجاته أو مجاله أو مخازنه أو بها أو على المنتجات على الجمهور وهذا ما نصت عليه المادة 114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 02/82.

إذا كان النص الفرنسي يضاها في توافقه مع النص المصري في هذه الجريمة لأفعال التغيير في بيانات حقيقية إلا أنه المشرع الفرنسي عدد في النص أساليب تغيير البيانات الحقيقية الموضوعية على المنتج و لكنه لم يشترط وضع بيانات غير حقيقية على المنتجات ذاتها ، حيث قرر أن البيانات يمكن تغييرها بواسطة إعلانات أو منشورات أو ملصقات أو بإظهار فواتير أو شهادات بأصل كاذب أو حتى بواسطة تقرير شفوي على عبارة أو بأي وسيلة أخرى و لكن المشرع الفرنسي إشتراط أن يكون هذا التغيير لحمل المستهلكين على الإعتقاد أن هذه المنتجات من أصل مخالف لأصلها الحقيقي .

أركان جريمة البيان التجاري غير المطابق للحقيقة .

(1) الركن المادي : تتمثل الواقعة المادية في وضع التاجر أو الصانع بيان تجاري غير مطابق للحقيقة على منتجاته أو محله أو مخازنه أو بها أو عناوينها أو على الأغلفة أو الفواتير أو المكانيات أو رسائل الإعلان أو غير ذلك مما يستعمل في عرض منتوجات على الجمهور وهذا فحوى المادة 101 من القانون رقم 2002/82 الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري

(2) الركن المعنوي : إبتات القصد الجنائي لما ينص عليه مشروع صراحة ، مما دفع البعض إلى القول صراحة إلى أن المشروع لم يشترط إبتاث سوء القصد لدى التاجر الذي يضع على منتجاته أو محلاته ، كما أنه لم يشترط إبتاث علمه بكذب البيان و لهذا لأن

المشرع يفترض في كل تاجر العلم بحقيقة السلعة ، فأقام قرينة على علمه بكذب البيان و ألقى على عاتقه عبئ تفويض هذه القرينة بإثبات عكسها .

ثانيا : استعمال العلامة المخالفة للنظام العام و الآداب العامة

لقد قضت المادة 67 الفقرة الثانية من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري على منع تسجيل العلامة أو كعنصر منها العلامات المخلة بالنظام العام ثم نصت المادة 114 من القانون ذاته على معاقبة كل من استعمل علامة في الحالة المنصوص عليها في الفترة الثانية من المادة 67 من هذا القانون و تتكون هذه الجريمة على ركنين هما :

1. **الركن المادي:** يتمثل الركن المادي بأن يقوم الجاني باستخدام علامة بأن يقوم بوضع إمراة عارية على منتجات معينة ، إن هذه المسألة تقديرية و تخضع للعرف السائد لكل دولة وسيخلصها قاضي الموضوع من الظروف و وقائع الدعوى أو يتمثل الركن المادي بأن يقوم الجاني باستخدام الشعارات العامة أو الإعلام و الرموز سواء كانت الدولة المقيم فيها أو دولة أخرى أو حتى المنظمات الإقليمية أو قيام الجاني باستخدام بيانات مخصصة لدرجة الشرف سواء كانت تلك البيانات تعود له أو لشخص آخر و أن يستخدم مثل هذه البضائع أو منتجات معينة أو أن يتم استخدام رمز الصليب الأحمر أو الهلال أحمر حتى و لو كان مقلدا على بضائع أو منتجات .

و الواضح أن المشرع لم يقضي صراحة بالعقاب على من استعمل العلامة المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصيغة البحتة بالرغم من خطورة هذا الإستعمال ، و ترك تكيف كل حالة لظروفها ، و معايرة مدى مخالفتها للنظام العام بالنظر للمنتجات التي تحملها كإستعمال صورة الكعبة كعلامة لمنتجات لروائح شرقية .

2. **الركن المعنوي :** يتمثل في علم الجاني أنه يستعمل علامة حضر المشرع تسجيلها كعلامة و رغم ذلك يقوم باستخدامها و بذلك فإنه يكتفي المشرع بالقصد الجنائي في مثل هذه الجرائم مفترض لدى مرتكب الفعل ، و يكون عبئ إثبات هذا القصد على المدعى (النيابة

العامة) و على المتهم إثبات حسن نيته إذا رفض تسجيل هذه العلامة لمخالفتها للنظام العام والآداب⁶⁴.

المبحث الثاني : الحماية الجنائية للعلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية

من المعلوم أن حماية العلامة التجارية - في الأصل - تقف عند الحدود الإقليمية للدولة التي تسجل فيها العلامة التجارية، و لا تتعدى تلك الحدود و ذلك تطبيقا لمبدأ السيادة الإقليمية.

فأثر التسجيل يسري فقط في حدود الدولة التي تم فيها تسجيل العلامة⁶⁵ ، الأمر الذي يفرض على طالب الحماية أن يودع علامته في كل دولة يرغب في حمايتها فيها.

و لما كانت مسألة تنظيم أحكام العلامة التجارية و محاربة التعدي عليها يقف عند الحدود الإقليمية لكل دولة ، و لم تبق حكرا على التشريعات الوطنية خاصة و أن الحماية الوطنية للعلامة التجارية قد أصبحت غير فعالة في حماية العلامات الأجنبية و ذلك لسهولة انتقال المنتجات و البضائع و الخدمات عبر الدول من خلال التجارة الدولية الأمر الذي أدى إلى إبرام اتفاقيات دولية بهذا الصدد.⁶⁶ مثل اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات سنة 1891 ، اتفاقية نس بشأن التصنيف الدولي للسلع و الخدمات لأغراض تسجيل العلامات سنة 1957 ، بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات 1989 ، معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي سنة 1981.

و سوف نقصر مجال الدراسة على اتفاقيتي: باريس بشأن الملكية الصناعية، و تريبس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية .

المطلب الأول : آليات الحماية الجنائية للعلامة بمقتضى اتفاقية باريس

⁶⁴ - أمانة صامت ، المرجع السابق ، ص 202.200.

⁶⁵ - المادة 4 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

⁶⁶ - صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 435.

تعتبر إتفاقية باريس أشهر وأقدم الإتفاقيات التي إهتمت أساسا بتنظيم وحماية الملكية الصناعية و قد أبرمت في 20 مارس 1883 وقد أنشئت الإتحاد الدولي لحماية الملكية الصناعية وأهم مبادئها التي قررتها: مبدأ المعاملة الوطنية، مبدأ الأسبقية، مبدأ قبول تسجيل العلامة، وقد إنضمت الجزائر إلى هذه الإتفاقية بموجب الأمر رقم 02/75 المؤرخ في 1978/1/9، سوف نقصر الحديث على إبراز ملامح الحماية الدولية للعلامات في ظل إتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

الفرع الأول : شروط تسجيل العلامة وفقا لاتفاقية باريس

لقد تركت الإتفاقية الحق لدول الإتحاد في تحديد شروط تسجيل العلامة وفقا للأوضاع القانونية التي يتضمنها التشريع الوطني لكل دولة.⁶⁷

غير أنه و من جهة أخرى أوجبت الإتفاقية على دول الإتحاد أن تقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي و أن تمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها ويجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراء التسجيل تقديم شهادة صادرة من جهة الإختصاص تثبت حصول تسجيل العلامة في بلدها الأصلي ، و لا يشترط في هذه الشهادة أن تكون مصادقا عليها.⁶⁸

كما أجازت الإتفاقية للدول الأعضاء أن تبطل أو ترفض تسجيل العلامات التجارية في حالات معينة منصوص عليها في الإتفاقية⁶⁹

إلا أنه لا يجوز رفض تسجيل العلامات التجارية أو الصناعية في الدول الأخرى للإتحاد لمجرد أنها تختلف عن العلامات التي تتمتع بالحماية في بلدها الأصلي بعناصر لا تغير في الصفة المميزة لها و لا تمس ذاتية العلامات بالشكل الذي سجلت فيه في البلد الأصلي.⁷⁰

⁶⁷ - راجع المادة 01/06 من إتفاقية باريس بشأن ملكية الصناعية .

⁶⁸ - المادة 02/06 من إتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

⁶⁹ - المادة 06/ب و المادة 6 مكرر 3 من إتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

⁷⁰ - المادة 3/6 من إتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

هذا و قد أخذت الاتفاقية بمبدأ استقلال العلامة ، و بناء عليه إذا تم تسجيل العلامة طبقاً للأوضاع القانونية في بلدها الأصلي ثم سجلت في دولة أو أكثر من دول الاتحاد فتعتبر كل من هذه العلامات الأصلية من تاريخ تسجيلها مستقلة عن العلامة في البلد الاصلي⁷¹ ، و تبعا لذلك فإنه لا يترتب على تجديد تسجيل العلامة في بلدها الأصلي الالتزام بتجديد التسجيل الأصلي في دول الاتحاد الأخرى التي سجلت فيها العلامة⁷².

الفرع الثاني : حماية العلامة وفقا لاتفاقية باريس

أكدت الاتفاقية على أن تتعهد دول الاتحاد بأن ترفض التسجيل أو تطلبه سواء من تلقاء نفسها إذا كان تشريعا يسمح بذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن بالنسبة للعلامة التجارية و الصناعية المزورة أو المقلدة أو المترجمة و التي من شأنها أن توجد لبسا لعلامة ترى السلطة المختصة في بلد التسجيل أن لها شهرة خاصة في تمييز منتجات شخص له حق التمتع بالحقوق الواردة بأحكام الاتفاقية و مخصصة لمنتجات مماثلة أو مشابهة ، و يسري هذا التعهد في حالة ما إذا كان التزوير أو التقليد ينص على جزء الجوهري من العلامة و كان من شأنه أن يحدث لبسا⁷³.

و نصت الاتفاقية على أحكام تتعلق بالعلامات الجماعية⁷⁴ و علامة الخدمات ، كما نصت على أحكام تتعلق بالتنازل عن العلامة⁷⁵ أو شطبها⁷⁶.

المطلب الثاني : آليات الحماية الجنائية للعلامة بمقتضى اتفاقية تريبيس

من الإتفاقيات الملحقة باتفاقية مراكش لإنشاء منظمة التجارة العالمية 1994 نجد إتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة الذي ورد في الملحق (ج) وهو إتفاق يضم

71 - المادة 6/د من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

72 - المادة 6/هـ من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية.

73 - المادة 6 مكرر2 من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

74 - المادة 7 مكرر من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

75 - المادة 6 مكرر4 من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

76 - المادة 6 مكرر2/2 من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

73 دولة ومن الأحكام العامة التي جاء بها الهدف المعلن الذي تصدر ديباجتها وهو تحرير التجارة العالمية مع الأخذ في الإعتبار عاملين أساسيين هما: ضرورة تشجيع الحماية والملائمة لحقوق الملكية الفكرية، وضمان أن لا تصبح التدابير والإجراءات لبقاء حقوق الملكية الفكرية حواجز في حد ذاتها أمام التجارة المشروعة، سوف نتعرض إلى أثر هذه الاتفاقية على موضوع العلامات .

الفرع الأول : شروط العلامة وفقا لاتفاقية تريبس

عرفت اتفاقية العلامات بأنها تلك الأسماء الشخصية أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو مجموعة ألوان أو أي مزيج من هذه العلامات ، و هي تشمل علامة السلع و علامة الخدمات حيث تسمح بتمييز السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى.⁷⁷

على غرار التشريعات الداخلية فإن العلامات وفقا لاتفاقية تريبس وردت على سبيل المثال و يظهر ذلك من خلال إيرادها لعبارة "لا سيما الكلمات".

و قد أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء إذا كانت العلامات لا تسمح بتمييز السلع و الخدمات ذات الصلة ، أن تجعل صلاحية التسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام⁷⁸ كما أجازت لهم اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها.⁷⁹

⁷⁷ - المادة 15 من اتفاقية تريبس .

⁷⁸ - و قد أخذ المشرع الفرنسي بهذا الشرط كاستثناء حيث سمح أن تكتسب العلامة طابعا مميزا نتيجة استخدامها ، حيث نصت المادة 711-3/12 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي رقم 597/92 ج.ر الصادرة في 1992/07/03 "la caractère distinctif peut , sauf dans le cas ... , etres acquis par l'usage »

⁷⁹ - و قد أخذ المشرع المصري بهذا الشرط في نص المادة 02/63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 2002/82 ج.ر العدد 22 مكرر المؤرخة في 2002/06/02 و في جميع الاحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".

و أتاحت الاتفاقية للدول الأعضاء أن تجعل قابلية التسجيل معتمدة على الاستخدام ، غير أنه لا يجوز اعتبار الاستخدام الفعلي للعلامة شرطا للتقدم بطلب تسجيلها.⁸⁰

و أكدت الاتفاقية على أنه لا يمكن أن تكون طبيعة السلع و الخدمات المراد استخدامها كعلامة تجارية عقبة تحول دون تسجيلها⁸¹ ، "و هذا يعني أن الدولة العضو ليست لها القدرة على رفض تسجيل علامة تجارية لبضائع أو خدمات مخالفة للنظام العام و الآداب العامة في الدولة العضو كما أن مخالفة النظام العام و الآداب العامة قد تتأتى من خلال شكل العلامة التجارية مما قد ينتج عنه اشكالية في تسجيل مثل تلك العلامات التجارية و ذلك على الرغم من أن اتفاقية تسمح برفض تسجيل أي اختراع يخالف النظام العام و الآداب العامة و هذا كله سوف يثير مشاكل عملية كثيرة بخصوص هذا الشأن"⁸².

و أخيرا ألزمت الاتفاقية البلدان الأعضاء بأن تقوم بنشر العلامة التجارية إما قبل تسجيلها أو بعده فورا⁸³ ، و بإعطاء فرصة معقولة لتقديم التماسات بإلغاء التسجيل ، كما أجازت للبلدان الأعضاء إتاحة فرصة الاعتراض على تسجيل علامة تجارية⁸⁴.

الفرع الثاني : حقوق صاحب العلامة و التزاماته

لقد أحاطت الاتفاقية صاحب العلامة المسجلة بالحق المطلق في منع الغير الذي لم يحصل على موافقة منه ، من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة من أعمالها التجارية بالنسبة للسلع و الخدمات ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها حين يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام على احتمال حدوث لبس⁸⁵.

80 - المادة 3/15 من اتفاقية تريبيس

81 - المادة 4/15 من اتفاقية تريبيس

82 - الدليل الإلكتروني للقانون العربي www.Arablawinfo.com

83 - المادة 5/15 من اتفاقية تريبيس

84 - و قد أجاز المشرع المصري لكل ذي شأن الاعتراض كتابة على تسجيل العلامة (أنظر المادة 2/80 من قانون

حماية حقوق الملكية الفكرية المصري).

85 - المادة 1/16 من اتفاقية تريبيس

و قد حضت الاتفاقية صاحب العلامة المسجلة بحماية لا تقل عن سبع سنوات قابلة للتجديد لمدد مماثلة و غير محدودة⁸⁶.

و أجازت للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها ، غير أن هذا ينبغي أن يفهم منه أنه غير مسموح بالتريخيص الإلزامي باستخدام العلامات التجارية و بأن صاحبها له حق التنازل عنها للغير مع أو بدون نقل المنشأة⁸⁷.

و يجب على صاحب العلامة المسجلة أن يقوم باستخدامها إذا كان الاستخدام شرطاً لاستمرار تسجيلها ، و لا يجوز إلغاء التسجيل إلا بعد انقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متواصلة عن عدم استخدامها ، و لكن لا يجوز شطب العلامة في هذه الحالة إذا أثبت صاحبها وجود أسباب وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون هذا الاستخدام ، وقد اعتبرت الاتفاقية أن الأوضاع الناشئة بغير إرادة صاحب العلامة و التي تحول دون استخدامها كقيود الاستيراد المفروضة على السلع و الخدمات التي تحميها العلامة التجارية ، أو الشروط الحكومية الأخرى المفروضة عليها ، أسباباً وجيهة لعدم الاستخدام.

و لا يمكن شطب العلامة التجارية إذا كان استخدامها يتم من قبل شخص آخر له علاقة مع صاحب العلامة، كأن يكون حائزاً على تريخيص منه⁸⁸.

الفرع الثالث : الحماية المقررة للعلامة وفقاً لإتفاقية ترييبس

ألزمت الإتفاقية الدول الأعضاء بأن تضمن قوانينها لإجراءات الإنفاذ ، قصد تسهيل اتخاذ تدابير فعالة ضد أي تعد على الملكية الفكرية التي تغطيها الإتفاقية بما في ذلك الجزاءات السريعة لمنع التعديات و الجزاءات التي تشكل رادعاً لأي تعديات أخرى⁸⁹.

86 - المادة 18 من إتفاقية ترييبس

87 - المادة 16 من إتفاقية ترييبس

88 - المادة 1/19 و المادة 2/15 من إتفاقية ترييبس

89 - المادة 41 من إتفاقية ترييبس

و نصت الاتفاقية على إجراءات و جزاءات مدنية و إدارية و اشترطت أن تكون منصفة وعادلة⁹⁰ ، كما نصت على تدابير مؤقتة يجوز للسلطات القضائية اتخاذها للحيلولة دون حدوث تعد على أي حق من حقوق الملكية الفكرية و ضمان المحافظة على الدليل الذي يثبت وقوع مثل هذا التعدي ، و تهدف هذه الإجراءات المؤقتة إلى تجنب أي ضرر أو احتمال لإتلاف الدليل على وقوع المخالفة الذي قد ينجم عنه التأخر في اتخاذ الإجراء المناسب و يجب استعمال الإجراءات المؤقتة من قبل المشتكي⁹¹.

و قد ألزمت الاتفاقية البلدان الأعضاء بفرض تطبيق الإجراءات و العقوبات الجنائية في حالة التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة ، و تشمل الجزاءات التي يمكن فرضها الحبس أو الغرامات المالية المهم أن تكون العقوبة كافية لتوفير رادع يتناسب مع مستوى العقوبات المطبقة، كما يمكنها فرض عقوبات تبعية متمثلة في حجز السلع المخالفة أو أية مواد و معدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجرم و مصادرتها و إتلافها⁹².

المبحث الثالث : نطاق المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية

إن تناول نطاق المسؤولية الجنائية الناشئة عن تلك الجرائم ، يعتبر من أهم المواضيع وأدقها ، إن المسؤولية الجنائية بإعتبارها مسؤولية قانونية يقصد بها ثبوت الجريمة على الشخص الذي ارتكب فعلا غير مشروع ، يصبح بمقتضاه مستحقا للعقوبة التي قررها القانون و بإعتبار أن المسؤولية الجنائية من أهم المسائل في قانون العقوبات ، ذلك أنها تحدد مدى أهلية الشخص لتحمل الجزاء ، و بعد التحقق من قدرة الشخص على تحمل المسؤولية الجنائية لأبد من إيقاع الجزاء المقرر قانونا و الذي يتناسب مع الجرم الذي ارتكبه و ذلك بالوقوف على مدى تحقق الحماية الجنائية لهذه العلامة أمام التطور الهائل في هذا المجال . و عليه ستنم دراستي لهذا المبحث على النحو الآتي : أولا سيتم الحديث عن أحكام المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ، و ثانيا العقوبات المقررة.

⁹⁰ - المادة 42-49 من اتفاقية تريبيس

⁹¹ - المادة 50 من اتفاقية تريبيس

⁹² - المادة 61 من اتفاقية تريبيس

المطلب الأول : أحكام المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية

الأصل أن المسؤولية الجنائية شخصية لا يسأل عنها إلا من ارتكب الفعل الإجرامي ، إلا أن بعض التشريعات في مجال حماية العلامة التجارية خرجت عن الأحكام الواردة في التشريع العام ، إذا قررت هذه التشريعات إعتبار بعض صور المساهمة الجنائية جرائم مستقلة بحد ذاتها .

و من المسائل التي أثارته خلافا في الفقه و لم يستقر وضعها في التشريع بصفة حاسمة مسألة إسناد الجريمة إلى الشخص المعنوي كالشركات و الجمعيات و النوادي و المؤسسات والنقابات و ما إلى ذلك من الهيئات التي يسبغ عليها القانون شخصية مستقلة عن الأفراد المكونين لها.⁹³

و التي ستكون إحدى محاور هذه الدراسة ، من خلال التطرق إلى أصل المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي في جرائم العلامة التجارية ثم الحديث في مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامة التجارية .

الفرع الأول: أصل المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي في جرائم التعدي على

العلامة

المسؤولية تعني بشكل عام تحمل الشخص تبعه عمله و عقابه على أساسه و لكي يسأل الشخص جنائيا من جريمة ارتكبها لابد من أن يكون أهلا لتحمل المسؤولية الجنائية بشرطها الإدراك أو التمييز و حرية الإختيار أو الإرادة ، و هذان الشرطان لا يتوافران إلا في الشخص الطبيعي (إنسان) و يشترط لقيام المسؤولية أن يكون القانون قد جرم سلوكا معيناً، و أن يرتكب الجاني هذا السلوك مختاراً ، و أن يكون شخصا صالحا لإستحقاق الجزاء وبإعتبار أن مجال الدراسة هو المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية ، فإن الدراسة تقتضي تناول أساس هذه المسؤولية تم التطرق إلى مناط هذه المسؤولية في جرائم العلامة التجارية وذلك على النحو التالي:

⁹³ - آمنة صامت، المرجع السابق، ص 204.205.

أولاً : أساس المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية

يعتبر تحديد أساس المسؤولية مسألة أولية لا غنى عنها لضبط مفهوم المسؤولية و بيان حدودها ، و يمكن صياغة مشكلة تحديد أساس المسؤولية الجنائية في السؤال الآتي :

- لماذا يسؤل الشخص جنائياً ؟ و للإجابة على هذا السؤال انقسم الفقه في ذلك إلى مذاهب و لكل من هذه المدارس الفقهية الجنائية أفكار حيث تشكل كل فكرة منها إطاراً فلسفياً لتحديد أساس المسؤولية الجنائية ، و على هذا لكل مدرسة سياستها الجنائية و هي :

1. مذهب حرية الإختيار

الإتجاه التقليدي في الفقه الجنائي يقيم المسؤولية الجنائية على حرية الإختيار ، و مؤداها أن مرتكب الجريمة قد إختار بإرادته الحرة سلوك الطريق المخالف للقانون.

بمعنى آخر أن مناط المسؤولية هو حرية الإنسان في توجيه إرادته نحو السلوك الإجرامي.

فالإنسان لا يسؤل جنائياً إلا في حدود القدر من الحرية التي توفر له وقت التصرف والذي وجه إرادته إلى السلوك المخالف للقانون.

و يستند أنصار هذا المذهب إلى حجة رئيسية ، مفادها أن حرية الإختيار هي الأساس الوحيد الذي يمكن تصوره للمسؤولية الأخلاقية أو القانونية ، و بدون هذه الحرية لن يكون للمسؤولية معنى ، و لا يمكن أن تستند إلى أساس آخر يدعمه المنطق.

- النقد : حول أنه يبني المسؤولية على فرض وهمي لا على حقيقة ثابتة، فليس هناك دليل قاطع على الحرية في الإختيار ، و كذلك تجاهل أصحاب هذا الرأي تأثير العوامل النفسية والعضوية للمجرم ، إضافة إلى أنه إذا كانت حرية الإختيار تصلح أساساً للمسؤولية الجنائية في الجرائم القصدية فإنها لا تصلح أساساً لتفسير الجرائم غير القصدية.

2. مذهب الجبرية

يرى أنصار هذا المذهب أن الأفعال الإنسانية ما هي إلا نتيجة حتمية لأسباب مؤدية إليها فقوانين السببية هي التي تسيطر على كل ظواهر الكون و تجعل من أحداثه منذ البداية سلسلة متصلة الحلقات ، كما يرى أنصار هذا المذهب أن الكون في ظواهره أيا كانت إنما يسير وفقا لقوانين و قواعد ثابتة و لا يقتصر الأمر على الظواهر الطبيعية بل يتعداه إلى الظواهر الإجتماعية منها الجبرية فهي ككل الظواهر ترجع إلى عوامل مختلفة و متى اجتمعت حملت المجرم حتما على إتيان الجرم و بالتالي فإن الإنسان مسير لا مخير.

و ذهب أنصار هذا الرأي إلى أن في حرية الإختيار كأساس للمسؤولية الجنائية لا يعني عدم مساءلة مرتكب الجريمة ، و إنما معناه ضرورة البحث عن أساس آخر للمسؤولية تدعمه الحقائق العلمية و قد وجد أنصار هذا المذهب الحتمي ضالتهم المنشودة في فكرة الخطورة الإجرامية.

النقد: النقد الموجه لهذا الإتجاه في كونه يجعل المجرم مجرد آلة بين الظروف و العوامل المختلفة ، و أن إرادته كانت مسيرة بدون أن يكون لها أدنى دخل فيما يحدث ، و دون أن يكون لها أي قدرة على المقاومة، و أن هذا المذهب يغفل شعور الناس بضرورة إقامة العدل و مجازاة الجاني ، و أن يهتم فقط بإجراءات وقائية تحمي المجتمع.

3. المذهب التوفيقي

توجه بعض الفقه إلى إقامة المسؤولية الجنائية على أساس مذهب ترفيهي يأخذ بحسنات كل مذهب و تفادي عيوبه، دون التخلي عن المبادئ الأساسية في المسؤولية الأخلاقية القائمة على أساس حرية الإختيار والتمييز بالإضافة إلى الإهتمام بالظروف الداخلية و العوامل الشخصية أو الخارجية أو الإجتماعية.⁹⁴

4. موقف التشريعات من أساس المسؤولية الجنائية للعلامة التجارية:

⁹⁴ - أمنة صامت، المرجع السابق، ص 206، 207.

جاءت تشريعات العلامة التجارية المقارنة خالية من أي نصوص تتعلق بأساس المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ، الأمر الذي يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة الواردة في التشريع العام ، و ذلك لتحديد المسؤولية الجنائية في هذه الجرائم فيما إذا كانت تقوم على أساس مذهب حرية الإختيار أو مذهب الجبرية أو المذهب التوفيقية.

فقد أخذ كل من المشرعين المصري و الجزائري في التشريع العام بالمذهب التقليدي والذي يعتمد على حرية الإختيار كأساس للمسؤولية الجنائية و مناط هذه المسؤولية الإدراك والإختيار ، فإذا توافر الأمر لدى شخص كان مسؤولاً جنائياً، يتعين عقابه عما يقع عنه من جرائم و لم ينص قانون العقوبات صراحة على مناط هذه المسؤولية، فقد نص المشرع الجزائري في المادة 47 من ق.العقوبات الجزائري "للعقوبة على من كان في حالة جنون وقت إرتكاب الجريمة".

وقد أخذ به أيضا المشرع الفرنسي في المادة (1-122) من قانون العقوبات الفرنسي التي تنص على أن فاقد الوعي و الإدراك لا يسؤل جزائياً.

و تأسيساً على ما تقدم فإن أساس المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية وفق المشرع في مصر و الجزائر تقوم على أساس حرية الإختيار و التي مناطها الوعي والإدراك ، فإذا انتفى هذين الشرطين يترتب عن ذلك إنتفاء المسؤولية الجنائية.

ثانياً: مناط المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية

رأينا أن أساس المسؤولية الجنائية هو حرية الإختيار هذه الحرية تفترض توافر التمييز والإدراك بمعنى آخر أنه لقيام المسؤولية الجنائية يجب توافر شرطها و هما التمييز و الإدراك فإن إنتفى هذين الشرطين يترتب عن ذلك إمتناع أو إنتفاء المسؤولية الجنائية (موانع المسؤولية).

بإستقراء تشريعات العلامات التجارية التي تناولت نصوص التجريم في حال الإعتداء على العلامة التجارية ، فإنه لم يرد فيها ما يتعلق بمناط المسؤولية الجنائية في هذه الجرائم مما يقتضي الرجوع سواء إلى القواعد العامة في التشريع العام أو الرجوع إلى مواقف الفقه

في هذه المسألة ، لذلك لابد التطرق إلى مناط المسؤولية من خلال التعرض إلى عنصري التمييز و حرية الإختيار .

1- التمييز

تتعدد المصطلحات التي يستخدمها الفقه المعاصر في هذا المجال و هي التمييز ، الإدراك الشعور و يعتبرها الفقه مترادفات ، و يقصد بها ليفرق الإنسان بين ما هو خير و ما هو شر و بذلك يعد التمييز صفة عقلية و نفسية يصعب الإستدلال عليها في جميع الأشخاص لتعاون قدراتهم على الإدراك في مراحل متباينة ، لذلك لجأ المشرع في الدول إلى وضع معيار موضوعي محدد يمكن الرجوع إليه كمعيار للتمييز.⁹⁵

2 حرية الإختيار

يقصد بحرية الإختيار قدرة المكلف على توجيه إرادة مستقلة لحق الإختيار بين بواعث الإقدام على ارتكاب الجريمة و بواعث الإحجام عن إرتكابها ، و لا تتحقق هذه القدرة إلا إذا سبقها إدراك المكلف لهذه البواعث فيحاط علما بها و يقف على ماهية كل باعث منها و يقدر عاقبته ، إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة بل مقيدة ، و قيودها قسمان : الأول خارجي يتمثل في الظروف الخارجية التي تتحكم في تحديد البدائل الممكنة أو تدفع الإنسان إلى إختيار بديل بعينه من البدائل المتاحة ، أما الثاني فينبع من طبيعة الإنسان و ميوله و هذه القيود توجه إلى الإنسان عند إختياره فتجعل بعض البدائل أحب إلى نفسه ، و أشد إغراء ، و بذلك يختلف الناس فيما بينهم من حيث مدى حرية الإختيار المتاحة لكل منهم ، بل أن مدى هذه الحرية يختلف بالنسبة للشخص الواحد تبعا لإختلاف ظروفه و أحواله.

و بتطبيق مناط المسؤولية الجنائية الواردة في الأحكام العامة للتشريع العام على جرائم العلامة التجارية ، فإنه و حتى تتحقق المسؤولية الجنائية و بالتالي يكون الشخص أهلا لتحمل هذه المسؤولية ، و بالتالي إستحقاقه الجزاء المقرر قانونا يجب أن يقدم الجاني على الإعتداء على العلامة التجارية سواء بالتقليد أو الإستعمال الباطل لها أو إقتناءها بقصد البيع

⁹⁵ - آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 208 ، 210.

و هو مدرك و مميز ، فإذا أقدم شخص على تقليد علامة تجارية و هو في سن السابعة من العمر فإنه لا يسؤل جنائيا كونه فاقدا عنصر التمييز و بالتالي يعتبر فاقد للأهلية.

ملاحظة: إن الإدراك و حرية الإختيار هما أساس المسؤولية الجنائية و بدونها أو بدون أحدهما لا يكون الشخص أهلا لهذه المسؤولية ، و لكن لقيام هذه الأخيرة لابد من تحقق سببها و هو الخطأ و أيا كان الخطأ الذي يصدر عن الإنسان فإما يكون قصدي أو غير قصدي ، و من المتفق عليه فقها أن الأصل في الجرائم هي الصورة القصدية أما الإستثناء فهو الخطأ.⁹⁶ و عقوبة الجريمة غير العمدية⁹⁷ عند تعادلها في الوصف و النوع، إن المشرع إذا جرم فعلا أو واقعة دون أن يرى الركن المعنوي اللازم لتحقيق المسؤولية الجنائية في هذا الفعل فإنها تكون قصدية أما إذا أراد المشرع أن يقيم المسؤولية الجزائية على صورة غير القصد لزم أن يكون ذلك بنص صريح يبين ذلك لأن إتباع الأصل لا يحتاج إلى تصريح ، أما الخروج عليه فهو الذي يحتاج إلى ذلك.

الفرع الثاني : مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامة

التجارية

إذا كان من السهل تحديد الشخص المعنوي بأنه مجموعة من الأشخاص الطبيعيين ، و قدر من الأموال يسمح بقيام ذمة مالية مستقلة تتخصص لتحقيق غرض معين ، يتمتع من أجلها الكيان المعنوي بالشخصية القانونية التي تجعله أهلا لتحمل الإلتزامات و أداء الواجبات و اكتساب حقوق إلا أنه من العنصرية بمكان مسألة ذلك الشخص المعنوي جنائيا و لقد حاز هذا الموضوع إهتمام العديد من الفقهاء و المشرعين و كان محلا لخلاف لا يزال قائما حتى يومنا هذا مما جعل فكرة المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية تخضع لجدل فقهي و تردد تشريعي و قضائي بين قبول تلك المسؤولية أو رفضها .

⁹⁶ - أنظر المواد : 350 ما بعدها ، 254 ، 288 من قانون العقوبات الجزائري .

⁹⁷ - من الأمثلة على الجريمة غير العمدية في قانون العقوبات الجزائري نذكر المواد 66، 290، 405، 442، 445، 459، 460، 462، 463.

و لتحقق الغاية من هذه الدراسة و معرفة إذا ما تحققت المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي ثم بعد ذلك استقراء تشريعات العلامة التجارية لمعرفة إمكانية إسناد جريمة التعدي على العلامة التجارية للشخص المعنوي.

أولاً: مسؤولية الشخص المعنوي في الأحكام العامة

سنعرض فيما يلي لإتجاه كل من الفقه و التشريع:

1 - إتجاه الفقه :

تعد المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية من أهم الموضوعات التي ينقسم بصدها الفقه إلى اتجاهين متعارضين ، إتجاه يعارض قبول تلك المسؤولية وله مبررات أهمها:

- إن الشخص المعنوي مجرد فرد قانوني ، لا تتوفر فيه الشروط اللازمة لقيام المسؤولية الجنائية أي كيان يخلو من كل إرادة و إدراك لا يمكن توجيه له إتهام و لا تطبيق عقاب عليه.
- تعارض قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ شخصية العقوبات - عدم صلاحية الجزاءات الجنائية للتطبيق على الأشخاص المعنوية ، و خاصة العقوبات السالبة للحرية ، كما أن تطبيق عقوبات أخرى كالغرامة أو المصادرة أو إغلاق المنشأة يؤدي إلى الإخلال بمبدأ شخصية العقوبات عندما يمتد أثر تلك العقوبات إلى الأعضاء الأبرياء.

- تعارض فكرة المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ التخصيص ، فحين يسمح القانون بوجود شخص معنوي و يمنحه الشخصية القانونية.

هذا عن أهم المبررات التي قام بها الفقه المعارض للمسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ورغم أن لبعض تلك المبررات اتجاهها من الناحية القانونية البحتة ، إلا أن هذا لم يمنع كثير من الفقهاء من رفض تلك المبررات ، و ذلك تأسيساً على ما تستوجبه الضرورات العلمية من قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية التي زاد نموها و تطورها و توغلها

في شتى مجالات الحياة و خاصة في مجال السوق و الأسعار و العمل و البيئة ...ويحضى المؤيدون لقبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية على الحجج التالية :

أ. فإعتبار الشخص المعنوي فرضا قانونيا ، لا تتوفر فيه الشروط اللازمة للمسؤولية الجنائية ، مردود عليه بأن وجود الشخص المعنوي حقيقة لا يمكن إنكارها ، حيث يتمثل في تدرج و هيكل و كيان حقيقي يؤكد المشرع وجوده و ينظم نشاطه الذي يعد ترجمة لإدارة جماعة حقيقية تتميز عن إرادات الأعضاء و هذا ما يؤكد مسائلة الشخص المعنوي مدنيا و عليه فإن كان مسموحا بالمسؤولية المدنية للشخص المعنوي عما يصدر عنه من أفعال ، فإنه يسمح بمسؤوليته الجنائية و خاصة أن الشخص المعنوي يستطيع أن يحقق الركن المادي لبعض الجرائم و بصفة خاصة جرائم التقليد أو جرائم التزوير.

ب.أما بالنسبة لتعارض قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ شخصية العقوبات لأن الجزاء الجنائي المفروض على الشخص المعنوي سيؤدي إلى نقصان في الذمة المالية للمساهمين الذين لم يكن لهم دور في ارتكاب الفعل المسند إلى المتهمين ، فمردود عليه بأن ذلك يكون نتيجة لواقعة و ليس نتيجة قانونية لحكم.

ج. أما القول بعدم قابلية الجزاءات الجنائية للتطبيق على الأشخاص المعنوية ، فصحيح بالنسبة للعقوبات السالبة للحرية التي لا يمكن تطبيقها إلا على الأفراد ، و لكن هذا لا يمنع من قابلية الجزاءات الجنائية الأخرى للتطبيق على الشخص المعنوي ، كالعرامة و المصادرة والحل ، و كذلك الإغلاق المؤقت أو النهائي للمنشأة ، و هكذا فأغلب الجزاءات الجنائية تتفق و مسؤولية الأشخاص المعنوية جنائيا.⁹⁸

د. أما بالنسبة لتعارض قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ التخصيص فيمكن القول بأنه لا يشترط دائما أن يلتزم الشخص المعنوي بالأهداف التي خصصها له القانون ، حيث يمكن أن يقع منه فعل ما يخالف القانون و بالتالي يعد مسؤولا عنه ، فضلا عن ذلك فإنه إذا قبلنا القول بمبدأ التخصيص لتبرير عدم المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية بإرتكاب الجرائم دون عقاب .

⁹⁸ - آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 236-238.

ان مبدأ المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية على الرغم من معارضة جانب من الفقه له لقد لقي تأييد جانب كبير من الفقه - خاصة بعد أن تم التأكيد عليه بواسطة المؤتمرات المختلفة في " بوخارست " 1928 و " روما " 1953 بودابست 1968 ، فضلا عن تبني بعض التشريعات صراحة لمسؤولية الأشخاص المعنوية جنائيا و خاصة التشريعات الأنجلو أمريكية.

2 موقف التشريع:

تتردد التشريعات المختلفة بشأن المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية بين قبول تلك المسؤولية بصفة عامة كما في إنجلترا و الو.م.أ و عدم قبول تلك المسؤولية كالتشريع الألماني.

بعد صدور قانون العقوبات الفرنسي الجديد في 16 ديسمبر 1992 و الذي دخل حيز التطبيق 01 مارس 1994 ، أصبحت القاعدة العامة في تقرير المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية.

أما قانون العقوبات المصري فمبدأه هو عدم إقرار المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية فلا يوجد نص يقرر تلك المسؤولية بصفة عامة ، و هذا لم يمنع تقرير المسؤولية التضامنية للأشخاص المعنوية في دفع الغرامات المفروضة على الشخص الطبيعي مرتكب الجريمة ، إذا ارتكبها بإسم الشخص المعنوي أو بإحدى وسائله ، و يعد ذلك نوعا من المسؤولية غير مباشرة للشخص المعنوي ، و من ذلك المادة 16 من القانون رقم 97 سنة 1976 بشأن تنظيم التعامل بالنقد الأجنبي ، و لهذه القاعدة إستثناء فقد نص المشرع المصري صراحة على المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية في حالات محددة ، و هذا ما يطلق عليه المسؤولية غير المباشرة للأشخاص المعنوية.

و قد أقر القانون الجزائري رقم 15/04 المؤرخ في 10/11/2004 المعدل و المتمم لقانون العقوبات المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي و كرسها في المادة 51 مكرر منه ولقد جاء هذا التكريس تنويجا لما توصلت إليه مختلف اللجان التي سبق أن عهد إليها بإعداد

مشروع تعديل قانون العقوبات منذ سنة 1997 و لما وصلت به لجنة إصلاح العدالة في تقرير سنة 2000⁹⁹

- شروط مسؤولية الشخص المعنوي :

إذا كانت التشريعات قد أقرت مبدأ المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية فإنها أقرتها بشروط معينة يلزم توافرها وفقا للحالات التي نص عليها القانون و هذه الشروط تتمثل في :

أ. إرتكاب الفعل المكون للجريمة من مدير الشخص المعنوي أو ممثله القانوني ، أما إذا إرتكبت بواسطة موظف عادي يعمل لديه فإنه لا يسؤل جزائيا و في هذه الحالة يسؤل مرتكب الجريمة وحده.

و قد حصرت المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري¹⁰⁰ مجال المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي و قصرتها على الشخص المعنوي من القانون الخاص ، حيث إستثنت منها الدولة و الجماعات المحلية و الأشخاص المعنوية من قانون العام¹⁰¹ .

ب. وقوع الفعل المكون للجريمة لحساب الشخص المعنوي و يقصد بذلك أن تكون الجريمة قد إرتكبت بهدف تحقيق مصلحة للشخص المعنوي.

ج. يجب أن لا يكون العضو المسؤول و هو يعمل قد خرج عن دائرة إختصاصه حيث تعد الجريمة التي وقعت منه بمثابة تعسفا في الإستعمال.

و هكذا يسؤل جزائيا الشخص المعنوي في القانون الفرنسي عن كافة الجرائم ضد الأموال و القتل العمدي و كل جرائم العنف غير العمد ، جرائم الإرهاب و الرشوة و

⁹⁹ - عمر سالم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وفق قانون العقوبات الفرنسي ، ط 1 ، القاهرة ، دار النهضة العربية 1995 ، ص 13 و ما بعدها .

¹⁰⁰ - بالرجوع إلى المادة 51 مكرر من ق.ع.ج نجدها تنص "...يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن جرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك ، و هذا النص مقتبس من المادة (121-2) ق.ع.الفرنسي .

¹⁰¹ - لمزيد من التفاصيل عن الأشخاص المعنوية العامة راجع المؤلف : ناصر لباد ، قانون الإداري ، النشاط الإداري ،

تزييف النقود وجرائم المنافسة و البيئة و تبييض الأموال و هو نفس النهج الذي سلكه
المشرع الجزائري .¹⁰²

ثانيا: مسؤولية الشخص المعنوي في جرائم العلامة التجارية :

بعد أن كان الإقتصاد يقوم على النشاط الفردي للأشخاص الطبيعيين أصبح يرتكز على
تجمع من الافراد و الثروات في شكل شركات و مؤسسات، مما أدى إلى تعاظم دور
الأشخاص المعنوية في مجال الإنتاج و التوزيع و الإستهلاك ، فقد إتجهت بعض التشريعات
الجنائية إلى قبول فكرة مسؤولية الشخص المعنوي جنائيا عن الجرائم التي يرتكبها على نحو
مؤسسي و ليس فردي ، و قد يسعى الفقه إلى ضرورة تقرير هذه المسؤولية لضمان نجاح
السياسة الإقتصادية و حماية المستهلك ، نظرا لإرتباط مصالحه بهذه السياسة ، ذلك أن
أغلب الجرائم الإقتصادية بقصد الكسب ، و لا يستفيد من ذلك شخص بعينه بل كل شخص
له حق في مال الشخص المعنوي ، و من العدالة أن تصيب العقوبة الشخص المعنوي في
ماله ، إضافة إلى أن الأشخاص المعنوية تملك من الوسائل العديدة ما يجعلها مصدر
إعتداءات جسيمة على النظام الإقتصادي و الإجتماعي للدولة ، مما يترتب عليه أضرار
جسيمة في تلك المجالات فالقول بعدم مسؤوليتها فيه مجافاة للعدالة و بإستقراء نصوص
تشريعات العلامة التجارية فإنه لم يرد فيها نص صريح يقرر المسؤولية الجنائية للأشخاص
المعنوية ، في حال إرتكاب جريمة من جرائم التعدي على العلامة التجارية ، و كذلك لم يرد
فيها نص يمنع من تحقق المسؤولية على الأشخاص المعنوية ، لذلك و لما للأشخاص
المعنوية من دور فعال في الإقتصاد ، و نظرا للتطور في المجالات الإقتصادية و التجارية ،
و لما تؤديه العلامة التجارية من أهمية في الحياة التجارية فإنه يمكن الرجوع إلى القواعد
العامة المقررة في قانون العقوبات فيما يخص مسؤولية الشخص المعنوي في الجرائم
الواقعة على العلامة التجارية ، و بالرجوع إلى نماذج الجرائم الواردة في تشريعات العلامة
التجارية ، و ذلك أن تتم هذه الجرائم بواسطة أشخاص معنوية أو لحسابها ، و مثال ذلك أن

¹⁰² - حسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائري العام ، دار هومة للنشر و التوزيع ، بوزريعة الجزائر ، الطبعة 14
سنة 2014، ص 58.

تقوم إحدى الشركات بتقليد علامة تجارية أو وضع علامة تجارية مقلدة على بضائعها تؤدي إلى تضليل الجمهور و خداعه ، و القول بغير ذلك يفتح المجال للإعتداء على العلامة التجارية بحجة مفادها عدم وجود نص يجرم أفعال الأشخاص المعنوية .

إلا أنه تعتقد الأستاذة آمنة صامت حتى تتوفر حماية أكبر للعلامة التجارية يجب أن يعار إلى النص صراحة في تشريعات العلامات التجارية على مسؤولية الأشخاص المعنوية في جل الإعتداءات على العلامة التجارية ، و أن يتضمن هذا النص جزاء أشد من ذلك الوارد في الأحكام العامة ، بحيث يتناسب هذا الجزاء مع أهمية و دور العلامة التجارية في المجال الإقتصادي و التجاري.¹⁰³

المطلب الثاني: العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة العقوبة
تتمثل في الألم الذي يتحمله من يثبت ارتكابه للجريمة بهدف تقويمه ومنع غيره من الإقتداء به و تنقسم العقوبة من حيث إستغلالها بذاتها أو تبعيتها إلى عقوبات أصلية و غير أصلية و تقسمها بالنظر إلى الحق الذي تمس به إلى عقوبة بدنية و ماسة بالحرية و مالية و ماسة بالاعتبار و أخيرا تقسمها من حيث مدتها إلى مؤبدة و مؤقتة¹⁰⁴ و تشمل العقوبات من حيث مرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة إلى نوعين من العقوبات أصلية و تكميلية

الفرع الأول : العقوبات الأصلية

العقوبات الأصلية حسب ما قرره التشريعات المقارنة و الأمر الجزائري رقم 06/03 تشمل عقوبتي الحبس و الغرامة

أولاً: الحبس

لقد اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضه على مرتكب أي جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة ، وهذا الاختلاف يكون بحسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة ، في حين أن بعض التشريعات قد اختلفت

¹⁰³ - آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 239.

¹⁰⁴ - آمنة صامت ، نفس المرجع ، ص 246،247.

فيما بينها في مدة الحبس كعقوبة أصلية في حال الاعتداء على العلامة ،كما اختلفت أيضا في اقتران هذه العقوبة بعقوبة الغرامة ،فقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32 من الامر 06/03 الى النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب الشخص لأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية حيث جعل عقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من 2500.000 دج الى 1000.000 دج وكذلك أجاز المشرع للقاضي في ذات المادة الحكم بهاتين العقوبتين¹⁰⁵

- أما المشرع الفرنسي فقد تدخل مؤخرا من اجل رفع العقوبات المطبقة من مرتكب الجرائم التعدي على العلامة ،وبالتالي أصبحت عقوبة الحبس ثلاث سنوات وارتفعت الغرامة إلى 300.000 يورو كما جاء المشرع الفرنسي خاصة في حالة ارتكاب جنح التقليد من قبل عصابة منظمة،إذا تصبح عقوبة الحبس خمس سنوات والغرامة 500000 يورو¹⁰⁶

- وذهب المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري إلى النص على عقوبة الحبس باعتبارها عقوبة أصلية والتي لا تقل مدتها عن شهرين إلى جانب الغرامة التي تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تتجاوز عشرين ألف جنيه ،كما يمكن للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين¹⁰⁷

- وأما بالنسبة للتشريع الجزائري ،وبمقارنة هذه الأحكام مع ما نص عليه في التشريع السابق يلاحظ أن المشرع قام برفع الغرامة،إلا انه قام بتخفيض عقوبة الحبس

- أما في حالة مقارنة الأحكام التي جاء بها المشرع الفرنسي مع ما جاء به المشرع الجزائري يلاحظ انه أكثر صرامة ،كما نلاحظ أن موقف المشرع الجزائري قد جاء أكثر تشددا من المشرع المصري،كما منحت التشريعات محكمة الموضوع سلطة تقديرية تحولها جواز الحكم بالحبس أو الغرامة أو الجمع بينهما

¹⁰⁵ - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق ، ص25

¹⁰⁶ - المادة 716-2/9 ، 716-2/10 ، من قانون الملكية الفكرية الفرنسي .

¹⁰⁷ - المادة 113 من قانون الملكية الفكرية المصري.

كما تجدر الإشارة إلى أن المشرع المصري قد انفرد بحكم يوجب على المحكمة في حالة الصور أن يكون الحكم هو الحبس مقترنا بالغرامة، أما التشريعات المقارنة والتشريع الجزائري فلم يرد أي نص بخصوص تشديد العقوبة في حالة العود.

ثانياً: الغرامة

لقد تناولت التشريعات في غالبيتها عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامة، وتختلف قيمة الغرامة التي أوردتها تلك التشريعات باختلاف الدول فقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 إلى اعتبار الغرامة في جرائم التعدي على العلامة عقوبة تخيرية وهذا يتضح من خلال استعماله لعبارة "..... أو بإحدى هاتين العقوبتين...." وهذا يعني انه منح القاضي السلطة التقديرية في اختبار العقوبة التي يرى أنها تتلاءم مع الجرم المسند للمشتكي عليه، بحيث تتراوح قيمة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف إلى عشرة ملايين دينار، أما المشرع المصري فقد حدد غرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه و لا تتجاوز عشرين ألف جنيه، أما المشرع الفرنسي فقد جعل الغرامة المطبقة على مرتكبي الجرح التقليدي 300.000 يورو وفي حالة ارتكاب جنح التقليدي من قبل عصابة منظمة تصبح الغرامة 500.000 يورو¹⁰⁸

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

كذلك أوردت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات عقوبات تكميلية يجب أن تسلط على المعتدي على العلامة من طرف القاضي المعروضة أمامه دعوى التقليدي وتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ومصادرة الأشياء والوسائل المستعملة، وبإتلاف الأشياء محل الجنحة، وهناك بعض القوانين أضافت نشر الحكم في الصحف أو في أماكن محددة¹⁰⁹ أوفي الأمر السابق 57/66 الملغى

أولاً: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة

- أمانة صامت ، المرجع السابق ، ص252¹⁰⁸

109 - المادة 716-11 ، قانون الملكية الفكرية الفرنسي .

الملاحظ من خلال صياغة نص المادة 32 أن المحكمة المعروضة أمامها الدعوى الملزمة بتطبيق عقوبة الغلق وذلك بعد تطبيق عقوبة الحبس أو الغرامة و الخيار متروك لها فقط في تقدير الغلق المؤقت أو الغلق النهائي، كما أن المشرع لم يحدد المدة القصوى للغلق المؤقت للمؤسسة، ومن ثم فإن الأمر سيتترك لسلطة المحكمة التقديرية في حين أن القانون المصري حددها مدة ستة أشهر على أكثر ولا يكون وجوباً إلا في حالة العود¹¹⁰ والملاحظ أن المشرع الجزائري إستبدل عقوبة الإلصاق (الإعلان) التي كان منصوصاً عليها في الأمر السابق 57/66 الملغى بعقوبة الغلق الكلي أو المؤقت للمؤسسة كعقوبة تكميلية وان عقوبة الإلصاق كانت عقوبة جوازية وليست إلزامية بحيث يجوز للمحكمة أن تأمر بالإلصاق نص الحكم في أماكن التي تحددها ونشره تماماً أو بتلخيص منه في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه وجواز الحكم بعقوبة التكميلية يكون لصالح المتهم إذا كانت دعوى التقليد غير مؤسسة و إنتهت بالبراءة¹¹¹

ثانياً: مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة

إن صيغة الوجوب التي جاء بها نص المادة 32 من الأمر 06/03 في تطبيق عقوبة المصادرة بعد ثبوت جريمة التقليد ضد مرتكب فعل التعدي على العلامة وبعد الحكم عليه بعقوبة الحبس أو الغرامة بعدما كانت المصادرة في الأمر 57/66 الملغى أمر جوازي وليس وجوبي متروك لسلطة المحكمة المطروحة أمامها الدعوى، فإن ما جاء به الأمر 06/03 يعد تشدداً من المشرع، إلا أنه تشدد يبرره ما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف¹¹² إذ أن قيمة العلامة في سمعتها، فمن المعقول أن تأمر المحكمة بمصادرة كافة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة في ارتكاب أفعال التعدي على العلامة التجارية إذا إنه والجديد بالذكر أن عقوبة المصادرة كعقوبة تكميلية هي عقوبة جوازية في عديد القوانين كالقانون الفرنسي والقانون المصري

110 - المادة 113-3 قانون حماية الملكية الفكرية المصري.

111 - فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 282

112 - صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 268 .

ثالثاً: الإلتلاف

أوجبت المادة 32 من الأمر 06/03 عند ثبوت جنحة تقليد العلامة والحكم بالحبس أو الغرامة أن تقضي بعقوبة إلتلاف الأشياء المستعملة محل أفعال التقليد والأمر هنا كذلك وجوبي وغير متروك لسلطة المحكمة التقديرية وللمحكمة أن تأمر بإعلان جميع الأختام، ونماذج العلامات والإعلانات ومواد التغليف واللوحات المستعملة لإرتكاب الجنحة، فالسؤال المطروح هل يمكن للمحكمة أن تقدر الإستفادة من البضائع و المنتوجات محل التقليد لأغراض إنسانية أو علمية بدل إلتلافها لقد ذهب على ذلك القانون الفرنسي حيث أنه لا يجوز إلتلاف البضائع أو المنتوجات إلا إذا كانت ملحقة بالعلامة ولا يمكن فصلها عنها¹¹³.

113 المادة 716-11 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

الخطصة

خطة البحث

الجزائر تعد في طليعة الدول العربية التي إهتمت بموضوع العلامات ووضعت له نصوص قانونية خاصة ، حيث كان ينظم موضوع العلامات و حمايتها الأمر رقم 57/66 الصادر في 19/03/1966 و الذي لا ننكر أنه جاء مسائرا إلى حد ما الإتفاقيات الدولية في مجال الملكية الصناعية إلا أنه أصبح غير كافي لمواجهة تحديات الألفية الجديدة ما دفع المشرع الجزائري بعد مرور 37 سنة من تاريخ إصدار قانون العلامات و المتمثل في الأمر 57/66 بإلغاء هذا الأخير و تعويضه بالأمر رقم 06/03 الصادر في 19/07/2003 و ذلك تماشيا مع التطورات الحاصلة على مستوى العالمي حيث إتجهت معظم دول العالم إلى الأخذ بمبادئ إقتصاد السوق الحر و تحرير التجارة العالمية و التخلي عن النظم القائمة على التخطيط المركزي و بالتالي إعطاء دفعة جديدة للإنتاج و المنتجين هذا ما جعل المنافسة الحرة بين الدول علة دخول السوق العالمية تزداد ، و تزداد معها حركة تقليد المنتجات. جاء هذا الأمر أي 06/03 استجابة طبيعية لمناخ عالمي يقوم على أساس تشجيع الإستثمار العالمي و تحرير التجارة و تقرير المنافسة الحرة ، و أصبح إنضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية حتمية فرضتها الأوضاع الجديدة حيث إمتلأت الأسواق الوطنية بمختلف السلع المقلدة نتيجة فتح باب المنافسة و تحرير التجارة و زيادة عمليات الإستيراد مما استدعى وضع قواعد قانونية رادعة للحد ظاهرة التقليد التي شملت التراب الوطني ، هذه الظاهرة التي ليس من شأنها المساس بأطراف العلاقة بل إنما تؤثر على الإقتصاد الوطني أيما تأثير .

النتائج المتوصل إليها:

- 1 يعتبر المشرع الجزائري تسجيل العلامة شرط أساسي لبسط الحماية الجنائية عليها في حين أن القوانين المقارنة تعتبر التسجيل مجرد قرينة على ملكية العلامة التي سبق إستعمالها وتجزير الحماية المدنية للعلامة غير المسجلة و التي سبق إستعمالها.
- 2 جمع المشرع الجزائري كافة أفعال الإعتداء على العلامة التجارية تحت جرم التقليد العلامة و الذي يشكل مطابقة العلامة ، تشبيه العلامة ، إغتصاب علامة مملوكة للغير و

خطة البحث

ضع علامة مملوكة للغير ، بيع أو عرض منتجات عليها علامة مقلدة ، و قرر المشرع لكل هذه الأفعال عقوبات موحدة.

3 المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية و التي تشمل علامات السلع التي توضع على المنتجات سواءا تعلق الأمر بالمنتجات الصناعية أو التجاري أو الخدمات المتعلقة بالخدمات .

4 أن حقوق الملكية الفكرية بما فيها العلامات البراءات و غيرها مجال تطبيقنا لها لا يزال بطيئا و بالمقابل فإنها أصبحت من الحقوق التقليدية في القوانين الغربية و ذلك لظهور أنواع جديدة من الإبداعات بالموازاة مع التطورات المعلوماتية و التي أخذت منحى متزايد و متسارع في التطور كالأساليب التجارية كل هذا من شأنه أن يجعل الهوة تزداد إتساعا بين أنظمتنا القانونية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية و الأنظمة القانونية الغربية ، مما يتعين معه الإهتمام بحقوق الملكية الفكرية في كافة المستويات .

الاقتراحات :

1 ضرورة تدعيم الإطار التشريعي و التنظيمي بالآليات الكفيلة لمراقبة السلع و البضائع المستوردة عبر الحدود.

2 ضرورة إبرام إتفاقيات مع الشركات العالمية المتخصصة قصد التنسيق معها في مجال مكافحة التقليد و منع المنتوجات المغشوشة من الدخول إلى الأسواق الجزائرية.

3 تعديل المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات و ذلك بإبراز مختلف أنواع الجرائم الماسة بالعلامة كل على حدى ، و إضافة عقوبة إصاق الحكم في الجرائد و في الأماكن العامة و على نفقة المحكوم عليه ، و ذلك لتعريف الجمهور المستهلكين بمرتكبي جرائم تقليد العلامة ، و كذا معرفة المنتوجات المقلدة .

4 على المشرع الجزائري أن يستحدث نصا يعاقب على إستخدام العلامات الممنوعة قانونا.

أمر الجب

قائمة المراجع:

- (1) آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية ، دراسة مقارنة، ريم للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2011.
- (2) بوسقيعة أحسن، الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومة للنشر و التوزيع بوزريعة الجزائر، الطبعة 14 ، سنة 2014.
- (3) جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (ترييس) ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004.
- (4) حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2012.
- (5) سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعي وفق القوانين الجزائرية، م.ج الجزائر 1988.
- (6) شريف محمد غنام، حماية العلامات عبر الأنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، سنة 2007.
- (7) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان 2006.
- (8) صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2005.
- (9) عمر محمد الكسواني، تزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى ، 2010.
- (10) عمر سالم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وفق قانون العقوبات الفرنسي، ط 1 القاهرة، دار النهضة العربية ، 1995.
- (11) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، (الحقوق الملكية الصناعية والتجارية) الجزء الثاني، ابن خلدون طبعة 2001

- (12) فاضلي إدريس المدخل إلى الملكية الفكرية، (الملكية الأدبية و الفنية و الصناعية) ديوان المطبوعات الجامعية، 2007 .
- (13) محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعي، الجزائر 1983.
- (14) محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر سنة 1985.
- (15) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003
- (16) نسرين شريفي ، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، بدون طبعة 2014.
- (17) نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، طبعة 2013.
- (18) نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية، درسته في قانون مقارنة دار النشر لبنان، الطبعة الأولى، 2005.

الرسائل و المذكرات :

- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامة تجارية في الجزائر و الإتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه ، جامعة بسكرة ، سنة 2011-2012.
- بولفاعة نعيمة، الإعتداء على الحق في العلامة، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر 2011-2012.

المجلات القانونية و القضائية :

أ) المجلات القانونية :

- نهى خالد عيسى العلامة التجارية المشهورة، دراسة مقارنة، مجلة جامعة بابل العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 1، 2003.
- رمزي حوحو ، كاهنة زاوي ، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري مجلة المنتدى القانوني العدد الخامس، جامعة محمد خيضر بسكرة

(ب) المجالات القضائية :

- المجلة القضائية للمحكمة العليا العدد 1 - 2003.
- المجلة القضائية للمحكم العليا العدد 1 - 2006.

النصوص القانونية :

- 1 القانون 06/03 المؤرخ في 03/07/19، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44، سنة 2003.
- 2 القانون رقم 66/ 57/ المؤرخ في 19/03/66 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية ج ر سنة 1966.
- 3 المرسوم التنفيذي 277/2005. المؤرخ في 2 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها ، جريدة رسمية الجزائر، العدد 54 ، 7 أوت 2005.
- 4 القانون رقم 14/11 المتعلق بقانون العقوبات الجزائري المؤرخ في 02-08-2011 دار بلقيس، طبعة ديسمبر 2012 الصادر بموجب الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر 1986 الموافق ل 8 يونيو 1966 المعدل و المتمم
- 5 المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21/11/98 ، المتعلق بإنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية ج.ز عدد 11، ج.ر 1998.
- 6 القانون رقم 2002/82 المتعلق بقانون الملكية الفكرية المصري الجريدة الرسمية العدد 22 مكرر المؤرخة في 02/06/2002
- 7 القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المعدل و المتمم بالقانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 1998 المتضمن قانون الجمارك
- 8 القانون رقم 59/75 المؤرخ في 26/09/1975، الجريدة الرسمية العدد 101 المعدل و المتمم المتضمن القانون التجاري.

9 القانون الفرنسي رقم 597/92 المؤرخ في 01 جويلية 1992 المتضمن قانون الملكية الفرنسي .

الاتفاقيات الدولية :

1 اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية بتاريخ 20 مارس 1883، الأمر 48/66 المؤرخ في 25 فبراير 1966 المتضمن إنضمام الجزائر إليها، والمعدلة، الجريدة الرسمية العدد 16

2 اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) بتاريخ 1994/04/15.

المواقع الإلكترونية

1 الدليل الإلكتروني للقانون العربي : <http://www.arablaw.info.com>

أ	مقدمة.....
	الفصل الأول : ماهية العلامة التجارية
1	تمهيد
2	المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
2	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتميزها عن بعض المفاهيم المشابهة لها.....
2	الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية
5	الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن بعض المفاهيم المشابهة لها
8	المطلب الثاني : أشكال العلامة التجارية و أنواعها.....
8	الفرع الأول : أشكال العلامات التجارية
10	الفرع الثاني : أنواع العلامات التجارية
14	المبحث الثاني: شروط العلامة التجارية
14	المطلب الأول: شروط موضوعية
14	الفرع الأول: أن تكون العلامة ذات طابع مميز
15	الفرع الثاني: أن تكون العلامة ذات طابع جديد
16	الفرع الثالث: أن تكون العلامة مشروعة
17	المطلب الثاني : الشروط الشكلية للعلامة التجاري
17	الفرع الأول: الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية
18	الفرع الثاني : إجراءات إيداع و تسجيل العلامة التجارية
21	المبحث الثالث : آثار تسجيل العلامة
21	المطلب الأول : الحقوق الواردة على العلامة
21	الفرع الأول : حق ملكية العلامة
22	الفرع الثاني : حق التصرف في العلامة
25	المطلب الثاني : فقدان الحق في العلامة التجارية
25	الفرع الأول : إنقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها
26	الفرع الثاني :إنقضاء العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها

الفصل الثاني : الحماية الجنائية للعلامة التجارية

29	تمهيد
30	المبحث الأول: الحماية الجنائية للعلامة في التشريعات الداخلية
30	المطلب الأول: مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة
30	الفرع الأول : مفهوم جرائم تقليد العلامة
31	الفرع الثاني : إستعمال علامة مطابقة
32	الفرع الثالث: إستعمال علامة مشابهة
	الفرع الرابع : بيع أو عرض منتجات أو خدمات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو
35	عرض هذه المنتجات للبيع
36	الفرع الخامس: وضع علامة تجارية مملوكة للغير
37	المطلب الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة
	الفرع الأول: جريمة عدم وضع علامة أو وضع علامة لم تسجل أو لم يطلب
37	تسجيلها
38	الفرع الثاني : جريمة الخداع
40	الفرع الثالث : جرائم التشريع المقارن
43	المبحث الثاني : الحماية الجنائية للعلامة وفقا للإتفاقيات الدولية
43	المطلب الأول : آليات الحماية الجنائية للعلامة بمقتضى اتفاقية باريس

44	الفرع الأول : شروط تسجيل العلامة وفقا لاتفاقية باريس
45	الفرع الثاني : حماية العلامة وفقا لاتفاقية باريس
45	المطلب الثاني : الحماية الجنائية وفقا لاتفاقية باريس
46	الفرع الأول : شروط العلامة وفقا لاتفاقية باريس
47	الفرع الثاني : حقوق صاحب العلامة و التزاماته
48	الفرع الثالث : الحماية المقررة للعلامة وفقا لإتفاقية باريس
	المبحث الثالث : نطاق المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة
49	التجارية
	المطلب الأول : أحكام المسؤولية الجنائية التعدي على العلامة التجارية
	الفرع الأول: أصل المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي في جرائم التعدي على

50 العلامة
	الفرع الثاني : مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامة
54 التجاري
60 المطلب الثاني : العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة
60 الفرع الأول : العقوبات الأصلية
62 الفرع الثاني : العقوبات التكميلية
65 الخاتمة
	قائمة المراجع