



جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان-



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا

للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية

رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص

المشرفة الأستاذة الدكتورة:

من إعداد الطالب:

يوسف فتيحة

القيزي لزهاري

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذة محاضرة (أ)	أ.بن عزوز ربيعة
مشرفا ومقررا	جامعة تلمسان	أستاذة التعليم العالي	أ.د. يوسف فتيحة
مناقشا	جامعة وهران 2	أستاذة محاضرة (أ)	أ.بوعزة هداية
مناقشا	جامعة سيدي بلعباس	أستاذة محاضرة (أ)	أ.جندولي فاطمة الزهراء

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

... نَرْفَعُ دَرَجَاتٍ مَّن نَّشَاءُ ۖ وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ ...

الآية 76 من سورة يوسف

## تشكرات

أحمد الله وأشكره على توفيقه لي في إنجاز هذا العمل.  
أتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذتي الفاضلة/ أ.د فتيحة يوسف التي  
أشرفت على هذا العمل وكانت لي عوناً بنصائحها وتوجيهاتها ولولا  
صبرها الطويل معي لما أكملت هذا العمل.  
كما أقدم خالص شكري وتقديري للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة  
التحكيم على قبول تقييم ومناقشة هذه الأطروحة.  
وأشكر كل من مد لي يد العون في اتمام هذا العمل وأخص بالذكر  
الأساتذة أخي لخضر، اسماعيل ابراهيمي، أحمد بورزق، عيسى هتهات...  
أشكر صديقي احميدة بن عطية الذي أعانني بصفة مباشرة في الإخراج  
التقني لهذا العمل.  
كما أوجه تحية الشكر والتقدير لكل من ساهم في اتمام وإنجاز هذه  
الأطروحة.

## إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد الصادق الأمين.

أهدي هذا العمل إلى:

الوالدين العزيزين الكريمين، أبي رحمة الله عليه، وأمي التي رافقتني في جميع مراحل بحثي،  
حفظها الله وأكرمها من فضله.

إخوتي وأخواتي ... حفظهم الله وأعزهم .

المختار، الخدير، مريم، لخضر الحاج، سمية فاطنة.

أحبائنا... حفظهم الله وأنار طريقهم لكل خير.

جعفر بديرينة وزوجته وأولادهما ولا ننسى الكتكوت أمين.

أصدقائي ... حفظهم الله ووفقهم.

عيسى هتهات، اسماعيل براهيمى، احميدة بن عطية، بايزيد بخاري، لخضر حليس،

خليفة جنيدي، نهار، بن عياش، الطاهر، عمر قمان، محمد خرفان، مصطفى خلدون،

بلخير وذان.

قائمة المختصرات:

باللغة العربية:

الويبو: إشارة لمصطلح " WIPO "

تريس: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

ج ر ج د ش : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

ج ر: الجريدة الرسمية

ص: الصفحة

ص ص: من صفحة إلى صفحة

ط : طبعة

باللغة الفرنسية:

Art: Article

C.fr.propr intell : Code Français de propriété intellectuelle.

N : numéro

OMPI : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.

p: page

pp: de la page à la page.

Vr: Voir

باللغة الانجليزية:

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development.

TRIPS: Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights .

WIPO: World Intellectual Property Organization.

WTO: World Trade Organization.

# مقدمة

اعترفت معظم الدول بحقوق الملكية الفكرية، إذ خصصت لها قوانين لتنظيمها وحمايتها، وهذا الاعتراف لم يقتصر على المستوى الوطني فحسب، بل امتد على المستوى الدولي من خلال تنظيم وحماية هذه الحقوق بواسطة اتفاقيات دولية متعددة الأطراف. هذا الاهتمام راجع إلى أن هذه الحقوق من جهة لها دور هام في تشجيع الابتكار والاختراع واستثمار منتجات الفكر أو الذهن الإنساني، ومن جهة أخرى نظرا لمساهمتها الكبيرة في التطور المتسارع سواء الصناعي أو التجاري الذي يشهده العالم، فاطمئنان أصحاب العلامات التجارية المشهورة وأصحاب الاختراعات على حماية حقوقهم خير دليل على ذلك، إذ زادت الاختراعات وأصبحت العلامات أكثر رواجاً.

تنقسم الحقوق الفكرية أو الذهنية والتي ترد على أشياء غير مادية إلى نوعين من الملكية، الأولى هي الملكية الصناعية والتجارية وقد اصطلح على تسميتها بالملكية الصناعية، وهي تضم الحقوق التي ترد على براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، والنماذج الصناعية، العلامات الصناعية والتجارية، الأسماء التجارية، العناوين التجارية، تسميات المنشأ. والثانية هي الملكية الأدبية والفنية، وتضم حقوق المؤلف وهي ما للمؤلف من حق على مصنفااته المبتكرة في مجال الآداب والفنون.

يعتبر موضوع هذه الأطروحة المعنون ب: "الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية " من المواضيع التي كانت محور تنظيم و اهتمام سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي، فعلى المستوى الوطني، الجزائر كغيرها من الدول نظمت العلامة التجارية واهتمت بحمايتها منذ ستينيات القرن الماضي، حيث تم إصدار أول قانون وهو الأمر رقم 66-57، المؤرخ في 19 مارس سنة 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية<sup>1</sup>، لكن هذا الأمر لم تفعل أحكامه بشكل واضح إذ لم يتوفر المجال أو المناخ الملائم لذلك، لكون الجزائر كانت تتبع النظام الاشتراكي الذي يتميز بسياسة الاقتصاد الموجه حيث احتكرت فيه الدولة المجال الاقتصادي وكافة الأنشطة التجارية وقطاع الخدمات.

لكن بعد تبني الجزائر لنظام اقتصاد السوق أجرت العديد من الإصلاحات القانونية و الدستورية، حيث تم الأخذ بمبدأ حرية التجارة والصناعة، حرية المنافسة، تحرير التجارة الخارجية، و أصبح الخواص يباشرون عمليات

<sup>1</sup> - الأمر رقم 66-57، المؤرخ في 19 مارس سنة 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر العدد 23، الصادر بتاريخ 22 مارس 1966. (ملغى).

الاستيراد والتصدير، فتح مجال الاستثمار، الشيء الذي سمح بدخول الشركات الأجنبية التي قامت بصنع منتجاتها ووضع علاماتها، وهذا ما أدى إلى ضرورة تعديل وتحسين القوانين الداخلية، وأيضا نظرا لالتزامات الجزائر الدولية خاصة عند انضمامها لبعض الاتفاقيات الدولية فهي ملزمة ببعض التعديلات، وأهم إجراء تم هنا هو إلغاء الأمر رقم 66-57، السابق ذكره، وذلك بموجب الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 09 جويلية سنة 2003، المتعلق بالعلامات<sup>1</sup>، كما تم إلغاء وتعديل قوانين أخرى مثل قانون المنافسة، قانون الجمارك، ... ومن أهم القوانين الجديدة في مجال الممارسات التجارية وأعمال المنافسة والتي تطرقت للعلامات، والتي تم إصدارها، لدينا القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 جوان سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>2</sup>.

على المستوى الدولي، أثمر الاهتمام الدولي بحماية العلامة بإبرام أول اتفاقية دولية في مجال حقوق الملكية الفكرية والتي نظمت حقوق الملكية الصناعية ومن بينها العلامات التجارية وهي اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لسنة 1883، وقد كرست نصوصها القواعد الأساسية لحماية حقوق الملكية الصناعية، حيث احتوت على قواعد عامة وأخرى تنظيمية وهي تمثل إلى غاية تاريخ اليوم الركيزة الأساسية لحماية هذه الحقوق، بل تعتبر بمثابة دستور الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية وأغلب قوانين العلامات في الدول أخذت بمضمون هذه الاتفاقية.

كما أبرم اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، وتم ذلك نتيجة رغبة الدول في إيجاد نظام دولي لتسجيل العلامات وحمايتها يكون سريعا وفعالاً، لأن نظام التسجيل الذي كان معمولاً به كان مكلفاً ومهدراً للوقت ويتضمن إجراءات عديدة، إذ كانت العلامة تخضع لمبدأ الإقليمية ومعنى ذلك أن حماية العلامة تكون محصورة داخل حدود إقليم الدولة التي تم فيها تسجيل العلامة، فكان الشخص إذا أراد أن يحمي علامته في عدة دول فعليه أن يقدم طلبات تسجيل منفصلة في كل الدول التي يرغب في حماية علامته فيها، لكن بعض الدول الرائدة في ميدان العلامات على مستوى العالم لم تنضم إلى اتفاق مدريد، واحتجت بأن هذا الاتفاق يتضمن العديد من السلبيات ولا يتوافق مع مصالحها، لهذا تم إبرام بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي

<sup>1</sup> - الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، ج.ر العدد 41، الصادر بتاريخ 23 يوليو سنة 2003.

<sup>2</sup> - القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر العدد 41، الصادر بتاريخ 27 يونيو سنة 2004. (معدل و متمم).



للعلامات لسنة 1989، حيث شكل هذا البروتوكول مع اتفاق مدريد ما يسمى بنظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، والذي يعد نظام سريع وفعال لتسجيل وحماية العلامة التجارية على المستوى الدولي.

نتيجة للتطور الحاصل في العالم وتحرير التجارة، ازداد بشكل كبير انتقال البضائع بين الدول وتدفعها عبر مختلف الأسواق العالمية، وازدادت معها الاعتداءات على العلامات التجارية من خلال تقليدها، وبذلك تضررت اقتصادات العديد من الدول، لذا بذلت الدول جهودا وتكللت بإبرام أهم اتفاقية دولية على مستوى العالم في الوقت الحاضر في مجال حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامة التجارية، وهي اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المعروفة اختصارا بـ " اتفاقية تريبس " والتي أبرمت في 15 أبريل سنة 1994، والتي تضمنت الأحكام والقواعد الموضوعية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية في جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية أي في منظمة التجارة العالمية، ونصت كذلك على قواعد وإجراءات صارمة لضمان تنفيذ أحكام الحماية التي نصت عليها، وما يعتبر مهما هنا أن اتفاقية تريبس ألزمت جميع الدول الأعضاء فيها بأن تنص في قوانينها على جميع الأحكام التي تضمنتها وأن تسهر على تنفيذها.

رغم أن اتفاقية تريبس نصت على أهم قواعد التنظيم و الحماية للعلامات إلا أن الجانب الإجرائي الذي يتعلق بتسجيل العلامات كان محل انتقاد قبل إبرام اتفاقية تريبس، حيث كانت إجراءات تسجيل العلامات مرهقة، تأخذ وقتا طويلا، وغير منسقة، لذا كان الحل في اتفاق الدول على إبرام معاهدة جديدة لتوحيد وتبسيط إجراءات تسجيل العلامات، فتم بتاريخ 27 أكتوبر سنة 1994 إبرام معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، لكن ونظرا للتطور الحاصل في مجال الاتصالات والإنترنت والذي فرض طرق وأشكال جديدة للاتصال عبر الوسائل الإلكترونية تأثر بها نظام العلامات، ونتيجة لظهور الابتكارات الحديثة ظهرت معها أنواع جديدة من العلامات لم تكن معروفة من قبل، خاصة العلامات غير المرئية كعلامات الصوت وعلامات الرائحة،... والتي فرضت نفسها في ميدان التعامل التجاري، لذا كانت هناك حاجة إلى تحديث نظام العلامات من جديد لكي يساير هذه التطورات، لهذا كانت هناك جهود للدول رفقة المنظمة العالمية للملكية الفكرية " الويبو " انتهت إلى إبرام معاهدة جديدة لتحقيق هذا الغرض وهي معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006.

تستمد دراسة هذا الموضوع أهميتها من أهمية العلامة التجارية ذاتها و من الحاجة الى ضرورة توفير حماية قانونية لها، فالعلامة التجارية تؤدي وظائف أساسية واستراتيجية لا غنى عنها في الميدان التجاري، فهي أداة لتمييز

السلع أو المنتجات التابعة لمنافس عن السلع أو المنتجات التابعة لمنافسين آخرين<sup>1</sup>، كما تؤدي وظيفة ضمان هوية المصدر أو الأصل الواحد للمنتجات، أي ضمان بأن جميع المنتجات التي تحملها العلامة تأتي من نفس المؤسسة، أي من مصدر واحد، وسواء تم تحديد هذه المؤسسة بدقة أم لا<sup>2</sup>.

واعتماداً على هذه الوظائف تؤدي العلامة التجارية وظائف أخرى، إذ تؤدي وظيفة ضمان جودة السلع أي أنها توفر ضماناً للمستهلك بأن جميع المنتجات أو السلع التي تحمل نفس العلامة تتمتع بنفس درجة الجودة<sup>3</sup>، كما تعد العلامة ضماناً للمنافسة المشروعة والحرّة بما أنها تسهل على جمهور المستهلكين التعرف على السلعة التي يفضلونها.

وأما في نفس الوقت وسيلة للمنتجين والتجار لتمييز منتجاتهم عن غيرها من المنتجات فيصلون بواسطتها إلى المستهلكين، وهنا تنشئ العلامة منافسة حادة ومشروعة وتدفع المنافسين إلى المزيد من الحرص في تحسين ما يقدموه للمستهلكين<sup>4</sup>، كذلك العلامة التجارية تقوم بوظيفة الإعلان أو الأشهار إذ تستعمل في الدعاية للمنتجات والسلع التي تحمل العلامة وهذه الدعاية التي تتم عبر مختلف الوسائل كالتلفزيون، الانترنت، لصق الاعلانات... تنشأ ما يسمى بالولاء للعلامة من طرف المستهلك<sup>5</sup>. وللعلامة وظيفة أخرى اقتصادية تستفيد منها الشركات، فبما أنها وسيلة للتعريف بالمنتجات و تمييزها فهي وسيلة لتسويق السلع وتحفيز المبيعات<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO), The protection of industrial property rights, wipo national seminar on intellectual property organized by the World Intellectual Property Organisation (WIPO) in cooperation with the government of Jamaica, Kingston, October 13 and 14, 1998, p 11, number of document : WIPO/IP/KIN/98/1, available on the site : [https://www.wipo.int/meeting/en/details.jsp?Meeting\\_id=3578](https://www.wipo.int/meeting/en/details.jsp?Meeting_id=3578).  
[Browsing history : 20/05/2019](#) .

<sup>2</sup> - Jérôme Passa, Droit de la propriété industrielle, édition Alpha, 2009, pp 51, 52.

<sup>3</sup> - Ibid, p 54.

<sup>4</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنية ودولياً، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2009، ص 41. محمد عبد طعيس و علي فوزي الموسوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، المجلد 26، العدد2، 2011، ص 106.

<sup>5</sup> - عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية- دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت- لبنان، 2012، ص ص61، 62.

<sup>6</sup> - كريمة نعمة حسن، الولاء للعلامة التجارية، مجلة التقني، صادرة عن هيئة التعليم التقني في العراق (مؤسسة إدارية تابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية، كانت تشرف على الكليات والمعاهد التقنية في العراق)، العراق، المجلد 20، العدد2، 2007،

كما أن هناك مبررات أو دواعي تبرر ضرورة حماية العلامة التجارية وتبرز أهمية حمايتها، وعلى رأسها تقليد السلع والعلامات الموضوعه عليها، إذ يحدث التقليد آثارا سلبية سواء بالنسبة للدول أو للشركات، وهو من معوقات الاستثمار في أي بلد، فالمنتجون أو الصانعون الأجانب والذين تتمتع منتجاتهم بسمعة عالمية أصبحوا غير مستعدين لصناعة سلعهم في الدول التي ينتشر فيها التقليد ولا وجود فيها لحماية فعالة لعلاماتهم، وبالتالي تفقد الدولة العديد من الاستثمارات، الإيرادات الضريبية، ومناصب الشغل...<sup>1</sup> والشركات العالمية هي الأخرى تفقد سنويا مليارات الدولارات بسبب أعمال التقليد التي تمس منتجاتها، فالجودة المنخفضة للبضائع المقلدة والتي تحمل علامات مقلدة ستتسبب في خداع المستهلكين الذين يعتقدون أنهم يشترون البضائع الأصلية وعند عدم صلاحية المنتج سيلومون الشركة الأصلية، هذا ما ينتج عنه فقدان الثقة في الشركة وبالتالي تضرر سمعة الشركة وعلامتها وخسارة المبيعات.<sup>2</sup>

ومن مبررات حماية العلامة التجارية أيضا، أن صاحب العلامة سواء كان منتجا، أو صانعا، أو تاجرا، فهو أهم طرف يتأثر بحماية علامته لأنه هو من أنشأها واستثمر أمواله فيها وصنع شهرتها، لهذا يجب حماية حقوق صاحب العلامة من خلال حماية العلامة، ومن جهة أخرى فإن هذه الحماية تعود بالنفع على الدولة، لأن حماية العلامة ترتبط بإلزامية تسجيلها لدى مكاتب تسجيل العلامات مقابل رسوم معتبرة يتم دفعها لهذه المكاتب، ومنه تستفيد الدولة من هذه الرسوم، كما تنعكس شهرة العلامة بالإيجاب على اقتصاد الدولة لأنه كلما زادت شهرة العلامة زاد إقبال الجمهور على السلع التي تحملها وهذا ما يؤدي إلى توسع الأنشطة التجارية، كثرة الأسواق، زيادة الانتاج والمعاملات التجارية ومنه زيادة إيرادات الدولة، و أيضا زيادة الطلب على اليد العاملة.

وللعلامة أهمية كبيرة إذا تعلق الأمر بالمستهلك، لذا فهي تحتاج إلى حماية لأنها تحقق فوائد للمستهلك، فهذا الأخير يثق في العلامة كأقصر طريق للقيام بعمليات الشراء لأنها تجمع كافة المعلومات التي يحتاجها عن السلعة المطلوبة كمصدرها، جودتها... وبالتالي تخفض تكاليف البحث عن السلعة المطلوبة. أيضا فإن حماية العلامة هي

ص 5، 7. لويس هارمس، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية - كتاب قضايا، الطبعة الثالثة، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2012، ص 49.

<sup>1</sup> - OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Report of the economic impact of counterfeiting, 1998, pp 22, 23. available on the site : [www.oecd.org](http://www.oecd.org). view at date: 20/03/2019.

<sup>2</sup> - Ibid , p 22.

حماية لصحة وأمن المستهلكين من الأثار السلبية للتقليد، فالمنتجات المقلدة لا يتضرر منها الفرد وحده فقط بل إن الضرر يلحق باقي أفراد المجتمع كتقليد الأدوية ، قطع غيار السيارات،... فنحمي العلامة لكي نحد من التقليد.

وتعد العلامة التجارية في عصرنا الحالي من أهم الأصول التي تمتلكها المؤسسات والشركات التجارية، وهي تحقق وتعزز أرباح الشركات خاصة إذا كانت من العلامات المشهورة بفضل الوظائف المهمة التي تؤديها بما أنها أداة لتسويق السلع وتحفيز المبيعات، فهي تشجع المستهلكين على شراء المنتجات وتكرار شرائها بغض النظر عن سعرها، وهذا ما يمكن الشركات من الاستمرار في نشاطها وتوسيعه لأسواق متعددة.

ولعل ما يثبت أهمية العلامات التجارية على مستوى العالم خاصة المشهورة، هو القيمة السوقية المرتفعة لهذه العلامات، فحسب التقييمات السنوية التي تعدها براند فاينانس " Brand Finance " وهي من كبرى المؤسسات حول العالم الرائدة في مجال تقييم العلامات التجارية والاستشارات، فإنه في التقييم الذي أصدرته في جانفي 2022، تصدرت شركة آبل " Apple " قائمة أعلى العلامات التجارية في العالم بقيمة سوقية بلغت 355.1 مليار دولار، وتليها في المرتبة الثانية شركة أمازون " amazon " بقيمة 350.3 مليار دولار، في حين حلت شركة قوقل " Google " في المرتبة الثالثة بقيمة سوقية بلغت 263.4 مليار دولار<sup>1</sup>.

كانت العلامة التجارية معروفة ومستعملة وتستفيد من الحماية منذ القدم، لكنها كانت حماية وطنية فقط أي على مستوى إقليم الدولة فقط، فحماية العلامة كانت محصورة داخل حدود إقليم الدولة الذي سجلت فيه العلامة و لا تمتد إلى إقليم أية دولة أخرى تطبيقاً لمبدأ الإقليمية القوانين و لمبدأ السيادة الإقليمية، و منه فإن حماية العلامة تخضع لقانون الدولة ولا تتعدى إلى خارج حدودها إلا في حالات استثنائية، لذا كانت كل دولة حرة في

<sup>1</sup> - تقرير أعدته مؤسسة براند فاينانس " Brand Finance " (و هي من كبرى المؤسسات حول العالم الرائدة و المتخصصة في مجال تقييم العلامات التجارية والاستشارات)، حول تصنيف أفضل 500 علامة تجارية عالمياً لعام 2022 ، متوفر على موقع المؤسسة التالي: <https://brandfinance.com/press-releases/tiktok-est-la-marque-dont-la-croissance-est-la-plus-rapide-au-monde>

تاريخ الاطلاع على الموقع: 01 ديسمبر 2022.

سن التشريع الذي تراه مناسبة لحماية العلامات في حدود إقليمها، و لا تمتد الحماية خارج حدود الدولة إلا إذا قام صاحب العلامة بتسجيل علامته في كل دولة يرغب في حماية علامته داخل حدود إقليمها<sup>1</sup>.

إلا أنه مع أواخر القرن التاسع عشر، تغيرت الأوضاع وأصبحت هناك ضرورة ملحة لتوفير حماية دولية للعلامة التجارية إضافة إلى الحماية الوطنية لكون هذه الأخيرة أصبحت غير كافية، نظرا للدور الكبير والمهم الذي أصبحت تؤديه العلامة التجارية في الميدان الاقتصادي، و زيادة الاعتداءات عليها بشكل متزايد ما تسبب في خسائر معتبرة لاقتصادات الدول ناتجة عن تقليد العلامات، ونظرا لتوسع الأسواق وانتشارها وإزالة القيود التي تعرقل حرية التجارة فأصبحت عملية انتقال البضائع التي تحمل العلامات تتم بسهولة من دولة لأخرى، وقيام المؤسسات التجارية بتسويق منتجاتها وبضائعها والإعلان عنها في العديد من الدول، هذا ما جعل لقانون العلامات التجارية أبعادا دولية، لذا فالقوانين الوطنية لا تستطيع أن توفر الحماية القانونية للعلامة التجارية خارج نطاق إقليم الدولة، و غير فعالة في حماية العلامات الأجنبية التي تنتقل داخل إقليمها، كما أن القيام بتسجيل العلامة في جميع البلدان التي تستعمل فيها هو أمر صعب نظرا لاختلاف قوانين العلامات للدول و التي قد تضع شروطا للتسجيل و الحماية يصعب تحقيقها في العلامات المراد تسجيلها<sup>2</sup>، إضافة إلى أن اختلاف قوانين العلامات التجارية للدول يشكل عامل قلق وعدم اطمئنان بالنسبة للتجار والشركات، لهذا فالدول وجدت نفسها مجبرة على إبرام اتفاقيات دولية لتنظيم حماية العلامة التجارية وكيفية اكتساب الحق بها و على محاولة تسييق و توحيد القوانين و التشريعات المنظمة لها عالميا<sup>3</sup>.

فعدم استفادة العلامة التجارية من حماية قانونية دولية موحدة على مستوى العالم الأكيد أنه سيؤثر بالسلب على الاقتصاد الدولي، فالتاجر الذي يملك علامة تجارية محمية في إحدى الدول ويريد أن يسوق بضائعه في دولة أخرى قد لا تقبل تسجيل علامته و لا تمنحها الحماية، وهنا قد يقوم تاجر آخر أو شركة في هذه الدولة باستغلال علامته وتقليدها، لهذا كان التجار والصناع حذرين من تسويق بضائعهم و بيعها خارج دولهم وفي أسواق دولية،

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية و طنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 271. ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2011-2012، ص 217.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 217. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 42، 297.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 42.

فعدم وجود حماية دولية للعلامة كان يشكل عائقا أمام المبادلات التجارية للسلع و الخدمات بين دول العالم، بل كان سيقضي على هذه المبادلات بين الدول<sup>1</sup>.

تعدد أسباب اختيارنا لموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، إلى أسباب عامة وأخرى خاصة، فبالنسبة للأسباب العامة تتمثل في اهتمام القانون الجزائري بموضوع العلامة التجارية، وذلك ضمن العديد من القوانين المتفرقة كقانون العلامات، القانون المتعلق بالممارسات التجارية، قانون الجمارك، قانون المالية، قانون الإجراءات المدنية والإدارية، إضافة إلى التعديلات المتتالية لهذه القوانين والتي مست الأحكام المتعلقة بالعلامات، الأمر الذي يحتاج إلى الدراسة والتحليل.

ومن جانب آخر هناك العديد من الاتفاقيات الدولية التي تناولت موضوع العلامات واهتمت به، وهذا ما يتطلب منا دراسة مضمون هذه الاتفاقيات.

أما عن الأسباب الخاصة، فقبل أن نكون باحثين فنحن مستهلكين و نلاحظ في الأسواق أنه يصعب علينا أحيانا التمييز بين السلع الأصلية والمقلدة لأننا لسنا قادرين على التفرقة بين العلامات الأصلية والمقلدة، وبالتالي نقتني سلعا مقلدة و هي تمثل خطرا على صحتنا، سواء تعلق الأمر بالمواد الغذائية، قطع غيار السيارات، الألبسة الأحذية، مواد التجميل،... هذا ما يظهر عدم وجود حماية فعالة للمستهلكين وملكي العلامات من ظاهرة التقليد، لذا سأحاول من خلال هذه الدراسة معرفة القواعد التي تحكم حماية العلامات التجارية.

تهدف دراسة هذا الموضوع إلى محاولة تحديد مفهوم العلامة التجارية وكيفية اكتساب الحق فيها، مع توضيح فيما إذا كان تسجيل العلامة منشئا أو كاشفا للحق في ملكية العلامة، والبحث في مبررات توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية.

كما تهدف الدراسة أساسا إلى التطرق إلى أنواع الحماية التي وفرها المشرع الجزائري للعلامة التجارية، و البحث في القواعد والأحكام التي تضمنتها نصوص الاتفاقيات الدولية فيما يخص إجراءات تسجيل و حماية العلامة التجارية.

لذا فإن الدراسة تهدف إلى تقييم جميع النصوص القانونية على مستوى القانون الجزائري ونصوص الاتفاقيات الدولية، وفيما إذا كانت تحقق حماية كافية للعلامة التجارية من الاعتداءات التي تقع عليها، خاصة وأن

<sup>1</sup> - عدنان غسان برابو، المرجع السابق، ص 297.

الشركات والمؤسسات التجارية تستعمل علاماتها خاصة المشهورة منها في العديد من الدول وفي أسواق دولية كثيرة. وملاحظة فيما إذا كان هناك توافق بين نصوص القانون الجزائري و نصوص الاتفاقيات الدولية أم أن هناك تعارضا فيما بينهما.

ومنه سيتم التطرق بالنسبة للقانون الجزائري إلى النصوص التشريعية والتنظيمية المهمة والتي نصت على أحكام العلامات، منها قانون العلامات، القانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، قانون الجمارك، قانون المالية، المرسوم التنفيذي الذي يحدد كفيات إيداع العلامات وتسجيلها، القرار الذي يحدد كفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة...

كما تجدر الإشارة إلى أنه سيتم استثناء من هذه الدراسة بعض الجوانب التي تحتاج إلى دراسة مستقلة ويتعلق الأمر بجانب المنازعات في العلامات سواء على المستوى الوطني أو المستوى الدولي، أما فيما يخص جميع الجوانب المتعلقة بالقانون الدولي الخاص ولاسيما مسألة تنازع القوانين، سنوضح بصفة مختصرة القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية.

وعن الصعوبات التي وجدت عند إعداد هذه الدراسة، فإن قلة وأحيانا انعدام الاجتهاد القضائي الجزائري و خاصة قرارات المحكمة العليا في العديد من الجوانب التي تخص موضوع العلامات التجارية، شكلت أهم صعوبة في هذا البحث، لذا تمت الاستعانة في بعض الأحيان بالأحكام القضائية الأجنبية، كذلك قلة الدراسات المتخصصة في ميدان العلامات المتعلقة بالتشريع الجزائري، و أيضا عدم توفر إحصائيات دقيقة عن حجم وقيمة السلع والعلامات المقلدة.

بالرغم من اهتمام المشرع الجزائري بالعلامات التجارية كأحد حقوق الملكية الصناعية، حيث نظم تسجيلها و حمايتها بقوانين ونصوص تشريعية متعددة، بل واستمد العديد من هذه النصوص من الاتفاقيات الدولية، إذ أن عدة اتفاقيات دولية نظمت إجراءات تسجيل وحماية العلامة التجارية، ورغم هذا فالاعتداءات على العلامات تتزايد سواء على مستوى الجزائر أو على المستوى الدولي.

لذا يثير موضوع هذه الدراسة إشكالية أساسية تتمثل في:

ماهي الاجراءات والوسائل التي تضمنها كل من التشريع الجزائري و الاتفاقيات الدولية لحماية العلامة التجارية من جميع أشكال التعدي، وما مدى كفاية و فعالية هذه الاجراءات و الوسائل؟ .

تقتضي دراسة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، الاعتماد على عدة مناهج تتمثل في المنهج التحليلي، المنهج الوصفي، المنهج المقارن والمنهج التاريخي.

تم اتباع المنهج التحليلي لتحليل ودراسة نصوص العديد من القوانين كالأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، القانون رقم 07-12 المتضمن قانون المالية لسنة 2008، المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، القانون رقم 79-07 المتضمن قانون الجمارك، القرار المؤرخ في 15 يوليو سنة 2002 الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، وجميع القوانين المعدلة لهذه القوانين، كما تم استعمال المنهج التحليلي أيضا في تحليل نصوص الاتفاقيات الدولية التي تم التطرق لها في هذا الموضوع.

وتم الاعتماد على المنهج المقارن في المقارنة بين دعوى المنافسة غير المشروعة و دعوى التقليد، كما استعنا بهذا المنهج لكي نجري مقارنة بين أحكام القانون الجزائري و أحكام الاتفاقيات الدولية فيما يخص موضوع العلامات التجارية، لكي نبيّن فيما إذا كان هناك تطابق و توافق بين نصوص القانون الجزائري ونصوص الاتفاقيات الدولية أم أن هناك اختلاف بينها.

كما اتبع المنهج الوصفي في الكثير من الحالات منها، عند تعريف العلامة التجارية و التطرق لأنواع العلامات، وعند تعداد الوظائف المتعددة للعلامة التجارية، و وصف جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

بينما تم الاعتماد على المنهج التاريخي عند التطرق إلى الظروف التاريخية التي تم فيها إبرام الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامات .

لوصول إلى دراسة وافية لموضوع الدراسة المعنون ب " الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية " وللإلمام بكل جوانبه، تم تقسيم هذه الدراسة إلى بابين بحيث يتضمن كل باب فصلين، وأن يسبق هذين البابين فصل تمهيدي.

بالنسبة للفصل التمهيدي سيخصص ماهية العلامة التجارية و مبررات حمايتها، فيما يخص ماهية العلامة التجارية سنتطرق فيها إلى تعريف العلامة التجارية و أنواع العلامات و في جانب آخر سنرى كيفية اكتساب الحق في العلامة التجارية من خلال ذكر مايلي: الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة التجارية، الشروط



الشكلية لتسجيل العلامة، الآثار التي تترتب على تسجيل العلامة التجارية، أسباب انقضاء الحق في العلامة التجارية حيث أن ملكية العلامة قد تنتهي بناء على إرادة مالكها، أو لأسباب خارجة عن إرادة مالكها. أما عن مبررات توفير الحماية للعلامة التجارية، فسنبينها وظائف العلامة التجارية، لأن هذه الأخيرة تؤدي وظائف مهمة لذا فهي تتطلب حمايتها من جميع أشكال التعدي، و من جهة أخرى سنبحث في المبررات عن الأسباب المباشرة لحماية العلامة التجارية.

أما الباب الأول فخصص لدراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، و تم تقسيمه إلى فصلين، تضمن الأول الحماية الجزائية للعلامة التجارية حيث تناولنا فيه جرائم الاعتداء التي يمكن أن تقع على العلامة و التي تتمثل في الاعتداءات المباشرة و غير المباشرة على العلامة، كما تناولنا فيه أيضا أحكام دعوى تقليد العلامة التجارية والتي تمحورت حول شروط و إجراءات رفع دعوى التقليد، و الجزاءات المترتبة عن رفع هذه الدعوى من عقوبات جزائية و جزاءات مدنية، أما الفصل الثاني فخصص للحماية المدنية للعلامة التجارية حيث ضم من جهة الحماية الإجرائية للعلامة التجارية والتي تسبق جميع أنواع الدعوى، وتشمل الإجراءات التحفظية والإجراءات الجمركية، و من جهة أخرى ضم أيضا حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، حيث تم فيه دراسة أحكام هذه الدعوى على مستوى القواعد العامة وعلى مستوى التشريع الجزائري بالاعتماد على القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

فيما يخص الباب الثاني فقد تضمن حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية، حيث خصص الفصل الأول لدراسة حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس و اكتفينا هنا باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية كأول اتفاقية أبرمت في هذا المجال، ونظام مدريد الذي يضم معاهدتين، الأولى هي اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، أما الثانية فهي بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989.

وخصص الفصل الثاني لدراسة حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا باتفاقية تريبس و الاتفاقيات الدولية المبرمة بعدها، فمن جهة تم التطرق إلى اتفاقية تريبس، أما عن الاتفاقيات التي أبرمت بعدها فدرسنا معاهدتين الأولى هي معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 كإطار لتبسيط و توحيد النظام الإجرائي لتسجيل العلامات والثانية هي معاهدة سنغافورة بشأن قانون

العلامات لسنة 2006 كإطار دولي لتحديث نظام العلامات. وفيما يتعلق بدراسة الاتفاقيات الدولية في الباب الثاني فقد درسنا منها فقط الجوانب أو الأحكام المتعلقة بالعلامات التجارية وتم التركيز على القواعد التي تحكم التسجيل والحماية، كما تم هنا مراعاة التسلسل الزمني للاتفاقيات.

# الفصل التمهيدي

ماهية العلامة التجارية ومبررات

حمايتها

تعد العلامة التجارية الأداة الرئيسية في المعاملات التجارية اليومية، وهي من أهم حقوق الملكية الصناعية التي اعترفت بها ونظمتها القوانين الوطنية والمعاهدات الدولية متعددة الأطراف، منها التشريع الجزائري الذي نظمها من خلال العديد من القوانين لكن أهمها و أحدثها كان الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>1</sup>، إذ حاول المشرع تحديد مفهوم الحق في العلامة التجارية وكيفية اكتسابها.

من جانب آخر تؤدي العلامة التجارية وظائف متعددة في الميدان التجاري، إذ أن العديد من الأطراف تستعمل العلامة و تستفيد منها، كالمنتج، المستهلك، التاجر، الصانع، الشركات، وكذلك الدولة تعتمد عليها باعتبارها وسيلة لجلب الاستثمارات الأجنبية والحصول على الإيرادات و حتى المجال الرياضي يعتمد على العلامة في الدعاية، لذا فالوظائف التي تؤديها العلامة التجارية لها حضور ولا يمكن الاستغناء عنها عندما يتعلق الأمر ب: التمييز بين المنتجات، ضمان مصدر السلع، ضمان المنافسة المشروعة والحرّة، ضمان جودة السلع، الإشهار والدعاية للسلع في وسائل الإعلان، تسويق السلع، وزيادة المبيعات وتحفيزها. لهذا فإن العلامة التجارية معرضة دوما للاعتداء عليها من خلال تقليدها للاستفادة منها بطريقة غير مشروعة، وهذا ما يستدعي أن توفر لها الحماية القانونية من أي تعدي.

من خلال ما سبق سنتعرض بالتفصيل إلى ماهية العلامة التجارية (المبحث الأول)، وإلى مبررات

الحماية القانونية للعلامة التجارية (المبحث الثاني)

<sup>1</sup>- الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

### المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية

إن التطرق للعلامة التجارية باعتبارها حق من حقوق الملكية الصناعية التي يعترف بها القانون ويحميها، يحتم علينا أن نسلط الضوء على مفاهيم تعتبر أولية وضرورية كتحديد مفهوم العلامة التجارية، كيفية اكتساب الحق في العلامة التجارية والذي بواسطته يتمكن صاحب العلامة من استعمال علامته التصرف فيها ومنح الغير الترخيص باستغلالها. لذا سنرى في (المطلب الأول) مفهوم العلامة التجارية، وفي (المطلب الثاني) اكتساب الحق في العلامة التجارية.

### المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

نظرا لأهمية العلامة التجارية في ميدان التعامل التجاري كأداة يستفيد منها العديد من الأطراف كالمستهلك، التاجر، المنتج، الصانع،... في تمييز أو تحديد المنتجات، وتسهيل التعرف عليها، وضمان المصدر الواحد للسلعة، وضمان الجودة.... لهذا سنحاول البحث في تعريف العلامة التجارية ( الفرع الأول) وأنوعها ( الفرع الثاني).

### الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

اختلفت الاتفاقيات الدولية، تشريعات الدول والعديد من الفقهاء في تعريفهم للعلامة التجارية، حيث سنرى تعريف العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية (أولا)، التعريف القانوني للعلامة التجارية (ثانيا)، تعريف العلامة التجارية لدى الفقه (ثالثا).

### أولا: تعريف العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

من أهم الاتفاقيات الدولية التي تطرقت لأحكام العلامة التجارية، لدينا اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية<sup>1</sup>، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة بـ "اتفاقية تريبس"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المبرمة (المؤرخة) في 20 مارس 1883، تاريخ بدء النفاذ في يونيو 1984، وتم تعديلها في العديد من المرات آخرها في استكهولم في 14 يوليو 1967، ثم نضحت أخيرا في 28 سبتمبر 1979. الاتفاقية متوفرة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية ( الويبو) التالي باللغة العربية :

<https://wipo.int/ar/text/287555>

والاتفاقية متوفرة بالعديد من اللغات على موقع الويبو التالي:

https://wipo.int/ar/treaties/textdetails/12633 ، تاريخ الاطلاع على الموقعين: 01 جوان 2021 .

بالنسبة لاتفاقية باريس لم تقدم تعريفا للعلامة التجارية ولم تحدد الأشكال والصور التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية، وتركت بذلك المجال للتشريعات الداخلية للدول الموقعة عليها<sup>2</sup>، لكن ما يجب الإشارة إليه أن اتفاقية باريس عند نصها على الأحكام المتعلقة بالعلامات استعملت دائما مصطلحات العلامة التجارية والعلامة الصناعية، ولم تستعمل مصطلح علامة السلع<sup>3</sup>. وفي حالات قليلة جدا استعملت مصطلح علامة الخدمة<sup>4</sup>.

وفي هذا الإطار نذكر بأن المشرع الجزائري في الأمر رقم 66-57 المشار إليه، استخدم مصطلحات: علامة المصنع، العلامة التجارية، علامة الخدمة<sup>5</sup>. أما في الأمر رقم 03-06، فاستخدم مصطلحات: علامة السلعة وعلامة الخدمة، ولم يستخدم مصطلح العلامة التجارية.

<sup>1</sup> - يرمز لهذه الاتفاقية اختصارا بـ " TRIPS " باللغة الإنجليزية ، و " ADPIC " باللغة الفرنسية. أنشأت منظمة التجارة العالمية بموجب اتفاقية أبرمت في مدينة مراكش المغربية بتاريخ 15 أبريل 1994، ودخلت حيز التنفيذ في 1 جانفي 1995، وقد تولد عن اتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية العديد من الاتفاقيات من بينها اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا بـ "اتفاقية تريبس"، و التي تم التوقيع عليها في نفس التاريخ و هو 15 أبريل 1994 ، و دخلت حيز التنفيذ في نفس التاريخ المذكور أعلاه و هو 1 جانفي 1995. و نص اتفاقية تريبس متوفر على موقع منظمة التجارة العالمية التالي: <https://www.wto.org/> ، تاريخ الاطلاع : 23-02-2022. راجع حول هذه الاتفاقية:

- حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) والمعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا) بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، الدار البيضاء، 7 و 8 ديسمبر/ كانون الأول 2004، ص ص 11، 12. وثيقة منشورة بالموقع الإلكتروني للويبو:

[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/ompi\\_tm\\_cas\\_04/ompi\\_tm\\_cas\\_04\\_1.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/ompi_tm_cas_04/ompi_tm_cas_04_1.pdf)

تحت رقم : WIPO/TM/CAS/04/1. تاريخ الاطلاع : 22-01-2021.

- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، حقوق الملكية الفكرية وأثرها الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2009، ص 89، 90، 118، 119. و راجع أيضا بالتفصيل حول اتفاقية تريبس، المبحث الأول من الفصل الثاني من الباب الثاني من هذه الأطروحة .

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 14.

<sup>3</sup> - المواد: 1، 4، 5، 6، 6، ثانيا، 6 ثالثا 1-أ، 6 خامسا، 11، 12، من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - المادة 1، و المادة (6 سادسا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>5</sup> - المادتين 1، 2 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى، المشار إليه سابقا.

فاتفاقية باريس رغم أنها لم تضع تعريفا للعلامة إلا أنها قررت في الفقرة الثانية من المادة الأولى منها، على أن « تشمل حماية الملكية الصناعية براءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة ».

كما أوجبت في الفقرة الثالثة من المادة الأولى بأن تؤخذ عبارة الملكية الصناعية بأوسع معانيها، فلا يجب أن يقتصر تطبيقها على الصناعات والتجارة بالمعنى الدقيق والحرفي بل تطبق أيضا على الصناعات الزراعية والاستخراجية وعلى جميع المنتجات المصنوعة أو الطبيعية كالحبوب والزهور والمعادن وأوراق التبغ والدقيق والفواكه.

أما اتفاقية تريبس فقد بينت في المادة 15 الفقرة 1 منها، المقصود بالعلامة التجارية حيث نصت على: « تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتميز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها ».

حسب نص المادة تعتبر علامة تجارية كل علامة لها القدرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى، ويمكن أن تتكون هذه العلامات من الكلمات التي تشتمل على أسماء شخصية، حروف، أرقام، وأيضا من الأشكال ومجموعات الألوان أو أي مزيج منها، وهي جميعا تصلح للتسجيل كعلامة تجارية<sup>1</sup>.

ويمكن إبداء بعض الملاحظات حول التعريف الذي جاءت به الاتفاقية كمايلي:

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية- مصر، 2007، ص 247.

- لم تقصر اتفاقية تريبس تعريف العلامة التجارية على العلامات التي تميز السلع فقط، بل يشمل هذا التعريف العلامات التي تميز السلع والخدمات أيضا، بمعنى أن مصطلح العلامة التجارية يشمل مصطلحي علامة السلعة وعلامة الخدمة، وهذا يعني أنه تسري على علامة الخدمة جميع المواد التي تعالج العلامة التجارية مثلها مثل علامة السلعة.

وما يعتبر مهما أن الاتفاقية أظهرت خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات، واعتمدت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية، لهذا فإن هناك من رأى بأن تعداد العلامات الذي تتضمنه المادة 1/15 من الاتفاقية لم يتضمن الإشارة إلى العلامات المجسمة وهي ترد على شكل السلع نفسها، أو طريقة تغليفها وذلك رغم أهميته القصوى<sup>1</sup>، كما هو معمول به بالنسبة لزوججات العطور أو المياه الغازية أو الصناديق التي توضع فيها المنتجات والتي يكون لها نقوش خاصة أو شكل خاص<sup>2</sup>، ولكن التعداد الوارد في هذه المادة هو تعداد ورد على سبيل المثال لا الحصر، ولهذا فلا مانع من الأخذ بالعلامة المجسمة ضمن العلامات التجارية المحمية خاصة وأن الاتفاقية تضع الحدود الدنيا للحماية القانونية فقط ولا تستهدف توحيد النظم القانونية<sup>3</sup>، لأن الاتفاقية هنا كانت صريحة بأن أي شكل يسمح بالتمييز فهو مقبول لأن يصلح كعلامة تجارية.

وفيما يخص العلامات التي لا تصلح لتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، وفق المادة 1/15 فقد أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء في هذه الاتفاقية بأن تشترط توفر التمييز المكتسب من خلال الاستعمال لكي تكون العلامة صالحة للتسجيل.

كما أجازت اتفاقية تريبس في نفس المادة المذكورة للدول الأعضاء فيها بأن تشترط في قوانينها بأن تكون العلامة المراد تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها، وبما أن الأمر جوازي فيمكن للدول أن لا تضع هذا الشرط، وتقبل تسجيل هذا النوع من العلامات، كالعلامات الصوتية، علامات الرائحة مادام أن لها خاصية التمييز وفق ما نصت عليه الاتفاقية.

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 248.

<sup>2</sup> - سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية- دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة1، 2016/5201، ص 18.

<sup>3</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 248.



## ثانيا: التعريف القانوني للعلامة التجارية

تضمنت تشريعات بعض الدول محاولات من مشرعيها لتحديد المقصود بالعلامة التجارية، وهنا سنركز على التشريع الجزائري مع الإشارة لبعض التشريعات المقارنة.

### 1- تعريف العلامة التجارية في التشريع الجزائري:

أشار المشرع الجزائري إلى المقصود بالعلامة في المادة 2 في فقرتها الأولى من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا كما يلي: « يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يأتي: 1 ( العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، و الرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره ».

كما نصت الفقرة الأولى من المادة 3 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا على: « تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني ».

في حين نصت المادة 2 من الأمر رقم 66-57، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى<sup>1</sup>، على: « تعتبر علامات مصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة: الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة والتسميات الخاصة أو الاختيارية أو المبتكرة والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والأغشية والرموز والبصمات والطوابع والأختام وطوابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي وتركيبات أو ترتيبات الألوان والرسوم والصور أو النقوش الناتجة والحروف والأرقام والشعارات وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة. يجوز اعتبار شعار الإعلان علامة إذا وقع تسجيله لهذه الغاية ».

ما يلاحظ على التعريف الذي أخذ به المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا، أنه جمع نوعين من العلامات تحت عبارة "علامة السلع" وهما العلامة التجارية وعلامة المصنع، فالعلامة التجارية هنا هي السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري، أما علامة

<sup>1</sup>- الأمر رقم 66-57، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية(ملغى)، المشار إليه سابقا.

المصنع فهي السمة المميزة التي يضعها الصانع على منتجاته التي قام بصنعها<sup>1</sup>، وبالتالي المشرع لم يفرق بين هاتين العلامتين، بل جمعهما في علامة واحدة هي علامة السلع.

في حين أن في الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، المذكور سابقا، من خلال المادتين 1، 2، لم ينص المشرع على علامة السلع، بل ذكر علامة المصنع والعلامة التجارية، إضافة إلى علامة الخدمة التي هي مستقلة وتعتبر عن الخدمات.

حسب رأي البعض فإن المشرع رغم أنه فرق هنا بين علامة المصنع والعلامة التجارية إلا أن هذه التفرقة ليس لها أي أثر قانوني لكون العلامتين تخضعان لنفس القواعد والأحكام القانونية<sup>2</sup>.

ويجب أن نشير إلى أن المشرع في المادة 3 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، اعتبر أن استعمال علامة السلعة و علامة الخدمة هو أمر إلزامي. في حين أن الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى و المشار إليه، كان يعتبر علامة المصنع علامة إلزامية بينما علامة الخدمة والعلامة التجارية اعتبرهما اختيارية.

من جهة أخرى تضمن التعريف الذي نص عليه المشرع في المادة 2 من الأمر 03-06، شرطا بأن تكون العلامة من الرموز القابلة للتمثيل الخطي، بمعنى أن يتم إدراكها بالبصر، وهذا يبين بأن المشرع الجزائري لم يتماشى مع التغييرات الحديثة التي تبنتها كثير من تشريعات الدول لأن هناك العديد من الأشكال الجديدة للعلامات أصبح بالإمكان تسجيلها، كعلامات الصوت، مثل النغمات الصوتية التي توضع على الهواتف النقالة، وعلامات الشم (الرائحة) مثل العطور، وعلامات التذوق<sup>3</sup>.

فالمشرع اعتبر أن جميع الرموز القابلة للتمثيل الخطي (كالكلمات و التي تضم أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، و الرسومات أو الصور ، والأشكال المميزة للسلع أو توضيها، والألوان بمفردها أو مركبة) والتي تتوفر على خاصية التمييز يمكن أن تشكل علامة و يستعين بها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعه أو خدماته عن سلع أو خدمات غيره.

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري- الحقوق الفكرية- حقوق الملكية الصناعية والتجارية- حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 201.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص ص 13، 14.

<sup>3</sup> سماح محمدي، المرجع السابق، ص 14.

وبالرجوع للأمر رقم 57-66<sup>1</sup>، المذكور سابقا، نجد أن المشرع الجزائري اكتفى بتبيان على سبيل المثال الأشكال التي يمكن أن تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات والتي تعتبر علامات مصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة، بدون أن يعطي تعريفا واضحا. وما يمكن قوله عن التعريف الذي جاء به المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر رقم 03-06 أنه يكاد يكون متطابقا مع التعريف الذي جاءت به اتفاقية تريبس في مادتها 1/15، المذكورة سابقا، حيث تمت الإشارة إلى مصطلح علامة السلع والخدمات فقط دون مصطلح العلامات التجارية وعلامات المصنع، وتم أيضا تعداد على سبيل المثال الرموز والأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامة<sup>2</sup> (كالكلمات والتي تضم أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور، والأشكال المميزة للسلع أو توضيها، والألوان بمفردها أو مركبة) والتي يشترط فيها المشرع أن تكون قابلة للتمثيل الخطي، وأن تتوفر فيها خاصية التمييز لكي يمكن اعتبارها علامة، ويبقى الفرق أن المشرع الجزائري اشترط أن تكون العلامة قابلة للتمثيل الخطي أي واضحة ومدركة بالنظر، وهذا معناه استبعاد العلامات غير المرئية كعلامات الصوت، علامات الرائحة وعلامات الذوق (الطعم) في حين أن تعريف اتفاقية تريبس يعترف بالعلامات غير المرئية مع أنه ترك للدول الأعضاء حرية الأخذ أو عدم الأخذ بها.

## 2- تعريف العلامة التجارية في التشريعات المقارنة:

عرّف المشرع المصري العلامة التجارية في المادة 63 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية<sup>3</sup>، إذ نصت على: «العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والإمضاءات، والكلمات

<sup>1</sup> - المادة 2 من الأمر رقم 57-66، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية (ملغى)، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - لمزيد من التفصيل حول الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية . راجع. مصطفى موسى العطيبيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية - حماية العلامة التجارية إلكترونيا، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الاردن، 2011، ص 124 وما بعدها. ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 57 وما بعدها. سماح محمدي، المرجع السابق، ص 22 وما بعدها.

و راجع أيضا: Jérôme Passa, op.cit, pp 70-81

<sup>3</sup> - قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002، المنشور في الجريدة الرسمية المصرية، العدد 22 مكرر، بتاريخ 2002/06/22.

والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات، والأختام، والتصاوير، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن 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 وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر .

أما القانون الأردني فقد عرف العلامة التجارية في المادة 2 من القانون رقم 34 لسنة 1999 والمتعلق بالعلامات التجارية<sup>1</sup>، بأنها « أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره ». كما نصت المادة 1/7 من نفس القانون على: « يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموع منها وقابلة الإدراك عن طريق النظر ».

ما يلاحظ على التعريفين المصري والأردني أنه تم الاعتماد فيهما على معيار مدى قدرة العلامة على تمييز السلع أو الخدمات كأساس يقوم عليه مفهوم العلامة التجارية، كما تم التركيز في التعريفين على استعمال العلامة أو نية استعمالها، إذ لم يتم الاكتفاء بالتسجيل فقط، كما اتفق التشريعين على ضرورة أن تكون العلامة قابلة للإدراك بالبصر وهذا يعني استبعاد التشريعين المصري والأردني لأنواع أخرى من

<sup>1</sup> - تخضع العلامات التجارية في المملكة الأردنية إلى قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 وإلى القانون المعدل له وهو القانون رقم 34 لسنة 1999، المنشور في الجريدة الرسمية الأردنية، العدد 4389، بتاريخ 1999/11/01. وما تجدر الإشارة إليه أن قانون العلامات الأردني القديم قبل تعديله لم يأخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، بل أخذ بالمفهوم الضيق للعلامة، حيث حصرها في العلامة التجارية والصناعية فقط، دون علامة الخدمة، لكن عند تعديله سنة 1999 تنبه المشرع الأردني إلى هذه النقطة، حيث أخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، عندما أشار إلى أن مفهوم العلامة ينصرف إلى علامة الخدمة بالإضافة إلى العلامة الصناعية والتجارية وهذا ما يمكن قراءته جيدا من خلال نص المادة 2 من القانون رقم 34 لسنة 1999 المذكورة أعلاه. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 39.

العلامات كالعلامات الصوتية وعلامات الرائحة من عداد العلامات التجارية، وهذا عكس العديد من الدول الغربية التي بدأت بالاعتراف بتسجيل هذه العلامات<sup>1</sup>.

### ثالثاً: تعريف العلامة التجارية لدى الفقه

تعرض العديد من الفقهاء إلى تعريف العلامة التجارية، حيث عرفها أحد الفقهاء بما يلي: " إن العلامة التجارية تعني الإشارة التي يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عن منتجات أو بضائع أو خدمات الآخرين"<sup>2</sup>.

كما عرفها آخر على أنها: " كل إشارة أو دلالة أو رمز يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها وتهدف إلى تيسير التعرف على مصدر بيع المنتجات أو صنعها بحيث لا تختلط بغيرها من السلع المماثلة في الأسواق مما يساعد على سهولة التعرف عليها من قبل المشتريين أو المتعاملين معها"<sup>3</sup>.

أما فقيه آخر فقد قدم التعريف التالي: " يقصد بالعلامة السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري - فهي علامة تجارية (marque de commerce) أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها وهي علامة مصنع (marque de fabrique) قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق، كما نجد السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات، فردية كانت أو جماعية، لتشخيص الخدمات المقدمة، وهي في هذه الحالة علامة خدمة (marque de service) "<sup>4</sup>.

كما عرف فقيه آخر، العلامات بأنها: " كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يصنعها المنتج أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات "<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - مصطفى موسى العطيات، المرجع السابق، ص 117.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 40.

<sup>3</sup> - هذا التعريف لصالح الأسمر، مشار إليه لدى عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2008، ص 135.

<sup>4</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 201.

<sup>5</sup> - سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون ذكر سنة الطبع، ص 252.

في حين عرف فقيه آخر العلامة بأنها: "كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو المشروع فردا كان أو شركة خاصة كانت أو عامة شعارا لبضائعه أو خدماته التي يؤديها كالنقل والسينما أو منتجاته الصناعية أو الزراعية أو الطبية تميزا لها عن مثيلاتها، فلا تلتبس بها في السوق"<sup>1</sup>.  
 أما فقيه آخر عرف العلامة التجارية بأنها: "كل شارة أو سمة يستخدمها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز بضائعه أو خدماته عن تلك المقدمة من قبل الآخرين"<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: أنواع العلامات

تختلف العلامات بحسب توظيفها والنشاط المتبع من طرف مالكيها، لذا هناك معايير تتبع لتحديد أنواع العلامات<sup>3</sup>، و سنكتفي هنا فقط بأنواع العلامات بحسب موضوعها، وأنواع العلامات من حيث مدى شهرتها، وهذا ما سنراه فيما يلي:

#### أولا- أنواع العلامات بحسب موضوعها ( محلها )

يقصد بمعيار موضوع العلامة هنا، المحل الذي يمكن ان تشمله العلامة<sup>4</sup>، فقد تستعمل العلامة من طرف مالكي العلامات سواء كانوا صناع او تجار أو مقدمي خدمات بغرض تمييز السلع (المنتجات

<sup>1</sup> محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 198.

<sup>2</sup> عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 22.

<sup>3</sup> هناك أنواع أخرى من العلامات و هي العلامات من حيث طريقة استخدامها و التي تضم العلامات الفردية و العلامات الجماعية. للمزيد من التفاصيل راجع راشد سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص ص74، 80. مصطفى موسى العطيوات، المرجع السابق، ص 130.

إن جميع أنواع العلامات التي تطرقنا لها و المذكورة أعلاه هي علامات تجارية تقليدية، أما عن العلامات التجارية غير التقليدية فتشتمل على نوعين : العلامات التجارية غير التقليدية غير المرئية وهي تضم العلامات الصوتية، علامات الرائحة، علامات الذوق (الطعم)، أما العلامات التجارية غير التقليدية المرئية فتضم العلامات المجسمة أو ثلاثية الأبعاد ، العلامات الهولوجرافية ، علامات الحركة... راجع في ذلك : المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا، ص 1. متوفر على الموقع:

https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/singapore/summary\_singapore.html ، تاريخ الاطلاع : 01 جوان 2021 . و للمزيد من التفاصيل حول التعريف بهذه العلامات ، راجع أيضا عدنان غسان برانوبو ، المرجع السابق، ص ص166، 202.

<sup>4</sup> حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2012، ص 46.

الصناعية، السلع التجارية) من خلال استعمال علامة المصنع أو العلامة التجارية، أو بغرض تمييز الخدمات باستعمال علامة الخدمة<sup>1</sup>، لذا سنرى علامة المصنع، العلامة التجارية، وعلامة الخدمة.

### 1-العلامة الصناعية (علامة المصنع):

هي العلامة التي يضعها الصانع أو المنتج (صاحب المصنع، صاحب المزرعة،...) على السلع التي يصنعها أو ينتجها لتمييزها عن غيرها من السلع والبضائع المماثلة، وبالتالي فهي تشير إلى مصدر الإنتاج أو مصدر الصنع، مثل مصنع ايديال الذي ينتج ثلاثجات ايديال، بمعنى أن هذه العلامات تستعمل لتمييز منتجات مشروع معين عن غيرها من المنتجات التي تقدمها المشروعات الاخرى، مثل علامة TOYOYA لتمييز نوع معين من السيارات اليابانية، وكما أشرنا فان هذه العلامة توضع أيضا على المنتجات الزراعية، كالخضار والفواكه،...<sup>2</sup>.

### 2- العلامة التجارية:

هي تلك العلامة التي يستخدمها التجار لتمييز بضائعهم التي يقومون ببيعها بصرف النظر عن مصدر هذه البضائع، إذ يقدم التجار على شراء البضاعة سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة، ووضع علاماتهم التجارية عليها، ومن ثم إعادة بيعها للمستهلكين أو لتجار آخرين، ويستخدم هذه العلامة موزع السلعة التي يوزعها بدون أن يقوم بانتاجها<sup>3</sup>.

### 3-علامة الخدمة:

علامة الخدمة هي علامة تستخدمها المشروعات او المؤسسات التي تؤدي خدمات معينة لكي تميز بها ما تقدمه من خدمة عن غيرها من الخدمات المماثلة<sup>4</sup>، إذا هي علامة تستخدم لتمييز خدمة أو خدمات معينة تقدم لجمهور المستهلكين، هذه العلامة غير مرتبطة بالبضائع أو السلع، أي أنها لا تظهر

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 19. يقسم الفقه العلامات التجارية إلى نوعين الأولى هي علامة السلعة وتعرف بأنها تلك العلامة التي يضعها التاجر أو الصانع على السلع أو البضائع التي يقوم ببيعها أو بإنتاجها لكي يتم تمييزها عن غيرها من السلع أو البضائع المماثلة أو المشابهة لها، أما الثانية فهي علامات الخدمة. نفس المرجع، ص 19.

<sup>2</sup> -مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 130. محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا- "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة- مصر، 2011، ص 28.

<sup>3</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 129. محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 28.

<sup>4</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 19.

على المنتجات، فالمؤسسة مقدمة الخدمة تتخذ كعلامات الرموز والإشارات وتضعها على ملابس العاملين وعلى الأشياء والأدوات التي تستخدمها المؤسسة في تقديم خدماتها<sup>1</sup>.

ومن الخدمات التي تعرض على المستهلكين، خدمات النقل، الطيران، الاتصالات، النظافة، السياحة، المطاعم، ومن الأمثلة على المؤسسات التي تقدم الخدمات، "الجزيرة"، "العربية" لخدمات البث الإخباري والتلفزيون، SHERATON/MRRIOT لخدمات الفنادق، ALICO لخدمات التأمين، MONEY GRAM لخدمات التحويلات النقدية<sup>2</sup>.

### ثانيا- أنواع العلامات من حيث مدى شهرتها لدى الجمهور:

مع الاعتماد الواسع على العلامات التجارية من طرف التجار، الصناع، والمنتجين، والاستعمال المتزايد لها من طرف المستهلكين، أصبحت تتمتع بعض العلامات بقيمة وسمعة كبيرتين، وهي تعرف بالعلامات المشهورة، الأمر الذي يتطلب أن تكون لها حماية تختلف عن العلامة العادية، و منه سنرى بالتفصيل نوعي العلامتين:

#### 1-العلامة العادية:

العلامة العادية هي العلامة التي ليس لديها سمعة وشهرة واسعة بين جمهور المستهلكين، أو أن سمعتها محصورة في إقليم جغرافي محدود، وهذه العلامات يمكن أن تكون علامات سلع (علامات تجارية، علامات صناعية)، أو علامات خدمات، وهذا النوع من العلامات هو الأكثر انتشارا وتداولاً في أسواق جميع الدول<sup>3</sup>.

#### 2- العلامة المشهورة:

العلامة المشهورة أو ذائعة الشهرة، هي العلامة التي اكتسبت معرفة أو شهرة واسعة بحيث تتجاوز شهرتها حدود البلد الأصلي الذي سجلت فيه، وأصبحت معروفة لدى قطاع عريض من جمهور المستهلكين المعنيين في العديد من دول العالم، بسبب قدمها أو نوعية وجودة السلعة أو الخدمة التي تمثلها أو طريقة

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 20. مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 130.

<sup>2</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 130.

<sup>3</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 80.



تحضيرها أو أدائها، وهي تتمتع بقيمة مالية عالية عند تقييم الأصول المالية للشركة المالكة للعلامة<sup>1</sup>، ومن العلامات المشهورة: علامة COCA-COLA وعلامة NESCAFE وعلامة DISNEY وعلامة SONY وعلامة NOKIA وعلامة CANON.

إن العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية هي علامة مثلها مثل العلامات التجارية الأخرى تكتسب وتسجل وتستخدم وترد عليها جميع التصرفات القانونية وفقا للإجراءات والقواعد القانونية التي تخص العلامات التجارية في كل بلد على حدة، لكن نظرا لما أصبحت تتمتع به من سمعة وشهرة ورواج محلي ودولي يتعدى الحدود الإقليمية للبلد الذي سجلت فيه، فقد وضعت لها بعض القواعد القانونية الإضافية فيما يخص حمايتها<sup>2</sup>، إذا فهي تحتاج الى حماية قانونية استثنائية تتجاوز حدود البلد الذي سجلت فيه لتمتد الحماية إلى جميع الدول الأخرى حتى ولو كانت غير مسجلة فيها<sup>3</sup>، وهذا مقارنة بالعلامات العادية، ويتطلب الأمر هنا مخالفة مبادئ معروفة في ميدان العلامات و هي مبدأ الإقليمية العلامة ومبدأ التخصيص . لأنه لو كانت العلامات المشهورة تحكمها نفس المبادئ التي تحكم العلامات العادية، هذا ما سيشجع الأشخاص لكي يتخذوها أداة لتمييز سلع وخدمات مختلفة، وهذا ما سيمكنهم من استغلال شهرتها والاستفادة منها بطريق غير مشروع.

ويشير الواقع إلى أن العلامات المشهورة هي الأكثر تعرضا للاعتداء والتقليد، إذ أن وضع هذه العلامات على سلع معيبة أو ذات جودة رديئة لا يتسبب في إلحاق الضرر بسمعة العلامة و سمعة مالكيها فقط بل إن الضرر يلحق بالمستهلكين أيضا، لأن استخدام العلامة على هذا النحو من شأنه إثارة الخلط في ذهن المستهلك، لذلك اهتمت التشريعات الداخلية والاتفاقيات الدولية بمسألة حماية العلامات المشهورة ووضعت لها أحكام خاصة.

وقد عرف قانون العلامات التجارية الأردني العلامة المشهورة في الفقرة 7 من المادة 2<sup>4</sup> كما يلي :

<sup>1</sup> حميد محمد علي اللهبي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، الطبعة الثانية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2016، ص 229. مصطفى موسى العطيات، المرجع السابق، ص 137.

<sup>2</sup> حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص ص 229، 330.

<sup>3</sup> مصطفى موسى العطيات، المرجع السابق، ص 137.

<sup>4</sup> قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999، المنشور في الجريدة الرسمية الأردنية ، الصفحة 4299، العدد 4389 ، بتاريخ 1999/11/01. و متوفر على موقع الويبو التالي :

" العلامة التجارية المشهورة العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الاصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الاردنية الهاشمية ".  
 أما المشرع المصري رغم أنه لم يورد تعريفا لها إلا أنه نص على حكم يتعلق بحمايتها، إذ نصت الفقرة 1 من المادة 68 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري<sup>1</sup> على: " يكون لصاحب العلامة التجارية المشهورة عالميا و في جمهورية مصر العربية حق التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون و لو لم تسجل في جمهورية مصر العربية ".

و أول اتفاقية دولية تطرقت إلى الحماية الدولية للعلامة المشهورة هي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، إذ أكدت من خلال الفقرة الأولى من المادة 6 مكرر، على أن الدول الأعضاء في الاتفاقية(دول اتحاد باريس) تلتزم بتوفير الحماية القانونية للعلامة المشهورة و ذلك من خلال رفض أو إبطال تسجيل أي علامة ( سواء كانت علامة صناعية أو تجارية) و بمنع استعمالها والتي تشكل نسخا أو تقليدا للعلامة المشهورة ( أي التي تعتبر مماثلة أو مشابهة للعلامة المشهورة) أو ترجمة لها إذا تم استعمالها على منتجات مماثلة أو مشابهة لتلك التي خصصت لها العلامة المشهورة و التي يكون من شأنها إحداث اللبس مع العلامة المشهورة، و نفس هذه الأحكام تطبق في حالة التقليد الجزئي، أي إذا كان الجزء الجوهرى من العلامة يمثل نسخا أو تقليدا للعلامة المشهورة و من شأنه إحداث لبس بها<sup>2</sup>.

<https://wipolex.wipo.int/ar/legislation/details/2600> . تاريخ الاطلاع : 2022-03-12.

<sup>1</sup> - قانون رقم 82 لسنة 2002 بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، الجريدة الرسمية المصرية ، العدد 22 (مكرر) ، بتاريخ 2 يونيو سنة 2002. و متوفر على موقع الويبو التالي :

<https://wipolex.wipo.int/ar/legislation/details/1301> . تاريخ الاطلاع: 2022-03-12.

<sup>2</sup> - نصت الفقرة الأولى من المادة 6 (ثانيا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا، على : " تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا جاز تشريعها ذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل و بمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية و مستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة . كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهرى من العلامة يشكل نسخا لتلك العلامة المشهورة أو تقليدا لها من شأنه إيجاد لبس بها " .

لكن تبقى بعض التساؤلات بشأن هذه الحماية لم تجب عنها اتفاقية باريس، منها: ما هو المعيار الذي يمكن على أساسه القول بأن علامة ما هي علامة مشهورة؟ لكي نقول عن علامة ما أنها مشهورة، هل يشترط أن تكون مشهورة في البلد المطلوب حمايتها فيه؟ هل يشترط أن تكون العلامة المشهورة مستعملة فعليا في البلد المطلوب حمايتها فيه، لكي تحظى بالحماية؟ لذا فإن الأحكام

إذا بمقتضى المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس فان العلامة المشهورة تستفيد من الحماية برغم عدم تسجيلها (عدم تسجيلها في البلد الذي تطلب فيه الحماية) ، و أن تكون الحماية محصورة في إطار المنتجات المماثلة والمشابهة ( أي وفقا لمبدأ التخصيص ) وبالتالي فإن السلع أو المنتجات المخالفة تخرج من نطاق الحماية، كما حصرت هذه المادة مجال العلامات المشهورة، بالسلع أو المنتجات دون الخدمات.

أما عن المعيار المتخذ للقول بأن علامة ما أنها مشهورة، فقد أكدت اتفاقية باريس من خلال الفقرة 1 من المادة 6 مكرر، بأن العلامة المشهورة هي علامة تعتبرها السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة و تخص شخص يحق له الاستفادة من مزايا الاتفاقية.

و قد اختلفت الدول في كيفية تطبيق أحكام العلامة المشهورة التي نصت عليها المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس، فالدول المتقدمة ترى أنه يجب أن توفر للعلامات المشهورة حماية خاصة حتى و لو لم تسجل أو تستعمل في إقليم الدولة التي يطلب منها توفير الحماية باعتبار أن شهرتها و معرفة الجمهور بها يتعدى حدود الدولة التي سجلت فيها، أما بالنسبة للدول النامية فبعضها اتخذ مواقف صارمة فيما يخص تطبيق هذه المادة حيث ترى أنه من حقها أن تربط حماية العلامة المشهورة بالأولوية في الاستخدام الفعلي على إقليمها أو التسجيل وفقا لتشريعها الوطني<sup>1</sup>.

أما اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا بـ "اتفاقية تريبس" فقد توسعت في مفهوم العلامة المشهورة، فزيادة على الأحكام التي نصت عليها اتفاقية باريس أضافت اتفاقية تريبس أحكاما أخرى لتدعيم تنظيم وحماية العلامة المشهورة من خلال نص الفقرتين (2) و(3) من المادة 16، إذ تتمتع العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية وفقا لاتفاقية تريبس بحماية قانونية خاصة في جميع الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة ، و يلاحظ هنا أن اتفاقية تريبس هي الأخرى لم تشترط تسجيل العلامة المشهورة في الدولة التي يطلب منها توفير الحماية. إذ نصت على أحكام جديدة

القانونية التي نصت عليها اتفاقية باريس في هذه النقطة قد أفضت إلى وجود اختلاف وسوء فهم في تطبيقها من الناحية الواقعية، ولحاولة إيجاد حلول لهذه التساؤلات، ولتجنب الوقوع في أي التباس، جاءت متضمنة أحكام صريحة وواضحة فيما يتعلق بالعلامة التجارية ذات الشهرة العالمية.

<sup>1</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 83.

وهي كما يلي ( اتفاقية تريبس لم تلغي أحكام العلامة المشهورة التي نصت عليها المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس ، بل نصت على تطبيق هذه الأحكام وأكدت أيضا على إلزامية تطبيق الأحكام الجديدة ):

- كانت حماية العلامة المشهورة بموجب اتفاقية باريس تقتصر على علامة السلع (أو المنتجات) فقط، أما وفقا لاتفاقية تريبس فأصبحت الحماية تشمل أيضا علامة الخدمات إضافة إلى علامة السلع (العلامة التجارية والعلامة الصناعية).

- أن العلامة المشهورة تتمتع هنا بالحماية خارج نطاق تخصيص العلامة، حيث يمنع على الغير استعمال العلامة التجارية المشهورة حتى بالنسبة للسلع و الخدمات المختلفة (غير المماثلة) عن تلك التي سجلت من أجلها العلامة المشهورة (المخصصة لها). إذا فاتفاقية تريبس تسمح بمخالفة مبدأ تخصيص العلامة بمنع استخدام العلامة المشهورة على السلع والخدمات غير المماثلة، لكنها اشترطت تحقق شرطين لذلك، الأول أن يدل استخدام العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع أو الخدمات على وجود صلة تربط بين تلك السلع أو الخدمات وصاحب العلامة التجارية المسجلة (المشهورة)، أما الشرط الثاني فهو أن يكون هناك احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة المسجلة (المشهورة) بسبب ذلك الاستخدام.

- أما عن المعيار المتبع عند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة ( مشهورة)<sup>1</sup>، تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني، بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني

<sup>1</sup> - إضافة إلى اتفاقيتي باريس وتريبس، فقد تم تحديد بعض العوامل على سبيل المثال لا الحصر والتي يمكن الاعتماد عليها في تحديد شهرة العلامة، من خلال المادة 2 من التوصية الصادرة عن الويبو >>.....> 1/مدى معرفة العلامة أو التعرف عليها في القطاع المعني من الجمهور ، 2/ ومدة الانتفاع بالعلامة بأي وجه من الوجوه ومدى ذلك الانتفاع و نطاقه الجغرافي، 3/ ومدة الترويج للعلامة بأي وجه من الوجوه ومدى الترويج لها ونطاقه الجغرافي، بما في ذلك الدعاية أو الإعلان والعرض في المعارض والأسواق الترويجية للسلع والخدمات التي تنطبق عليها العلامة ، 4/ و مدة أية تسجيلات أو طلبات تسجيل للعلامة و نطاقها الجغرافي، مادامت تلك التسجيلات والطلبات تبين الانتفاع أو الاعتراف بالعلامة، 5/ وما يدل على نجاح إنفاذ الحقوق في العلامة في الدول المجاورة ولاسيما مدى إقرار السلطات المختصة بأنها علامة معروفة جدا، 6/ والقيمة المقترنة بالعلامة .....>>. راجع المادة 2 من التوصية المشتركة بشأن الأحكام المتعلقة بحماية العلامات شائعة الشهرة و الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، تم اعتمادها خلال اجتماعات الويبو التي تمت بين جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، سلسلة اجتماعات جمعيات الدول الأعضاء في الويبو من 20 إلى 29 سبتمبر 1999، منشورات الويبو، جنيف - سويسرا، 2000 ، ص 6 . متوفرة على الموقع التالي للويبو

نتيجة ترويج العلامة التجارية. إذا وفق هذا المعيار لكي نقرر بأن علامة ما هي علامة مشهورة، لا يشترط شهرتها أو معرفتها لدى كافة القطاعات في المجتمع، بل يكفي شهرتها ومعرفتها لدى القطاع المعني الذي يمكن أن يكون قطاع الصناعات أو قطاع التجار أو قطاع مؤدي الخدمات أو أي قطاع آخر تتعلق به العلامة المشهورة<sup>1</sup>.

واعتمادا على نص الفقرة 2 من المادة 16 من اتفاقية تريبس، هناك من يرى بأن اتفاقية تريبس لا تشترط الاستخدام المسبق للعلامة المشهورة في البلد المطلوب حمايتها فيها لكي تتم حمايتها، لأنها اعتبرت أن الترويج للعلامة، مثل الاعلانات المروجة لها عبر وسائل الاعلام المحلية والدولية كالقنوات الفضائية والصحف، بمثابة الاستخدام الفعلي للعلامة<sup>2</sup>.

أما عن موقف المشرع الجزائري، فالمشرع هنا لم يتطرق لتعريف العلامة المشهورة و لم يضع معيارا يمكن من خلاله الحكم على علامة ما بأنها علامة مشهورة، إلا أنه تناول أحكاما تتعلق بالعلامة المشهورة في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، بمناسبة تبيانه لأسباب رفض تسجيل العلامات، حيث نص في الفقرة 8 من المادة 7<sup>3</sup>، على أنه تستثنى من التسجيل الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة تتميز بالشهرة في الجزائر وتم

<sup>1</sup> - نصت الفقرة 2 و الفقرة 3 من المادة 16 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "المعروفة اختصارا ب "اتفاقية تريبس"، المشار إليها سابقا، على التوالي على: "تطبيق أحكام المادة 6 مكررة من معاهدة باريس (1967)، مع ما يلزم من تعديل، على الخدمات و عند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جديا تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية.

تطبق أحكام المادة 6 مكررة من معاهدة باريس (1967)، مع ما يلزم من تعديل على السلع أو الخدمات غير المماثلة لتلك التي سجلت بشأها علامة تجارية، شريطة أن يدل استخدام تلك العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع أو الخدمات على صلة بين تلك السلع أو الخدمات وصاحب العلامة التجارية المسجلة، و شريطة احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المسجلة من جراء ذلك الاستخدام. "حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 233.

<sup>2</sup> - حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 233.

<sup>3</sup> - نصت الفقرة 8 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على: "تستثنى من التسجيل: الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر و تم استخدامه لسلع مماثلة و مشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

تطبق أحكام هذه الفقرة، مع ما يلزم من تغيير، على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع و خدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع

استخدامها لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث لبس بينهما أو الرموز التي هي ترجمة للعلامة، كما نصت نفس الفقرة من نفس المادة على أن هذا الحظر يطبق أيضا عند استعمال العلامة على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة (أي مختلفة) لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها، لكن هنا يلزم تحقق شرطين، الأول أن يدل استعمال هذه العلامة بالنسبة لتلك السلع والخدمات على وجود صلة تربط بين تلك السلع أو الخدمات ومالك العلامة التجارية المسجلة (المشهورة)، أما الثاني أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح مالك العلامة التجارية المسجلة.

كما أشار المشرع إلى العلامات المشهورة في الفقرة الأخيرة من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، و ذلك بمناسبة تطرقه إلى الحقوق الناتجة عن تسجيل العلامات، إذ نص على أن صاحب العلامة المشهورة في الجزائر ( أي التي اكتسبت شهرة في الجزائر) له الحق في منع الغير من استعمال علامته بدون رضاه وفقا للشروط المذكورة أعلاه و التي نصت عليها الفقرة 8 من المادة 7.

إذا وفقا لما سبق فإن المشرع الجزائري اعترف بالعلامة المشهورة التي تتمتع بالشهرة في الجزائر، إذ نص على أحكام لحماية هذه العلامة، لكنه لم يحدد المعيار الذي على أساسه نحكم على علامة ما بأنها مشهورة، أي أنه لم يشترط الاستخدام الفعلي للعلامة في الجزائر، ولم يشترط بأن تكون العلامة مشهورة أو معروفة في الجزائر نتيجة الترويج لها في وسائل الدعاية. وقد تبنى المشرع الجزائري ما نصت عليه اتفاقية باريس من حيث حماية العلامة المشهورة في إطار مبدأ تخصيص العلامة، حيث حظر ( منع) تسجيل أي علامة مماثلة أو مشابهة أو تشكل ترجمة لعلامة مشهورة، وتم استخدامها لسلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي خصصت لها العلامة المشهورة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث الالتباس مع العلامة المشهورة.

ويبدو أيضا أن المشرع تبنى كذلك ما نصت عليه اتفاقية باريس، من حيث تمديده لنطاق حماية العلامة المشهورة، حيث لم يكتف بما نصت عليه اتفاقية باريس وهو أن الحماية تشمل السلع المماثلة والمشابهة فقط، بل نص إضافة إلى ذلك بأن الحماية تشمل كذلك السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها (أي السلع المختلفة) بشرط وجود صلة بين هذه

والخدمات ومالك العلامة المسجلة، في هذه الحالة و بشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة."

السلع أو الخدمات و مالك العلامة المسجلة و بشرط أن يكون من شأن استعمال هذه العلامة إلحاق الضرر بمصالح مالك العلامة المسجلة ، وهذا يعتبر خروجاً على مبدأ تخصيص العلامة<sup>1</sup>.  
إذا المشرع أيضاً مدد نطاق الحماية للعلامة المشهورة حيث أصبحت تشمل السلع والخدمات، وفق ما نصت عليه اتفاقية تريبس، لأن الحماية كانت محصورة في السلع فقط بحسب اتفاقية باريس. و بالتالي منع أيضاً تسجيل أي علامة مطابقة ( ماثلة ) أو مشابهة أو تشكّل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة و تم استعمالها على سلع أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة ( أي مختلفة) لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها.

كما أعطى المشرع الحق لصاحب العلامة التي لها شهرة في الجزائر ( أي التي اكتسبت شهرة في الجزائر) الحق في منع الغير من استعمال علامته بدون رضاه (إذنه) وفقاً للشروط التي نصت عليها الفقرة 8 من المادة 7 المذكورة أعلاه، و هناك من يرى<sup>2</sup> أن المشرع في هذه المادة ( الفقرة 4 من المادة 9 من الأمر رقم 03-06) يشترط التسجيل المسبق للعلامة المشهورة لكي يتمكن مالك العلامة المشهورة من ممارسة حقه في منع الغير من استعمال علامته بدون رضاه، لكون هذه المادة تتعلق بالحقوق التي يخولها (يمنحها) تسجيل العلامات<sup>3</sup>. لكن رغم ذلك فالمشرع الجزائري لم يورد نص صريح بإلزامية تسجيل العلامة المشهورة في الجزائر لكي تستفيد من الحماية أو أنها تستفيد من الحماية حتى و لو لم تسجل في الجزائر ، في حين قد رأينا سابقاً أن المشرع المصري في المادة 68 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، قد نص صراحة على أن العلامة التجارية المشهورة تستفيد من الحماية برغم عدم تسجيلها في مصر.

<sup>1</sup> - نصت الفقرة 8 ( في الجزء 2 منها) من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً، على: " تطبق أحكام هذه الفقرة، مع ما يلزم من تغيير، على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع و خدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع و الخدمات و مالك العلامة المسجلة، في هذه الحالة و بشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة." و قد لاحظنا هنا أن المشرع أضاف عبارة مطابقة المشار إليها في نص هذه الفقرة ، و يستحسن حذفها لأنها أضافت غموضاً للنص لأن المشرع هنا يتحدث عن السلع و الخدمات المخالفة ( لا تعد مطابقة أو مشابهة).

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 83.

<sup>3</sup> - نصت الفقرة 4 من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً، على: " لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقاً للشروط المنصوص عليها في المادة 7 ( الفقرة 8) أعلاه".



ورغم أن المشرع تبنى ما جاءت به اتفاقيتي باريس وترييس فيما يتعلق بحماية العلامة المشهورة ونطاق هذه الحماية، إلا أنه لم يأخذ بأي معيار لتحديد شهرة العلامة، إلا أن اتفاقية ترييس تضمنت معياراً أساسياً لتحديد هذه الشهرة، وهو مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني<sup>1</sup> (أي ليس لدى كافة القطاعات، بل لدى القطاع المعني فقط كقطاع الصناع، قطاع التجار، قطاع الخدمات،...) بما في ذلك معرفتها في البلد المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية عبر وسائل الدعاية كالصحف والقنوات الفضائية...

### المطلب الثاني: اكتساب الحق في العلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية من حقوق الملكية الصناعية التي اعترف بها القانون ونظمها، ولاكتساب الحق في العلامة التجارية يشترط القانون توفر جملة من الشروط منها شروط موضوعية وأخرى شكلية تتمثل في إجراءات التسجيل، حيث يترتب على التسجيل اكتساب الحق في العلامة التجارية ابتداءً من تاريخ إيداعها لدى المصلحة المختصة وهذا الحق تترتب عنه حقوق أخرى، كما أن هذا الحق كغيره من الحقوق له أسباب تؤدي إلى انقضائه، ومنه سنتناول، الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة التجارية (الفرع الأول)، إجراءات تسجيل العلامة التجارية (الفرع الثاني)، الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية وأسباب انقضائها (الفرع الثالث).

### الفرع الأول: الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة التجارية

لكي يتم الاعتراف بالعلامة التجارية يشترط القانون أن توافر فيها مجموعة من الشروط الموضوعية وهي تتعلق بالعلامة في حد ذاتها، و تتمثل هذه الشروط في تميّز العلامة، جدة العلامة، مشروعية العلامة، ألا تكون العلامة مضلّلة، أن تكون العلامة قابلة للتمثيل الخطي، وستتناولها في ما يلي:

<sup>1</sup> - الجمهور المعني هو جمهور المستهلكين للبضاعة أو الخدمة التي تحمل العلامة التجارية، و بالتالي فالجمهور المعني بالأدوية هو الأطباء والصيدالدة ومنه فإن شهرة علامة تجارية لمنتج دوائي تكون من خلال معرفته لدى الأطباء و الصيدالدة و ما إذا كانت شهرة هذه العلامة قد تعدت البلد الأصلي الذي سجلت فيه بحيث أن هذه العلامة ارتبطت بهذا النوع من الدواء و أصبحت مرتبطة بأذهان جمهور المتعاملين بها، حتى و لو لم يتم التعامل بها فعلياً من طرفهم. عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2012، ص 167.



أولاً: تميّز العلامة التجارية

يعتبر شرط تميّز العلامة من أهم الشروط التي يجب توافرها في العلامة، إذ يشترط في العلامة التجارية أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة للسلع المماثلة<sup>1</sup>، فبدون صفة التمييز التي تتكون من مجموعة من الخصائص المكونة للعلامة، لا يمكن للعلامة أن تؤدي وظيفتها، بل ولا نعتبرها علامة تجارية، وبالنتيجة لا يمكن أن تكون قابلة للتسجيل<sup>2</sup>، فصفة التمييز هي أهم ما يبحث عنه التاجر والصانع ومقدم الخدمة عند إنشاءه واختياره لعلامته التجارية، فترسيخ العلامة في ذهن المستهلك وأن تكون قابلة للتذكر بسهولة وفريدة في خصائصها هي غاية ما يريده التاجر والصانع، لذا فهي تحقق انطبعا إيجابيا في ذهن المستهلك حول السلع ذاتها أو مصدر هذه السلع<sup>3</sup>.

لذلك فأغلب التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية المهمة، نصت صراحة على اشتراط أن تكون العلامة التجارية مميزة، وهذا ما نجده عند المشرع الجزائري في نص المادة 2 الفقرة 1 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات: <> يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يأتي: 1 ( العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، الألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره <<. ونصت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في المادة (6خامسا) الفقرة ب/2 على: <> لا يجوز رفض تسجيل العلامات الصناعية أو التجارية التي تشملها هذه المادة أو إبطالها إلا في الحالات الآتية: إذا كانت مجردة من أية صفة مميزة... <<.

أما اتفاقية تريبس فقد نصت في المادة 15 الفقرة 1 على: <> تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية... <<.

إذا شرط تميّز العلامة مأخوذ من الوظيفة التي تؤديها العلامة التجارية في تمييز منتجات وخدمات التاجر والصانع ومقدم الخدمات عن غيرها من السلع والخدمات المماثلة أو المشابهة، لذا يجب أن تحمل

<sup>1</sup>- محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 82.

<sup>2</sup>- حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 194.

<sup>3</sup>- مصطفى موسى العطيات، المرجع السابق، ص 141.

ذاتية مستقلة تنشأ عنها حماية لجمهور المستهلكين تمكنهم من تحديد المنتجات التي يرغبون بها تبعا للعلامة التي تحملها إضافة إلى حماية ملاك العلامات التجارية من ملاك العلامات الأخرى المشابهة<sup>1</sup>.

وتميز العلامة لا يقصد به أن تتخذ العلامة شكلا مبتكرا أو عملا فنيا جيدا، وإنما يقصد به تمييز العلامة عن العلامات الأخرى التي يتم وضعها على نفس السلعة المماثلة وهذا من أجل منع وقوع المستهلك في الالتباس<sup>2</sup>، إذا فالعلامات المجردة من أي صفة مميزة لا تعد علامة صحيحة، ومنه لا يمكن قبول تسجيل كعلامة الأشكال الشائعة و المعروفة كصورة فلاح جزائري أو صورة رجل يركب حصانا أو صورة رأس امرأة في صبغة للشعر أو رأس بقرة لتمييز لحوم محفوظة أو صورة برتقالة لتمييز عصير البرتقال وأيضا لا يمكن قبول الأشكال الهندسية المألوفة كالمثلث أو المربع<sup>3</sup>.

وقد أكد المشرع الجزائري هنا أن العلامة التي ليست لها القدرة على التمييز، لا يمكن قبول تسجيلها و هذا بنص المادة 1/7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات : << تستثنى من التسجيل: 1) الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2، ( الفقرة الأولى) >> .

وكقاعدة لا يمكن أن نعتبر علامة تجارية تلك التسميات المتكونة فقط من التسمية المعتادة للسلعة أو الخدمة التي تستعمل للدلالة عليها لأنها تعتبر بمثابة جزءاً من اللغة المعتادة التي يملك الجميع استخدامها فلا يسمح لأحد أن يحتكرها ويمنع الغير من استخدامها<sup>4</sup>، فلا تعد علامة تلك التي تتكون من بيانات أو كلمات شائعة تستعمل في التجارة للدلالة على نوعية المنتجات أو وصفتها أو الغرض منها أو مصدرها، كالجن الهولندي أو البن اليمني<sup>5</sup> أو البن البرازيلي أو الشاي الصيني.

<sup>1</sup> - مصطفى موسى العطيبي، المرجع السابق، ص 141.

<sup>2</sup> - أحمد أنور محمد، المحل في عقد الامتياز التجاري- دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت- لبنان، 2010، ص 250.

<sup>3</sup> - مصطفى كمال طه و وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري - " الأعمال التجارية- التجار- الشركات التجارية- المحل التجاري- الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 734.

<sup>4</sup> - أحمد أنور محمد، المرجع السابق، ص 251.

<sup>5</sup> - مصطفى كمال طه و وائل أنور بندق، المرجع السابق، ص 735. و نشير هنا إلى أن الشارات أو البيانات التي لا تصلح لأن تكون علامة بذاتها، يمكن أن تكون محلا للحماية بشرط أن تتخذ شكلا مميزا، كأن تتم كتابة التسمية بلون خاص أو استعمال طريقة هندسية خاصة أو استعمال حروف خاصة. كما يمكن أن تستعمل هذه الشارات ليس بصفة منفردة كما أشرنا

أما عن المعيار الذي بواسطته يمكن معرفة مدى تميز العلامة التجارية وأن لها ذاتيتها الخاصة (أي قدرتها على تمييز المنتجات والخدمات التي تمثلها)، فهو يجب أن يُنظر إلى العلامة التجارية نظرة عامة بكافة عناصرها ومكوناتها مجتمعة، وليس بالنظر إلى جزء منها والذي يمكن أن يتشابه مع جزء آخر من تركيبة علامة تجارية أخرى، أي لا يجب أن ينظر إلى رقم أو حرف أو لون أو شكل أو اسم أو أي عنصر من العناصر التي تتكون منها العلامة والتي يمكن أن تتشابه مع مثيلاتها من مكونات علامة تجارية أخرى، بل يجب أن ينظر إلى العلامة بجميع عناصرها ومكوناتها مجتمعة وإلى الصورة التي تنطبع في الذهن نتيجة لهذه التركيبة وما ستركه من أثر في إحداث لبس أو خلط بينها وبين علامات أخرى<sup>1</sup>.

### ثانيا: جودة العلامة التجارية

يقصد بشرط الجودة أن العلامة التجارية لكي تكون محلا للحماية القانونية يجب أن تكون جديدة أي لم يسبق استعمالها أو تسجيلها على نفس المنتجات أو الخدمات من قبل شخص آخر داخل البلد المراد تسجيل العلامة فيه<sup>2</sup>، والجودة المقصودة هنا ليست الجودة المطلقة، بمعنى ليست الجودة في ابتكار العلامة، بأن تكون العلامة مبتكرة من طرف طالب التسجيل وبأنها لم تستعمل من طرف أي شخص من قبل، وإنما هي الجودة في استعمال العلامة ووضعها على المنتجات أو الخدمات، والمهم هنا أن لا تتعارض مع أي علامة أخرى مستخدمة من طرف تاجر آخر على منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة، لذا فالجودة المطلوبة هنا هي الجودة النسبية وتتعلق هذه الجودة بنوع المنتجات أو الخدمات وبالزمان وبالمكان<sup>3</sup>.

ولكن كعناصر في علامة مركبة، بحيث أن العلامة تظهر في شكل جديد متميز فتستفيد من الحماية في مجموعها. نفس المرجع، ص 735.

<sup>1</sup> - حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 195، 196. راجع هنا: قرار المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، ملف رقم 261209، بتاريخ 2002/02/05، قضية (ش.ج) ضد (م.ب)، (علامة برانس / علامة برانساس)، المجلة القضائية، العدد 1 سنة 2003، ص 265-268.

<sup>2</sup> - مصطفى موسى العطيبي، المرجع السابق، ص 142. وقد أشار المشرع الجزائري بصورة غير مباشرة إلى شرط الجودة، لما نص على أسباب رفض التسجيل والتي من بينها حسب نص الفقرة 9 من المادة 7 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات: "الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا...."

<sup>3</sup> - محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 92. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 120، 121.

بالنسبة للجددة المتعلقة بنوع المنتجات أو الخدمات يقصد بها أن العلامة التجارية تعتبر جديدة حتى ولو سبق استعمالها على منتجات أو خدمات مختلفة عن المنتجات أو الخدمات المراد تسجيل العلامة التجارية لها، لأن الحماية القانونية للعلامة التجارية تنصرف إلى نوع معين من السلع أو الخدمات دون غيره ومنه لا مانع من أن تتشابه العلامات ما دامت تختلف في المنتجات والخدمات التي تعبر عنها<sup>1</sup>، لأنه لا ينشأ عن هذا الاستعمال أي خلط أو التباس في ذهن الجمهور. وإذا سبق وأن استخدمت العلامة على سلع ماثلة أو مشابهة لتلك المطلوب تسجيل العلامة من أجلها فهنا لا تعتبر العلامة جديدة.

أما عن الجدة من حيث الزمان فتعني أن العلامة تعتبر جديدة إذا لم يكن هناك من يستخدمها على منتجات أو خدمات ماثلة أو مشابهة في الوقت الحالي، حتى ولو كان هناك من استخدمها سابقا على نفس المنتجات في زمن مضى، ما دام أن صاحب العلامة تركها وتوقف عن استخدامها أو لم يقيم بتجديد تسجيلها، و منه يحق للغير استعمالها من جديد بعد اتمام إجراءات تسجيلها كعلامة تجارية جديدة، دون أن يعتبر ذلك تعديا عليها<sup>2</sup>.

أما الجدة من حيث المكان فيقصد بها عدم سبق استعمال العلامة من طرف الغير في إقليم الدولة المطالب باكتساب الحماية فيها، إذا لكي تكون العلامة جديدة يجب ألا تكون مستخدمة في إقليم الدولة بكامله، ومنه إذا سبق استعمالها في جزء منه فقط كان هذا كافيا لفقد عنصر الجدة في العلامة<sup>3</sup>. أما عن العلامات المستعملة أو المسجلة خارج إقليم الدولة أي في دول أجنبية فلا تشملها الحماية القانونية وبالتالي يجوز استعمالها داخل إقليم الدولة مع مراعات المبادئ التي تقرها الاتفاقيات الدولية في حماية علامات رعايا الدول الأجنبية وأيضا الأحكام المتعلقة بحماية العلامات المشهورة<sup>4</sup>. وهنا تقرر اتفاقية باريس بحماية العلامة

<sup>1</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 142.

<sup>2</sup> - أحمد أنور محمد، المرجع السابق، ص 253. مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 143. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 121.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 121.

<sup>4</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 143. بمعنى آخر، إذا استعملت العلامة مسبقا في دولة أخرى أجنبية فإن ذلك لا يفقد العلامة التجارية صفة الجدة، إلا إذا كانت هذه العلامة التجارية الأجنبية مسجلة في الدولة التي يراد اكتساب الحق في العلامة فيها، أو كانت هذه العلامة التجارية الأجنبية مشهورة عالميا وفي الجزائر. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 121.

المسجلة في إحدى الدول المنضمة للاتفاقية في جميع الدول الأعضاء، كما أن المشرع الجزائري نص على حماية العلامة التي تتميز بالشهرة في الجزائر ضمن المادة 8/7 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

### ثالثا: مشروعية العلامة التجارية

يقصد بشرط مشروعية العلامة هو ألا تكون العلامة مخالفة للقانون، أي ألا يكون استعمالها مخالفا للنظام العام والآداب العامة في المجتمع، أي أن العلامة يجب ألا تخالف النصوص القانونية الآمرة والنظام العام والآداب العامة في الدولة المراد تسجيل العلامة بها، فالشخص الذي يريد تسجيل علامة تجارية يكون مقيدا بالالتزام عند اختياره للإشارات أو الرموز أو الكلمات أو أي أشكال أخرى والتي تكون علامته، بمراعاة اعتبارات النظام العام وحسن الآداب والنصوص القانونية الآمرة في الدولة<sup>1</sup>.

وأكدت على هذا الشرط التشريعات الوطنية للدول<sup>2</sup> ومنها التشريع الجزائري، حيث نصت الفقرة 04 من المادة 07 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على: >> تستثنى من التسجيل.....الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.<< إذا جميع الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والممنوعة بنص القانون، يرفض تسجيلها كعلامة.

كما أشارت اتفاقية باريس إلى هذا الشرط لما تطرقت إلى الحالات التي يتم فيها رفض تسجيل العلامة التجارية أو إبطالها، أو الغائها، حيث ذكرت أن من بينها، إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، وخاصة إذا كانت من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور أو خلق اللبس لديه<sup>3</sup>.

كما نص المشرع في قانون العلامات على رموز وأكد على رفض تسجيلها لكونها مخالفة للقانون، حيث نصت الفقرة 5 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 على: "الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك."

<sup>1</sup> - مصطفى موسى العطي، المرجع السابق، ص 144.

<sup>2</sup> - حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 210.

<sup>3</sup> - المادة 6 (خامسا) الفقرة ب/3 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية. المشار إليها سابقا.

رابعاً: ألا تكون العلامة التجارية مضللة

لا يمكن أن تقبل للتسجيل الرموز والكلمات والأشكال كعلامة تجارية إذا كان من شأنها خداع أو تضليل جمهور المستهلكين خاصة فيما يخص طبيعة، جودة، ومصدر السلع والخدمات<sup>1</sup>. وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري في الأمر المتعلق بالعلامات حيث أكد بأنها تعتبر من بين أسباب رفض التسجيل كعلامة، الرموز التي تؤدي إلى تضليل المستهلكين والأوساط التجارية فيما يتعلق بمصادر السلع والخدمات أو جودتها أو طبيعتها<sup>2</sup>.

خامساً: أن تكون العلامة قابلة للتمثيل الخطي

أكد المشرع الجزائري في نص المادة 2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، ويعني ذلك أنه من ناحية يجب أن تكون العلامة مكتوبة، ومن ناحية أخرى أن تكون ظاهرة بصورة مادية وملموسة، وبالتالي فالعلامات المكونة من رموز أو إشارات غير مادية وغير مرئية لا تصلح لأن تكون علامات، ومثال ذلك العلامات السمعية أو الصوتية، وعلامات الرائحة<sup>3</sup>، وعلامات المذاق.

وقد تطرقت اتفاقية تريبس لهذا الشرط لما أجازت للأطراف المتعاقدة بأن تشترط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها<sup>4</sup>، أي أن الاتفاقية هنا تركت الحرية للأطراف المتعاقدة في وضع هذا الشرط أو عدم وضعه وبالتالي الحرية في تسجيل جميع أنواع العلامات.

ويشهد المجال التجاري انتشاراً واسعاً للعلامات التجارية التي تعتمد على الصوت والرائحة والعديد من الرموز غير المادية، ما أدى بالدول إلى محاولة توفير الحماية القانونية لها، مثلها مثل العلامات المادية، وإذا كانت العلامات غير المادية ومنها العلامات التي تعتمد على الرائحة ولا يمكن إدراكها إلا بواسطة حاسة الشم، تثير إشكالات حول كيفية تمثيلها، إلا أن الواقع أثبت أن العلامات الصوتية يمكن تسجيلها

<sup>1</sup> -Patrick Tafforeau, Droit de la propriété intellectuelle, 2<sup>ème</sup> édition, Gualino éditeur, Paris, 2007, p 385.

<sup>2</sup> - المادة 6/7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 77.

<sup>4</sup> - المادة 1/15 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "المعروفة اختصاراً بـ "اتفاقية تريبس"، المشار إليها سابقاً.

كالتي تملكها شركات الدعاية و الإعلان و المحطات التلفزيونية<sup>1</sup>، حيث يمكن تمثيلها بيانيا من خلال تمثيلها بنوتات موسيقية « notes de musique » أو على الأقل بموجات صوتية<sup>2</sup> « sonogrammes »، لكن هل يعني ذلك أن المشرع الجزائري يعترف بتسجيل وحماية العلامات الصوتية.

### الفرع الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية (الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية)

بعد توفر العلامة التجارية على الشروط الموضوعية، ألزم المشرع الجزائري صاحب العلامة بأن يقوم بتسجيل علامته لدى المصلحة المختصة بالتسجيل وأكد بأن تسجيل العلامة التجارية ضروري لكي يتم الاعتراف بالحق في العلامة و عندها فقط يستفيد صاحب العلامة من الحماية القانونية وهو وسيلة لإعلام الغير بوجود العلامة فيمنع عن استعمالها، فمالك العلامة المسجلة له الحق في منع الغير من استعمال علامته بدون ترخيص منه.

إذا لاكتساب الحق في ملكية العلامة، اشترط المشرع الجزائري ضرورة تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية قبل استعمالها، وهذا ما أكدته المواد الرابعة والخامسة والمادة الثانية فقرة 6، من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات<sup>3</sup>. وعملية تسجيل العلامة<sup>4</sup> تتم وفق إجراءات محددة تناولها المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، بدءا بإيداع العلامة ثم فحصها ثم تسجيلها، وسيتم توضيحها كما يلي:

<sup>1</sup>- ميلود سلامي، المرجع السابق، ص ص 77، 78.

<sup>2</sup>- Patrick Tafforeau, op.cit, p 388.

<sup>3</sup>- نصت المادة 4 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على: " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة. " كما نصت المادة 1/5 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على: " يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة. " كما نصت المادة 6/2 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات على: " المصلحة المختصة: المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية. "

<sup>4</sup>- نصت المادة 1/13 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على: " تحدد شكليات إيداع العلامة وكيفيات وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة، عن طريق التنظيم. " لهذا تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

أولاً: إيداع العلامة التجارية

تتم عملية إيداع العلامة من خلال تقديم طلب تسجيل العلامة إما مباشرة لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أو يرسل إليها عن طريق البريد أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، و يقدم الطلب إما من طرف صاحب العلامة شخصياً أو وكيل عنه<sup>1</sup>. و إذا كان صاحب الطلب من المقيمين في الخارج فيجب عليه أن يعين وكيلاً عنه لكي يمثله لدى المصلحة المختصة<sup>2</sup>، للقيام بجميع الأعمال القانونية واستلام البلاغات نيابة عنه ومنها إجراءات الإيداع، ويتم ذلك بموجب وكالة مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل و عنوانه<sup>3</sup>.

ويجب أن يتضمن طلب تسجيل العلامة (طلب إيداع العلامة) ، طلب تسجيل يقدم في شكل استمارة رسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه، صورة من العلامة وهنا إذا كان اللون عنصراً مميزاً للعلامة ويشكل ميزة للعلامة فعلى المودع أن يرفق الطلب بصور ملونة للعلامة، وقائمة للسلع والخدمات التي تنطبق عليها العلامة<sup>4</sup>.

يجب أن يرفق طلب الإيداع ببعض الوثائق الإدارية كوصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر<sup>5</sup>، والوكالة في الحالة التي يعين فيها صاحب العلامة وكيلاً عنه<sup>6</sup>، والوثائق المتعلقة بأولوية إيداع سابق<sup>7</sup>. ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة لطلب التسجيل<sup>8</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02 أوت 2005، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، ج.ر. العدد 54، الصادر بتاريخ 07 أوت 2005، ص 11. (معدل و متمم).

<sup>2</sup> - المادة 2/13 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً. المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> - المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقاً.

<sup>4</sup> - المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقاً.

<sup>5</sup> - المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقاً.

<sup>6</sup> - المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقاً.

<sup>7</sup> - المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقاً.

<sup>8</sup> - الفقرة الأخيرة من المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقاً.



ثانيا: فحص إيداع العلامة التجارية

بعد عملية إيداع العلامة التجارية من خلال تقديم طلب تسجيلها، أوجب المشرع الجزائري ضرورة القيام بفحص هذا الطلب أو الإيداع من حيث الشكل والمضمون<sup>1</sup>. ويقصد بفحص العلامة من حيث الشكل، أن تتأكد المصلحة المختصة فيما إذا كان طلب الإيداع مستوفيا للشروط القانونية، ففي حالة عدم استيفاء الإيداع لهذه الشروط تطلب المصلحة المختصة من مودع الطلب تسوية طلبه في أجل قدره شهرين، ويمكن أن يمدد هذا الأجل عند الاقتضاء، بنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب طلب الإيداع، و في حالة عدم التسوية في الآجال المحددة ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل المقدم<sup>2</sup>.

أما فحص الإيداع من حيث المضمون فهو مرحلة تأتي بعد الفحص الشكلي، فإذا تبين للمصلحة المختصة من خلال الفحص الشكلي أن الإيداع استوفى جميع الشروط الشكلية المطلوبة، تبحث في فحص العلامة من حيث المضمون، و يتمثل ذلك في البحث و التأكد من أن العلامة المودعة ليست ممنوعة من التسجيل لأي سبب من أسباب رفض التسجيل التي بينها المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>3</sup>، كمخالفة العلامة للنظام العام والآداب العامة، أو سبق تسجيل العلامة، أو أنها علامة مضللة...

وإذا تبين من خلال هذا الفحص توفر أحد أسباب الرفض المذكورة، فيتوجب على المصلحة المختصة أن تبلغ بذلك المودع في أجل أقصاه شهران ابتداء من تاريخ التبليغ وتطلب منه تقديم ملاحظاته، ويمكن أن يمدد هذا الأجل في حالة الضرورة لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب الطلب، وإذا اتضح للمصلحة المختصة أن الفحص من حيث المضمون مطابق فقط لجزء من السلع والخدمات المبينة في الطلب، فلا تسجل العلامة التجارية إلا لهذه السلع والخدمات<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> المواد 10-11-12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> المادة 2/12-3-4-6 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

ثالثا: تسجيل العلامة التجارية

إذا تبين بعد إيداع العلامة وفحصها أنها تتوفر على جميع الشروط الشكلية والموضوعية التي اشترطها القانون، فإن المصلحة المختصة المتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تقيد العلامة في سجل خاص معد لهذا الغرض والذي تقيد فيه العلامات المقبولة للتسجيل وجميع العقود التي يتضمنها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والنصوص المتخذة لتطبيقه، وهذا ما يسمى بتسجيل العلامة<sup>1</sup>.

بعد تسجيل العلامة من خلال قيدها في السجل الخاص بها، تسلم المصلحة المختصة لصاحب تسجيل العلامة أو لوكيله شهادة تسجيل عن كل علامة مسجلة<sup>2</sup>، و يمكن لكل شخص بعد تسديده للرسوم المستحقة أن يحصل على شهادة تعريف تتضمن جميع البيانات المقيدة في السجل، كما يحصل على استنساخ لما قيد في السجل أو شهادة تثبت عدم وجودها<sup>3</sup>.

رأينا أن الإيداع هو عملية تقدم ملف التسجيل لدى المصلحة المختصة إما حضوريا أو عن طريق البريد، أما التسجيل فهو الإجراء الذي تقوم به المصلحة المختصة المتمثل في قيد العلامة في سجل خاص تمسكه هذه المصلحة المختصة، ويبدو من خلال هذا أن تاريخ الإيداع يكون سابقا لتاريخ التسجيل. إلا أن المشرع الجزائري نص صراحة على أن تسجيل العلامة يسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب<sup>4</sup>، وأن تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة لطلب التسجيل<sup>5</sup>، وهذا يعني أن مدة تسجيل العلامة يبدأ حسابها من تاريخ الإيداع، ويهدف المشرع من ذلك إلى حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيئ النية<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا. راجع نص المادة 1/12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.  
<sup>2</sup> - المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.  
<sup>3</sup> - المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.  
<sup>4</sup> - المادة 5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.  
<sup>5</sup> - الفقرة الأخيرة من المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>6</sup> - رمزي حوحو و كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، تصدر عن قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الخامس، مارس 2008، ص 39.

بعد تسجيل العلامة من خلال قيدها في السجل المعد لذلك، تقوم المصلحة المختصة المتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بشهر العلامة، عن طريق نشر تسجيل العلامة في النشرة الرسمية للعلامات<sup>1</sup>.

وتظهر أهمية تسجيل العلامة في أن المشرع الجزائري يعتبر التسجيل كدليل قاطع على ملكية العلامة، وأن ملكية العلامة تثبت لمن لديه الأسبقية في التسجيل وليس في الاستعمال، حتى ولو كان استعمالها من طرف الغير سابقا على تسجيلها<sup>2</sup>. بخلاف العديد من القوانين المقارنة التي تؤسس ملكية العلامة على استعمالها وأن التسجيل ما هو إلا قرينة بسيطة على ملكية العلامة يمكن إثبات عكسها، بحيث يجوز لمن استعمل العلامة استعمالا فعليا من خلال وضعها على السلع أو الخدمات وعرضها للبيع في السوق أن ينازع في ملكية العلامة رغم أنه لم يقم بتسجيلها<sup>3</sup>.

#### رابعا: تجديد تسجيل العلامة التجارية

أقر المشرع الجزائري بإمكانية تجديد تسجيل العلامة التجارية، علما أن مدة تسجيل العلامة حددها المشرع بعشر (10) سنوات، و يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر (10) سنوات، ويسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل<sup>4</sup>، ويشترط ألا يتضمن تجديد تسجيل العلامة أي تعديل جذري في نموذج العلامة أو أي إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعنية<sup>5</sup>، ويتم تقديم طلب التجديد إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مع دفع رسوم التجديد، في مهلة الستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو الستة (6) أشهر على الأكثر التي تلي انقضاء التسجيل<sup>6</sup>، مع إرفاق الطلب بجميع الوسائل التي تثبت بأن العلامة قد استعملت خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> - المواد 29، 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا. و راجع أيضا رمزي حوحو و كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 39.

<sup>2</sup> - المواد 1/5-2، 1/6 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 89.

<sup>4</sup> - المادة 5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> - المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>6</sup> - المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>7</sup> - المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

ومثل الإيداع يخضع طلب التجديد أيضا للفحص من طرف المصلحة المختصة حيث تتأكد من توفر الشروط المطلوبة، وفي حالة عدم توفرها تطلب المصلحة المختصة من صاحب التسجيل القيام بالتصحيحات أو الاستكمالات اللازمة وفق الأجل الذي تحدده، وفي حالة عدم القيام بذلك يرفض طلب التجديد<sup>1</sup>.

أما إذا قام صاحب العلامة بإجراء أي تعديل في نموذج العلامة أو أي إضافة في قائمة السلع أو الخدمات، فإن ذلك يتطلب إيداعا جديدا<sup>2</sup>. لكن اعتبار المشرع الجزائري أي تعديل سواء في نموذج العلامة أو في قائمة السلع أو الخدمات، يستوجب القيام بإيداع جديد، هو أمر يجب إعادة النظر فيه لأنه قد تكون هناك تغييرات بسيطة جدا و لا تؤثر على أي عنصر جوهري في العلامة ولا تحدث أي خلط أو لبس لدى جمهور المستهلكين، فهل يجب القيام هنا أيضا بإيداع جديد؟.

### الفرع الثالث: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية و أسباب انقضائها

بعد توافر جميع الشروط الموضوعية المطلوبة لصحة العلامة التجارية والشروط الشكلية، أي اتباع إجراءات التسجيل المطلوبة لدى المصلحة المختصة، تترتب مجموعة من الآثار على تسجيل العلامة (أولا)، كما سنبين الحالات التي ينقضي فيها الحق في العلامة الذي يكتسب أصلا من خلال تسجيلها (ثانيا).

#### أولا: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية:

يترتب على تسجيل العلامة التجارية مجموعة من الآثار سنراها في ما يلي:

#### 1/ اكتساب الحق في ملكية العلامة التجارية

إن أهم أثر يترتب على تسجيل العلامة التجارية في التشريع الجزائري هو أن صاحب العلامة الذي قام بتسجيلها يكون له الحق في ملكيتها وهذا ما يخوله الحق في استعمالها والتصرف فيها لوحده، حيث نصت المادة 1/5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة." كما نصت المادة 1/9-2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها. مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه، فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها و منح رخص استغلال و منع الغير من

<sup>1</sup> - المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها."

المشرع الجزائري لا يعترف ولا يسمح باستعمال العلامة على السلع أو الخدمات إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها<sup>1</sup>، غير أن المشرع يقر بأن ممارسة الحق في ملكية العلامة التي سبق تسجيلها مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو الخدمات المتصلة بها، وأن عدم استعمال العلامة المسجلة على السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة لمدة تفوق ثلاث (3) سنوات دون انقطاع من تاريخ إيداعها سيؤدي إلى ابطالها، إلا إذا أثبت صاحب العلامة أن ظروف عسيرة منعتة من الاستعمال وفي هذه الحالة يمدد الأجل إلى سنتين على الأكثر<sup>2</sup>.

إذا وفقا لما سبق إذا قام شخص ما باستعمال علامة تجارية على سلع أو خدمات لمدة طويلة بدون أن يقوم بتسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة، ثم قام شخص آخر بتسجيل نفس العلامة لدى المصلحة المختصة، فإن الحق في ملكية العلامة يؤول إلى الشخص الثاني الذي بادر بالتسجيل<sup>3</sup>. وهنا المشرع الجزائري يخالف العديد من التشريعات المقارنة التي تعطي الأولوية في ملكية العلامة لمن استعملها استعمالا هادئا ومستمر في المجال التجاري أو الخدماتي<sup>4</sup>. وبالتالي فحجية تسجيل العلامة التجارية في التشريع الجزائري هي حجية مطلقة و التسجيل يعتبر منشئا لحق ملكية العلامة وليس كاشفا له<sup>5</sup>.

أما عن حق الأولوية في ملكية العلامة التجارية عند تعدد المطالبين بحق ملكية نفس العلامة لدى المصلحة المختصة، هنا المشرع الجزائري قدم نصا صريحا، حيث نصت المادة 1/6 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على " ماعدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى

<sup>1</sup> - المادة 4 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 11 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - قرار المحكمة العليا، الغرفة التجارية و البحرية، ملف رقم 599047، بتاريخ 2010/02/04، قضية (ح.ع) ضد شركة ذ.م.م (أ) و أبنائه، مجلة المحكمة العليا، ملخص عن القرار موجود ضمن ملحق يتضمن ملخصا عن القرارات المذكورة في مداخلة السيد محمد مجبر، عدد خاص حول (التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي)، سنة 2012، ص ص 45-47.

<sup>4</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 122.

<sup>5</sup> - المواد : 4 ، 1/5-2 ، 1/6 ، 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس المذكورة أعلاه .

من هذا النص يتضح أن ملكية العلامة التجارية تثبت للشخص الأول الذي استوفى الشروط المطلوبة لصحة إيداع العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، إذا الملكية تعود لمن له الأسبقية في الإيداع، أو للشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداع العلامة بحسب ما تنص عليه اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883.

ونص المشرع على حالة أخرى يمكن فيها للشخص ممارسة حق الأولوية عند طلب تسجيل علامة استعمالها في معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا حيث نصت المادة 2/6 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على "يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، أن يطلب تسجيل هذه العلامة ويطلب بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في أجل ثلاثة (3) أشهر ابتداء من انتهاء العرض ."

حسب الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات فإن الشخص الذي يبادر بتسجيل العلامة أو يقدم طلب إيداعها لدى المصلحة المختصة ورغم أنه لم يستعمل العلامة فعليا فهو مالكها، أما الشخص الذي استعمل العلامة فعليا لكنه لم يبادر بتسجيلها أو تقديم طلب إيداعها فلا يعتبر مالكا لها .

وبالتالي فمالك العلامة هنا وفقا لنص الفقرة 1 من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التي نصت على: "يحول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها"، له الحق في احتكار استغلال العلامة، فله وحده دون سواه أن يستعملها على المنتجات والخدمات التي يعينها لها طيلة مدة تسجيل العلامة المحددة بعشر (10) سنوات والقابلة للتجديد لفترات متتالية، وهنا إذا أراد صاحب العلامة أن يحتفظ بحق ملكيته لعلامته وبالتالي الحق في احتكار استغلال علامته لوحده وأن يكون هذا الحق دائما وليس مؤقتا فقط، فعليه أن يحرص على الاستعمال الجدي للعلامة والتجديد المستمر لتسجيلها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - رمزي حوحو و كاهنة زاوي، المرجع السابق، ص 40.

إذاً التسجيل وفقاً للتشريع الجزائري يعتبر منشئاً للحق في ملكية العلامة وليس كاشفاً له، فالتسجيل دليل على ملكية العلامة بغض النظر عن الاستعمال السابق لها، والملكية تثبت للأسبق في تسجيلها وليس للأسبق في استعمالها، وهذا ما أكدته المواد 5، 6 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، كما تضمنت المادة 9 من نفس الأمر الحقوق التي يمنحها التسجيل لمالك العلامة، منها الحق في منع الغير من استعمال علامته بدون ترخيص مسبق منه، ومعنى هذا أن قبل التسجيل لا يمكن للشخص أن يحتج بالحق في العلامة ولا بأي حق آخر من الحقوق التي تترتب عادة عن تسجيل العلامات.

صاحب العلامة التجارية المسجلة يتمتع بالحماية القانونية لحقه في العلامة سواء كانت الحماية الجزائية أو المدنية وفق قانون العلامات ضد من يعتدي على العلامة المسجلة وهذا ما تؤكدته المواد من 26 إلى 33 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

إلا أن المشكلة تثور في حالة كون العلامة مستعملة لكنها غير مسجلة، فهل تحظى بالحماية؟ التشريعات المقارنة والتشريع الجزائري تجمع على أن الحماية الجزائية تقتصر على العلامة المسجلة فقط أما العلامة غير المسجلة فلا تستفيد من هذه الحماية، أما عن الحماية المدنية المستندة للقواعد العامة في المسؤولية والتي تعطي الحق لكل متضرر من فعل صادر من الغير وتسبب في ضرر أن يلتزم المتسبب بالتعويض عنه، فهناك بعض التشريعات تعطي لصاحب العلامة غير المسجلة الحق في هذه الحماية المدنية ومنها التشريع الأردني الذي نص على ذلك صراحة<sup>1</sup>، ووفق هذه التشريعات فإن الحق في ملكية العلامة يرجع إلى الأسبق في استعمالها وليس للأسبق في تسجيلها، فالتسجيل هنا هو كاشف فقط لحق الملكية أي مقرر فقط، أما الاستعمال فهو المنشئ لحق ملكية العلامة<sup>2</sup>.

أما عن التشريع الجزائري فلا يوجد أي نص صريح يوفر الحماية للعلامة غير المسجلة، ووفقاً لما سبق فالمشرع الجزائري لا يعترف بأي حق في العلامة ولا بأي حماية إذا كانت العلامة غير مسجلة، بل إن المشرع

<sup>1</sup> - المواد 2، 3، من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني لعام 2000. وراجع عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 101.

<sup>2</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014، ص 180، ص 181.

نص صراحة على أنه لا يمكن استعمال أي علامة على السلع أو الخدمات إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة، ومن يخالف هذا النص بوضع علامة على السلع أو الخدمات ولم تكن مسجلة أو لم يقدم طلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة، فإنه يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو بإحدى العقوبتين فقط<sup>1</sup>.

## 2/ حق التصرف في العلامة التجارية كنتيجة لاكتساب الحق في العلامة

نصت المادة 1/9-2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على: " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها.

مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه، فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجارياً دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها....".

كما نصت المادة 1/14 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على: " بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهنها....".

ونصت أيضاً المادة 16 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على: " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها".

من خلال هذه المواد يتبين أن صاحب العلامة التجارية المسجلة إضافة إلى حقه في استعمال علامته على السلع والخدمات التي يعينها لها وأن يحتكر استعمالها لوحده على سلعه وخدماته، فله الحق في أن يتصرف فيها بكافة أنواع التصرفات الممنوحة للمالك، فله أن ينقل ملكيتها للغير سواء بالبيع، الهبة، الوصية، تقديمها كحصة في شركة، كما له الحق في رهنها لكن هنا دون نقل ملكيتها<sup>2</sup>، واشترط المشرع أن

<sup>1</sup> - المواد 4 ، 33 ، من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات ، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص ص 127، 129.



تتم كل هذه التصرفات كتابة تحت طائلة البطلان<sup>1</sup>، وأن يتم قيدها في سجل العلامات من طرف المصلحة المختصة بناء على طلب أحد الأطراف المعنية، ويكون نقل الحقوق المتعلقة بالعلامة نافذا في مواجهة الغير منذ تسجيله في سجل العلامات<sup>2</sup>.

لكن قد لا يرغب صاحب العلامة في نقل ملكية علامته للغير، وهنا له الحق في أن يرخص للغير باستغلال علامته دون المساس بحق ملكيته عليها، ويقصد بعقد الترخيص باستعمال العلامة، "العقد الذي يتصرف بموجبه صاحب العلامة (المرخص) للمتصرف له (المرخص له) في العلامة المملوكة له عن طريق منح هذا الأخير حق انتاج السلع التي تحمل العلامة بكميات معينة و في حدود إقليم معين، وخلال مدة معينة، وفقا لشروط عقد الترخيص"<sup>3</sup>. إذا فصاحب العلامة يمنح ترخيصا للغير باستغلال علامته بوضعها على السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها، ويجب أن يتضمن عقد الترخيص فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من طرف حامل الرخصة<sup>4</sup>.

ويجب أن يقيد عقد الترخيص بالاستغلال في سجل العلامات<sup>5</sup> حيث لا يكون الترخيص نافذا في مواجهة الغير إلا بعد تسجيله في سجل العلامات<sup>6</sup>.

وجميع التصرفات المتعلقة بالعلامة سواء البيع، الهبة، الرهن،... عقد الترخيص بالاستغلال، والتي يتم قيدها في سجل العلامات، يجب نشرها في النشرة الرسمية للعلامات من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> -المادة 15 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة، القاهرة، 1993، ص 6. مشار إليه لدى ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 136.

<sup>4</sup> - المواد 16، 17 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> -المادة 2/17 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا. المادة 23 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>6</sup> -المادة 24 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>7</sup> - المادتين 29، 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

ثانيا: أسباب انقضاء الحق في العلامة التجارية

قد ينقضي الحق في العلامة التجارية للعديد من الأسباب، يمكن تقسيمها إلى فئتين، انقضاء الحق في العلامة بناء على إرادة صاحب العلامة (1)، انقضاء الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها (2).

### 1/ انقضاء الحق في العلامة بناء على إرادة صاحب العلامة

قد تنتهي ملكية العلامة التجارية وفقا لإرادة مالكها من خلال عدم تجديد تسجيلها، و عن طريق التخلي أو العدول عن تسجيلها وهذا ما سنراه فيما يلي:

#### أ- عدم تجديد تسجيل العلامة

حدد المشرع الجزائري مدة تسجيل العلامة وهي مدة حماية العلامة بعشر (10) سنوات، تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، وإذا أراد صاحب العلامة أن يحتفظ بحقه في علامته بعد انتهاء مدة التسجيل هذه فعليه أن يجدد تسجيلها، لأن المشرع أتاح له ذلك، حيث يمكن له تجديد التسجيل لفترات أو مرات متتالية وغير محدودة تقدر كل واحدة منها بعشر (10) سنوات<sup>1</sup>، ويقدم الطلب إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في مهلة الستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو الستة (6) أشهر على الأكثر التي تلي انقضاء التسجيل<sup>2</sup>، لكن إذا لم يقوم مالك العلامة بتجديد تسجيل علامته بعد انتهاء مدة تسجيلها فإنه يفقد حقه في ملكية علامته، ويحق بعدها للغير أن يقدم طلب إيداعها وتسجيلها.

#### ب- التخلي أو العدول عن العلامة

يعد التخلي أو العدول عن العلامة من الأسباب الإرادية لانقضاء الحق في العلامة، ونص المشرع صراحة على إمكانية العدول عن تسجيل العلامة، وقد يمس العدول كل السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة، أو جزء منها فقط<sup>3</sup> في حالة ما إذا تعددت السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة.

<sup>1</sup> - المادة 5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفية إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا. المادة 6/2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا. وراجع ما تم شرحه سابقا حول تجديد تسجيل العلامة التجارية.

<sup>3</sup> - المادة 19 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

يتم العدول الكلي أو الجزئي عن تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية عن طريق طلب يقدم من مالك العلامة، أو من طرف وكيل عن المالك وفي هذه الحالة يجب أن يرفق الطلب بوكالة خاصة مؤرخة و ممضاة وتتضمن اسم الوكيل و عنوانه، ويجب أن يقيد طلب العدول في سجل العلامات و الذي لا يكون نافذا في حق الغير إلا بعد تسجيله<sup>1</sup>، كما يتم نشره في النشرة الرسمية للعلامات من طرف المعهد المذكور<sup>2</sup>.

أما إذا كانت العلامة موضوع عقد ترخيص بالاستغلال و كان العقد مسجلا لدى المصلحة المختصة، فلا يمكن لها أن تقبل طلب العدول عن تسجيل العلامة إلا إذا قدم لها تصريح ينص على قبول المستفيد من الرخصة المسجلة لهذا العدول<sup>3</sup>.

وقد يعود سبب إقدام صاحب العلامة على التخلي عن علامته لكونه يرى عدم وجود فائدة من امتلاكها ولكي يتخلص من دفع الرسوم، أو أنه قد غير نشاطه فلا تعد هناك ضرورة لها، أو أنها لم تعد فعالة في تمييز سلعه أو خدماته<sup>4</sup>.

## 2/ انقضاء الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها

ينقضي الحق في العلامة بغير إرادة مالكيها عن طريق إبطال تسجيل العلامة، إلغاء تسجيل العلامة.

### أ-إبطال تسجيل العلامة

يمكن للقضاء المختص أن يقوم بإبطال تسجيل العلامة بناء على طلب أي دعوى قضائية من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو من الغير، إذا تبين بأن التسجيل كان مخالفا للأحكام القانونية التي تتضمنها الفقرات من 1 إلى 9 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، وبأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة، ويسري إبطال التسجيل بأثر رجعي من تاريخ إيداع العلامة<sup>5</sup> أي أن العلامة تصبح كأن لم تكن.

<sup>1</sup> - المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادتين 29، 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - المادة 26 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - رمزي حوحو و وكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص 42.

<sup>5</sup> - المادة 1/20 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

وفي حالة ما إذا توافرت شروط الإبطال المذكورة، فيما يتعلق بجزء فقط من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة، فإن الإبطال لا يشمل إلا ذلك الجزء من هذه السلع أو الخدمات، كما يتم تقييد الحكم القضائي النهائي الذي يقضي بإبطال العلامة في سجل العلامات<sup>1</sup>، وينشر في النشرة الرسمية للعلامات من طرف المصلحة المختصة<sup>2</sup>.

وتتقدم دعوى الإبطال بخمس (5) سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة، ويجب الإشارة هنا إلى أنه لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها<sup>3</sup>، بمعنى إذا كانت هناك علامة لا تتوفر على شرط التمييز قبل تسجيلها، ثم اكتسبت صفة التمييز بعد تسجيلها في سجل العلامات، فلا يمكن إقامة دعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة على أساس أنها لم تكن تتوفر على شرط التمييز<sup>4</sup>، ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء نية<sup>5</sup>.

إن سريان إبطال التسجيل بأثر رجعي من تاريخ إيداع العلامة معناه أن آثار إبطال العلامة قد لا تنصرف إلى صاحب العلامة فقط حيث يفقد جميع حقوقه عليها كحق الملكية، حق الاستغلال، حق التصرف، بل قد تنتقل الآثار إلى الغير إذا كان صاحب العلامة قد تصرف فيها، فإذا قام صاحب العلامة مثلا بمنح ترخيص باستغلال علامته لشخص آخر ثم حكم بعد ذلك بإبطال العلامة، هنا يلغى الترخيص فما بني على باطل فهو باطل ومنه تلغى جميع التصرفات الواردة على العلامة بأثر رجعي من تاريخ إيداعها سواء كانت تنازل، بيع، ترخيص بالاستغلال،.... وهنا الغير حسن النية الذي تعامل مع صاحب العلامة يمكن له الرجوع الى القضاء و استرداد حقوقه عن طريق دعوى التعويض<sup>6</sup>.

### ب-إلغاء تسجيل العلامة

تطرق المشرع الجزائري إلى حالتين يمكن فيهما للجهة القضائية المختصة إلغاء تسجيل العلامة، ففي الحالة الأولى يتم الإلغاء بناء على طلب أو دعوى قضائية من طرف المصلحة المختصة (المعهد الوطني

<sup>1</sup> - المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كليات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> -المادتين 29، 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كليات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - المادة 2/20 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - رمزي حوحو و كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 43.

<sup>5</sup> - المادة 2/20 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>6</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 145.

الجزائري للملكية الصناعية) أو من الغير المعني بالأمر إذا نشأ أي سبب من أسباب رفض التسجيل التي نصت عليها (الفقرات 3 و 5 إلى 7) من المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، بعد تسجيل العلامة وظل هذا السبب قائما بعد قرار الإلغاء، لكن إذا كان سبب الإلغاء ناتجا من الفقرة 2 من المادة 7 من نفس الأمر، فإن التسجيل لا يلغى إذا كانت العلامة قد اكتسبت صفة التمييز بعد تسجيلها<sup>1</sup>، أي إذا كانت العلامة لا تتوفر على شرط التمييز قبل تسجيلها، ثم اكتسبت صفة التمييز بعد التسجيل فلا يجوز إلغاؤها.

أما الحالة الأخرى التي يمكن فيها للقضاء إلغاء التسجيل، فتكون بناء على طلب (أو دعوى قضائية) من الغير المعني بالأمر في حالة عدم استعمال العلامة طبقا للمادة 11 من نفس الأمر<sup>2</sup>، وبالاطلاع على المادة 11 يفهم منها أن إلغاء العلامة يترتب على عدم الاستعمال الجدي للعلامة المسجلة على السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها لمدة تفوق ثلاث (3) سنوات دون انقطاع من تاريخ الإيداع و يمكن تمديد هذا الأجل إلى سنتين على الأكثر إذا أثبت صاحب العلامة أن ظروف عسيرة منعت من الاستعمال<sup>3</sup>. وإذا توافرت شروط الإلغاء كما تم بيانه، في جزء فقط من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة، فإن الإلغاء لا يشمل إلا ذلك الجزء من هذه السلع أو الخدمات، كما يقيد الحكم القضائي النهائي الذي يقضي بإلغاء تسجيل العلامة في سجل العلامات<sup>4</sup>، وينشر في النشرة الرسمية للعلامات من طرف المصلحة المختصة<sup>5</sup>.

وربما يهدف المشرع من خلال نصه على إلغاء العلامات غير المستعملة، إلى منع تراكم سجلات العلامات غير المستعملة، وأيضا لتحفيز أصحاب العلامات على استعمال علاماتهم أو تركها لغيرهم لكي يستفيدوا منها.

<sup>1</sup> - المادة 1/21 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 2/21 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - المادة 11 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - المادة 28 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفايات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> - المادتين 29، 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كفايات إيداع العلامات و تسجيلها، المشار إليه سابقا.

### المبحث الثاني: مبررات الحماية القانونية للعلامة التجارية

للوظائف المتعددة التي تؤديها العلامة التجارية في الميدان التجاري أثر كبير على حماية العلامة التجارية وعلى الأحكام القانونية التي تنظم استعمالها ، لذا فإن دراسة مضمون وطبيعة هذه الوظائف سيساهم في تحديد الآليات الفعالة لحماية العلامة. بمعنى آخر نظرا لأهمية الوظائف التي تؤديها العلامة فهي تتطلب حمايتها من جميع أشكال التعدي عليها بما فيها تقليدها (المطلب الأول). ومن جهة أخرى هناك أسباب مباشرة تبرر توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية، منها أسباب تتعلق بالجانب الاقتصادي وأخرى تتعلق بحقوق مالك العلامة، الدولة والمستهلك (المطلب الثاني).

#### المطلب الأول: الوظائف المتعددة للعلامة التجارية

تتعدد الوظائف التي تؤديها العلامات التجارية في الأسواق، فهناك وظائف أساسية تتمثل في تمييز المنتجات، وضمان هوية مصدر أو أصل السلع (الفرع الأول)، ووظائف ثانوية تتعلق بضمان جودة السلع، ضمان وتعزيز المنافسة المشروعة، و وظيفة العلامة كأداة للدعاية، الإشهار، وتسويق السلع (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: الوظائف الأساسية للعلامة التجارية

إن خاصية التمييز بين المنتجات أو السلع هي الوظيفة الأساسية والأولى للعلامة التجارية، و التي تتمثل في قدرة العلامة على تمييز سلعة أو منتج تابع لمنافس عن السلع أو المنتجات التابعة لمنافسين آخرين، (أولا)، وللعلامة التجارية وظيفة أساسية أخرى لا تقل أهمية، وهي ضمان هوية مصدر أو أصل السلع، بمعنى ضمان بأن مصدر السلعة هو دائما نفسه لم يتغير، حتى ولو كان هذا المصدر غير معروف بدقة لدى المستهلكين. بل إن العلامة التجارية لكي تحدد أو تميز منتج ما عن غيره من المنتجات في نظر المستهلك يجب أن تشير إلى مصدر أو أصل هذه المنتجات<sup>1</sup> (ثانيا).

<sup>1</sup> -Gerd Kunze, Introduction au droit et à la pratique en matière de marques «Notions Fondamentales-Manuel de Formation de L'OMPI », publication OMPI n°653 F, Geneve,1994, p 10, disponible sur le site web : [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo\\_pub\\_653](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_653).  
La date de visite: 18/04/2019 .

-ويؤكد الفقه الكلاسيكي بأن العلامة بما أنها تعبر بصفة إلزامية عن طابع التمييز، فهذا من أجل ضمان هوية المصدر أو الأصل لجميع السلع و الخدمات المعلمة بنفس العلامة .راجع في ذلك :

Iony Randrianirina, Le droit de marque, Thèse pour le doctorat en droit privé, faculté de droit et des sciences sociale, université de Poitiers, 2013, p 173.

أولاً: وظيفة العلامة التجارية في التمييز بين المنتجات

تعد وظيفة التمييز بين المنتجات أو السلع المتماثلة والمعروضة في الأسواق، الوظيفة الأساسية والأولية لاستخدام العلامة التجارية<sup>1</sup>، فلكي يتمكن المستهلك من الحصول على السلع التي يريدتها والتي سبق له وأن تأكد من جودتها بناء على تجاربه الشخصية، أو وفقاً لتجارب الزبائن أو نتيجة مشاهدة البرامج و الإعلانات الترويجية لمنتجات معينة، يجب أن تكون له القدرة على التمييز بين المنتجات المقدمة من مصدر معين عن تلك المقدمة من المصادر الأخرى، لهذا فالزبون يستعين بالعلامة التجارية الموضوعية على المنتجات لكي يقدر على التمييز بين منتج وآخر ولكي يتمكن من اختيار و تحديد ما يريده بدقة، لذلك فإنه لاكتساب الحق في العلامة التجارية عادة ما يوضع شرط أساسي يجب تحقيقه و هو أن تكون العلامة متميزة<sup>2</sup>.

و في قضية تم عرضها على القضاء بسنغافورة تم التأكيد على وظيفة التمييز بأنها الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية، وذلك عن طريق قدرة العلامة على التمييز بين المنتجات أو الخدمات المقدمة من أحد المتعهدين وتفريقها عن تلك المعروضة من متعهدين آخرين<sup>3</sup>.

تطرت إلى وظيفة التمييز محكمة تمييز دبي في الإمارات العربية المتحدة في أحد قراراتها الذي جاء فيه: (إن الغرض من العلامة التجارية وعلى ما يستفاد من المادة 2 من القانون رقم 37 لسنة 1992 في شأن العلامات التجارية هو تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين نظراً لما تؤديه لهم هذه العلامة من خدمات، هي سهولة التعرف على ما يفضلونه من سلع، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين

<sup>1</sup> -The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO), The protection of industrial property rights, wipo national seminar on intellectual property, op.cit, p 1.

<sup>2</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 52.

<sup>3</sup> - قضية وينغ جو لونغ جينسيغ هونغ (سنغافورة) ضد تشينغهايشينيوان فورين تريد (SINGAPORE) 9 (2009)SGCA، مشار إليه لدى: لويس هارمس، المرجع السابق، ص 43.

العلامات التي تستخدم في تمييز منتج معين بحيث يرفع اللبس بينه وبين مثيله، ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل بينهما)<sup>1</sup>.

كما ذكرت هذه الوظيفة أي وظيفة التمييز في تفسير محكمة مجموعة بلدان الأنديز بما يلي: (إن الوظيفة الحقيقية والأساسية للعلامة التجارية هي تمييز منتج واحد أو خدمة واحدة عن المنتجات أو الخدمات الأخرى، وعلى الرغم من أن معرفة هوية الشركة المصنعة للمنتج أمر أساسي لكثير من الأفراد عند اتخاذ قرار شراء منتج معين، إلا أن هذه المعلومة يمكن التوصل إليها خارج إطار العلامات التجارية المميزة. وتسمح العلامة التجارية بالتمييز بين المنتجات أو الخدمات في نفس المجال الواحد. وفي حالة عدم قدرة إشارة أو علامة معينة على تمييز منتج أو خدمة وتفريقها عن منتجات أو خدمات أخرى، فهي ليست بعلامة تجارية حسب فهمنا لهذا المصطلح)<sup>2</sup>.

و منه يمكن القول أن العلامة التجارية من جهة تعبر عن خصائص السلع أو الخدمات التي تمثلها وهي وسيلة تمييزها مما يماثلها من سلع أو خدمات و بالتالي فهي توفر الضمان والاطمئنان للزبائن، ومن جهة أخرى هي أداة للتعبير عن مجموعة من الصفات تخص المنتج أو مقدم الخدمة تلتصق بذهن المستهلك، فالذي يستعمل حذاء رياضي لعلامة نايك مثلاً يتوقع أن يحصل على الخصائص والصفات نفسها كلما أقدم على تكرار شراء المنتج الذي يحمل نفس العلامة، لهذا فالعلامة تعتبر بمثابة أداة مرئية لتمييز المنتجات والخدمات<sup>3</sup>.

ثانياً: وظيفة العلامة التجارية في ضمان هوية المصدر أو الأصل الواحد للسلعة

إضافة إلى وظيفة التمييز تعتبر كذلك وظيفة المصدر أو الأصل التي تؤديها العلامة التجارية، وظيفة أساسية وأي علامة يجب أن تكون قادرة على أداء هذه الوظيفة وإذا لم تؤديها فإنها لا تأخذ وصف

<sup>1</sup> - محكمة تمييز دبي، الطعن رقم 252 لسنة 1996/12/28، منشور لدى: سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الجزء 2، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2003، ص 351.

<sup>2</sup> - محكمة مجموعة بلدان الأنديز، الملف 2003-IP-15، تفسير المحكمة في 12 مارس 2003، مشار إليه لدى لويس هارمس، المرجع السابق، ص 46.

<sup>3</sup> - محمد عبد طيعيس و علي فوزي الموسوي، المرجع السابق، ص 105-106.



العلامة<sup>1</sup>، فالعلامة التجارية تدل على المصدر الذي أتت منه المنتجات أو السلع أو الخدمات، لأنها تحدد المصدر الشخصي للمنتجات أو البضائع، أي المنتج لها، وتحدد أيضا المصدر الإقليمي، أي جهة الإنتاج. و بهذا الوصف فهي تجسد السمعة التجارية للصانع والتاجر ومقدم الخدمة في مجال المعاملات التجارية، لأنها تعطي (أي العلامة) المنتجات والبضائع والخدمات ذاتيتها، ومنه يمكن لنا التعرف على البضاعة وتمييزها عن مثيلاتها بسهولة<sup>2</sup>.

إذا العلامة التجارية تدل المشترين على المصدر الذي جاءت منه المنتجات أو السلع التي تحملها أو الخدمات المرافقة لها، لكن لا يقصد هنا بكلمة المصدر ذلك المصدر المادي أو الجهة التي قامت بإنتاج أو بيع المنتجات أو السلع، رغم أنه كان ينظر إليها كذلك في السابق، وكانت تلك النظرة هي الدافع وراء الإقرار بعدم إمكانية التنازل عن العلامة التجارية بشكل مستقل عن المؤسسة التجارية المنتجة، و وراء عدم السماح بالترخيص للغير باستعمال العلامة التجارية، لأن ذلك قد يكون سببا في إحداث اللبس والخداع لدى المستهلكين بسبب أن العلامة ستستعمل من طرف أشخاص آخرين يختلفون كلياً عن المنتج والصانع الأصلي الذي أنشأ العلامة وطورها، والذي تعود عليه الناس و يعرفونه ويثقون بصنعتهم ومنتجاتهم<sup>3</sup>.

ولكن يقصد بمصطلح المصدر هنا، هي النظرة الحديثة لهذه الوظيفة التي تؤديها العلامة التجارية، وهي أن العلامة تدل على أن جميع المنتجات والبضائع الموسومة أو المعلمة بعلامة تجارية معينة تعود لمصدر واحد، حتى و لو كان هذا المصدر غير معروف بالنسبة للزبائن<sup>4</sup>.

إن عبارة 'garantie de provenance' أي "ضمان الأصل أو المصدر" ليست دقيقة، لأن العلامة ليست وظيفتها ضمان أو الدلالة على أن منتج ما، مصدره من مؤسسة محددة، لكن وظيفتها هي ضمان أن جميع المنتجات التي تحملها العلامة تأتي من نفس المؤسسة، أي من مصدر واحد، وسواء تم تحديد هذه المؤسسة بدقة أم لا. وخلافا لما نقرأه أحيانا، فكلمة 'identité' أي الهوية الموجودة في عبارة 'garantie

<sup>1</sup> -Mohammad Amin Naser, op.cit, Reexamining the functions of trademark law, Chicago-Kent journal of intellectual property, Chicago-Kent college of law, volume 8, issue1, 2008 pp 100, 101.

<sup>2</sup> -صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 41.

<sup>3</sup> -عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 53-54.

<sup>4</sup> -نفس المرجع و نفس الصفحات.

'd'identité d'origine' أي ضمان هوية المصدر أو الأصل لا تتعلق بهوية الصانع أو المنتج، بل تشير فقط إلى أن المصدر المشار إليه عن طريق العلامة هو دائما نفسه أو مماثل<sup>1</sup>.

تعرضت محكمة العدل الأوروبية في العديد من قراراتها إلى هذه الوظيفة حيث أكدت بأنها الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية وفي إحدى القضايا التي عرضت عليها ذكرت<sup>2</sup>: (إن الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي ضمان هوية المصدر للمنتج المميز بعلامة للمستهلك أو للمستخدم النهائي عن طريق مساعدته في تمييز المنتج أو الخدمة عن غيرها المختلفة عنها في المنشأ دون أي احتمال لحدوث خلط أو التباس. ولكي تكون العلامة التجارية قادرة على الوفاء بهذا الدور الأساسي في نظام يتسم بالمنافسة الشريفة، ينبغي لها ضمان أن تكون جميع السلع أو الخدمات التي تحمل علامتها منتجة تحت سيطرة متعهد واحد وهو المسؤول عن جودتها). وهذا ما يؤكد بأن وظيفة ضمان هوية المصدر أو الأصل الواحد للسلعة هي وظيفة قانونية بامتياز لكونها تضمن لنا تحديد المسؤول عن جودة المنتجات.

و هناك من يرى بأن<sup>3</sup> المشتري لا يهتم معرفة التفاصيل المتعلقة باسم الصانع أو الشركة التي تقوم بتوزيع المنتجات، و لكن ما يهتمه هو التيقن بأن جميع المنتجات التي تحمل علامة تجارية معينة تأتي من مصدر واحد، فوظيفة الأصل تسمح للشخص بمجرد مشاهدته للعلامة بأن يتذكر بأنه سبق له و أن اشترى مثل هذا المنتج الذي يحملها ، و منه فالعلامة ربطت المنتج في ذهن ذلك الشخص بالأصل الذي جاء منه، فالمنتج الذي يراه أمامه والذي وضعت عليه العلامة، و ذلك المنتج الذي سبق له أن اشتراه هما من أصل واحد<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - Jérôme Passa, op.cit, pp 51, 52.

<sup>2</sup> - محكمة العدل الأوروبية، 29 سبتمبر 1998، القضية C-39/97-تقارير المحكمة الأوروبية لعام 1998، I-5507-قضية: كانون كابوشكيكايشا ضد مترو غولدوينماير، مشار إليه لدى: لويس هارمس، المرجع السابق، ص 44. راجع أيضا:

- Aimilios - Artemios Stragalinos, Le cadre juridique actuel des marques non-traditionnelles en Australie, Revue Francophone de la Propriété Intellectuelle, Strasbourg- France, n°4, Juillet 2017, p 73. Et voir aussi Naim Sabik, Le rôle de la propriété industrielle dans la protection du consommateur, Thèse de doctorat en droit privé, école doctorale : droit, université Jean Moulin Lyon 3, 2010, p 38.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 55.

<sup>4</sup> - وعن وظيفة الأصل أو المصدر راجع :

فند الفقيه Schechter<sup>1</sup> حجة المحكمة العليا الأمريكية في قضية عرضت عليها ( Hanover )  
 (starmillingv .Metcalf )<sup>2</sup>، لما ذكرت بأن العلامات التجارية هي وسيلة للتعريف بالمصدر والأصل  
 وقال بأن العلامات اليوم لا تعمل على هذا النحو، وقدم العديد من الحجج من بينها أنه مع تقدم حركة  
 التجارة، ليس عمليا وغير مهم بالنسبة للمستهلكين أن يعرفوا أصل أو مصدر السلع أو الخدمات، لأن  
 السلع عادة ما تصنع بعيدا عن مكان استهلاكها، ولا تصل إلى المستهلكين إلا بعد أن تكون قد انتقلت  
 وتم تداولها بين العديد من الصناعات والتجار، وبالتالي يجب استبعاد فكرة أن العلامات تدل على المصدر  
 والأصل لأنه حسب Schechter، فأصل أو مصدر السلع التي تحمل علامات تجارية مشهورة نادرا ما  
 يكون معروفا لدى المستهلكين، وأكد أيضا بأن أصل ومصدر السلع ليس لهما أهمية خاصة، بل الأهمية  
 هي قدرة المستهلكين على معرفة بأن المنتج يصلهم عبر نفس القناة مثل السلع الأخرى التي سبق وأن نالت  
 رضى المستهلك والتي تحمل نفس العلامة<sup>3</sup>.

وربما ترجع أهمية وظيفة الأصل أو المصدر إضافة إلى ما سبق، إلى كونها تحوي بصورة غير مباشرة  
 ضمانا للجودة، فمادامت السلع تأتي من نفس المصدر، فالمستهلك يتوقع دائما أن تكون جودة السلع  
 ثابتة<sup>4</sup>، وهذا ما سيتضح أيضا في المبحث الموالي.

-The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO), The protection of industrial property rights, wipo national seminar on intellectual property, op.cit, p 10.

<sup>1</sup> - « Frank I. Schechter is an American famous academic, he was the first to consider the quality function of trademarks as the only rational basis for trademark protection. Schechter's article was first published in 1927, it was cited as: Frank I. Schechter, The Rational Basis of Trademark Protection, 40HARv. L. REV. 813-833 (1926-1927) ». Mohammad Amin Naser, op.cit, p 103.

<sup>2</sup> -« The Supreme Court argued that "[t]he primary and proper function of a trademark is to identify the origin or ownership of the article to which it is affixed[, and w]here a party has been in the habit of labelling his goods with a distinctive mark, so that purchasers recognize goods thus marked as being of his production, others are debarred from applying the same mark to goods of the same description, because to do so ... may induce purchasers to believe that the goods which he is selling are the manufacture of another person."; see Hanover Star Milling v. Metcalf 240 U.S. 403, 412-413 (1916) ». Referred to in Mohammad Amin Naser, op.cit, p 104.

<sup>3</sup> - Mohammad Amin Naser, op.cit, p 104.

<sup>4</sup> -Jérôme Passa, op.cit, pp 53-54.

إذا هناك ارتباط بين وظيفة ضمان هوية المصدر أو الأصل الواحد للسلعة و وظيفة ضمان الجودة، فوظيفة المصدر أو الأصل تتضمن بصورة غير مباشرة ضمانا للجودة، فبما أن المنتجات تأتي من نفس المصدر، فالمستهلك يتوقع أن تكون جودة المنتجات ثابتة، أي يستدل بثبات الأصل المضمون بالعلامة على ثبات الجودة.

### الفرع الثاني: الوظائف الثانوية للعلامة التجارية

بالإضافة إلى الوظائف الأساسية التي تؤديها العلامة التجارية فهي تقوم أيضا بوظائف أخرى ثانوية، و على الرغم من الدور المهم الذي تؤديه هذه الوظائف في المجال التجاري، المنافسة، التسويق والدعاية،... إلا أن العلامة التجارية تعتمد في تأديتها لهذه الوظائف على الوظائف الأساسية، و من الوظائف الثانوية للعلامة أنها توفر ضمانا للمستهلك بأن جميع المنتجات أو السلع التي تحمل نفس العلامة تتمتع بنفس درجة الجودة<sup>1</sup>، فالمستهلك يستدل بثبات الأصل المضمون بالعلامة على ثبات جودة السلع (أولا) أيضا العلامة تسهل على جمهور المستهلكين إمكانية التعرف على السلعة التي يفضلونها وأنها في نفس الوقت وسيلة للمنتجين والتجار لتمييز منتجاتهم عن غيرها من المنتجات فيصلون بواسطتها إلى المستهلكين وتنشئ العلامة منافسة حادة ومشروعة وتدفع المنافسين إلى مزيد من الحرص في تحسين ما يقدموه للمستهلكين لذلك فهي تعد ضمانا للمنافسة المشروعة والحرّة (ثانيا) كما أن للعلامة وظيفة الإعلان أو الإشهار إذ يتم استعمالها في الدعاية للمنتجات والسلع التي توضع عليها العلامة وهذه الدعاية التي تتم عبر مختلف الوسائل كالتلفزيون، الإنترنت والإعلانات... وتؤدي العلامة التجارية وظيفة اقتصادية أخرى تستفيد منها الشركات، فهي وسيلة لتسويق السلع وتحفيز المبيعات (ثالثا).

### أولا: وظيفة العلامة التجارية في ضمان جودة السلع

إن تعود المستهلكين على اقتناء السلع أو المنتجات التي تحمل علامة تجارية معينة بصفة متكررة، سيوصلهم إلى نتيجة مفادها بأنهم سيحصلون على نفس الجودة كلما أقدموا على شراء السلع أو المنتجات التي تحمل هذه العلامة، إذ أن جميع تلك السلع ذات جودة واحدة، وهذا ما يدفع المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة إلى المحافظة على جودة منتجاته أو خدماته لرغبته في جذب زبائنه والمحافظة عليهم، ومن هنا

<sup>1</sup> - Jérôme Passa, op.cit, p 54.

أنت وظيفة الجودة التي تؤديها العلامة التجارية<sup>1</sup>، لذا سنرى العلاقة الموجودة بين وظيفتي العلامة التجارية في ضمان الجودة وضمن هوية الأصل أو المصدر الواحد للسلعة (1)، و طبيعة الجودة التي تضمنها العلامة التجارية (2).

## 1/ العلاقة بين وظيفتي العلامة التجارية في ضمان الجودة وضمن هوية الأصل أو المصدر الواحد للسلعة

تعد وظيفة الجودة تطورا عن وظيفة المصدر التي تقوم بها العلامة التجارية، هذه الأخيرة التي تعد من الناحية التاريخية أقدم وظائف العلامة ظهورا، إلا أن ذلك لا يقصد منه أنها قد حلت محلها، فكلتا الوظيفتين لا تزالان تقومان بدورهما الكامل بالتوازي فيما بينهما في ميدان التعامل التجاري<sup>2</sup>، و من أجل الحفاظ على خيارات المستهلك وما يفضله، وجب على المالك ألا يخيب ظنه وأن يحافظ على الجودة المتوقعة والمنتظرة، كما ذكر أحد المؤلفين: (بما أن الشيء أو السلعة المعلمة تأتي من مصدر ثابت، فالمستهلك يتوقع أو يأمل أن تكون الجودة نفسها ودائمة)<sup>3</sup>، بعبارة أخرى، طالما أن الصانع أو المنتج له فائدة في المحافظة على جودة المنتجات المعلمة، فالمستهلك يستدل بثبات الأصل المضمون بالعلامة، على ثبات جودة المنتجات<sup>4</sup>.

وقد تعرضت محكمة مجموعة بلدان الأنديز إلى وظيفة الجودة<sup>5</sup>، ضمن قرار لها

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 56.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 56.

<sup>3</sup> - P.MATHELY, Le Droit Français des signes distinctifs, préc., P.14.v. également, du même auteur, rapport de synthèse, préc, spéc. P.161.F-K. BEIER, la territorialité du droit des marques et les échanges internationaux ». JDI 1971. P.5 SPÉC. P.22. Indiqué dans Jérôme Passa, op.cit, p 54.

<sup>4</sup> - Jérôme Passa, op.cit, p 54.

<sup>5</sup> - يسمى البعض هذه الوظيفة بوظيفة الضمان (وظيفة الجودة) - Guarantee function - ومن بينهم هالة مقداد الجليلي، وصلاح زين الدين أسمر، فالعلامة التجارية حسب رأيهم ضمان لجودة المنتجات التي تحملها. إلا أن تسمية هذه الوظيفة بالضمان يمكن أن يشكل سوء الفهم حول الوظيفة الحقيقية للعلامة التجارية، لأن البعض قد يسلّم بأن مالك العلامة يضمن للمستهلكين أن المنتجات التي تحمل العلامة هي ذات جودة عالية و إذا كان هناك انخفاض في مستوى الجودة أو صناعة سيئة أو أي عيوب فإن صاحب العلامة يعتبر مسؤولا بالتعويض أمامهم، لكن الحقيقة غير ذلك، إذ أن العلامة التجارية تضمن للمستهلكين جودة معينة في المنتجات التي تحملها سواء أكانت هذه الجودة عالية أم منخفضة، و يعني ذلك أنها تضمن لهم أن جميع السلع التي تحمل هذه العلامة هي من مستوى الجودة نفسه ولا تضمن لهم مستوى جودة معين. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 56.

كما يلي<sup>1</sup>: (وكما أن وظيفة العلامة التجارية أيضا هي الإشارة إلى مصدر السلع، وأن تكون بمثابة ضمان لها. وتأسيسيا على الوظيفة الأولى، تساعد العلامة التجارية المستهلك على تحديد مصدر المنتج، بينما توفر الوظيفة الثانية ضمانا للمستهلك بأن جميع المنتجات التي تحمل نفس العلامة التجارية تتمتع بنفس درجة الجودة، مما يعني أنه بشراء نفس المنتج أو طلب نفس الخدمة، فإن المستهلك يعرب عن رغبته في الحصول على نفس الجودة أو حتى جودة أفضل من التي حصل عليها من ذات المنتج أو من ذات الخدمة السابقة).

و ما يهم الزبائن عند مباشرتهم لعملية شراء السلع هو الجودة التي سيحصلون عليها، وذلك أكبر بكثير من المصدر الذي أتت منه، والعلامة التجارية تضمن لهم ذلك<sup>2</sup>، لأنها تقوم بوظيفة الضمان. وبالاعتماد على وظيفة الجودة أصبح صاحب العلامة التجارية بإمكانه أن يمنح ترخيصا للآخرين باستغلالها وصنع المنتجات أو بيعها مرافقة لهذه العلامة، لكن القانون يلزم مالك العلامة بأن يمارس الرقابة على جودة المنتجات التي ستوضع عليها العلامة وإلا ستنقضي ملكيته للعلامة، وبالمقابل فإن هذا الترخيص ينشأ عنه أن المرخص له باستعمال العلامة يلتزم من الناحية القانونية بالمحافظة على جودة المنتجات أو السلع التي توضع عليها العلامة التجارية المرخصة، وبأن تكون مطابقة للجودة التي تعود عليها الزبائن، و إذا خالف ذلك فإنه يعد مسؤولا تجاههم عن ذلك، وأن عدم محافظته على الجودة يمثل اعتداء على حقوق صاحب العلامة التجارية و خرقا لعقد الترخيص، لأن الزبائن سيربطون بصفة مباشرة بين الجودة المنخفضة للمنتجات أو السلع وبين العلامة التجارية المتعودين عليها ولا يمكنهم إدراك ومعرفة أن أصل السلع أو المنتجات ذات الجودة الرديئة لا ترجع لمالك العلامة نفسه<sup>3</sup>، لذا فإن ما يطمأن المستهلك حول

<sup>1</sup> - محكمة مجموعة بلدان الأنديز، الملف 15-IP-2003. تفسير المحكمة في 12 مارس 2003، مشار إليه لدى لويس هارمس، المرجع السابق، ص 46.

<sup>2</sup> - وعن وظيفة الجودة راجع :

The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO), The protection of industrial property rights, wipo national seminar on intellectual property, op.cit, pp 10, 11.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 58، 59. في سياق الحديث عن وظيفة ضمان الجودة التي تقوم بها العلامة التجارية، يجب التفريق بين وظيفة الجودة التي تؤديها العلامة التجارية العادية التي سبق التطرق لها، وبين الوظيفة التي تؤديها علامة الرقابة في هذا المجال، فعلاوة الرقابة تضمن وجود جودة عالية وصفات معينة في المنتجات التي توضع عليها، في حين أن العلامة

سلامة المنتجات وجودتها هو أن تخضع السلع أو المنتجات المعلمة إلى الرقابة و السيطرة والحرص من طرف المنتج على عدم الإساءة إليها وخاصة إذا كانت المنتجات ذات سمعة جيدة ومعروفة في السوق<sup>1</sup>.

## 2/ طبيعة الجودة التي تضمنها العلامة التجارية

على الرغم من الدور المهم الذي تؤديه العلامة في ضمان جودة السلع فهي تعطي ضمانا معيناً للجودة، إذ يجب أن توفر العلامة التجارية ضماناً مفاده أن جميع السلع أو المنتجات التي تحمل العلامة المعنية هي مصنعة تحت سيطرة و رقابة متعهد واحد فقط، وهو المسؤول عن جودتها، و لكن رغم ذلك فهي لا توفر ضماناً قانونياً للجودة، و في هذه المسألة يدرك ملاك العلامات التجارية بأن الزبائن يعتمدون على حقيقة أنهم (كملاك للعلامات التجارية) لديهم مصالح اقتصادية في حفاظهم على قيمة العلامات، ووفقاً لهذا فالعلامات التجارية توفر ضماناً تجارياً للجودة<sup>2</sup>.

و تطرق القضاء البريطاني إلى الدور الذي تقوم به العلامة التجارية في ضمان جودة المنتجات<sup>3</sup>، إذ أكد في قضايا عرضت عليه على ما يلي : (على الرغم من استناد استخدام العلامة التجارية على اهتمام العملاء بجودة السلع المعروضة، إلا أن العلامة التجارية لا ترقى في حد ذاتها إلى أن تكون إقراراً بالجودة وبدلاً من ذلك فهي تشير إلى تمتع السلع بمعيار الجودة الذي ارتضى به المالك لتوزيعه تحت شعار علامته التجارية...). (وبالتالي، ففي مجال الاعتماد على العلامة التجارية، نجد عدم تعويل المستهلكين على أي ضمان قانوني للجودة، ولكن يتم التعويل على مصالح المالك الاقتصادية في العلامة ورغبته في الحفاظ على قيمتها. وإن السماح بانخفاض جودة السلع التي تباع تحت علامة تجارية يتعارض مع المصلحة الشخصية لمالك تلك العلامة).

التجارية تضمن توافر جودة معينة فقط مثلما سبق توضيحه وليس جودة عالية، فعلاصة الرقابة تستعملها المؤسسات التي تتوافق آلية العمل فيها أو جودة منتجاتها مع معايير تحددها الجهة المالكة للعلامة، وبحيث أن هذه الجهة تسمح لأي شخص أو مؤسسة تستطيع أن تثبت بأن منتجاتها تطابق جودة أو معايير معينة باستخدام تلك العلامة. نفس المرجع، ص 58، 59.

<sup>1</sup> - كريمة نعمة حسن، المرجع السابق، ص 5.

<sup>2</sup> - لويس هارمس، المرجع السابق، ص 47.

<sup>3</sup> - قضية سكانديكور ديفيلومينت ضد سكانديكور ماركيتينغ (UK) 21 UKHL 2001، مشار إليه لدى: نفس المرجع، نفس الصفحة.



أما عن مسألة تقدير جودة المنتجات فهي تبقى حسب رأي البعض أمر نسبي يختلف بحسب كل حالة، وهي مسألة ذاتية أكثر منها موضوعية، فقد يعتبر شخص ما منتج معين على أنه ذا جودة عالية في حين يعتبره آخر غير ذلك، فالجودة عادة ما تختلف تبعاً للاحتياجات والتوقعات التي يتم تقديرها على أساس فردي<sup>1</sup>.

### ثانياً: وظيفة العلامة التجارية في ضمان وتعزيز المنافسة المشروعة

تعني المنافسة المشروعة تزامم أو تنافس الصناع أو التجار على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم لجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن بمراعاة قواعد وأحكام القانون والعادات والأعراف التجارية، و يعد وجود مثل هذه المنافسة أمر منطقي و لا بد منه لتخفيض الأثمان وارتفاع القيمة الحقيقية للنقود، و تعتمد المنافسة هنا على وسيلة مهمة هي العلامة التجارية لما لها من خاصية تسهل لجمهور المستهلكين التمييز والتعرف على السلعة أو الخدمة المطلوبة التي يفضلونها، وتنشئ منافسة حادة ومشروعة وتحث وتشجع المنافسين إلى الحرص أكثر حول تحسين ما يقدموه للزبائن<sup>2</sup>.

يرى البعض بأن العلامات التجارية تنشأ ما يسمى بالاحتكار في السوق، لكنه احتكار قانوني، ويقصد به أن القانون هو من يضمن الحماية لمالك العلامة التجارية من منافسة الآخرين له في استخدام علامته، إذ أن القانون يمنح له الحق الحصري في استخدام كلمة أو كلمات، أو أحد الأسماء أو الرموز عند ممارسته لأعماله التجارية، إلا أن الواقع يظهر بأن القدرة على تمييز المنتجات والسلع والتعرف على مصدرها

1- Mohammad Amin Naser, op.cit, pp 107, 108.

إن افتراض بأن مُنتج مُعلم يجب أن يكون ذو جودة عالية لأنه يحمل علامة تجارية، هو أمر ليس له أساس، وزيادة على ذلك ففكرة الجودة هي مصطلح محايد والذي يمكن أن يعني جودة جيدة أو متدنية وهو مرتبط بمصدر أو أصل محدد للمنتج، لأنه عندما يعرف المستهلك بأنه لا يريد سلع محددة، فالعلامة تصبح حينئذ إشارة تحذير مهمة، وهذا ما يشير إلى أن مسألة الجودة سواء كانت إيجابية أو سلبية فهي أمر مرتبط بوظيفة الأصل أو المصدر.

- Ibid, pp 107, 108.

<sup>2</sup> - محمد عبد طعيص و علي فوزي الموسوي، المرجع السابق، ص 106.



وجودتها هي روح المنافسة، فإذا كان في السوق تجار متنافسون فيجب إيجاد نظام يسمح بالتمييز فيما بينهم ويتيح حرية الاختيار، وذلك هو الدور الذي تقوم به العلامات التجارية<sup>1</sup>.

أحد الاقتصاديين المعروفين في الولايات المتحدة الأمريكية يرفض فكرة أن تشكل العلامة التجارية احتكاراً فقال<sup>2</sup>: (لا يوجد أي احتكار على الإطلاق، فالعلامة التجارية ترفض فكرة الاحتكار، فهي وسيلة للتمييز بين منتج وآخر، وهذا يعني بأن هناك آخرين يجيب التمييز عنهم، فإذا كان هناك آخرون فلا احتكار، وإذا كان هناك احتكار فلا يوجد أي داع للتمييز).

وقد كتب أحد الفقهاء في اعتبار العلامة التجارية كوسيلة للمنافسة<sup>3</sup>: (للعلامة التجارية أهمية عملية بالغة، إذ تعد إحدى الوسائل المهمة في نجاح المشروع الاقتصادي، فهي وسيلته في مجال المنافسة مع غيره من المشروعات على الصعيد الدولي والمحلي على حد سواء، إذ تهدف إلى جذب العملاء وجمهور المستهلكين، فهي تؤدي وظيفة مزدوجة، إذ تخدم مصلحتين في آن واحد، فهي من جهة تخدم مصلحة التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة، باعتبارها وسيلة هؤلاء لتمييز سلعهم أو بضائعهم أو خدماتهم عن غيرها من السلع أو البضائع أو الخدمات المماثلة أو المشابهة فيصلون بواسطتها إلى جمهور المستهلكين ومن جهة أخرى فهي تخدم جمهور المستهلكين، إذ أنها وسيلتهم للتعرف على السلع أو البضائع أو الخدمات التي يفضلونها وتلقى عندهم قبولا أكثر من غيرها، لذا تعد العلامة التجارية وسيلة هامة من وسائل المنافسة المشروعة في مجال التعامل، إذ أنها تلعب دورا كبيرا في تحقيق العدالة بين المشتغلين في قطاع التجارة والصناعات والخدمات حتى ينال كل منهم ثقة المستهلكين بقدر حرصه على تحسين منتجاته أو بضائعه أو خدماته والمحافظة على جودتها من أجل كسب الشهرة المأمولة).

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 65.

<sup>2</sup> - هذه المقولة منشورة لدى :

-Edward S Rogers, Goodwill, Trademarks and Unfair Trading, Mentioned at: John Thomas McCarthy, on Trademarks and Unfair Competition, Thomson/West Publication, Chapter 5, 2005. مشار إليه لدى نفس المرجع، ص 66.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 41.

للعلامة التجارية دور جد مهم في اقتصاد السوق إذ تجعل المنافسة الفعالة ممكنة، فبواسطتها يمكن أن تعرض منتجات متنافسة ومقدمة من مصادر مختلفة، ولكي تتاح للمستهلك حرية الاختيار بين المنتجات المتوافرة في الأسواق لابد من تمييز هذه البضائع أو المنتجات عن بعضها<sup>1</sup>.

إن حماية العلامة التجارية تعزز وتشجع المنافسة الحرة، فالعلامات تحسن وتطور وعي وانتباه المستهلك عن طريق عملها "كأدوات لتحديد وخلق الطلب"، وهذا الوعي المحسن يمكن المشتريين من التمييز بين سلع المنتجين المتنافسين وبالتالي قيامهم باختيار معلوم ومؤسس على الفروق في الجودة بين السلع التنافسية المنتجة أو المسوقة، إضافة إلى ذلك، وعي المستهلك هذا يشجع المنتجين والموزعين لتطوير منتجات أفضل لكي يحافظوا على وضعيتهم في اقتصاد سوق ذو طابع تنافسي عال<sup>2</sup>.

### ثالثا: العلامة التجارية كأداة دعاية للمنتجات وتسويقها

نتعرض هنا لوظيفة العلامة التجارية كأداة إعلان ودعاية للمنتجات (1) وكوسيلة أساسية في تسويق السلع وتحفيز المبيعات (2).

### 1/ العلامة التجارية كأداة دعاية للمنتجات

تعد العلامة التجارية الدعامة المثالية للدعاية أو الإعلان، إذ يكفي أن ينظر الشخص لمن حوله لكي يقتنع بأنه بشكل شبه يومي يجد إعلانا يشير إلى علامة تجارية، فلن يتم تقديم منتج معين إلى المستهلك عن طريق إعلان ما، يجب أن نعينه وأن نضع عليه علامة، فالعلامة والدعاية (أو الإعلان) هما مفهومان مرتبطان بشكل وثيق، ففي الواقع لا يمكن أن نتصور إنشاء علامة بدون الاستعانة بالإعلان أو الدعاية، ولا حتى القيام بالدعاية بدون الإشارة إلى موضوعها والغرض منها، بمعنى ذكر العلامة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 65.

<sup>2</sup> -E. John Krumholtz, The United States customs service's approach to the granny market :does it infringe on the purposes of trademark protection, journal of comparative business and capital market law( journal of international law ), university of Pennsylvania, volume 8, issue 1, 1986, p 103.

<sup>3</sup> -Naim Sabik, op.cit, p 45.

تعرف الدعاية على أنها: "فن التعريف بالمنتج أو مؤسسة،.... من أجل حث المستهلكين على شراء هذا المنتج، أو استعمال خدمات هذه المؤسسة ووظيفتها الأساسية هي إثارة وتوجيه اهتمام (انتباه) المستهلك".

. Ibid, p 45.

تقوم العلامة التجارية بوظيفة مهمة تتمثل في الدعاية للمنتجات والسلع التي توضع عليها<sup>1</sup> و في العادة يعطي المنتجون والتجار أهمية كبيرة ويركزون جهودهم للدعاية للعلامة التجارية ذاتها أكثر من اهتمامهم بالدعاية للسلع أو المنتجات التي يقدمونها<sup>2</sup>.

لذلك عند تكرار ذكر العلامة في وسائل الإعلان والدعاية المختلفة، من تلفاز، إذاعة، صحف، مجلات، إعلانات طريقية، وسائل التواصل الاجتماعي الموجودة على شبكة الإنترنت، زيادة على رعاية الشركة المالكة للعلامة للأحداث المتميزة (كالأحداث الرياضية، الاحتفالات الفنية)، و مساهمتها في أعمال الإغاثة في حالة الكوارث الطبيعية كإغاثة منكوبي الزلازل و ضحايا الحروب، تنطبع العلامة في نفوس الناس وأذهانهم لذلك فعند دخول المستهلك إلى متجر ما لاقتناء سلعة معينة، فسيجد في نفسه ميلا و شعورا داخليا يجذبه إلى اقتناء تلك السلعة التي تحمل العلامة التجارية التي يحفظها والتي انطبعت في ذهنه، مفضلا إياها عن السلع الأخرى من نفس النوع وهذا نتيجة تأثيره المستمر بوسائل الإعلان والدعاية للعلامة<sup>3</sup>.

تعتبر العلامة التجارية من أهم وسائل الإعلان<sup>4</sup> عن السلع والمنتجات والخدمات التي تقدم للزبائن إذ أنها تترك أثرا في أذهان الناس وجذب ميلهم ورغبتهم ولذلك أصبحت العلامة التجارية عنصرا من عناصر الدعاية والإعلان<sup>5</sup>.

أما عن منتج السلعة، فالعلامة التجارية تسهل للمنتج عملية الترويج للسلعة وتقلل من كلفتها عند الإعلان عنها في وسائل الإعلام، لأن الإعلان يمكن أن يتألف من العلامة التجارية للسلعة فقط بدون

<sup>1</sup> -« The advertising function relates to one of the most important theories justifying trademarks: the Social-Planning theory. According to this theory, trademark systems should be formulated in order to achieve a just and attractive culture, a culture which seeks to do justice to the trademark owner and to other traders and competitors stressing the cultural and expressive rights of the public in trademarks ». Mohamed Amin Nacer, op.cit, p 102.

<sup>2</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 61.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>4</sup> - الإعلان عبارة عن "جهود غير مباشرة عن طريق إحدى وسائل الاتصال العامة لعرض وترويج الأفكار أو السلع أو الخدمات ويفصح فيها عن شخص المعلن". أنظر الدكتور حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، ص 90 وما بعدها، مشار إليه لدى: صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 43.

<sup>5</sup> - محمد عبد طعيص وعلي فوزي الموسوي، المرجع السابق، ص 107.

الحاجة إلى الدخول في تفاصيل خصائصها، هذا من شأنه أن يقلل من المساحة المشغولة والزمن الإعلاني الذي كان يفترض أن يستغرق في ذكر مميزات السلعة، لأن العلامة التجارية تغني عن ذلك<sup>1</sup>.  
للدعاية والإعلان تأثير كبير على قرار المستهلك عند تسوقه وإقدامه على الشراء، إذ بمجرد رؤية المستهلك للعلامة، قد تدفعه إلى شراء المنتج حتى ولو لم يكن في حاجة إليه، بل قد لا يتمتع المنتج الذي يحمل العلامة المفضلة لدى العملاء بالجودة التي تميزه عن المنتجات الأخرى، لكن تأثير الدعاية الكبيرة والمميزات التي تزعم الإعلانات توافرها فيه، قد تدفع المشتريين إلى اقتنائه، رغم أن سعره أحيانا قد يكون مرتفعا مقارنة بالمنتجات الأخرى غير الموسومة بهذه العلامة، بل إن المنتجات الأخرى يمكن أن تكون أعلى جودة في بعض الحالات، كل ذلك راجع إلى دور وظيفة الدعاية التي تؤديها العلامة التجارية والتي أدت إلى نشوء ما يسمى بالولاء للعلامة التجارية، وربما القيمة المتزايدة التي تشهدها اليوم العلامات التجارية المشهورة تعود إلى هذه الوظيفة<sup>2</sup>.

## 2/ العلامة التجارية كوسيلة لتسويق السلع وتحفيز المبيعات

إن أي شركة لها رغبة في تحقيق الأرباح عن طريق عرض المنتجات والخدمات ذات الجودة على الزبائن، و كل منتج في السوق يواجه منتجات منافسة تكون في الغالب مماثلة أو مشابهة أو بديلة له. وتحقيق رغبات المستهلكين أو تجاوزها هي مهمة مليئة بالتحديات، خاصة وأن خيارات وأذواق المستهلكين تتغير باستمرار في سوق تتنافس فيها منتجات متشابهة لكي تلي الحاجة نفسها، فالشركات التي لها القدرة في أن تواجه هذه التحديات هي وحدها التي يمكنها جذب زبائن مخلصين وأن تحقق تطلعاتهم وتحافظ عليهم<sup>3</sup>.

ولكي تحقق كل شركة النجاح في جذب الثقة والولاء لمنتجاتها، فهي مجبرة على أن تبتكر هوية أو صورة أو سمعة مميزة وتبقي عليها، وعندها فقط تكون لها القدرة على أن تميز نفسها وتميز منتجاتها عن منتجات منافسيها، ويجب عليها في نفس الوقت أن تربط بين الجهة الموردة للمنتج وبين ما تتمتع به الشركة

<sup>1</sup> - كريمة نعمة حسن، المرجع السابق، ص 5، 6.

<sup>2</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 61، 62.

<sup>3</sup> - Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (O.M.P.I), Le rôle des marques dans la commercialisation des produits, revue de l'OMPI, n°2, 2002, p 10. Disponible sur le site : [www.wipo.int/export/sites/www/wipo-magazine/fr/](http://www.wipo.int/export/sites/www/wipo-magazine/fr/). La date de visite 02/06/2019.

من أمانة و سمعة حسنة، و يمكن للشركات أن تحقق ذلك عن طريق اسم تجاري متميز أو علامة تجارية أو أكثر، وجميع هذه الأمور تؤدي دورا مهما في الاستراتيجيات التسويقية الخاصة بتمييز المنتجات عن منتجات المنافسين في السوق<sup>1</sup>.

ينشئ التميز الولاء عند المستهلك تجاه السلعة، وعندما يقتنع المستهلك بجودة السلعة يقوم بتكرار اقتناء نفس السلعة وبالتالي يحصل الولاء و بذلك تضمن الشركة المنتجة مستهلكين دائمين لسلعها، ومعلوم أن العلامة تسهل للمستهلك التعرف على السلعة التي يريدها من بين العديد من السلع المنافسة وبدون الحاجة إلى مقارنتها مع السلع الأخرى، كما أن استخدام العلامة يسهل عملية تسويق السلع الجديدة وخاصة عند نجاح السلع الحالية<sup>2</sup> ويجب على الشركات أن تبذل جهدا وأن تخطط وتنفق لكي تنقل الزبائن على وجه السرعة من الوعي بالعلامة إلى الاعتراف بها ثم تفضيلها وأخيرا التمسك بها بحيث أن المستهلك يرفض قبول البدائل ويبدى الرضى والاستعداد لكي يدفع مبلغ باهظ للحصول على المنتج الذي يحمل العلامة<sup>3</sup>.

و بهذا فالعلامة التجارية تعمل عمل مندوب مبيعات مبدع وصامت وتحفز المبيعات بالنظر لما توفره من ضمان للجودة، وهذا ما خلص إليه (توني مارتينو) فيما يلي<sup>4</sup>: (تعمل العلامة التجارية عمل مندوب مبيعات مبدع وصامت فهي تسهم في تحفيز المبيعات عن طريق خلق سمعة تجارية والتأكيد للمشتريين على أن جميع السلع التي تحمل نفس العلامة تتمتع بنفس مستوى الجودة المعروف ويمكن القول أن العلامة هي في الواقع عامل مساعد على بيع السلع، وكلما زادت العلامة تمييزا زادت بالتالي قدرتها البيعية).

لذا أصبحت مؤخرا وظيفة تشجيع وترويج التسويق وبيع المنتجات وتسويق وأداء الخدمات مهمة أكثر فأكثر، فالعلامة التي تؤدي هذه الوظيفة يجب أن تختار بحذر، يجب أن تناشد وتنادي بل وتغري

<sup>1</sup> -Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (O.M.P.I), Le rôle des marques dans la commercialisation des produits, op.cit, p 10.

<sup>2</sup> - كريمة نعمة حسن، المرجع السابق، ص 5، 7.

<sup>3</sup> -Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (O.M.P.I), Le rôle des marques dans la commercialisation des produits, op.cit, p 10.

<sup>4</sup> - لويس هارمس، المرجع السابق، ص 49.

المستهلك، وأن تخلق الاهتمام وتلهم الشعور بالثقة، لذا فهذه الوظيفة أحيانا تسمى بوظيفة المناشدة أو النداء (( The appeal function ))<sup>1</sup>.

وما يلاحظ مما سبق، أن هناك تكامل وارتباط وثيق بين الوظائف الأساسية و الثانوية للعلامة، فإذا كانت العلامة غير قادرة على أداء الوظائف الأساسية فإنه لا يمكنها القيام بأداء أي وظيفة من الوظائف الثانوية.

### المطلب الثاني: أسباب حماية العلامة التجارية

تستفيد العلامة التجارية من الحماية القانونية لأسباب متعددة بعضها تخص الجانب الاقتصادي (الفرع الأول) والأخرى تتعلق بأطراف لها علاقة مباشرة بالعلامة وهي مالك العلامة، الدولة والمستهلك (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: أسباب حماية العلامة التجارية المتعلقة بالجانب الاقتصادي

ما يلاحظ أن الميدان الاقتصادي يتأثر بمسألة حماية العلامة، فحماية العلامة من شأنها تحفيز المنتجين على رفع مستوى جودة منتجاتهم، لأن العلامة تستعمل من طرف المستهلكين كميّار لتحديد جودة المنتجات، وهذا ما يدفع بالتجار والمنتجين إلى الاستثمار والإنفاق أكثر على منتجاتهم وعلاماتهم لجلب الزبائن، خاصة وأن حماية العلامة هي حماية للأرباح التي سيحنيها المنتجون والتجار من الاستثمار في منتجاتهم وتحسينها من أجل رفع مستوى جودتها (أولا) كما يؤثر تقليد السلع والعلامات الموضوع عليها بشكل سلبي على الشركات والدول (ثانيا).

#### أولا: تحفيز العلامة التجارية للمنتجين على رفع مستوى جودة منتجاتهم

تعتبر العلامات التجارية آلية مهمة في تحديد المسؤولية عن المنتجات المعيبة في الأسواق التجارية، فعدم وجود العلامة معناه عدم معرفة مُنتج ومصدر أو أصل هذه السلع، لهذا فالعلامة تعد حافزا يشجع المنتجين والتجار على رفع مستوى جودة منتجاتهم للحفاظ على سمعتهم وكسب ولاء العملاء، فبالاعتماد على العلامات التجارية الموضوع على المنتجات، يمكن للمستهلكين أن يميزوا بين مستويات الجودة

<sup>1</sup> –The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO), The protection of industrial property rights, wipo national seminar on intellectual property, op.cit, p 11.

المختلفة لهذه المنتجات، فإذا كانت العلامة تعمل بهذا الشكل كمعيار لتحديد الجودة، فإن ذلك سيشكل حافزا يدفع التجار إلى زيادة جودة منتجاتهم لكي يقبل الزبائن على اقتنائها ويفضلونها على المنتجات الأخرى المشابهة أو المماثلة<sup>1</sup>.

و نتيجة لذلك فإنه كلما زادت قناعة جمهور المستهلكين بجودة علامة تجارية معينة زادت القيمة الحقيقية لهذه العلامة والعكس صحيح، فالعلامة يمكن أن تكون ضعيفة أو قوية تبعا لطلب السوق، أي تبعا لإقبال المستهلكين عليها فيما يخص السلع أو الخدمات المرتبطة بالعلامة، و هنا نصل إلى أمر مهم وهو أن جمهور المستهلكين يساهم في رسم وتحديد نطاق حقوق مالك العلامة<sup>2</sup>.

ولو افترضنا أن السوق التجاري يعمل ويتعامل بدون علامات فلن يكون لدى المنتجين أو التجار أي حافز لرفع جودة منتجاتهم أو سلعهم، إذ لن يكون باستطاعة المستهلكين التمييز فيما بينها قبل شرائها، وبالتالي فالزبائن لا يمكنهم معرفة جودة السلع وسيقدمون على اقتناء المنتجات الأرخص ثمنا أي الأقل قيمة، وهذا ما سيدفع المنتجين إلى تخفيض قيمة منتجاتهم على حساب جودتها<sup>3</sup>.

يجمع الاقتصاديون على حقيقة مفادها أن حماية العلامة التجارية تنشئ حافزا لإنتاج سلع ذات جودة، إلا أن وجود حماية للعلامة التجارية لا يعني بالضرورة بأن يكون إنتاج السلع من جودة عالية، وبعبارة أخرى من الصعب القول و التسليم بوجود ارتباط مباشر بين حماية العلامة التجارية ومنتجات ذات جودة عالية، في حين أن هناك إجماع بأن حماية العلامة تحت و تشجع الشركات على المحافظة على جودة منتجاتهم بأن تكون في مستوى ثابت<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 63.

<sup>2</sup> - Xuan- Thao Nguyen, The world's trademark powerhouse: a critique of china's new trademark law, Seattle university law review, school of law, Seattle university, vol 40, issue 3, 2017, pp 922, 923.

"إن العلامة التجارية ليست حقيقة موضوعية وذات قيمة مجردة في ذاتها وإنما هي نتاج من التقديرات الشخصية والذاتية للمستهلكين الذين يضيفون القيمة السوقية والمضافة لهذه العلامة، وبالتالي كلما زادت الاقتناعات والتقديرات الشخصية للمستهلكين بجودة علامة تجارية معينة زادت القيمة الحقيقية لهذا العلامة والعكس صحيح". مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 122.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 64.

<sup>4</sup> - Nicola Bottero, Andrea Mangani, Marco Ricolfi, The extended protection of « strong » trademarks, Marquette intellectual property law review, law school, Marquette university,

ويرى المحامي العام "Léger" بأنه: "إذا كانت حماية العلامة التجارية لها تأثير في ترقية جودة المنتجات والدفاع عنها، فذلك لأنها أي حماية العلامة، تشجع المنتجين أو الصانعين على المحافظة على جودة منتجاتهم، والاستثمار من أجل تحسينها من خلال ضمان إمكانية الاحتفاظ بولاء العملاء لهؤلاء الصانعين بفضل قيمة هذه المنتجات" <sup>1</sup> وهذا ما يؤكد أن الجودة المميزة للمنتجات أو السلع التي نلاحظها في الأسواق ترجع أساساً إلى الدور الفعال للعلامات التجارية، لذا فإن عدم توفير الحماية القانونية للعلامات التجارية سيفتح الطريق أمام التجار والمنتجين لاستخدام العلامات المملوكة للآخرين، خاصة المعروفة منها للاستفادة من شهرتها في السوق بطرق غير مشروعة.

#### ثانياً: الآثار الاقتصادية السلبية لتقليد العلامات التجارية

إن تقليد السلع والعلامات الموضوعية عليها من أهم الأسباب التي فرضت على الدول بأن تفعل الحماية القانونية للعلامة التجارية، فتقليد المنتجات والسلع، أسرع الأعمال نمواً وأكثرها ربحاً في العالم، نتيجة توسع وتزايد المبادلات التجارية بين الدول، وتنعكس آثار التقليد السلبية على الدول والشركات وهذا ما سنراه في فرعين مستقلين.

---

volume 11, issue 2, 2007, pp 274, 276. «Economists generally agree on the fact that trademark protection creates an incentive for the production of quality goods. However, this function is presented by economists in two different versions. Some authors claim that trademark protection induces firms to offer goods with a precisely defined and constant quality. For others, trademark protection makes firms produce high quality goods, and the aggregate effect is to increase the average quality of goods throughout the whole market. The adoption of the latter approach may be crucial to providing a rationale for the extended protection of "strong" and famous trademarks. Take, for instance, the primary finding of Landes and Posner: the higher the quality of products, the greater the incentive to invest in order to create a "strong" trademark ». Ibid, p 274. « the existence of trademark protection does not necessarily imply the production of high quality products. In other words, it is difficult to claim that there exists a direct and positive correlation between trademark protection and high quality products, while there is a general consensus that trademark protection induces firms to maintain the quality of their goods and services constantly. However, the relationship between trademark protection and high quality could still be indirect . Ibid, p 276.

<sup>1</sup>- ph, Léger, concl. dans l'affaire praktiker Bau présentées le 13 janvier 2005 (pt90). Indiqué dans Jérôme Passa, op.cit, p 54.



## 1- آثار تقليد العلامات التجارية على الدول

يعد التقليد من معوقات الاستثمار في أي بلد، فالمنتجون والصانعون الأجانب أصحاب الشركات العالمية والذين تتمتع منتجاتهم بسمعة عالمية، أصبحوا مترددين وغير مستعدين لإنشاء مشاريعهم و صناعة سلعهم في الدول التي ينتشر فيها التقليد ولا يوجد فيها حماية قانونية فعالة لحقوق الملكية الفكرية عامة وللعلامة التجارية بصفة خاصة، ولا وجود فيها لنظام قانوني لحماية حقوق صاحب المشروع ولتنظيم المنافسة المشروعة، هذه الدول لا تفقد الاستثمار الأجنبي فقط بل تفقد كذلك الخبرة أو المعرفة الفنية الأجنبية « Foreign Knowhow »<sup>1</sup> التي كان بإمكانها أن تستفيد منها في تطوير صناعتها المحلية.

ففي السنوات الأخيرة، أعمال التقليد أغرقت السوق العالمي وازدادت بصورة متسارعة وتنوع نطاقها، نظرا إلى أن منتجي السلع المقلدة أصبحوا أكثر ذكاء في إخفاء التقليد وأن المظهر الخارجي لهذه السلع يكاد يكون مطابقا للسلع الأصلية، لدرجة أن المالكين الأصليين لحقوق الملكية الفكرية يصعب عليهم تمييزها أو التفرقة بينها<sup>2</sup>.

وبما أن انتشار التقليد في بلد ما سيجعل جودة السلع المصنعة فيها منخفضة بما فيها السلع الأصلية، فهذا سيتسبب في فقدان فرص تصدير هذه السلع المصنعة فيها وهذا يعني نقص العملة الأجنبية، فقدان مناصب الشغل، و رغم أن صناعة التقليد تنشئ مناصب شغل إلا أن الأجور تكون منخفضة، والتي تنطوي في الغالب على ظروف عمل غير مريحة و دون المستوى المعتاد وأحيانا يتم استغلال الأطفال في التشغيل، وأهم شيء يمكن أن تفقده الدول هو خسارة مباشرة للإيرادات الضريبية لأن المنتجات المقلدة تسوق وتباع عبر قنوات غير رسمية والمقلدون لا يدفعون ضرائب على الأرباح التي يكون مصدرها أعمال غير مشروعة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Report of the economic impact of counterfeiting, op.cit, p 22.

<sup>2</sup>- Miroslav Cerny, Martin Bali -Jencik, Katerina Fukova, La protection de la propriété intellectuelle vue par SKODA, OMPI Magazine, n°6, 2015, p 2. Disponible sur le site : [www.wipo.int/wipo-magazine](http://www.wipo.int/wipo-magazine) . Vue à la date : 21/03/2019.

<sup>3</sup>- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development),Report of the economic impact of counterfeiting, op.cit, pp 22, 23.

التصدي للمنتجات المقلدة أصبح يشكل تحديا للحكومات لأن بائعي هذه السلع المقلدة في الغالب ليسوا هم من يدير هذه التجارة غير المشروعة، ومن الصعب تحديد ومعرفة الضالعين أو المقلدين الرئيسيين والتصدي لهم.

إذا فآثار التقليد قصيرة الأجل على الإيرادات الضريبية ستكون حتما سلبية بما أن السلع المقلدة تسوق و تباع في الغالب في السوق غير الرسمية وبالتالي لا ينتج عنها مبيعات أو دخلا للشركات، زيادة على ذلك وبما أن التقليد يخفض بالتأكيد من مبيعات المنتجين الأصليين فإن الاقتطاع الضريبي المفروض على تلك الشركات سينخفض أيضا تبعا لذلك<sup>1</sup>.

## 2- آثار تقليد العلامات التجارية على الشركات

كل عام تفقد الصناعات والشركات العالمية مليارات الدولارات بسبب نشاطات وأعمال التقليد التي تمس منتجاتها. فالجودة المنخفضة للبضائع المقلدة والتي تحمل علامات تجارية مقلدة تجعل المستهلكين الذين يخدعون باعتقادهم بأنهم يقتنون البضائع الأصلية إلا أنهم في الواقع يشترون المقلدة، يلومون صانع المنتج الأصلي عندما يخسر ذلك المنتج أو عند عدم صلاحيته، هذا الوضع سياتسبب في فقدان سمعة الصانع وبالتالي انخفاض قيمة العلامة<sup>2</sup>.

وما يلاحظ أن بعض المنتجات والسلع المقلدة ذات الجودة العالية والسعر المنخفض أصبحت تظهر في بعض الصناعات، الشيء الذي دفع المستهلكين إلى تفضيلها عن السلع الأصلية رغم علمهم بأنها

---

-Catherine Jewell, Développer l'image de marque des parfums d'orient : à la découverte d'Amouage, OMPI Magazine, n°5, 2016, p 4. Disponible sur le site : [www.wipo.int/wipo-magazine](http://www.wipo.int/wipo-magazine). Vue à la date : 25/03/2019.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية (م.ع.م.ف)، التقرير العالمي للملكية الفكرية " التوسيم-بناء السمعة والصورة في السوق العالمية"، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، جنيف- سويسرا، 2013، ص 92، متوفر على الموقع:

<https://www.wipo.int/publications/ar/details.jsp?id=384>

تم الإطلاع عليه يوم: 2019/03/22 .

<sup>2</sup>- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Report of the economic impact of counterfeiting, op.cit, p 22. « Ces activités illégales menées dans tous les secteurs, y compris l'industrie automobile, sont synonymes de manque à gagner. Elles peuvent porter gravement préjudice à la réputation et à l'image de marque d'une société et se traduire par des pertes d'emplois. Les produits contrefaisants constituent également une sérieuse menace pour la sécurité publique. Contrairement aux produits licites, les imitations de mauvaise qualité ne sont pas soumises à des normes de sécurité ou à des tests rigoureux. Pour se prémunir contre l'infiltration de ces marchandises illicites dans ses chaînes d'approvisionnement officielles, ŠKODA AUTO continue de collaborer avec des entités spécialisées dans l'application des droits de propriété intellectuelle. Notre programme de protection des marques s'articule autour de trois piliers : la coopération avec les enquêteurs, la coopération avec les autorités douanières et la surveillance de l'Internet ». Miroslav Cerny, Martin Bali-Jencik, Katerina Fukova, op.cit, p 2.

مقلدة، هذا ما يمنع الشركات المصنعة للمنتجات الأصلية من دخول تلك الأسواق<sup>1</sup>، فالشركات الآن تجد نفسها في منافسة مباشرة مع المقلدين، إلى درجة أن بعض الأسواق سيطر عليها المقلدون، ووضعوا عراقيل لإعاقة دخول منتجي السلع الأصلية<sup>2</sup>.

إن تعرض منتجات الشركات للقرصنة والتقليد سيكبد هذه الشركات العديد من التكاليف تشمل: خسارة المبيعات، إمكانية تضرر سمعة الشركة بسبب المنتجات المقلدة المعيبة، فقدان ما تتمتع به العلامة التجارية من شهرة ومكانة لدى الزبائن و في السوق بسبب اقتناء المنتجات المقلدة التي تحمل تلك العلامة، تكلفة ممارسة الرقابة في الأسواق ورفع دعاوى لدى القضاء ضد المعتدين لأن الشركة مضطرة لدفع نفقات لحماية حقوقها وملاحقة المقلدين ومتابعتهم قضائياً<sup>3</sup>.

ولا تتسبب أعمال التقليد والقرصنة في الإضرار بالمصلحة الاقتصادية لأصحاب الحقوق فقط كأصحاب الشركات ومنتجي السلع ومالكي العلامات، بل إن المصلحة العامة تتضرر وتتأثر كذلك. و تنعكس الخسائر التي تمس الصناعة وإنتاج السلع على خسائر الإيرادات العامة، وتنعكس كذلك على معدلات البطالة فيما يتعلق بالصناعات التي تضررت من التقليد، فضلاً عن ذلك فإن انتشار وتوسع أنشطة التقليد في بلد ما سيكون بمثابة حاجز للمستثمرين خاصة الأجانب عن الاستثمار في الصناعات التي تكون فيها حقوق الملكية الفكرية مهددة وغير محمية<sup>4</sup>.

### الفرع الثاني: أسباب حماية العلامة التجارية المتعلقة بحقوق مالك العلامة والدولة والمستهلك

تتأثر عدة أطراف بمسألة حماية العلامة، فمالك العلامة التجارية سواء كان منتجاً، صانعاً أو تاجراً، يعد أهم طرف يتأثر بحماية العلامة، باعتبار أنه هو من أنشأها واستثمر رؤوس أمواله فيها لكي يصنع

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 70.

<sup>2</sup> - OECD(Organisation for Economic Co-operation and Development), Report of the economic impact of counterfeiting, op.cit, p 22.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية (م.ع.م.ف)، منشور (دليل) متعلق بمنهجية إعداد استراتيجيات وطنية للملكية الفكرية 'الأداة الثالثة: المؤشرات المرجعية'، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، جنيف - سويسرا ، 2016، ص 70. متوفر على الموقع: [www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo-pub-958-3](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo-pub-958-3). تم الإطلاع عليه يوم: 2019/03/23.

<sup>4</sup> - نفس المرجع، نفس الصفحة.

شهرتها، لذا يجب حماية حقوقه من خلال حمايتها (أولاً)، كما أن حماية حقوق مالك العلامة التجارية تعود بالنفع على الدولة باعتبار أن هذه الحماية مرتبطة بتسجيل العلامة لدى مكاتب العلامات التجارية مقابل رسوم معتبرة تدفع لفائدة الدولة، وتستفيد الدولة كذلك من شهرة العلامة التي صنعها مالك العلامة (ثانياً). كما أن المستهلك معرض دوماً لاقتناء سلع مقلدة أو سلع تحمل علامات مقلدة، وهذا ما قد يسبب لجمهور المستهلكين أضراراً لا يمكن تجنبها خاصة إذا تعلق الأمر بصحة الأفراد وأمنهم، فالمستهلك يثق في العلامة لأداء الشراء، فهو يقوم بعمليات الشراء اليومية بدون أن يقوم بأي بحث مسبق، فالاعتماد على العلامة هنا يخفف له تكاليف البحث عن السلع، لهذا فالعلامة تحتاج إلى حماية قانونية (ثالثاً).

### أولاً: حماية حقوق مالك العلامة التجارية

إن حماية العلامة التجارية هي حماية لمالك العلامة الذي هو مالك لحق معنوي، فعلاوة على أنها ترمز إلى جودة المنتجات، فالعلامة أيضاً تمثل السمعة أو الشهرة التي ينشؤها مالك العلامة، هذا ما يحمي مالك العلامة التجارية من بيع منتجات أخرى على أساس أنها منتجاته. وبما أن مالك العلامة قد أنفق المال، الوقت والجهد لكي يعرض على الجمهور المنتجات، فهو محمي في استثماره من الاختلاس أو سوء التصرف من المعتدين، وهذا ما يعطي أو يخول للعلامة التجارية الحق في الحماية القانونية من الأعمال التي تمس بقيمتها<sup>1</sup>.

لذا يجب حماية حقوق مالك العلامة من التقليد ومن جميع أشكال الاعتداء على العلامة، فالمالك هنا قد استثمر رؤوس الأموال وبذل الجهود على مر سنين طويلة، وتحمل الخسائر لكي يصنع ويبيّن سمعة وشهرة علامته، ويحتفظ بولاء عملائه، فمن الطبيعي والمنطقي أن يستفيد لوحدة من نتاج تضحياته، لذا يجب منع ومعاينة كل من يريد أن يأخذ ثمرة عمله من خلال تقليد علامته أو الاعتداء عليها بأي شكل كان.

لهذا فإن معظم الدول عملت على تكريس الحماية القانونية للعلامة ضمن تشريعاتها الوطنية، بوضع قوانين تكفل الحماية كقانون العلامات، قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك، توقع العقوبات كالحبس

<sup>1</sup> – E. John Krumholtz, op.cit, p 103.

والغرامة... على من يعتدي على أي حق من حقوق صاحب العلامة، وبحصول صاحب العلامة على التعويض عن الضرر الذي قد يلحق به.

### ثانيا: استفادة الدولة من وجود علامات تجارية محمية

يعتبر تسجيل العلامة التجارية وسيلة لحماية الحق في العلامة، لذا معظم الدول أنشأت سجلا خاصا بتسجيل العلامات لدى مكاتب العلامات التجارية، ومقابل هذا التسجيل تتلقى المكاتب رسوما، وعند القيام بأي تصرفات أخرى تتعلق بالعلامة كالترخيص باستعمالها أو التنازل عنها، أو تجديد تسجيلها، فهنا أيضا يجب دفع الرسوم لفائدة الدولة.

كما أن زيادة شهرة العلامة التجارية تؤدي بالضرورة إلى زيادة إقبال الجمهور على السلع والخدمات التي تحملها، وهذا بالطبع ما ينعكس إيجابا على الاقتصاد الوطني للدولة بتوسع الأنشطة التجارية ووفرة الإنتاج وزيادة الإيرادات الضريبية للدولة وتشغيل الأيدي العاملة، وتشكل بعض العلامات ثروة معتبرة<sup>1</sup>، فقد أظهر تقييم لعلامة "كوكا كولا" الذي جرى سنة 2000 حيث قدرت قيمتها آنذاك بأكثر من 72 مليار دولار، وعلامة ميكروسوفت بـ70 مليار دولار<sup>2</sup>، أما حاليا فقيمة العلامات التجارية المشهورة فقد ارتفعت بشكل كبير، فوفقا للتقييمات السنوية التي تعدها مؤسسة براند فاينانس "Brand Finance" و حسب تقييم سنة 2022 الذي أعدته المؤسسة لأعلى العلامات التجارية في العالم، فإن علامة ميكروسوفت بلغت قيمتها 184.20 مليار دولار و احتلت المرتبة الرابعة في حين احتلت المرتبة الأولى شركة آبل "Apple" و بلغت قيمتها 355.1 مليار دولار، وتليها في المرتبة الثانية شركة أمازون "amazon" بقيمة 350.3 مليار دولار، أما شركة قوقل "Google" في المرتبة الثالثة بقيمة سوقية بلغت 263.4 مليار دولار، أما علامة فيسبوك فاحتلت المرتبة السابعة بقيمة 101.2 مليار دولار<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمد عبد طعيس و على فوزي الموسوي، المرجع السابق، ص 105.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطينا ودوليا، المرجع السابق، ص 51.

<sup>3</sup> - تقرير أعدته مؤسسة براند فاينانس "Brand Finance" (و هي من كبرى المؤسسات حول العالم الرائدة و المتخصصة في مجال تقييم العلامات التجارية والاستشارات)، حول تصنيف أفضل 500 علامة تجارية عالميا لعام 2022، المرجع السابق.

ثالثا: أسباب حماية العلامة التجارية المتعلقة بالمستهلك

العلامة التجارية تحتاج إلى حماية نظرا لدورها المباشر في تحقيق فائدة للمستهلك، فالمستهلك يثق بالعلامة كأقصر طريق للقيام بعمليات الشراء، لأنها تجمع كافة المعلومات التي يحتاجها عن السلعة المطلوبة كمصدرها، جودتها... (1)، إن حماية العلامة هي حماية لصحة و سلامة جمهور المستهلكين، بل إن المنتجات والسلع المقلدة لا يتضرر منها المستهلك وحده فقط، فالضرر قد يلحق باقي أفراد المجتمع في صحتهم وأمنهم كتقليد الأدوية الذي قد يؤدي إلى أمراض معدية، وتقليد قطع غيار السيارات ووسائل النقل عامة قد يتسبب في حوادث مميتة، لذا وجب حماية العلامة للحد من التقليد (2).

### 1- تخفيض العلامة التجارية لتكاليف بحث المستهلكين عن السلعة المطلوبة

لو افترضنا عدم وجود علامات في الأسواق، لتوجب على المستهلك أن يتذوق أو يجرب جميع المنتجات المتوفرة في الأسواق في كل مرة يريد فيها أن يشتري سلعة ما، لكن واقعا المستهلك لا يمكنه القيام بذلك، وبالتالي سيقدم على شراء المنتج بالرغم من عدم تأكده بأنه سيليق به<sup>1</sup>.

أما عند وجود العلامات التجارية، فإن المستهلك مع مرور الزمن وبتكرار التجارب فسيربط جودة معينة مع بعض العلامات ويقوم بطلب السلع التي تحمل العلامات التي يعرفها و يتجنب المنتجات الأخرى التي تحمل علامات غير معروفة أو لا يريدتها، وبالتالي فالعلامة تجنبه القيام بالبحث من جديد في كل مرة يريد فيها شراء منتج جديد، إذ تجتمع جميع المعلومات المرتبطة بسلعة ما في العلامة التجارية التي تحملها، لهذا فالعلامات تخفض من التكلفة التي كان على المستهلك أن يتحملها لكي يحصل على معلومات أو بيانات عن السلع أو الخدمات التي يريدتها، وهذه التكلفة تتمثل في الوقت، الجهد والمال<sup>2</sup>.

و اعتمادا على ثقتهم في العلامة، يباشر المستهلكون عمليات الشراء يوميا دون القيام ببحث مسبق، فالمستهلك صار واثقا بالعلامة كأقصر طريق للقيام بالشراء<sup>3</sup>. ويلاحظ غالبا أنه مادام حضور أو وجود

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 71.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 71، 72.

<sup>3</sup> - Xuan- Thao Nguyen, op.cit, p 910. « When consumers select a product or service to purchase based on the trademark, they have confidence in the purchase and believe that it will meet their expectations. Public trust in the trademark is paramount for the trademark owner to cultivate customer loyalty and building a long-lasting goodwill. By trusting the trademarks, the consuming public engages in daily purchases without conducting extensive research prior

العلامة التجارية يخفض من تكاليف البحث الذي يقوم به المستهلكون فهي كذلك تمكن جمهور المستهلكين من إعادة القيام بعمليات شراء مجددا والتي ثبت أنها كانت مرضية، وتجنب عمليات الشراء للسلع التي قد تتم مستقبلا، والتي سبق للمستهلك أن فشل في القيام بها<sup>1</sup>.

يمضي المستهلكون أوقاتهم وينفقون أموالهم في البحث عن العروض المختلفة قبل أن يتخذوا أي قرار بشأن السلعة أو الخدمة التي سيقدمون على اقتناءها، و يلاحظ هنا أن سمعة ورواج العلامة أو الماركة تساعد الزبائن على خفض هذه التكاليف التي تسمى بتكاليف البحث، فالعلامة تساعد على أن يميزوا بين العروض المختلفة للمنتجات<sup>2</sup>.

وإذا كان هذا ما يقال عن علامات أو ماركات السلع أو الخدمات، فإن المبادئ ذاتها يمكن تطبيقها على ماركات الشركات، هذه الأخيرة تظهر أهميتها في المنتجات الجديدة والتي لم تجرب من قبل، إذ لا يمكن للزبائن أن يسندوا قرار شرائهم إلى درجة رضائهم عن هذا المنتج في السابق ولكن إلى رضائهم عن الشركة التي أنتجت هذا المنتج، لأنه بعد مشترياتهم السابقة فهم قد وثقوا في الشركة وعلاماتها<sup>3</sup>.

تؤدي العلامة هنا وظيفة إعلامية "The information function" في توفير المعلومات لجمهور المستهلكين فيما يتعلق برعاية 'sponsorship' السلع والخدمات، ومن الضروري معرفة أصل أو مصدر المنتجات، لأن ذلك سيساهم في إنقاص تكاليف بحث المستهلكين، وخاصة عندما يدخل المنتج في عقد ترخيص مع طرف آخر للترخيص له بصنع منتجات تحمل علامة المرخص، والذي يشمل علاقة رعاية وانتماء أو انتساب والتي تشير إلى ارتباط بين المرخص (مالك العلامة) والمرخص له<sup>4</sup>.

to making purchase decisions. Essentially, the prominent role of trademarks is to inform the consumer and to reduce search cost. Therefore, trademark law must protect the consumer, as consumers have trusted trademarks as shortcuts in purchasing decisions and have relied on them to distinguish different sources of competing products. The reduction in search costs helps consumers select products or services that fit their desires or circumstances », Ibid, pp 909, 911.

<sup>1</sup>- Nicola Bottero, Andrea Mangani, Marco Ricolfi, op.cit, p 267.

<sup>2</sup>- المنظمة العالمية للملكية الفكرية، التقرير العالمي للملكية الفكرية لسنة 2013، المرجع السابق، ص 83.

<sup>3</sup>- نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>4</sup>- Mohammad Amin Naser, op.cit, p 102. « For example, it is obvious that all the COCA-COLA sold in the world does not originate from Atlanta in the U.S. Rather, the Coca-Cola Company enters into licence agreements with others to produce under its trademark. In this way, the informative function provides consumers with information that the production of



ومن منظور المنتجين فإن تخفيض تكاليف البحث ينشئ حافزا للاستثمار في سلع وخدمات ذات جودة أعلى، وسيكون المنتجون على يقين بأن الزبائن لهم القدرة على تحديد العروض ذات الجودة الأعلى في الأسواق وعدم خلطها بعروض أقل جودة<sup>1</sup>. وتظهر هنا قيمة العلامة التجارية في توفير تكاليف البحث عن المعلومات الممكنة والتي تنقلها العلامة حول الجودة، فسمعة العلامة حول الجودة تتوقف على نفقات المالك على: جودة المنتج، رقابة الجودة، الخدمة، الدعاية أو الإعلان...<sup>2</sup>.

## 2- حماية صحة وسلامة المستهلكين من آثار التقليد

إن عدم توفير حماية كافية للعلامات التجارية على المستوى الدولي، أدى إلى استفحال ظاهرة تقليد العلامات التجارية، فالسلع المقلدة والتي تحمل علامات مقلدة تهدد صحة الفرد، كتقليد الأدوية، الأطعمة، مواد التنظيف، ... قد تسبب له أمراضا خطيرة يستحيل علاجها، أو تؤدي إلى وفاته.

إذا فتقليد المنتجات له آثار سلبية على صحة وسلامة المستهلكين، بل إن من عادة المستهلك عند تسوقه يختار السلع التي تحمل علامات تجارية ذات سمعة رائجة ومعروفة، وهو بذلك يعتقد أنه اشترى منتجا أصليا صادرا عن شركة لها اسمها ومكانتها وبأن عملية التصنيع لديها تخضع لمعايير دقيقة و رقابة صارمة من ناحية الجودة والسلامة، ولا يمكن له أن يعرف بأن المنتج مقلد ويحمل علامة مقلدة، وأنه قد يضر بصحته إلا بعد استعماله، ويكون بالتالي الضرر قد وقع، وهنا تكمن خطورة التقليد في أن المستهلك لا يستطيع اكتشافه<sup>3</sup>.

إن الضرر الناجم عن السلع المقلدة قد يتجاوز خيبة أمل المستهلكين، لأن المنتجات التي مسها التقليد قد تشكل خطرا على صحة وسلامة أفراد المجتمع أيضا، فمثلا قطع غيار سيارات مغشوشة قد تؤدي إلى حوادث مرور قاتلة، الأدوية المقلدة والتي لا تحتوي على المادة الفعالة الخاصة بها قد تؤدي إلى

---

Coca-Cola in a certain country lies within the sponsorship and affiliation of a certain origin and source », Ibid, p 103.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، التقرير العالمي للملكية الفكرية لسنة 2013، المرجع السابق، ص 84.

<sup>2</sup> - Xuan- Thao Nguyen, op.cit, p 922. وما إن تنشأ أو تُخلق السمعة، ستحصل المؤسسة المنتجة على أرباح معتبرة. (سعر) مرتفع في مقابل تكاليف البحث وضمان جودة بسبب تكرار عمليات الشراء، وبسبب أن المستهلكين مستعدون لدفع ثمن (سعر) مرتفع في مقابل تكاليف البحث وضمان جودة. Ibid, p 922, ثابتة، وهذه الفوائد تتوقف على قدرة المؤسسة المنتجة على المحافظة على تلك الجودة الثابتة.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانوي، المرجع السابق، ص 69.



أمراض معدية تصيب أفراد المجتمع، مستحضرات التجميل المقلدة كثيرا ما تسببت في أضرار جسيمة للزبائن،...<sup>1</sup> ومتى تعرضت صحة المواطنين وأمنهم إلى الخطر فإن الأمر تجاوز مجرد حماية المصالح الفردية<sup>2</sup>. ومع ذلك فهناك من المستهلكين من يشتري سلعا ويعلم أنها مقلدة لأن سعرها أقل من سعر السلع الأصلية<sup>3</sup>، وإذا سلمنا بأن المشتري يعلم بأن السلع المقلدة أقل جودة نظرا لكون سعرها أخفض من سعر السلع الأصلية، فالأكيد أنه لا يعلم بأنها تشكل خطرا على صحته.

وفي أغلب الحالات فإن بيع المنتجات المقلدة التي تهدد جمهور المستهلكين لا تنتهك قوانين العلامات التجارية فقط، وإنما ستنتهك كذلك قوانين الصحة وحماية المستهلك<sup>4</sup>.

لهذا فالعلامة التجارية كما يرى البعض تؤدي دورا مهما في ضمان حقوق المستهلكين من مختلف أشكال الغش والاحتيال حول مواصفات الصناعات أو البضائع أو الخدمات التي تأتيهم من الصناعات أو التجار أو مقدمي الخدمات، وذلك عن طريق الرجوع على هؤلاء رجوعا قانونيا مناسباً من أجل تحديد مسؤولياتهم عن آثار تضليل المستهلكين<sup>5</sup>. لذا يتوجب توفير أقصى حماية قانونية للعلامة التجارية للحد من التقليد.

<sup>1</sup> المنظمة العالمية للملكية الفكرية، التقرير العالمي للملكية الفكرية لسنة 2013، المرجع السابق، ص 89.

<sup>2</sup> جان فرنسوا هنروت، نقل الاتفاق المتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) على مستوى القانون الأوروبي، أعمال الندوة الإقليمية حول جرائم الملكية الفكرية التي جرت ضمن إطار 'برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية - مشروع تحديث النيابات العامة'، 2008، مملكة البحرين، ص 89، منشور بالموقع الإلكتروني [www.academia.edu](http://www.academia.edu). .. أطلع عليه بتاريخ: 2019/09/23.

<sup>3</sup> يمكن تفسير مسألة سبب ترجيح المستهلك منتجا يحمل علامة مزيفة على منتج جنيس يتمتع بالتنوع ذاتها، على أن المستهلكين يستمدون قيمة مظهرية من شراء الماركة المقلدة، فالمستهلكون حتى وإن كانوا يدركون أنهم يشترون منتجا مقلدا، فإنهم قادرون على التظاهر بأنهم يملكون الماركة الأصلية عندما يعرضون المنتج أو السلعة على الآخرين، وقد يكون هذا التفسير مقبولا فيما يتعلق بالمنتجات الفاخرة، إذ أن العلامة التجارية تكسب أهمية خاصة كوسيلة لإظهار الثراء والمكانة الاجتماعية، و العديد من الأدلة المستمدة من الاستطلاعات أثبتت أن القيمة المظهرية هي بالفعل الأساس الذي يقوم عليه القرار الذي يتخذه الزبائن عند شراء المنتجات المقلدة عن علم. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، التقرير العالمي للملكية الفكرية لسنة 2013، المرجع السابق، ص 90.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص 89.

<sup>5</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 42.

# الباب الأول

الحماية القانونية للعلامة التجارية

وفقا للقانون الجزائري

تمتع العلامة التجارية المسجلة<sup>1</sup> بحسب الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، بحماية جزائية وأخرى مدنية ضد أعمال التعدي التي تمس بحقوق صاحب العلامة التجارية<sup>2</sup> وهنا صاحب العلامة يحق له رفع دعوى التقليد والتي يترتب عنها عقوبات جزائية بالحبس، الغرامة... ضد المعتدي، وهدف الدعوى هنا ليس تعويض المتضرر وإنما إيقاع العقوبة.

كما يحق لصاحب العلامة التجارية المسجلة المتضرر في هذه الحالة أن يتبع الطريق المدني لحماية علامته مدنيا ضد أعمال التقليد، فالقاعدة العامة أن من ارتكبت ضده جريمة، له الحق في مطالبة فاعلها بالتعويض تبعا للدعوى الجزائية، وذلك بشرط أن تتم إدانة المعتدي بجريمة التقليد، وهدف الدعوى هنا هو وقف التعدي على العلامة التجارية وجبر الضرر أي التعويض، إذا فحق صاحب العلامة المتضرر في اللجوء إلى الدعوى المدنية للمطالبة بوقف الاعتداء على علامته والحصول على التعويض يستند هنا إلى دعوى التقليد، أي أن الدعوى المدنية مرتبطة بالدعوى الجزائية، وبما أن أساس المطالبة المدنية في هذه الحالة هو الدعوى الجزائية، فإنه يشترط أن يتضمن الحكم الجزائي الصادر في دعوى التقليد إدانة مرتكب التقليد<sup>3</sup>.

إن أفعال التعدي على العلامة التجارية قد تسبب أضرارا لمالك العلامة يصعب جبرها، لذا وفر المشرع ما يسمى بالحماية الإجرائية وهي عبارة عن إجراءات سريعة وعاجلة يستعين بها مالك العلامة المتضرر، قبل لجوئه إلى رفع الدعوى الموضوعية (دعوى أصل الحق) سواء كانت مدنية أو جزائية، وهذا

<sup>1</sup> - نص الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، صراحة على أن العلامات التجارية المشمولة بالحماية هي العلامات المسجلة فقط، ولم يتطرق إلى العلامات غير المسجلة، بل نص على أن الحق في العلامة لا يعترف به إلا بعد تسجيلها، وهذا ما تؤكدته المواد: 27، 26، 5، 28 من نفس الأمر، كما نص على معاقبة الأشخاص الذين يعرضون للبيع سلعاً أو يبيعون سلعاً بدون أن يضعوا عليها علامات، إضافة إلى معاقبة الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها، راجع في ذلك نص المادة 33 من نفس الأمر.

<sup>2</sup> - المواد: 26، 29، 35، 28 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 228. وراجع أيضا: سماح محمدي، المرجع السابق، ص 78 وما بعدها. وراجع أيضا: ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 187 وما بعدها. وهذا ما أكدته المشرع الجزائري صراحة في نص الفقرة الأولى من المادة 29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، حيث نصت على: «إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، و تأمر بوقف أعمال التقليد و تربط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال. و يمكن أن تتخذ الجهة القضائية المختصة، عند الاقتضاء، كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30 أدناه.»

لوقف الاعتداء على العلامة أو لتجنب وقوع الضرر بصفة مؤقتة لحين البت بأساس النزاع، لأن من مصلحة صاحب العلامة منع أي اعتداء وشيك أو منع استمراره بأقصى سرعة ممكنة وبصفة فورية، إذ أن رفعه لدعوى أصل الحق وانتظار قرار نهائي من القضاء قد لا يحقق له الفائدة المرجوة، لأن الاعتداء سيكون واقعا والضرر حاصلًا وقد يصعب جبره، وهدف هذه الحماية هو منع السلع المقلدة من دخول الأسواق ومن الوصول إلى المستهلك.

إن اعتماد العلامة التجارية كأداة اتصال ووسيلة أساسية في ميدان التعامل التجاري، جعل من السهل الاعتداء عليها بكافة صور التعدي بشكل يخالف الممارسات الشريفة والنزيهة في مجال التجارة والصناعة، فهنا قد يلحق الضرر بمالك العلامة نتيجة أفعال صادرة من المنافسين الآخرين، قد تمس بقيمة علامته، لكنها لا تصل لدرجة التقليد أي لا تمس بحقوقه الاستثنائية، كأن يقوم أحد المنافسين باستعمال العلامة على سلع مختلفة عن تلك التي سجلت من أجلها العلامة المحمية، فهذه الأعمال من شأنها الإضرار بصاحب العلامة وتشكل مساسا بقيمة العلامة، ويترتب عليها جزاءات حسب القواعد العامة للمسؤولية، لذا كل شخص تضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة يستطيع رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

إذا يتمتع مالك العلامة التجارية بالحق في حماية علامته مدنيا، دون الاستناد إلى جرم التقليد، وذلك تطبيقا للقواعد العامة في التعويض عن الضرر والتي تستند إلى دعوى المسؤولية التقصيرية أو دعوى المنافسة غير المشروعة، بمعنى إذا تم رفع دعوى التقليد واتضح للقاضي بأن الأفعال موضوع الدعوى لا تشكل تقليدا، فالحكم بعدم توافر أركان جنحة التقليد وعدم قبول الدعوى، لا يمنع من رفع دعوى مدنية أخرى على أساس المنافسة غير المشروعة لأن أسباب الدعويين مختلفة<sup>1</sup>.

من خلال ما سبق عرضه سنتعرض إلى الحماية الجزائية للعلامة التجارية (الفصل الأول)،

والحماية المدنية للعلامة التجارية (الفصل الثاني).

<sup>1</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 228. وراجع أيضا: سماح محمدي، المرجع السابق، ص 78 وما بعدها. وراجع أيضا: ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 187 وما بعدها.

## الفصل الأول: الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

أكدت أغلب التشريعات المقارنة ومنها التشريع الجزائري في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على الحماية الجزائرية للعلامة التجارية عن طريق إقامة دعوى التقليد من طرف مالك العلامة أو من له حق استئثار في استغلال العلامة، ضد من قام بفعل الاعتداء على الحق في العلامة.

وقد تناول المشرع صراحة ضمن نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، الجرائم التي قد تمس العلامة التجارية وقد أخذ على ما يبدوا بالمفهوم الواسع لتقليد العلامة، فنص على أن كل عمل يقوم به الغير وبمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة يعتبر تقليدا للعلامة، وهذا ما يشير إلى أن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية متعددة، أهمها صنع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، أو بصنع علامة تشبهها، اضافة إلى استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، أو وضع علامة مملوكة للغير...

كما نص المشرع على جرائم أخرى تتعلق بنظام العلامات، تتمثل في عدم وضع علامة على السلع أو الخدمات، وكذلك في من تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلع أو قدموا خدمات لا تحمل علامة، وكذلك الذين وضعوا على سلعهم علامات غير مسجلة، حيث اعتبر المشرع هذه الأفعال بمثابة جرائم و قرر لها عقوبات.

ويشترط لرفع الدعوى الجزائرية أن تكون العلامة التجارية مسجلة، لأن العلامة غير المسجلة لا تتمتع بالحماية الجزائرية، وهذا بإجماع الفقه والتشريعات المقارنة، وحماية العلامة هنا تقوم أثناء فترة تسجيل العلامة، كما أن العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية الجزائرية إلا في إطار المنتجات أو السلع التي تغطيها والتي سجلت من أجلها العلامة، وهذا طبقا لمبدأ تخصيص العلامة.

والحماية أو الدعوى الجزائرية لا تهدف أساسا إلى تعويض المتضرر، وإنما تهدف إلى حماية حقوق مالك العلامة، ومنع التعدي عليها، وإلى إيقاع (فرض) عقوبات جزائية بالحبس والغرامة عن ارتكاب أي من الأفعال التي تشكل جريمة في نظر قانون العلامات، بهدف تحقيق الردع العام بامتناع كافة الأشخاص عن ارتكاب أي من هذه الأفعال، والردع الخاص المتمثل بزجر وردع مرتكب فعل الاعتداء على العلامة عن ارتكابه مرة أخرى<sup>1</sup>، فالردع يساهم في تحقيق حماية أكبر للعلامة.

<sup>1</sup> - عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص ص52، 56.

و نشير هنا إلى أن التطور الذي يشهده العالم اليوم في مجال الاتصالات الإلكترونية نتج عنه الاستخدام الواسع للعلامات التجارية بصورة إلكترونية في المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت ، و هنا تستفيد العلامة التجارية أيضا من الحماية الجزائرية ذلك أن الاعتداء الإلكتروني على العلامات التجارية إن كان بالصورة التي نص عليها القانون و توافرت شروط الحماية الجزائرية المطلوبة قانونا فإن هذا الاعتداء الإلكتروني يأخذ حكم الاعتداء التقليدي المحرم<sup>1</sup>.

هنا نتساءل عن ما هو مضمون جرائم الاعتداء (التقليد) على العلامة التجارية و هل هناك معايير متبعة في تحديدها؟، ماهي القواعد والإجراءات الخاصة التي يجب إتباعها عند رفع الدعوى الجزائرية (دعوى التقليد)، وهل هناك ما يميز الجزاءات المترتبة عن هذه الدعوى؟.

سنحاول التطرق لهذه النقاط في مبحثين: جرائم الاعتداء (التقليد) على العلامة التجارية (المبحث الأول). أحكام دعوى تقليد العلامة التجارية (المبحث الثاني)

<sup>1</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 300 . تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري أصدر أحدث قانون يتعلق بالتجارة الإلكترونية، وهو القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر العدد 28، الصادر بتاريخ 16 مايو سنة 2018. لكن هذا القانون لم يتضمن أي أحكام خاصة أو أي شروط تتعلق بكيفية حماية حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية في إطار ما يسمى بالتجارة الإلكترونية إلا في مادة واحدة وهي المادة 3، بل إن هذا القانون تطرق فقط إلى ممارسات التجارة الإلكترونية ، منها شروط ممارسة التجارة الإلكترونية ، كيفية ممارسة المعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني ، العقد الإلكتروني، الأطراف الفاعلة في هذا المجال كالمورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني ، كيفية الدفع في المعاملات الإلكترونية ، كيفية عرض السلع و الخدمات في المجال الإلكتروني ، و العقوبات المطبقة في هذا الإطار. أما فيما يخص حقوق الملكية الفكرية، فقد نصت المادة 3 من القانون المذكور في إحدى فقراتها على أن التجارة الإلكترونية تمارس في إطار التشريع المعمول به ، إلا أن كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تمنع إذا كانت المنتجات تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

المبحث الأول: جرائم الاعتداء (التقليد) على العلامة التجارية

العديد من تشريعات الدول المتعلقة بالعلامات تضع تعاددا حصريا لصور الاعتداء الواقع على العلامة التجارية، وفي الجزائر عدّد المشرع في التشريع السابق للعلامات الملغى صور الاعتداء على العلامة التجارية سواء تعلق الأمر بالاعتداء المباشر أو غير المباشر على العلامة<sup>1</sup>، أما في التشريع الحالي للعلامات ورغم أنه أعطى مفهوما للتقليد إلا أنه أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد، إذ يشمل التقليد جميع الأفعال التي قد تمس بحقوق مالك العلامة التجارية<sup>2</sup>، دون أن يقوم بتحديدتها مثلما عدّها في التشريع السابق. وهذا ما يظهر من خلال نص الفقرة 1 من المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

وتقسم الأفعال التي تمثل اعتداء على العلامة التجارية<sup>3</sup> إلى أفعال الاعتداء المباشر و التي تشمل التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه (المطلب الأول)، و إلى أفعال الاعتداء غير المباشر على العلامة التجارية و التي تشمل استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، وضع علامة مملوكة للغير (أو اغتصاب علامة مملوكة للغير)، بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الاعتداء المباشر على العلامة التجارية

وضع المشرع الجزائري وصف "التقليد" لكل الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية،

<sup>1</sup> راجع المواد 28، 29، 30، من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، الملغى، المشار إليه سابقا. حدّد المشرع في هذه المواد الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية و حدد عقوبة كل منها.

<sup>2</sup> نصت الفقرة 1 من المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة." و من جهة أخرى نص المشرع في المادة 33 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، على أفعال أخرى و خصص لها عقوبات جزائية محددة بالحبس و الغرامة، و المشرع هنا حدد هذه الأفعال و جرمها ليس لأنها تمثل اعتداء على حقوق مالك العلامة، بل لأنها تخالف الأحكام المتعلقة بتشريع العلامات، و تتمثل هذه الأفعال في: عدم وضع علامة على السلع أو الخدمات، تعمد بيع أو عرض لبيع سلع أو تقديم خدمات بدون وضع علامة، وضع علامة على السلع أو الخدمات بدون تسجيلها أو لم يطلب تسجيلها.

<sup>3</sup> يسار فواز الحنيطي، الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، صص 290، 291. عدنان غسان برانوي، المرجع السابق، صص 840، 851.

وجريمة التقليد هي جنحة بتعبير المشرع<sup>1</sup> وهي من أهم الجرائم التي تمس العلامة وهي نوعان: التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه<sup>2</sup>.

ولعل السبب في إدراج هاتين الجريمتين ضمن جرائم الاعتداء المباشر على العلامة التجارية، هو أن هذه الأفعال تمس ذاتية العلامة وجوهرها وتشكل اعتداء مباشر على العلامة بالذات<sup>3</sup>، والمشرع يعاقب على هذه الأفعال سواء استخدمت العلامة المقلدة أم لم تستخدم. لذا سنتناول تقليد العلامة التجارية بالنقل (الفرع الأول)، و تقليد العلامة التجارية بالتشبيه (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: تقليد العلامة التجارية بالنقل

إن دراسة جريمة تقليد العلامة التجارية بالنقل تستلزم التطرق إلى العديد من العناصر المهمة، وهي تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية بالنقل (أولاً)، أركان (عناصر) جريمة تقليد العلامة بالنقل (ثانياً)، أشكال جريمة تقليد العلامة التجارية بالنقل (ثالثاً)، المساس بقيمة العلامة التجارية يخرج عن نطاق جريمة تقليد العلامة (رابعاً)، تقليد العلامة التجارية بالنقل في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية (خامساً).

**أولاً: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية بالنقل:** عرف جانب من الفقه جنحة تقليد العلامة التجارية بالنقل على أنها: "اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية"، وهو معنى ضيق لعبارة التقليد<sup>4</sup>، كما عرفت ب: "صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث أنه يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنها العلامة الأصلية"<sup>5</sup>، أما الفقه الفرنسي فقد عرفها جانب منه على أنها: "النقل الحرفي لكل أو لجزء من علامة الغير"<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 260. التقليد بالنقل (la contrefaçon reproduction) والتقليد بالتشبيه (la contrefaçon par imitation)

<sup>3</sup> - يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 291. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 840.

<sup>4</sup> - مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية-مصر، 1989، ص 754.

<sup>5</sup> - علي جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، الجزء الأول، القاهرة، رقم 358، 1975، ص 294، مشار إليه لدى فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 260.

<sup>6</sup> - Carreau Carolin, Contrefaçon de marque, JurisClasseur : marques et dessins, fasc 7500, Dalloz, Paris, 1994, p 27.

- مشار إليه لدى راشدي سعيدة، العلامات التجارية في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 235.



و هناك من عرف تقليد العلامة التجارية بأنه يتمثل في نقل العلامة نقلا حرفيا مطابقا وتاما، بحيث تصبح العلامة التجارية المقلدة و كأنها صورة طبق الأصل عن العلامة الحقيقية المسجلة، و لا يمكن تفرقتها عنها<sup>1</sup>.

ثانيا: أركان (عناصر) جريمة تقليد العلامة بالنقل: الأصل في الأفعال هو الإباحة، إذ لا يمكن أن يسأل الشخص على فعله جزائيا إلا إذا كان هذا الفعل يدخل في دائرة الأفعال المجرمة، وليس هناك شك في أن التقليد يعد فعل مجرم، لكن ذلك لا يعني أن كل الأفعال التي يأتيها التجار والصناع، حتى ولو كانت ضارة بحقوق صاحب العلامة، تعتبر تقليدا و تستوجب إثارة المسؤولية الجنائية لهؤلاء، وإنما يجب أن تتوافر في الفعل المشكوك فيه العناصر والأركان التي تقوم عليها جنحة التقليد<sup>2</sup>.

فلقيام أي جريمة ومعاينة مرتكبها لابد من توافر أركانها، الركن الشرعي، الركن المادي والركن المعنوي والأمر يتعلق هنا بجريمة تقليد العلامة بالنقل.

بالنسبة للركن الشرعي، لقيام جريمة التقليد يجب أن يدخل الفعل الذي يرتكبه المرء في دائرة المحظور وهذا ما يعرف بالركن الشرعي، فلا يمكن معاينة شخص بعقوبة جزائية إلا بوجود نص قانوني يقرر العقوبة ويحرم الفعل المرتكب، وهذا ما يعرف بمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات<sup>3</sup>، إذ تنص المادة الأولى من الأمر رقم 156-66، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، المذكور سابقا على أنه "لا جريمة ولا عقوبة ولا تديبر أمن بغير قانون". وهنا نجد قانون العلامات قد بين العناصر المادية و المعنوية لجريمة التقليد و العقوبة المقررة<sup>4</sup> فالمواد من 26 إلى 33 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، تجرم فعل الاعتداء على العلامات وتقليدها، وتعاقب عليه بالحبس والغرامة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية- حقوق الملكية الصناعية، الجزء الثاني، مكتبة القاهرة الحديثة، 1976، ص 598.

<sup>2</sup> - حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 212.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 218.

<sup>4</sup> - سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 402.

<sup>5</sup> - إن وجود نص مجرم فعل تقليد العلامة ويقرر العقوبة لا يعتبر كافيا، إضافة إلى ذلك لابد أن يأتي الفعل ضمن الشروط المحددة قانونا: 1/ أن يكون الاعتداء واقع على حق قائم وقت الاعتداء، 2/ وأن يكون مسجلا لدى المصلحة المختصة ممثلة في المعهد

إذا فالركن الشرعي يبين الأفعال المادية غير المشروعة التي تتكون منها جريمة التقليد وهي جوهر الركن المادي<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للركنين المادي و المعنوي فهناك من يرى بأن جريمة تقليد العلامة هذه لا تتطلب إلا ركنا واحدا وهو الركن المادي المتمثل في استنساخ العلامة أو اصطناع علامة مطابقة، فيعاقب جزائيا على ذلك في حد ذاته، أي لكي نكون أمام جنحة التقليد يكفي توافر العنصر المادي فقط المتمثل في صنع علامة مماثلة لعلامة الغير، أما الركن المعنوي فهو ليس شرطا ضروريا لكي نكون أمام جنحة التقليد، فهي معاقب عليها بحد ذاتها<sup>2</sup>. وأن يتم التقليد بالطبع بدون موافقة صاحب العلامة<sup>3</sup>، لأن الشخص لا يعد مرتكبا لجنحة التقليد إذا قام بموافقة المالك بأعمال تمس بحقوق صاحب العلامة.

في حين يرى آخرون أن الركن المادي وحده لا يعتبر كافيا لقيام جريمة تقليد العلامة، فزيادة عليه يجب توفر الركن المعنوي وهو القصد الجنائي أو سوء نية المقلد، وفي حالة عدم توفره لا تقوم جريمة التقليد بل تسقط تلك الجريمة بسبب عدم توفر القصد الجنائي، كما يجب التذكير بأن جهل بعض الأفراد بإجراءات منح شهادة تسجيل العلامة و بالتالي ملكيتها لا يمكن اعتباره عذرا، لأن المصلحة المختصة بالتسجيل تقوم بنشر تسجيل العلامات علانية فيكون ذلك بمثابة إعلام أو تبليغ عام للجمهور، و بالتالي لا يمكن قبول الجهل بالقانون كعذر يحتج به<sup>4</sup>.

---

الوطني الجزائري للملكية الصناعية ومنحت بشأنه شهادة التسجيل 3 / وأن يقع الاعتداء أثناء مدة صلاحية هذه الشهادة ويترتب على ذلك أن الأفعال التي ترتكب قبل تسجيل العلامة أو قبل نشرها، لاتعد تقليدا وهذا ما أكدته المادة 27 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المذكور سابقا، 4 / وأيضا لا يعتبر الشخص مرتكبا للتقليد إذا ما قام باستعمال علامة أو أي حق آخر من حقوق الملكية الصناعية بعد انقضاء مدة الحماية القانونية المقررة قانونا أو بعد سقوط حق المالك لسبب من أسباب السقوط. حمادي زويبر، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص ص 219، 220.

<sup>1</sup> - سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 402.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 235. في نفس الاتجاه ترى سميحة القليوبي أن القصد الجنائي ليس شرطا في جريمة التقليد فالمقلد يعاقب حتى ولو كان حسن النية لأن الفعل المادي لجريمة التقليد لوحده يعتبر كافيا لقيام الجريمة . راجع أيضا سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 404.

<sup>3</sup> - سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 15، جوان 2016، ص 389.

<sup>4</sup> - سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص ص 404، 405.

و إذا كانت قواعد قانون العقوبات تشترط توافر ركنين لقيام الجريمة الركن المادي والركن المعنوي، و بالطبع إضافة إلى الركن الشرعي، فإن جريمة تقليد العلامة ( التقليد بالنقل) لا تتطلب في أغلب الأحيان إلا ركنا واحدا وهو استنساخ العلامة، وليست هناك أي أهمية لحسن نية المصطنع أو لانعدام القصد لديه، لأن الركن المعنوي ليس مهما لقيام الجريمة، فاصطناع العلامة فقط يعد كافيا لكي يتجسد الركن المادي في جريمة التقليد بالنقل<sup>1</sup>.

وبقراءة نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المذكور سابقا، التي نصت على: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه."

من خلال نص المادة يبدو أن المشرع لم يشترط توافر القصد لقيام جنحة التقليد، في حين نجد أن في جرائم أخرى قد نص على ضرورة وجود القصد، مثلما أشارت له المادة 33 من الأمر 03-06 المذكور سابقا، بعبارة "...الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة..."<sup>2</sup>.

و بالعودة إلى نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المشار إليه سابقا، من خلالها نجد أن المشرع اعتبر أن كل الاعتداءات التي يمكن أن تمس العلامة وحقوق صاحب العلامة، فعلا من أفعال التقليد بدون أن يحدد صور أو أشكال هذه الاعتداءات<sup>3</sup>.

يبدو جليا أن المشرع الجزائري من خلال نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، قد حدد مفهوم التقليد إذ تبني المفهوم الواسع للتقليد، والذي يقصد به جميع التصرفات التي

<sup>1</sup> - بيوت نذير، مساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية (ترجمة أمقران عبد العزيز)، المجلة القضائية للمحكمة العليا، العدد 2، 2002، ص 62.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 261.

<sup>3</sup> - سارة بن صالح، المرجع السابق، ص 389.

يقوم بها الغير و التي تمس بحقوق صاحب العلامة ، أي جميع الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه القانونية، مع أن المشرع لم يحدد هذه الأعمال أو الأفعال، لأن صيغة النص جاءت عامة<sup>1</sup>.

وهذا بخلاف الأمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، الذي لم يحدد فيه المشرع مفهوم التقليد، إلا أنه قام بتعداد أو سرد الأعمال التي تشكل تعديا على العلامة<sup>2</sup>.

إن أي معتد في حالة تقليد العلامة (تقليد بالنقل) يعتبر سيء النية<sup>3</sup> لأنه يعلم علما مفترضا بأنه يعتدي على حق الغير (حق مالك العلامة)، فعند القيام بتسجيل العلامة ونشرها لدى المصلحة المختصة فإنها تعتبر حجة على الجميع، حتى ولو أثبت الفاعل أو المقلد بأنه حسن النية، فذلك لا يعفيه من تحمل المسؤولية عن تعويض الضرر الذي لحق بصاحب العلامة<sup>4</sup>.

على عكس جريمة التقليد بالتشبيه (التي عبر عنها المشرع في الأمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى ، بجريمة المحاكاة التدلّيسية) التي يتحقق القاضي فيها من إمكانية حصول الخلط، فإن التقليد بالمعنى الاصطلاحي لا يتطلب تقديرا من طرف القضاء، فإذا كانت العناصر الأساسية

<sup>1</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 259.

<sup>2</sup> - وهذا ما تضمنته المواد 28-29-30 من الأمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى و المذكور سابقا ، أين بيّن فيها المشرع الأفعال التي تشكل تعديا على العلامة وبالتالي تعتبر تقليدا.

<sup>3</sup> -يشكل الفعل المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية، جريمة بدون الحاجة إلى إثبات سوء نية المتهم، لأن المشرع يفترض أن إقدام شخص على إنشاء علامة تجارية جديدة تتطلب من المعنى القيام بالبحث و التحري مسبقا في سجل العلامات التجارية الموجود لدى مكتب تسجيل العلامات، إذا كان حسن النية، لكي يتفادى استخدام علامة مطابقة لعلامة سبق تسجيلها من طرف شخص آخر، فإذا قام المعنى هنا بإنشاء علامة تجارية مقلدة، فإن هذا الفعل المادي يعتبر بذاته قرينة أو دليل على سوء نية الفاعل، لأنه من الصعب أن يحصل تطابق لعلامتين بمجرد الصدفة ، و بالتالي مرتكب فعل التقليد لا يمكن له أن يدعي عدم علمه بأن العلامة مسجلة لكي يفلت من العقوبة، فتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة يعد حجة قاطعة تجاه جميع الناس.

محمد حسني عباس، التشريع الصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1967، ص 262. وهذا ما يؤكد القرار الصادر عن غرفة الجنتح، محكمة النقض السورية والذي جاء في نصه ما يلي: "وحيث أن الجرم المذكور في المادة 688 عقوبات وإن كان من الجزاء القصدية التي يشترط تطبيق المادة فيها القصد الخاص، فإن مجرد تسجيل العلامة الفارقة لأول مرة وإعلان التسجيل وفقا لأحكام المرسوم التشريعي 47 المؤرخ في 1946/10/09 يحولان دون التذرع بالجهل من قبل المخالف ويكفيان لتوفر عناصر الجرم باعتبار أن التسجيل والشهر المذكورين يضيفان على العلامة المسجلة صفة الحماية تجاه الأغيار". محكمة النقض السورية، جنة رقم 592 قرار 381، بتاريخ 1964/02/24. مشار إليه لدى عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 845.

<sup>4</sup> - نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية "الملكية الصناعية"، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، 2010، ص 338.

التي تميز العلامة مصطنعة فإنه لا يطلب أكثر من ذلك، ولا تهم التعديلات التي يمكن أن يقوم بها المقلد لكي يميز علامته من خلال عناصر أخرى، وهذا ما أكده قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر في 17 مارس 1999 في قضية بين شركة عطور LANCOM وبين جديدي، إذ حكم المجلس بأن المتهم أو الفاعل الذي قام بتسمية عطره بـ Trésor، قد ارتكب جنحة تقليد عندما اصطنع علامة " Trésor de lancom" و على إثر ذلك تم الحكم عليه بالتعويض وبإلغاء علامة "Trésor" المقلدة<sup>1</sup>.

**ثالثا: أشكال جريمة تقليد العلامة التجارية بالنقل:** تتحقق جنحة تقليد العلامة التجارية بالنقل من خلال اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو عن طريق نقل الأجزاء الرئيسية منها، ولا يهم إذا تم استعمال هذه العلامة فعلا أم لا، لكن يجب تمييزها عن جريمة استعمال علامة مقلدة، فالاستعمال يفترض بطبيعة الحال وجود تقليد سابق، وتظهر أهمية التمييز بين الجريمتين بصفة خاصة في اختلاف الفاعلين، إذ أن مرتكب الجريمة الأولى وهي التقليد قد لا يكون نفس الشخص الذي يرتكب الجريمة الثانية، فنكون أمام جريمة تقليد العلامة بالنقل إذا تم التنفيذ المادي لعملية نقل العلامة بغض النظر عن أي استعمال لها، فمجرد صنع نموذج للعلامة أو قنينات (زجاجات) أو بطاقات وحتى قبل وضعها على المنتج أو السلعة وبيعه يعد ذلك جنحة تقليد و يعاقب مرتكبها بعقوبات جزائية<sup>2</sup>.

لكي تتحقق جريمة تقليد العلامة بالنقل، يكفي للمدعي أن يثبت بأن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، إذ لا يشترط توافر العنصر المعنوي، فالعنصر المادي يعد كافيا في هذه الجريمة، وبالتالي فعنصر القصد ليس شرطا ضروريا لإثبات وجود هذه الجنحة، أي لا نبحث عن نية مرتكب التقليد فيما إذا حسنة أو سيئة<sup>3</sup>، فجريمة التقليد لا يمكن أن يفترض فيها حسن النية، كما لا يشترط توافر سوء النية لدى مرتكب فعل التقليد لكي يتابع جزائيا ما دام أن العلامات مسجلة لدى مصلحة التسجيل ومنشورة وهذا يعني أنها تتمتع بالحجية تجاه الجميع، إضافة إلى ذلك فإن جنحة التقليد تعد قائمة بغض النظر عن أي احتمال لوجود التباس أو خلط بين العلامتين الحقيقية والمقلدة، بمعنى أنه في حالات التقليد هذه لا يشترط أن يؤدي ذلك إلى تضليل وخداع جمهور المستهلكين. و بما أن جريمة تقليد

<sup>1</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 62.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 236.

<sup>3</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 261.

العلامة التجارية بالنقل تفترض اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية فإن ذلك لا يمثل أي إشكال إذا تعلق الأمر بالعلامة البسيطة مثل العلامة التي تتكون من كلمة واحدة، إلا أن الصعوبة تكمن في حالة العلامة المركبة ويكون جزء منها نقلا عن علامة الغير، ففي هذه الحالة هل يمكن القول أننا أمام جنحة التقليد<sup>1</sup>.

عند تقدير التقليد فإن القضاء الجزائري يأخذ بالنظر إلى التشابه الإجمالي، أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة الأصلية، أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يقدر المستهلك على تحديدها<sup>2</sup>.  
ففي قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر بتاريخ 17 مارس 1999، المشار إليه سابقا، في قضية كانت مطروحة بين شركة عطور LANCOM وبين جديدي، حكم المجلس بأن المتهم الذي قام بتسمية عطره بـ "TRESOR DE LANCOM" يكون قد ارتكب جنحة تقليد العلامة باصطناعه هذه العلامة وحكم عليه بدفع التعويض وبإلغاء العلامة المقلدة، فالتقليد هنا يعد قائما بالرغم من عدم وجود خطر الالتباس أو الخلط في ذهن المستهلك، وفي قرار آخر لمجلس قضاء الجزائر صدر في: 30-01-1989 حكم فيه بأن تسمية "BANITA" تشكل تقليدا لعطر "HABANITA"، فالتقليد هنا يشكل نقلا لعلامة الغير، نقل بإمكانه أن يثير الخلط أو الالتباس في أذهان جمهور المستهلكين<sup>3</sup>.

وجاء في حيثيات قرار المجلس: (وأنه يستخلص من مجرد مقارنة بين بطاقات المتهم وبطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينها من حيث الرسوم والألوان ومن حيث السمع وأن الاجتهاد القضائي يعتبر جنحة التقليد قائمة عندما يتم تقديم منتج في تغليف يحمل أوجه تشابه وتطابق كبيرة مع تغليف المنتج

<sup>1</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 237. هناك العديد من الآراء و القرارات المتباينة للقضاء الفرنسي، بعض القرارات ترفض فصل الكلمات التي تكون العلامة المركبة، فالعلامة تشكل كلاً غير قابل للتجزئة وبالتالي اعتبرت العلامة "Eau de roche" ليست تقليدا لعلامة "Roche"، و كان القضاء الفرنسي يستبعد جنحة التقليد كلما كان العنصر المقلد المأخوذ من علامة مركبة قد فقد فرديته وطابعه المميز نظرا لاندماجه في مجموعة ما غير قابلة للتجزئة وهذا ما يعرف بنظرية الكل الغير قابل للتجزئة". راجع في ذلك، نفس المرجع، ص 238. و أيضا فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 262.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 261.

<sup>3</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 62. وكذلك راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 239.

محل المنافسة حتى ولو كان يحمل اسما مغايرا ولكنه يوحي باسم العلامة التي تمت محاكاتها ونكون إذا كما رأينا بصدد جريمة التقليد كلما تم اصطناع العناصر الأساسية ومميزات العلامة)<sup>1</sup>.

ووفقا للقضاء الفرنسي فإن التقليد عن طريق النقل لعلامة الغير قد يكون نقلا كليا أو جزئيا، و لكي يتابع المقلد هنا جزئيا لا يشترط أن يكون هناك نقل كلي لعلامة الغير بل يكفي أن يتم نقل لجزء من العلامة بشرط أن يكون الجزء المقلد من العلامة مميذا و محميا، لأن عدم معاقبة المقلدين في حالة التقليد الجزئي للعلامة من شأنه أن يسمح أو يشجع المقلدين على الإفلات من العقاب من خلال تقليد جزء من العلامة فقط<sup>2</sup>.

تمت الإشارة فيما سبق إلى أن المحاكم الفرنسية تعاقب على التقليد الشامل (الكلي) لعلامة ما بذاته حتى و إن لم يتعرض فيه المستهلكون للخلط بين العلامتين الأصلية و المقلدة، وتعاقب على التقليد الجزئي لكن بشرط أن يكون الجزء المقلد من العلامة مميذا و محميا<sup>3</sup>، بمعنى أن ينصب التقليد الجزئي على عنصر مميز من العلامة، فمثلا استخدام كلمة (COCA) هو تقليد لعلامة (COCA-COLA) لأن الظاهر من هذه العلامة أن الجزء الذي تم تقليده هو الجزء المميز لمشروب (COCA)<sup>4</sup>، و في بعض الأحيان القضاء الفرنسي يرفض الاعتراف بالتقليد إذا كانت العلامة محل الاعتداء قد أضيف لها كلمة أو علامة مميزة ترفع اللبس لدى جمهور المستهلكين<sup>5</sup>، كما أن ترجمة علامة معينة إلى لغة ما لا يعتبر تقليدا ما لم تكن العلامة معروفة في دولة الحماية باسمها الأجنبي<sup>6</sup>، و بمناسبة التطرق لمسألة اللبس أو خداع الجمهور، فإنه في حالات التقليد بالنقل لا يشترط أن تؤدي إلى خداع الجمهور إذا كان المعتدي قد استخدم العلامة في منتج مطابق

<sup>1</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 62.

<sup>2</sup> - CA Bordeaux 11 mai 1951, TGI paris, 20 mars 1976. In Chavanne Albert et Salomon Claudine, marque de fabrique de commerce ou de service, op.cit, p 71.

- مشار إليه لدى راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 240.

<sup>3</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 262.

<sup>4</sup> - CA paris 25 janv . 1990, p1BD, 1990, 111, 424.

- مشار إليه لدى نوري حمد خاطر، المرجع السابق، ص 339.

<sup>5</sup> - CA versailles 5 mai 1993, PIBD, 1993.111,454, n°554.

- مشار إليه لدى نفس المرجع، ص 339.

<sup>6</sup> - نفس المرجع، ص 339.



تماما لمنتج صاحب العلامة<sup>1</sup>. وهو بلا شك يؤدي إلى خداع الجمهور وهنا نصت المادة (2-713L) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي أن استعمال العلامة في منتج مماثل أو مطابق تترتب عنه مسؤولية الفاعل سواء أدى ذلك إلى خداع الجمهور أو لم يتم ذلك. أما إذا تم استعمال العلامة على بضاعة أو خدمة مشابهة، فعندئذ يشترط أن يؤدي ذلك إلى خداع جمهور المستهلكين<sup>2</sup>.

#### رابعا: المساس بقيمة العلامة التجارية يخرج عن نطاق جريمة تقليد العلامة

إذا وقع الاعتداء على قيمة العلامة التجارية فإن ذلك لا يعتبر تقليدا ، ففي حالة عدم قيام الموزع بتوزيع المنتجات أو أداء الخدمات كما تم الاتفاق عليها لا يعد ذلك مساسا بالعلامة بل مساسا بقيمتها في السوق، وبالتالي لا يسأل عن التقليد و إنما يمكن أن يسأل وفقا لقواعد المسؤولية المدنية العقدية أو غير العقدية، ويرى الفقه الفرنسي بأن كل مساس بقيمة العلامة هو اعتداء خارج نطاق المنافسة التجارية، ولا يمس بحق من حقوق العلامة التجارية لأن ذلك لا يؤدي إلى لبس لدى جمهور المستهلكين، إلا أنه يمثل علاقة غير مشروعة تتولد عنه مسؤولية مدنية. لذا فإن استعمال علامة على منتجات أو خدمات غير مشابهة لا يشكل تقليدا للعلامة<sup>3</sup> في ظل قانون العلامات التجارية، ولكن يعد إضرارا غير مشروع طبقا لقواعد المسؤولية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - cass-com.16 nov, 1981, ripia 1981, 487, cass-com.3 nov 1988, pibd, 1989,111.228, no 454.

- مشار إليه لدى نفس المرجع ، ص 339.

<sup>2</sup> - Voir Art L713-3 , Code Français de la Propriété Intellectuelle, disponible sur le site : <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006069414/> , date de visite : 18-01-2023.

<sup>3</sup> - رأينا سابقا أن تقليد العلامة يمثل فعلا يعاقب عليه بحد ذاته دون الحاجة إلى إثبات سوء نية المتهم، و أن القاضي له أن يرفض حجة مرتكب فعل التقليد بأنه حسن النية، و قد سارت في نفس المعنى محكمة تمييز دبي في قرار لها نص فيه على ما يلي : "لا تقبل دعوى تقليد العلامة التجارية إلا من مالكة المسجلة باسمه ولا ترفع إلا على من قلدها، ولا مجال لحسن نية الأخير أو سوء نيته طالما كانت العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة في الدولة، لأنه بتسجيلها يفترض علم الكافة بها". محكمة تمييز دبي، طعن رقم 374 لسنة 2000، منشور لدى: سمير فرنان بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة و المؤشرات الجغرافية و الرسوم و النماذج الصناعية: دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2007، ص 877.

لكن يمكن للمتهم أن يثبت أنه حسن النية متى كانت ظروف الحال تؤيد ادعاءاته ، كأن يثبت بأن تنفيذ الفعل المادي لم يشكل اعتداء على الحق في العلامة، وتمكن من أن يثبت أن العلامة قد تم صنعها لتمييز منتجات غير منافسة، أو أثبت أن تقليد العلامة



إن نقل علامة الغير واستعمالها خارج نطاق تخصيصها لا يعد تقليداً، لأن ذلك لا يشكل اعتداءً على حقوق صاحب العلامة الأصلية بل يعد مساساً بقيمة العلامة وفقاً لقانون العلامات التجارية، ذلك ما يلاحظ عند استخدام العلامة في ألعاب معينة، مثل علامة ماكينة خياطة أو علامة سيارة تستخدم في لعبة سيارة<sup>2</sup>.

كما لا يعتبر تقليداً عندما تستعمل العلامة من طرف صانعي الملحقات أو قطع غيار المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية أو في بضائع أو خدمات فرعية، لأن استعمال العلامة في هذه الحالات مبرر لاعتبارات اقتصادية إذا كانت تشكل مرجع ضروري لبيان نوع المنتج أو الخدمة المخصص له<sup>3</sup>، و بالتالي لا يعد تقليداً وضع العلامة على قطع غيار السيارة لأنها تابعة للمنتج الرئيسي وهو السيارة التي تحمل العلامة الأصلية، ولا يعد ذلك تقليداً لسببين: الأول أن حق مالك العلامة نفذ بعد الترخيص بإنتاج قطع الغيار، والثاني لأن وضع العلامة يعتبر حق مشروع على المنتج المرخص بإنتاجه، وقد طبق القضاء الفرنسي هذه الحالة على حالات أخرى، وأقر بأن استخدام العلامة هنا لا يعتبر تقليداً بل هو لتحديد الغرض من المنتج و مصدره<sup>4</sup>.

#### خامساً : تقليد العلامة التجارية بالنقل في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية

فيما يخص مجال التجارة الإلكترونية أي في إطار المعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم عن طريق الإنترنت، يمكن تصور وقوع فعل التقليد أو إحدى صور الاعتداء على العلامة التجارية بطريقة إلكترونية، فقد يثبت مالك العلامة التجارية بأن علامته قد تم تسجيلها بصورة مطابقة وحرفية من طرف الغير كعنوان

كان لغرض علمي، مثل وضع العلامة على كتالوغ أدوية طبية، أو أن العلامة تم صنعها لكي تستغل في الدعاية في المحل عن بيع المنتجات الأصلية التي تحمل العلامة الحقيقية. عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 846.

<sup>1</sup> - نوري حمد خاطر، المرجع السابق، ص 335.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 339، 340.

<sup>3</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 241.

<sup>4</sup> - نوري حمد خاطر، المرجع السابق، ص 340.

- CA paris 3 juillet 1993, PIBD, 1993,111,699,n°555,

- CA paris 3 juin 1981, D, 1982, 434,

- CA paris 27 septembre 1990, DS, 1990, IR,244.

- مشار إليهم لدى نفس المرجع، نفس الصفحة.

موقع إلكتروني لشركة منافسة، ففي هذه الحالة يتم تسجيل العلامة التجارية بصورة مطابقة وبنفس الشكل والحروف وتسجيلها كعنوان موقع إلكتروني أو نقل تلك العلامة بشكل متطابق إلى الموقع الإلكتروني لشركة أخرى واستخدامها فيه بطريقة توحي بأن مالك هذا الموقع الإلكتروني هو مالك تلك العلامة أو مستخدم لتلك العلامة المملوكة للغير بصورة حرفية كأداة ربط إلكتروني إلى مواقع شركات منافسة أو غيرها من صور النقل الحرفي للعلامات التجارية و استخدامها في المجال التجاري الإلكتروني<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: تقليد العلامة التجارية بالتشبيه

لفهم جريمة تقليد العلامة التجارية بالتشبيه، وجدنا أنه من الضروري التطرق للعناصر التالية: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية بالتشبيه (أولاً)، أركان جريمة تقليد العلامة التجارية بالتشبيه (ثانياً)، ضوابط تقدير التشبيه (ثالثاً)، أنواع التشبيه (رابعاً)، تقليد العلامة التجارية بالتشبيه في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية (خامساً).

أولاً- تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية بالتشبيه: عرف جانب من الفقه "التقليد بالتشبيه" بما يلي: "تشبيه العلامة ليس إلا وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى، بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما أو تمييزها لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يضلل جمهور المستهلكين. فاقصر النقل المكون للجريمة على مجرد نقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها حرفياً مع إضافة شيء آخر فإن هذا لا يعد تقليداً للعلامة وإنما تشبيهاً لها"<sup>2</sup>.

وعرفه آخر: "التشبيه هو اصطناع علامة متشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين"<sup>3</sup>.

كما عرفه آخر: "تشبيه العلامة يحدث بكيفية غير مباشرة بأن يكون التشابه بين العلامة الأصلية المسجلة والعلامة المشبهة تشابهاً في المظهر العام مما يؤدي إلى احتمال وقوع الجمهور في الخلط بينهما"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 311.

<sup>2</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 598.

<sup>3</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 260.

<sup>4</sup> - محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 258.

إذا فتقليد العلامة بالتشبيه هو قيام المشبه بصنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، على الرغم من وجود اختلاف بينهما، و بهذا فالمستهلك المتوسط الحرص قد لا يقدر على التمييز بين العلامة الحقيقية والعلامة المقلدة لأنه قد يقع في الخلط واللبس بينهما، فمن يقوم بالتشبيه غالبا ما يعتمد إلى إضافة أشياء بسيطة للعلامة أو يعتمد إزالة جزء أو أجزاء من العلامة أو إجراء تغييرات عليها قد تطال لوحتها أو حروفها لكي يوهم الغير في حالة ضبطها بأنه قد أدخل بعض التعديلات فقط على العلامة الحقيقية<sup>1</sup>.

و مما سبق يتضح الفرق بين الجريمتين أي جريمة التقليد عن طريق النقل وجريمة التقليد عن طريق التشبيه، فالأولى تشترط النقل الكامل (أي الكلي) أو الجزئي للعلامة أي نقل أحد عناصرها المميزة، ولا يهم إن كان من شأن ذلك إحداث خلط، أما الثانية أي التقليد بالتشبيه فهي اصطناع علامة مشابهة للعلامة الأصلية بقصد إحداث الخلط في ذهن المستهلك للاستفادة من شهرة أو سمعة العلامة الأصلية<sup>2</sup>.

ثانيا- أركان جريمة تقليد العلامة التجارية بالتشبيه: ذكرنا سابقا أن جريمة التقليد بالنقل لا تتطلب إلا الركن المادي، لكن الأمر يختلف بالنسبة لجريمة التقليد بالتشبيه التي تتطلب توافر الركنين المادي والمعنوي (العمدي)<sup>3</sup>، فالركن المادي يتركز على وضع علامة مشابهة للعلامة الأصلية (يرتكز على تشبيه ذي طابع جوهري) من شأنها أن تؤدي بجمهور المستهلكين إلى الخلط بين العلامتين، أما الركن العمدي (أو المعنوي) وهو يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه (وضع علامة مشابهة) بقصد خداع جمهور المستهلكين<sup>4</sup>، وخلق اللبس لديهم.

فالركن المادي يتمثل في أن التشبيه ينصب على الطابع الأساسي الكفيل بخلق اللبس في ذهن المشتري. أما الركن العمدي فيتمثل في القصد الجنائي أي قصد الغش لدى المشبه.

<sup>1</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 598.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، العدد 01، 2012، ص 225.

<sup>3</sup> - وبخلاف جريمة التقليد بالنقل التي تتطلب الركن المادي فقط، فجريمة التقليد بالتشبيه بما أنها تتطلب توافر الركنين المادي والمعنوي (العمدي) فهي تخضع للقواعد العامة لقانون العقوبات، و نذكر هنا بأن المشرع الجزائري عبر عن جريمة التقليد بالتشبيه في التشريع السابق للعلامات (الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا) بجريمة التقليد التديليسي أو المحاكاة التديليسية. المواد 28-29 من الأمر رقم 66-57، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 266.

وعلى خلاف ما هو عليه الحال في التقليد بالنقل (الاصطناع الحرقي) فإنه يتم ترتيب التقليد بالتشبيه بطريقة تحدث لبسا في ذهن المستهلك غير النبه، بين المنتجات الممهورة بعلامتين، لذا يعد ضروريا اشتراط توفر قصد الغش أو قصد إحداث اللبس لدى المشبه<sup>1</sup>.

إن جريمة تقليد العلامة التجارية بالتشبيه، تتطلب لقيامها أن يتم تشبيه العلامة بنية الغش، بمعنى أن يكون المتهم بالتشبيه قد تعمد بفعله إحداث اللبس بين العلامتين الأصلية و المشبهة، ليصل إلى مبتغاه و هو تضليل جمهور المستهلكين و إحداث الخلط لديهم و الاستفادة من شهرة و رواج العلامة الأصلية في السوق<sup>2</sup>، وهذا هو جوهر الركن العمدي.

يقع عبء إثبات قصد الغش لدى المشبه على عاتق المدعي، و بإمكان القاضي أن يستنتج سوء نية مرتكب جريمة تشبيه العلامة عن طريق اعتماده على مجموعة من الأدلة، فمثلا واقعة التشابه بين العلامتين، تعد قرينة واضحة على سوء نية مرتكب فعل تشبيه العلامة، وعلى اتجاه نيته إلى الغش، لأنه لا يمكن أن نعتبر وقوع التشابه بين العلامتين قد حدث نتيجة صدفة عادية، خاصة إذا كانت العلامة التجارية مشهورة<sup>3</sup>.

أيضا إذا ارتكب فعل تشبيه العلامة من طرف تاجر فيفترض بهذا الأخير أن يكون على علم بجميع العلامات التجارية المسجلة، وذلك بحكم العرف التجاري، و أن يكون قد قام بالبحث و التحري على جميع العلامات التجارية الموجودة في السوق و خاصة المشهورة منها، قبل اختيار العلامة الخاصة به<sup>4</sup>.

إن قصد الغش يخضع في تقديره لقضاة الموضوع، و يمكن استخلاصه من جميع العناصر التي يجب على المحكمة الرجوع إليها، إذ جاء في حكم لمحكمة الجزائر: "أنه يستخلص من جميع عناصر القضية أن المتهم وباختياره تسمية "Sinciere" في الوقت الذي كان يستطيع فيه تسمية علامته في النطاق الوطني بتسمية جزائرية محضة قد اختار عن دراية وعلم تسمية أوروبية وأن تشابه المقطع الأول في التسميتين يشكل

<sup>1</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 64.

<sup>2</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 606.

<sup>3</sup> - محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 262.

<sup>4</sup> - صلاح سلمان أسمر زين الدين، حماية العلامات التجارية المشهورة في ظل اتفاقية باريس وتريس والقانون الأردني، بحث منشور في مجلة المنارة للبحوث و الدراسات، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد 7، العدد 3، 2001.

نقطة مشتركة بين العلامتين، وأخيراً فإن اختيار المتهم عند إيداع علامته علامة مشابهة لعلامة شائعة يعني حتماً رغبته في الحصول على فائدة من شهرة العلامة المذكورة<sup>1</sup>.

كما اعتبرت محكمة الجنايات في لبنان بأن شهرة العلامة المشبهة تعد دليلاً على سوء نية المدعى عليه، إذ فرضت على التاجر التزاماً بضرورة دراسة السوق قبل طرح منتجاته واختيار علامته التجارية<sup>2</sup>. وفي حالة عدم تقديم الدليل على توفر قصد الغش لدى مرتكب التقليد بالتشبيه فإن هذا الأخير لا يتابع جزائياً، أي لا يمكن متابعتة أمام محكمة الجناح، ورغم ذلك وحتى وإن أثبت المشبه نيته الحسنة، فإن ذلك لا يعفيه من تحمل المسؤولية المدنية<sup>3</sup> ما دام التقليد بالتشبيه قائم فعلاً.

و يعد غير ضروري إقامة الدليل على قصد الغش وسوء النية في مجال حقوق الملكية الصناعية ومنها العلامة التجارية، إلا من أجل الحصول على عقوبة جزائية و غير ضروري للحصول على التعويضات المدنية، كما لا يكون قضاة الموضوع ملزمين في المجال المدني بإبراز توفر القصد الإجرامي لدى المقلد أو المشبه للعلامة لمعاقبته، لأن الجزاءات على المساس بالحقوق في العلامات عديدة ومتنوعة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 68.

<sup>2</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 847. إذ أن المحكمة نصت في حكمها على ما يلي: " لا تتوقف المحكمة عند أقوال المستأنف عليها بأنها لم تكن على علم بوجود العلامة الفارقة خاصة بالمستأنفة لأن منتوجات شركة مارس إنكوربوريتد من الشهرة العالمية والمحلية وهي قيد التداول في الأسواق اللبنانية منذ أكثر من 20 سنة، بحيث لا يمكن لتاجر حديث العهد ينوي المباشرة بتجارة من ذات الصنف أن يتذرع بجهله هذا الأمر لأنه يفترض فيه أن يدرس السوق المحلي واحتياجاته والأصناف الراجعة قبل المباشرة بالعمل، وهذا ما فعلته الشركة المستأنف عليها التي اطلعت على أصناف الشركة المستأنفة ومدى جودتها وانتشارها فعمدت إلى اغتصاب علامتها التجارية بهذه الطريقة أملاً بترويج منتوجاتها ". محكمة جنابات البقاع، قرار رقم 129 تاريخ 1997/07/31، منشور لدى: سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الجزء 3، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2003، ص 144.

<sup>3</sup> - تقوم المسؤولية المدنية لمرتكب التقليد بالتشبيه بمجرد أن يقوم المدعي (صاحب العلامة الأصلية) بتقديم الدليل المادي على أن تشبيه العلامة يحدث للباس أو الخلط في ذهن المستهلك بين العلامتين الأصلية و المقلدة، وذلك بغض النظر عن وجود حسن النية لدى المشبه، و من ثم فإن المدعي له أن يباشر دعوى مدنية من أجل انتحال العلامة وهنا يكرس الاجتهاد القضائي ما يسمى "بالحاكاة غير المشروعة" خلافاً للتقليد بالتشبيه (الحاكاة التديسية) وبالتالي يمكن القول أننا أمام شبه جنحة تمييز عن التقليد بالتشبيه من حيث كونها لا تتطلب الركن المعنوي، بمعنى أن التشبيه هنا، هو تشبيه غير مباح و على ذلك يمكن للمدعي رفع دعوى اغتصاب العلامة. فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 269، 270. وكذلك بيوت نذير، المرجع السابق، ص 68.

<sup>4</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 68، 69.

ثالثا- ضوابط تقدير تشبيه العلامة: تعتبر مسألة تقدير العلامات التجارية أو تشبيهها من المسائل الموضوعية (أو الواقعية) التي تدخل في اختصاص أو سلطة قاضي الموضوع دون وجود رقابة عليه من المحكمة العليا (محكمة النقض) ، و هذا ما قضت به محكمة النقض المصرية في حكم لها<sup>1</sup>، و من الضوابط أو المعايير التي وضعها القضاء للاستعانة بها في تقدير مدى قيام التقليد والتشبيه، ما يلي:

**1- العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف:** لكي تقوم المحكمة (أو الجهة القائمة بالتقدير كمكتب تسجيل العلامات التجارية) بتقدير قيام جريمة التقليد بالتشبيه، يجب عليها أن تقوم بالنظر إلى أوجه الشبه (أو التشابه) بين العلامتين الأصلية والمشبّهة و لا تنظر إلى أوجه الخلف (أو الاختلاف)، فقد يكون بينهما العديد من نقاط الخلف الجزئية، ومع ذلك فإنهما تعتبران متشابهتين من الناحية الإجمالية، فإذا نظرت المحكمة إلى نقاط الخلف ولم تأخذ بعين الاعتبار أوجه الشبه، فمن شأن ذلك أن يؤدي إلى السماح باستعمال العلامة اللاحقة المشابهة، و بالتالي وقوع المستهلكين في الالتباس<sup>2</sup>، و منه فجريمة التقليد بالتشبيه تقوم في حالة ما إذا وصل التشابه بين العلامتين إلى الحد الذي يوقع الغير في الغلط واللبس بغض النظر عما يوجد بينهما من اختلاف<sup>3</sup>.

وقد تبنى القضاء هذا المبدأ في قرارات قضائية عديدة<sup>4</sup>، أما عن الاجتهاد القضائي الجزائري فقد أقر بوجود تشابه وبالتالي احتمال وقوع اللبس بين العلامتين "Selectra" و "Selecto"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - حسام الدين الصغير، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد والمنظمة في الدار البيضاء (المغرب) في الفترة 7-8 ديسمبر كانون الأول 2004، ص 10.

<sup>2</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 638.

<sup>3</sup> - حمادي زويبر، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التحريم والعقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟ المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، عدد 01، 2010، ص 121.

<sup>4</sup> - في قرار لمحكمة النقض المصرية في نزاع يتعلق بالاعتراض على تسجيل علامة تجارية "القباي" عن منتجات صابون نظرا لتشابهها مع علامة "الميزان" بصدد منتجات مماثلة جاء فيه: " على المحكمة تقدير التقليد والتشبيه من وجهة نظر المستهلك، باعتبار المشابهة الإجمالية أكثر من اعتبارها للفروق في الجزئيات الموجودة بين العلامة الحقيقية والعلامة الجارية عليها الدعوى، وبما أنه يجب سندا لهذه المادة الاعتداد عند المقارنة بأوجه الشبه في المظهر العام للعلامتين لا في أوجه الخلف فيه والتفاصيل والجزئيات، فتقدر المحكمة التقليد أو التشبيه الذي يؤدي إلى تضليل الجمهور و إحداث اللبس والخلط بين السلع و من وجهة نظر المستهلك المتوسط الحرص والانتباه". محكمة النقض المصرية، طعن مدني رقم 390 لسنة 27 قضائية، حكم صادر بتاريخ 24 يناير 1963. مشار إليه لدى: حسام الدين الصغير، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، المرجع السابق، ص 6.

و من جهة أخرى هناك قضايا لم يتم الحكم فيها بوجود أوجه تشابه، ومن ذلك تسمية "REVE" و "DESIRE" ليست تشبيه تدليسي (محاكاة تدليسية) لتسمية "REVE D'OR"<sup>2</sup>، وتسمية "ROI" و "MAGE" ليست تشبيها لتسمية "RAMAGE"<sup>3</sup>.

**2- العبرة بالصورة العامة للعلامتين وليس بالتفصيلات:** عند القيام بتقدير التشابه بين العلامتين، العلامة الأصلية والعلامة المشبهة، يجب إجراء مقارنة للصورة العامة لكل من العلامتين، و ليس مقارنة عناصر من الأولى مع عناصر إفرادية من الثانية. لأن العناصر يمكن أن تتشابه فيما بينهما دون أن يؤدي ذلك إلى التشابه الإجمالي للعلامات. و يمكن أن تختلف العناصر الإفرادية (الجزئيات) عن بعضها، ومع ذلك تعتبر العلامات متشابهة من ناحية المظهر العام لها<sup>4</sup>.

إن العبرة هي بالمظهر العام للعلامتين وليست بتفاصيلهما أو جزئياتهما، وما يعد مهما هنا هو الصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة لتركيب العديد من العناصر مع بعضها كالصور والحروف والرموز ، والشكل الذي تبرز به علامة أو أخرى، بغض النظر عن العناصر التي تركبت منها العلامتين وعمّا إذا

<sup>1</sup> - (ففي هذه القضية رفعت الشركة ذات المسؤولية المحدودة حمود بوعلام مالكة علامة "Selecto" دعوى قضائية من أجل المحاكاة التدليسية (تقليد بالتشبيه) أو غير الشرعية لعلامة "Selectra" على السيد زروقي مالك مصنع مشروبات "Zerka" الذي أودع لاحقا علامة "Selectra" لتسويق مشروب غازي بطعم التفاح. وحكمت المحكمة بأن علامة "Selecto" كانت سابقة على علامة "Selectra" التي يطالب المدعى عليهم بملكيته. وأن علامة "Selecto" معروفة ولها صيت ذائع و مستعملة منذ مدة طويلة وأن للطريقة وللتسميتين اللتين يقدم المنتوجان بما أوجه تشابه بخصوص الطبيعة والاستعمال، وأن تواجد العلامتين معا، الثابت تشابههما، كفيل بإحداث اللبس في ذهن المستهلكين، وأن هناك بالتالي تشابها ومن ثم احتمال وقوع اللبس بين العلامتين "Selectra" و "Selecto"). محكمة الجزائر حكم 09 ماي 1969، قضية الشركة ذات المسؤولية المحدودة حمود بوعلام ضد زروقي. مشار إليه لدى بيوت نذير، المرجع السابق، ص 64، 65 .

<sup>2</sup> - حكم محكمة الجزائر، 03 جوان 1971، قضية Privert ضد شركة رياض، مشار إليه لدى بيوت نذير، المرجع السابق، ص 65.

<sup>3</sup> - حكم محكمة الجزائر، 07 ديسمبر 1972، قضية شركة "BouReois" ضد (ع) ، مشار إليه لدى:

Ali Haroun, La protection de la marque au Maghreb, o.p.u, Alger, 1979, annexe, p 407.

<sup>4</sup> - عدنان غسان برانوي، المرجع السابق، ص 639.



كانت الواحدة تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى<sup>1</sup>. إذا فالعبارة هي في مجموع العلامة وشكلها العام الذي ينطبع في الذهن وليس بالأجزاء أو العناصر التي تتركب منها<sup>2</sup>.

و في الجزائر أكدت المحكمة العليا في قرار صادر عن الغرفة التجارية والبحرية بتاريخ: 04 افريل 2007، في قضية شركة (باكتري) ضد (ق.خ) ، بشأن علامة (TAOS) وعلامة (TAOUS) على أن التقليد يتم تقديره تبعا للتشابهات في المجموع وليس في فروقات التفاصيل، و منه فإن القضاء في الجزائر قد أخذ بالمبدأ المذكور أعلاه<sup>3</sup>.

**3- عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين بل يجب النظر إليهما على وجه التابع الواحدة تلو الأخرى:** عند إجراء المقارنة بين العلامتين الحقيقية و المدعى بأنها مشبهة، يجب أن لا ينظر إليهما متجاورتين جنبا إلى جنب، و إنما يجب النظر إليهما على وجه التابع، الواحدة تلو الأخرى، كل

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 639.

<sup>2</sup> - هذا المبدأ يعد من المبادئ المستقرة في القضاء المصري، ومن بين القضايا التي عرضت على محكمة النقض المصرية و طبقت فيها هذا المبدأ قضية فصلت فيها المحكمة، وقبل أن نشير إلى ما يهمننا من قرار المحكمة يجدر بنا أن نذكر بهذا المبدأ الذي يقضي بأن " العبارة بالصورة العامة للعلامة التي تنطبع في الذهن بالنظر إلى العلامة في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها وما إذا كانت تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه علامة أخرى."

وقد جاء في قرار المحكمة: "أن الغرض من العلامة -على ما يستفاد من المادة الأولى من القانون رقم 57 سنة 1939 - هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع ، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة بحيث يرتفع اللبس بينها ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل، ومن أجل ذلك وجب لتقدير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها- النظر إليها في مجموعها لا إلى كل من العناصر التي تتركب منها- فالعبارة ليست باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه علامة أخرى، وإنما العبارة هي بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الصور أو الرموز أو الصور مع بعضها وللشكل الذي تبرز به في علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها وعمما إذا كانت الواحدة منها تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى. ولما كان الحكم المطعون فيه قد جانب هذا النظر فإنه يكون متعين النقض". محكمة النقض المصرية، طعن مدني رقم 430 سنة 25 قضائية، مجموعة الأحكام، المكتب الفني لمحكمة النقض، السنة 11، العدد الأول، ص 100. مشار إليه لدى: حسام الدين الصغير، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، المرجع السابق، ص 08.

<sup>3</sup> - قرار المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، ملف رقم 404570، بتاريخ 04 أبريل 2007، قضية شركة (باكتري) ضد (ق.خ)، بشأن علامة (TAOS) وعلامة (TAOUS)، مجلة المحكمة العليا، ملخص عن القرار موجود ضمن ملحق يتضمن ملخصا عن القرارات المذكورة في مداخلة السيد محمد مجبر، عدد خاص حول (التقليد في ضوء القانون و الاجتهاد القضائي)، سنة 2012، ص ص23، 24 .



على حده وهذا أمر طبيعي لأن عملية عرض المنتجات أو السلع التي تحمل العلامة الأصلية بجوار المنتجات التي تحمل علامة مشبهة (أو مقلدة) ، هو أمر لا يتصور وقوعه في الحياة الواقعية، فالمستهلك العادي متوسط الحرص عند مباشرته لعملية الشراء فهو لا يحضر معه العلامة الأصلية ليقوم بالمقارنة بينها وبين العلامة الموضوع على السلعة التي يرغب في شرائها، و لا يمكن له أن يقوم بتذكر العلامة الأصلية بكامل تفاصيلها لكي يتخيلها إلى جوار العلامة الأخرى، ثم يتخذ قراره ، وإنما يجب النظر إلى كل من العلامتين بشكل متتابع من أجل ملاحظة الأثر الذي يمكن أن تتركه كل منهما في النفس، من أجل تقدير فيما إذا كان التشابه موجودا بينهما أم لا<sup>1</sup>.

إذا ما دامت العبرة هي بالمظهر العام أو بالصورة التي تنطبع في الذهن، فلتقدير إمكانية الوقوع في الخلط يجب ألا ينظر القاضي إلى العلامتين متجاورتين لإجراء المقارنة بينهما، بل يجب عليه أن ينظر أولا إلى العلامة الأصلية وبعدها، ثم ينظر بعد ذلك إلى العلامة الأخرى التي يُدعى أنها مقلدة أو مشبهة، لكي يتمكن من أن يقدر فيما إذا كان الأثر الذي تتركه كل من العلامتين لديه واحدا أو متقاربا<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - محكمة النقض المصرية، طعن رقم 5693، لسنة 65 ق جلسة بتاريخ 2002/05/14، حكم مشار إليه لدى: سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 599. وكذلك حمادي زويير، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم والعقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المرجع السابق، ص 121. وكذلك عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 641.

<sup>2</sup> - حسام الدين الصغير، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، المرجع السابق، ص 9. وقد أخذت محكمة النقض السورية بهذا المبدأ في قرار لها ، القرار رقم 732 بتاريخ 1972/08/23، منشور لدى: عوا و كيلاني، المدونة القضائية للاجتهاد القضائي، القسم الأول في القضايا المدنية و التجارية و الشرعية، جزء 15، ص 202، مشار إليه لدى: كنعان الأحمر، التقاضي في مجال الملكية الفكرية: العلامات التجارية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين والمنظمة في عمان (الأردن) في الفترة 4 و 5 أبريل/ نيسان 2004، ص ص 19، 20. وثيقة منشورة في موقع الويبو التالي : <https://www.wipo.int> تحت رقم : WIPO/IPR/JU/AMM/04/DOC.5B أو أدخل على الرابط مباشرة :

[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04\\_5b.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ipr_ju_amm_04/wipo_ipr_ju_amm_04_5b.pdf)  
تاريخ الاطلاع : 2021-04-24

#### 4- احتمال الخلط أو الالتباس لدى المستهلك:

إذا كان تقليد العلامة بالنقل يفترض أو يركز على تقدير الاصطناع شبه الكامل لبعض العناصر الأساسية، فإن تقليد العلامة بالتشبيه يفترض أو يركز على تقدير اللبس الممكن حدوثه لدى جمهور المستهلكين<sup>1</sup>.

فلكي تتحقق جريمة تقليد العلامة التجارية بالتشبيه يجب أن تكون العلامة المشبهة من شأنها إحداث الخلط والالتباس لدى المستهلكين، فليس من الضروري أن يكون التقليد قد أحدث فعلا خلطا لدى المستهلك<sup>2</sup>، بمعنى أنه لا يشترط في الالتباس (أو اللبس) لدى جمهور المستهلكين أن يكون محققا بل إن مجرد إمكانية وقوعه يعتبر فعلا مكونا للتقليد<sup>3</sup>.

وبالرجوع إلى الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، نجد أن المشرع الجزائري نص على أن يكون الخلط أو الالتباس محتمل الوقوع، ولم يشترط أن يكون قد تحقق أو قد وقع فعلا وهذا ما يظهر عندما تطرق إلى العقوبات المقررة بشأن الاعتداء على العلامة بقوله: "يعاقب بغرامة... اللذين يتخذون علامة لغيرهم ومن غير أن يقلدوها، يجعلون منها صورة تدليسية من شأنها أن يخدع لها المشتري..."<sup>4</sup> ونلاحظ هذا من عبارة "من شأنها أن يخدع لها" أي يمكن أن، وهو أمر احتمالي.

إن وقوع المستهلك أو المشتري ضحية للبس أو الغلط أو الانخداع، هو أمر يمكن حدوثه، و ما يدعم ذلك أن الغالبية العظمى من العلامات في الجزائر مكونة من تسميات فرنسية، والمستهلك الجزائري (ذو التعبير العربي) أكثر حساسية لتشابه التناغم اللفظي أو الرمزي من التشابه الكتابي، وهذا ما يظهر في العديد من أحكام القضاء التي تطرقنا لها في مجال العلامات<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 64.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 243.

<sup>3</sup> - نوري حمد خاطر، المرجع السابق، ص 342.

<sup>4</sup> - المادة 29 (أولا) من الأمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، (الملغى)، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> - بيوت نذير، المرجع السابق، ص 67.

ولا يمكن اعتبار كل تشابه بين العلامات التجارية على أنه اعتداء على العلامة وإنما يجب أن يبلغ هذا التشابه درجة معينة، بحيث يكون من شأنه أن يضلّل المستهلك و يوقعه في الالتباس حول مصدر المنتجات التي تحمل العلامة<sup>1</sup>.

و في أحد قرارات محكمة النقض السورية جاء فيه : "وحيث أنه كان على المحكمة أن تنظر عند إجراء المقارنة إلى الانطباع العام الذي يتولد في ذهن المستهلك من جراء هذه الأوضاع المتماثلة وما إذا كان هناك احتمال بقيام الالتباس لديه وأن تتساءل بهذه المناسبة عن سبب اختيار الجهة المطعون ضدها لعلامة تحتوي بشكل عام نفس عناصر العلامة الأولى وإن اختلفت تفاصيلها وأن تضع في اعتبارها مقياس المستهلك العادي و ليس التاجر الحريص الذي يدرك الفوارق الجزئية بالنظر لما تتطلبه مهنته من التدقيق والحذر"<sup>2</sup>.

**5- العبرة بالمستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه:** عند القيام بتقدير إمكانية وقوع الخلط أو الالتباس لدى المستهلك نتيجة استخدام علامة مشابهة، يجب على متخذ القرار الذي يقوم بالتقدير (سواء كان القاضي أم الموظف الفاحص لطلب تسجيل العلامة) أن يفعل ذلك من وجهة نظر المستهلك للمنتجات التي تحمل العلامات المتشابهة، وفيما إذا كان من المحتمل أن يقع هذا المستهلك في الخلط أو الالتباس بينها، وذلك بأن يضع نفسه مكان ذلك المستهلك، لا أن ينظر فيما إذا كان هو شخصياً من المحتمل أن يقع في الالتباس بين المنتجات، فإذا توصل إلى نتيجة مفادها أن المستهلك يمكن أن يقع في الالتباس فذلك يعد كافياً، حتى ولو كان متخذ قرار التقدير ذاته لا يمكن أن يقع في الالتباس<sup>3</sup>.

إن المستهلك المقصود هنا ليس المستهلك الغافل المهمل الذي يقوم بالتسوق و الشراء بدون أن يجري الفحص العادي الذي يقضي به العرف، وأيضاً ليس المستهلك الشديد الحرص الذي يكثر من الفحص والتدقيق والتحري قبل الشراء، بل المقصود هنا هو المستهلك العادي المتوسط الحرص و الانتباه . ووفقاً

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 648.

<sup>2</sup> - محكمة النقض السورية، القرار 732 بتاريخ 1972/08/23، منشور لدى: عوا و كيلاني، المدونة القضائية للاحتجاج القضائي، القسم الأول في القضايا المدنية و التجارية و الشرعية، جزء 15، ص 202، مشار إليه لدى: كنعان الأحمر، التقاضي في مجال الملكية الفكرية: العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 21.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 657.

لهذا المعيار اعتبر قضاة محكمة الجزائر أنه يمكن للمستهلك أن يقع في غلط بين علامة "SINGER" وعلامة "SINCER"<sup>1</sup>.

ما يمكن ملاحظته أن المشرع الجزائري من خلال قانون العلامات الحالي، الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات قد تبني المفهوم الواسع للتقليد، إذ أنه لم يميز بين التقليد بخصر المعنى (أي التقليد بالنقل) والتشبيه (أي التقليد بالتشبيه)<sup>2</sup>، وهذا ما يظهر من خلال نص المادة 26 من قانون العلامات التي نصت على أنه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - حمادي زويير، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم والعقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المرجع السابق، ص 121. العديد من قرارات القضاء ذهبت في نفس الاتجاه، إذ نص قرار لمحكمة استئناف سلطنة عمان على أنه: "لا يلزم في التقليد أن يكون هناك ثمة تطابق بين العلامتين بل يكفي لتوافره وجود تشابه بينهما من شأنه تضليل جمهور المستهلكين وإحداث اللبس والخلط بين المنتجات، والمعيار في هذا الخصوص هو بالمستهلك متوسط الحرص، وليس بالمستهلك منعدم الحرص الذي يشتري السلعة دون اكتراث بفحصها، ولا المستهلك شديد الحرص الذي يسرف في الفحص والتدقيق قبل شراء السلعة". قرار صادر عن محكمة استئناف سلطنة عمان، جلسة 1996/12/09، استئناف رقم 96/124، منشور لدى: سمير فرنان بالي، الجزء 3، المرجع السابق، ص 221.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 259. وهذا خلاف التشريع السابق للعلامات أي في الأمر رقم 66-57، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المذكور سابقاً، ومن خلال المادتين 28 و 29، المشرع فَرَّق بين التقليد بخصر المعنى (التقليد بالنقل) والتشبيه (التقليد بالتشبيه) وجعل لكل منهما عقوباته.

<sup>3</sup> - فهذه الأعمال التي تمس بحقوق صاحب العلامة تم حصرها في التقليد بخصر المعنى (أي التقليد بالنقل) والتقليد بالتشبيه، وهذا ما يظهر أيضاً عند تحديد المشرع للرموز المستبعدة من تسجيل العلامات، ولكي يعزز المشرع موقفه، استعمل بصورة متساوية العبارتين "المماثلة (المطابقة) والمشابهة وهذا دليل على أن التشبيه يكون تقليداً ويخضع لنفس العقوبة، وهذا ما يتأكد من خلال نص المادة 7 (ثامناً) و (تاسعاً) من قانون العلامات الحالي حيث استثنى المشرع ومنع من التسجيل، الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر، ومنع أيضاً من التسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة مسجلة أو كانت محل طلب تسجيل، كما بين المشرع من خلال هذه المادة أن استعمال هذه الرموز المطابقة أو المشابهة ما هو في كثير من الأحيان إلا وسيلة لإحداث اللبس بين العلامتين الأصلية والمقلدة أو المشبهة، وخاصة إذا تم استعمالها على منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة الأصلية.

و حكمة المشرع الجزائري من وراء إلغاء هذا التمييز بين التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه هو إخضاع كل الأفعال و التصرفات التي يرتكبها الغير و التي تمس بحقوق صاحب العلامة لنفس الجنحة و بالتالي لنفس العقوبة<sup>1</sup>.

**رابعاً- أنواع التشبيه:** سبق أن أشرنا إلى أن التقليد الجزئي للعلامة تتم المعاقبة عليه بشرط أن يكون الجزء المقلد من العلامة مميزاً أو محمياً، و هذا يقودنا إلى التساؤل فيما إذا كان التشبيه الجزئي للعلامة ممنوعاً، أي في حالة تشبيه جزء أو عنصر من العلامة دون الأجزاء أو العناصر الأخرى، فهل نكون أمام جريمة التقليد بالتشبيه؟ إن المنطق يقضي بمنعه إذا كان هذا الجزء يشكل عنصراً جوهرياً للعلامة الأصلية<sup>2</sup>، و العنصر الجوهري المقصود هنا هو ذلك العنصر الذي يمكن أن يشكل لوحده علامة صحيحة<sup>3</sup>.

ومن جانب آخر نجد ما يسمى بالتشبيه عن طريق الحذف والتشبيه عن طريق الإضافة، وعلى غرار التقليد، فإذا تم حذف عنصر من عناصر العلامة الأصلية فإن ذلك يمكن أن يشكل جنحة تشبيه إذا كان مرتكب الفعل قد احتفظ بالعناصر الجوهرية للعلامة الأصلية (أي العناصر المميزة للعلامة الأصلية) وتطبق نفس القاعدة في حالة إضافة عنصر إلى العلامة الأصلية<sup>4</sup>، ومنه فإننا نكون أمام جنحة تقليد العلامة بالتشبيه في حال ما إذا تم تقليد العلامة بالصورة الموضحة سواء في حالة الحذف أو الإضافة.

يمكن أن تتكون العلامات التجارية من عناصر متعددة، فهي قد تتألف من كلمات تقرأ وتفهم وتقال، أو من أصوات يمكن أن تسمع، أو من رسوم وأغلفة يمكن أن ترى وتوحي معنى معين، و يشير ذلك إلى أن لمعظم العلامات التجارية تأثيراً ثلاثياً على أذهان الجمهور، وهو تأثير بصري وسمعي وحسي. و

<sup>1</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 268، 269. من خلال نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، نص المشرع على أن جميع الأفعال التي تمس بحقوق صاحب العلامة تعتبر جنحة تقليد (سواء كانت تقليد بالنقل، تقليد بالتشبيه) أي جميع هذه الأفعال تعتبر جريمة واحدة (جنحة). أما في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور أعلاه، فقد أخضع المشرع فيها كل هذه الأفعال إلى عقوبة موحدة (سواء تعلق الأمر بالتقليد بالنقل أو التقليد بالتشبيه).

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 269.

<sup>3</sup> - Ali Haroun, op.cit, p 207.

<sup>4</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 269.

وفقا لما سبق فإن التشابه بين العلامات التجارية قد يكون تشابها بصريا أو تشابها سمعيا أو تشابها حسيا وهو التشابه من حيث المعنى<sup>1</sup>.

و في إطار البحث في مجال تقليد العلامة بالتشبيه تجدر الإشارة إلى أن الفقه والقضاء الفرنسيين وسعا مجال تطبيق جنحة تشبيه العلامة من خلال إدخال مفاهيم جديدة كالتشبيه بالقياس، التشبيه بجمع الأفكار، التشبيه بالترادف والتشبيه بالتعارض<sup>2</sup>.

إذ يعد مرتكبا لجنحة تشبيه العلامة بالقياس (Imitation par analogie) كل من استعمل علامة تشبه من ناحية النطق العلامة الأصلية. و التشبيه بجمع الأفكار ( Imitation par association d'idées ) يتمثل في أن العلامة المختارة تذكر بالعلامة الأصلية وتؤدي إلى الخلط أو الالتباس بينهما<sup>3</sup>. أما فيما يخص العلامة تشبيهه بالترادف (Imitation par synonymie) فيكون عن طريق استعمال تسمية مترادفة، أي من خلال اتخاذ علامة تكون قريبة من العلامة الأصلية من حيث المعنى<sup>4</sup>. أما التشبيه بالتعارض (Imitation par contraste) فيتعلق باستعمال تسمية متعارضة، و بذلك تم اعتبار علامة "La vache sérieuse" تشبيها لعلامة "La vache qui rit"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 630 . و أكد ذلك القرار الصادر عن محكمة العدل العليا الأردنية الذي نص على ما يلي: "إن المعايير في تقرير وجود التشابه تكمن في توافر عدة عناصر منها: النطق بالعلامة، وكتابة العلامة، ومنها أيضا المظهر الأساسي للعلامتين سواء من حيث النظر أو السمع". قرار محكمة العدل العليا الأردنية، رقم 91/87، مشار إليه لدى: سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الجزء 4، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2003، ص 131. لكن هل تتناسب أنواع التشابه المذكورة مع العلامات غير التقليدية، كعلامات الصوت أو الرائحة أو الطعام أو الملمس، أم لا بد من إيجاد معايير أخرى بديلة يجب اللجوء إليها لأجل تقدير تشابه العلامات. و حول أنواع التشابه بما فيها التشابه البصري، التشابه السمعي، التشابه في المعنى، راجع عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 630، 634.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 267.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 267.

<sup>4</sup> - Azema Jacques et Galloux Jean Christophe, Droit de la propriété industrielle, 6<sup>ème</sup> édition, Dalloz, Paris, 2006, p 847.

<sup>5</sup> - راشدي سعبدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 245.

### خامسا: تقليد العلامة التجارية بالتشبيه في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية

قد يقع الاعتداء على العلامة التجارية في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية ، بصورة تقليد بالتشبيه لتلك العلامة إلكترونيا كتسجيل عنوان موقع إلكتروني بصورة مشابهة لعلامة تجارية مسجلة و الذي من شأنه أن يحدث الخلط و الالتباس بين مستخدمي الإنترنت من جمهور المستهلكين حول مصدر السلع أو الخدمات، و هنا يستفيد المعتدي بطريقة غير مشروعة من هذا التشابه في تسويق سلعه أو خدماته إلكترونيا<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الاعتداء غير المباشر على العلامة التجارية

تمثل جرائم الاعتداء غير المباشر على العلامة التجارية تلك الأفعال التي لا تمس كيان العلامة التجارية الأصلية و ذاتيتها، أي أنها لا تشكل اعتداء مباشرا على العلامة بالذات<sup>2</sup>، إلا أن المشرع يعاقب عليها لأنها تعتبر خرقا لحقوق مالك العلامة، و تتمثل في استعمال علامة مقلدة أو مشبهة (الفرع الأول)، وضع علامة مملوكة للغير (أو اغتصاب علامة مملوكة للغير) (الفرع الثاني)، بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع (الفرع الثالث).

### الفرع الأول: استعمال علامة مقلدة أو مشبهة

نكون أمام جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة عندما يتم وضع العلامة المقلدة أو المشبهة على المنتجات قبل عملية عرضها للبيع، إلا أن جريمة الاستعمال هذه لها معنى واسع، إذ يعد استعمالا للعلامة أي فعل قد يؤدي إلى استعمال العلامة المقلدة أو المشبهة في الميدان التجاري، حتى و إن لم توضع العلامة المقلدة على المنتجات، و يتم تحديد مجال أو وقت استعمال العلامة المقلدة أو المشبهة بين فعل تقليد العلامة أو تشبيهها إلى غاية عملية عرض للبيع أو البيع بصفة فعلية للسلع التي تحمل العلامة المقلدة أو المشبهة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- مصطفى موسى العطيّات، المرجع السابق، ص 311.

<sup>2</sup>- يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 291، 314.

<sup>3</sup>- محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 264.

و في الأمر السابق المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، الأمر رقم 66-57، اعتبر المشرع الجزائري أن استعمال علامة مقلدة أو مشبهة جريمة<sup>1</sup> يعاقب عليها القانون، وهذا وفقا لنص المادة 28 (أولا): "يعاقب ب.... الذين يقلدون علامة أو يستعملون علامة مقلدة...".

ونصت المادة 29 (أولا): "يعاقب ب.... الذين يستعملون علامة تجري محاكاتها بطريق التديس...". ويقصد هنا بمحاكاة العلامة بطريق التديس، تقليد العلامة بالتشبيه. إلا أن المشرع في الأمر الحالي المتعلق بالعلامات، الأمر رقم 03-06، لم ينص صراحة على هذه الجريمة لكنه يعتبر فعل معاقب عليه قانونا، بما أنه يمس بحقوق صاحب العلامة بحسب ما يفهم من الصيغة العامة لنص المادة 26 من الأمر 03-06 التي تتضمن جميع أفعال الاعتداء على العلامة، و سنرى في ما يلي أركان هذه الجريمة:

#### أولا : الركن المادي

يتمثل الركن المادي في جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة في اشتراط وجود تقليد أو تشبيه سابق للعلامة التجارية، و هذا لكي يتمكن التاجر أو الصانع من استعمال هذه العلامة<sup>2</sup>، و يعد مجرد استعمال العلامة المقلدة أو المشبهة جريمة في حد ذاته بدون اشتراط أن يكون من استعمال العلامة المقلدة أو المشبهة هو الذي قام بفعل تقليدها أو تشبيهها، إلا أن الواقع يظهر أن من يقوم باستعمال العلامة المقلدة أو المشبهة هو نفسه الذي قام فعلا بتقليدها، أو تشبيهها<sup>3</sup>.

إن كلا الفعلين تقليد علامة أو تشبيهها، و استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، ( أي التقليد و الاستعمال) هما جنحتين مستقلتين<sup>4</sup>. و يمكن أن تستعمل العلامة المقلدة من شخص آخر غير الذي

<sup>1</sup> - يرى جانب من الفقه أنه من الناحية العملية ليست هناك أية ضرورة للتمييز بين التقليد واستعمال علامة مقلدة، إلا أن البعض الآخر يرى أن العلامة التجارية وجدت للاستعمال، وبالتالي يجب اعتبار جنحة استعمال العلامة المقلدة أكثر أهمية من التقليد، لأن التقليد بدون استعمال العلامة يبقى عديم الأثر، لذا يرى هذا الجانب أن استعمال العلامة المقلدة يمثل الجانب التطبيقي للعلامة المقلدة، وهي أوسع نطاقا من جريمة التقليد بحد ذاتها. حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 193.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 193.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 853.

<sup>4</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 270.



ارتكب فعل التقليد أو التشبيه و مثالنا على ذلك، عند شراء محل تجاري يحتوي على علامات مقلدة و مع ذلك يستمر المشتري الجديد في استعمال هذه العلامات رغم علمه بأنها مقلدة أو مشبهة<sup>1</sup>.

سبق القول بأن المشرع الجزائري لم ينص صراحة على تجريم جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، غير أنها تعتبر من الأفعال المعاقب عليها وفق المادة 26 من الأمر 03-06 التي جاءت بصيغة عامة، ومن جهة أخرى فالمشرع بين في التشريع الحالي للعلامات بأن تسجيل العلامة ومن ثم ملكيتها يحول صاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، و إضافة إلى ذلك، يحق لصاحب العلامة متابعة كل من استعمال لغرض تجاري علامة أو رمزا أو اسما تجاريا مشابها تكاد تحدث لبسا بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة، دون الحصول على ترخيص من مالك العلامة<sup>2</sup>.

فالاستعمال الذي يعاقب عليه القانون هو الاستعمال التجاري<sup>3</sup> الذي يؤدي إلى التعامل بالمنتجات و تداولها، و بالتالي تتم معاقبة كل من يستعمل سلع تحمل علامة مقلدة أو مشبهة لأغراض تجارية، وكانت تلك السلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي خصصت لها العلامة الأصلية، لأن هذا الاستعمال قد يمكن المقلد و يسهل له الاستفادة من رواج و سمعة العلامة الأصلية، أما تم الاستعمال خارج نطاق تخصيص العلامة فلا يمكن متابعة الشخص طبقا لقانون العلامات إلا إذا تعلق الأمر في هذه الحالة بالعلامات التجارية المشهورة<sup>4</sup>.

و إذا استعملت العلامة المقلدة أو المشبهة لغرض شخصي، كأن يقتني شخص منتجات من السوق و يضع عليها علامة مقلدة أو مشبهة فإن هذا الفعل لا يعاقب عليه<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - سميحة القبيلوي، المرجع السابق، ص 608.

<sup>2</sup> - راجع الفقرتين 2 و 3 من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - يشترط الاستعمال والاستغلال التجاري للعلامة، وهذا ما جاء في قرار صادر عن محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 2 يوليو 1939 التي قضت بأن ملكية العلامة هي ملكية مطلقة وتمتد حمايتها إلى كل الإقليم الفرنسي وتمنح لصاحبها الحق في الاعتراض في حالة الاعتداء، و يعد استعمال علامة مقلدة أو مشبهة بمثابة جريمة يعاقب عليها القانون بمختلف أشكالها، سواء كان هذا الاستعمال كعنوان للمتجر أو كاسم تجاري أو تم وضعها على منتجات أو سلع معينة. حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 194.

<sup>4</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص ص 246، 247.

<sup>5</sup> - نفس المرجع، ص 247.

وبما أن القائم بفعل تقليد العلامة أو تشبيهها يمكن أن يختلف عن القائم بفعل استعمالها فإن هذين الفعلين يشكلان جنحتين مستقلتين<sup>1</sup>، ومنه فإن تجريم فعل استعمال العلامة المقلدة أو المشبهة و اعتباره جريمة يسمح بمتابعة الذين يستعملون العلامة المقلدة أو المشبهة حتى وإن لم يكونوا هم أنفسهم من قاموا بارتكاب أفعال تقليد العلامة أو تشبيهها<sup>2</sup>.

لقيام الركن المادي لجريمة الاستعمال لا يشترط وضع العلامة على المنتجات والسلع، فالاستعمال يمكن أن يأخذ أشكالا أخرى، مثل استعمال العلامة في معرض عام دون أن يكون القصد هو البيع ودون أن توضع على السلع، فهنا الجريمة تنتفي بوصفها بيعا أو عرضا للبيع بينما يعتبر الفعل جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة. و أيضا استعمال العلامة المقلدة على الأوراق الخاصة بالتجارة أو الاعلانات أو بوضعها في عنوان المحل التجاري بقصد تصريف منتجات منافسة لا تحمل العلامة المقلدة، إذأ لكي يتحقق الركن المادي لجريمة الاستعمال لا يتطلب الأمر أن توضع العلامة على السلع بل يكفي أن يقتصر الاستعمال على وضع العلامة في الاعلانات، الأغلفة أو استعمال العلامة في أداء أية وظيفة أخرى للعلامة التجارية خاصة وظيفة الدعاية<sup>3</sup>.

إذا فمجرد استعمال العلامة المقلدة أو المشبهة يعد فعلا كافيا لتكوين الفعل الإجرامي وبالتالي قيام الركن المادي في هذه الجريمة، مستقلا عن فعل تقليد العلامة أو تشبيهها، فجريمة الاستعمال هنا هي جريمة قائمة بحد ذاتها و يعاقب مرتكبها بدون أن يشترط أن يكون مستعمل العلامة المقلدة أو المشبهة هو نفس الشخص الذي قام بتقليدها أو تشبيهها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 270.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 247.

<sup>3</sup> - محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 264. عدنان غسان برابو، المرجع السابق، ص 852. وهذا ما أكدته محكمة النقض المصرية في قرار لها، بأنه لا يشترط أن توضع العلامة على السلع أو المنتجات بل يكفي فقط أن يقوم المعني بالفعل الذي يدل على استعمالها، كأن توضع العلامة مثلا على واجهة المحل أو على الأغلفة أو في الاعلانات أو توضع على النشرات التي يتم توزيعها على العملاء بغرض الإعلان عن السلع أو المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة أو المشبهة. قرار صادر عن محكمة النقض المصرية، رقم 1279، بتاريخ 1944/12/11، مشار إليه لدى سمير فرنان بالي و نوري جمو، المرجع السابق، ص 664.

<sup>4</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 144.

ثانيا: الركن المعنوي

بالنسبة للركن المعنوي أي عنصر القصد، فيجب التمييز بين استعمال علامة مقلدة واستعمال علامة مشبهة.

فيما يخص جنحة استعمال علامة مقلدة، يرى بعض الفقه أنها لا تستلزم توافر عنصر القصد لتعتبر جنحة يعاقب عليها القانون، لذلك يعاقب كل من استعمل علامة مقلدة حتى وإن كان حسن النية، فلا يمكن السماح لمن يستغل علامة مقلدة بأن يتمسك بحسن نيته للتهرب من مسؤوليته عن الاستعمال غير المشروع للعلامة المقلدة<sup>1</sup>.

وما يجب ذكره هنا أن القصد الجنائي مفترض لأن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يصدر نشرة رسمية لإعلام الجمهور عامة بمختلف العلامات المسجلة، وما على التجار والصناع إلا الاطلاع عليها لمعرفة كل جديد يخص العلامات، إذا فالتسجيل يعتبر حجة ضد من يرتكب التقليد<sup>2</sup>. وقد سبق لنا بيان أن جنحة تقليد العلامة لا تستلزم توافر عنصر القصد وسوء النية لدى المقلد، فالركن المعنوي قائم ومفترض في جنحة التقليد حتى وإن كان المقلد حسن النية.

أما فيما يخص استعمال علامة مشبهة، فقد نصت المادة 29 (أولا) من الأمر رقم 66-57 المذكور سابقا: "... يعاقب الذين يستعملون علامة تجاري محاكاتها بطريق التديليس..." ويقصد بها هنا استعمال العلامة المشبهة، و يعني ذلك أنه يشترط توافر الركن المعنوي و القصد الجنائي في جنحة استعمال علامة مشبهة ولا تهم كيفية حصول التشبيه سواء كان إجماليا أو جزئيا، و مهما كانت الطريقة التي تستعمل بها العلامة.

إذا كان صاحب العلامة التجارية معفى من إثبات الركن المعنوي أو سوء نية المدعى عليه في جنحة استعمال علامة مقلدة، فإن الأمر ليس كذلك في جنحة استعمال علامة مشبهة، لأنها تشترط إثبات توافر الركن المعنوي، لهذا إذا كان صاحب العلامة يزعم وجود علامة مشابهة لعلامته يتم استغلالها من الغير فعليه

<sup>1</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 270. وكذلك حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 194، 195.

<sup>2</sup> - حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 195.

أن يثبت حصول هذا الاستغلال، إضافة إلى ضرورة إثبات سوء النية أو القصد التدليسي (إحداث اللبس) لدى الغير الذي قام باستغلال تلك العلامة<sup>1</sup>.

لكن لما نلاحظ نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات فقد جاء بصيغة عامة ولم يشترط فيه المشرع عنصر القصد أو سوء النية في جميع الأعمال التي تمس بحقوق صاحب العلامة. عكس التشريع السابق للعلامات الذي نص فيه المشرع صراحة على هذه الجنحة وتطرق بصفة صريحة لعنصر القصد بالنسبة لاستعمال العلامة المشبهة في المادة 29 (أولاً).

هناك من يرى بأنه بالنسبة لجميع الجنح التي تمس بحقوق صاحب العلامة، فإنه يجب اعتبار، نظرا لعمومية النص القانوني (ويقصد به المادة 26 من الأمر 03-06)، أن المشرع الجزائري لم يفرض مثله مثل المشرع الفرنسي أن يتوافر في جنحة التشبيه العنصرين المادي والمعنوي، وهذا بالرغم من أنه يشترط وجود علامة مشابهة من شأنها خداع أو إحداث اللبس لدى المستهلك، ولا تهم كيفية التشبيه، إجماليا أو جزئيا ولا تهم كذلك طريقة استعمال العلامة<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: وضع علامة مملوكة للغير (أو اغتصاب علامة مملوكة للغير)

تقع جريمة اغتصاب العلامة المملوكة للغير عندما يقوم شخص ما بوضع علامة أصلية يملكها غيره ومسجلة باسمه على منتجاته، ومثالنا على ذلك أن يقوم شخص بنزع العلامة الحقيقية ويضعها على منتجاته هو أو سلعه المماثلة التي يقوم ببيعها، لكي يوهم جمهور المستهلكين بأن هذه المنتجات أو السلع هي التي تمثلها العلامة الأصلية، أو بقيام الفاعل بنزع البطاقة الموضوعية على البضائع ويلصقها على بضائعه<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 196. في هذا الوضع يرى الفقه أنه يجب التمييز بين حالتين فإذا كان مشبه العلامة أو مقلدها هو ذاته المستعمل لها، وهو الوضع الغالب، فإنه يفترض وجود سوء النية نظرا لارتباط الاستعمال بالتشبيه الذي لا يفترض فيه حسن النية لأن الفاعل يعلم بصفة مسبقة أنه يقوم بهذا الاستعمال غشا وخداعا وتضليلا للمستهلكين، أما في حالة ما إذا كانت جريمة الاستعمال مستقلة عن جريمة تشبيه العلامة أو تقليدها، فسيكون حسن النية هو المفترض و على المدعي أن يثبت سوء نية أو سوء قصد مستغل العلامة. سماح محمدي، المرجع السابق، ص 145، 146.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 270، 271.

<sup>3</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 611.

و تعتبر جريمة اغتصاب العلامة أو وضع علامة مملوكة للغير من أخطر الجرائم التي تمس العلامات لأنها لا تتطلب أي مجهود، إذ يكفي الفاعل بوضع العلامة الحقيقية أو الأصلية المملوكة للغير على المنتجات المقلدة أي المنتجات الخاصة به، وهنا يصعب تمييز المنتج المقلد لأن العلامة حقيقية وصحيحة ولكن المنتج ليس هو نفسه بل المنتج المقلد<sup>1</sup>.

بالرغم من أن جرمي اغتصاب العلامة و جريمة استعمال العلامة المقلدة أو المشبهة تشتركان في نفس الهدف وهو التعامل (عرض للبيع أو بيع) بمنتجات لا تنتمي إلى العلامة التجارية الأصلية أو الحقيقية أي منتجات ليست صادرة عن مالك العلامة الأصلية، غير أنهما تختلفان في الأداة المعتمدة، فالأداة المستخدمة في جريمة اغتصاب العلامة هي العلامة الأصلية، و في المقابل نجد أن الأداة المعتمدة في جريمة الاستعمال هي العلامة المقلدة أو المشبهة<sup>2</sup>.

تناول المشرع الجزائري هذه الجريمة صراحة في التشريع السابق للعلامات، حيث نص على معاقبة الأشخاص الذين يضعون عن طريق التدليس على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارهم، علامة هي ملك غيرهم<sup>3</sup>. أما بالنسبة للتشريع الحالي للعلامات فقد ذكرنا سابقا بأن نص المادة 26 من الأمر 03-06 جاء عاما، وبالتالي فهذه الجريمة تعتبر فعل معاقب عليه باعتبار أنه يمس بحقوق صاحب العلامة التجارية، و سنرى في ما يلي أركان هذه الجريمة:

### أولا: الركن المادي

يتمثل الركن المادي لجريمة وضع علامة مملوكة للغير أو اغتصاب علامة مملوكة للغير، في واقعة وضع العلامة، هذه الواقعة هي الفعل الأساسي في الجريمة، إذا فهذه الجريمة تفترض قيام شخص بوضع علامة مسجلة مملوكة لغيره على منتجات أو سلع لم تخصص لها<sup>4</sup>. بمعنى وضع علامة أصلية على منتجات ليست صادرة عن مالك العلامة الأصلية، فهذه المنتجات لم تسجل من أجلها هذه العلامة الأصلية<sup>5</sup>، إذا فالركن

<sup>1</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 146.

<sup>2</sup> - محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 267.

<sup>3</sup> - المادة 28 (ثانيا) من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 146.

<sup>5</sup> - حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 197.

المادي لهذه الجريمة يمكن أن يحصل من خلال نزع العلامات الحقيقية من على المنتجات القديمة ووضعها على المنتجات أو البضائع المنافسة، كأن ينزع الشخص العلامة الحقيقية من البضائع القديمة ويضعها على منتجاته أو بضائعه المماثلة التي يقوم ببيعها لكي يوهم جمهور العملاء بأنها المنتجات أو السلع التي تميزها العلامة الحقيقية"<sup>1</sup>.

ولا يدخل في إطار هذه الجريمة فقط وضع العلامة فعلا على السلع، وإنما تشمل كذلك ملء الفوارغ التي توضع عليها العلامة الأصلية مثل الزجاجات، العلب و الأكياس التي تملأ بمواد أو محاليل غير تلك المخصصة لتمييزها هذه العلامات الأصلية، لذا تسمى هذه الجريمة بجريمة الملء أو التعبئة، وهنا يتحقق كذلك الركن المادي لهذه الجريمة<sup>2</sup>.

و لكي يكون فعل وضع علامة مملوكة للغير معاقب عليه يشترط أن يكون في إطار تخصيص العلامة و أن يكون لغرض تجاري<sup>3</sup>. وبالتالي لا تعتبر جريمة إذا تم هذا الفعل لتحقيق غرض آخر خاص أي بقصد الاستعمال الشخصي، و مثالنا على ذلك أن يعبئ أو يملأ الشخص زجاجات أو علب فارغة تحمل علامة مميزة، بمادة أو بسلعة أخرى من أجل استعماله الخاصة، ما دام أنه لا يقصد بهذا الفعل تضليل أو تغليب جمهور المستهلكين ولا يعد جريمة كذلك في حالة ما إذا كان مالك العلامة الأصلية راضيا بهذا الاستعمال من جانب الغير<sup>4</sup>.

و لا يعد جريمة في حالة ما إذا تم فعل وضع العلامة المملوكة للغير خارج نطاق تخصيص العلامة ، و مثال ذلك أن يقوم تاجر باستخدام زجاجات فارغة تحمل علامة لصنف من المشروبات الغازية لملاؤها بزيت الزيتون مثلا بغرض بيعها، ففعل التاجر لا يمثل جريمة، لانتفاء شرط تخصيص العلامة، وهذا الشرط يعد ضروري لقيام جريمة تقليد العلامة بصفة عامة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 146.

<sup>2</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 611.

<sup>3</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 248.

<sup>4</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 613.

<sup>5</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 148. وكذلك راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص

ففي هذه الحالة لا يمكن تصور حصول اللبس أو الخلط في ذهن المشتري وذلك للاختلاف الواضح بين طبيعة المنتجات التي تمثلها العلامة وتلك التي يشتريها<sup>1</sup>.  
و بالتالي لكي تتحقق جريمة وضع علامة مملوكة للغير يجب أن تكون المنتجات من نفس النوع أو من نوعين متقاربين بحيث يقع الالتباس أو الخلط لدى المستهلكين بشأنها، فالجريمة لا تقع عندما تستخدم العلامة لتمييز منتجات مختلفة<sup>2</sup>.

### ثانيا: الركن المعنوي

أما فيما يخص الركن المعنوي، فالمشروع الجزائري في التشريع الحالي للعلامات ومن خلال ظاهر نص المادة 26 من الأمر 03-06 لم ينص على القصد الجنائي، ووفقا لهذا ونظرا لعمومية نص المادة 26، يرى بعض الفقه بأن المشروع لم يشترط توافر عنصر القصد أو سوء النية لقيام هذه الجنحة، أي الركن المعنوي، فلن يكون هذه الجريمة ويعاقب فاعلها فلا يتوجب على المدعى أو على النيابة العامة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية، إذ يكفي أن توضع العلامة الأصلية أو الحقيقية على منتجات أو سلع ليست تحت حمايتها كأن يتم وضع المنتجات في علب أو زجاجات تحمل العلامة الأصلية<sup>3</sup>.

وهذا على خلاف التشريع السابق للعلامات، الأمر رقم 66-57، الملغى و المذكور سابقا، الذي أكد فيه المشروع على ضرورة توافر العنصر المعنوي، أي القصد الجنائي و سوء النية لدى مرتكب الفعل، فالمشروع وفقا لنص المادة 28 (ثانيا) من الأمر 66-57 استعمل عبارة "عن طريق التدليس" التي تعني ضرورة توفر الركن المعنوي أي سوء النية لدى الفاعل لكي يعتبر الفعل جنحة يعاقب عليها القانون<sup>4</sup>.

إلا أن هناك من الفقه من يرى بأن سوء النية مشروط لقيام هذه الجريمة، ويجب على المدعى أو النيابة العامة إثباته بكافة الوسائل، لأن مرتكب هذه الجريمة قد يكون حسن النية ويجهل أن المنتجات أو البضائع التي يتعامل فيها لا تمثل العلامة الموضوعية عليها و خاصة إذا لم يكن هو من قام فعلا بوضع علامة الغير

<sup>1</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 148.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 148.

<sup>3</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 271.

<sup>4</sup> - حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 197.

على البضائع، و مثال ذلك قيام تاجر الجملة و هو الفاعل أو مرتكب الجريمة بتوريد بضاعة لتاجر تجزئة ليقوم هذا الأخير ببيعها دون علمه باغتصاب العلامة<sup>1</sup>.

للقضاء سلطة تقديرية في تقدير مدى اعتبار المدعى عليه حسن النية أو سيء النية، لكن في حالة عدم توفر الركن المعنوي أي سوء النية، يمكن لصاحب العلامة التجارية أن يرجع إلى قواعد المسؤولية المدنية لكي يحصل على التعويضات من خلال اللجوء إلى دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

### الفرع الثالث: بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع

نص المشرع الجزائري من خلال المادة 28 (ثالثا) من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، والمشار إليه سابقا، على معاقبة كل من يقوم ببيع أو عرض للبيع عن قصد منتج واحد أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو موضوعة بطريق التدليس و التي يقصد بها علامات مشبهة.

أما عن التشريع الحالي للعلامات وهو الأمر رقم 03-06، فلم ينص على هذه الجريمة بصفة صريحة، باعتبار أن النص القانوني جاء عاما<sup>3</sup> والذي جرم فيه المشرع جميع الأفعال التي تمس بحقوق صاحب العلامة بصيغة واحدة، وبالتالي فجريمة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع، تخضع لنص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 لأنها من الأفعال المعاقب عليها. و في ما يلي سنتطرق لأركان هذه الجريمة:

### أولا: الركن المادي

يتحقق الركن المادي في جريمة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة عند قيام الجاني ببيع منتجات تحمل علامة مقلدة أو مشبهة، و بذلك فهذه الجريمة تفترض وجود بضائع تحمل علامة مقلدة أو مشبهة، ثم يقوم الفاعل أو المتهم ببيع تلك البضائع، والجرم هنا يقع على البائع وحده دون المشتري، إلا

<sup>1</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 149.

<sup>2</sup> - حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 197.

<sup>3</sup> - المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.



عند قيام هذا الأخير بإعادة بيع تلك البضائع وهو يعلم بأن هذه البضائع تحمل علامة مقلدة أو مشبهة<sup>1</sup>، و هذه الجريمة تتحقق سواء تم هذا البيع غير المشروع مرة واحدة فقط أو تكرر فعله<sup>2</sup>.

و في هذه الحالة يعد البائع مرتكباً لهذه الجريمة سواء أحقق أرباحاً من البيع أم لحقته خسائر وسواء أتم البيع بسعر أقل من السعر الحقيقي أم أكثر، وسواء أكانت البضائع التي خضعت للبيع قد صنعت في الداخل أو الخارج<sup>3</sup> و لا يهم إن كان يريد بيعها داخل البلد أو خارجه.

و يتجسد الركن المادي لهذه الجريمة كذلك عن طريق عرض البضائع للبيع و التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة في المعارض أو الأسواق أو حتى عن طريق الدعاية من خلال الإعلانات التجارية مثلاً<sup>4</sup>.

و يقصد بعرض السلع أو المنتجات التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة للبيع هو عرض هذه السلع في واجهة المحلات أو في الفروع التجارية المخصصة لبيعها، و قد يكون العرض للبيع أيضاً بطريق غير مباشر من خلال إرسال كتالوجات ونشرات إعلانات وعينات للعملاء و إظهار مزايا هذه البضائع<sup>5</sup>.

هناك من يرى بأن عملية عرض السلع التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة للبيع لا تخص فقط عملية عرضها للجمهور بل تتضمن كذلك تخزين هذه المنتجات أو السلع في المخازن بقصد بيعها<sup>6</sup>.

إلا أن هناك من يرى بأن وضع السلع أو المنتجات التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة في مخزن من أجل بيعها لاحقاً لا يعتبر عرضاً للبيع، بل يعتبر حيازة بقصد البيع و هو عمل يعاقب عليه القانون، حتى و

<sup>1</sup> - حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 198، 199.

<sup>4</sup> - محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 269.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 178. سماح محمدي، المرجع السابق، ص 151. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 614.

<sup>4</sup> - Azema Jacques, Marques, brevets d'invention, dessins et modèle, Lamy droit commercial, Paris, 2007, p 1008.

<sup>5</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 614.

<sup>6</sup> - Chavanne Albert et Salomon Claudine, Marque de fabrique de commerce ou de service, encyclopédie juridique Dalloz, répertoire de droit commercial, tome IV, Dalloz, Paris, 2003, p 82. وراجع كذلك ياسر سيد الحديدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مجلة كلية الدراسات العليا، أكاديمية مبارك للأمن ، 82، القاهرة، مصر، العدد 17، جوان 2007، ص 299، مشار إليه لدى سماح محمدي، المرجع السابق، ص 150.

إن لم يقيم الحائز في هذه الحالة ببيع هذه السلع أو المنتجات، ولا يشترط أن يكون الحائز مالكا لهذه السلع، بل يكفي أن يكون حائزا لها، كأن يكون مثلا موزعا لها<sup>1</sup>.

وحيازة هذه السلع التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة يمكن أن تكون داخل مخازن التاجر أو في منزله لحفظها بعيدا عن الشبهات، ما دام أنها مخزنة بقصد بيعها، أما إذا كانت حيازة هذه السلع بقصد الاستعمال الشخصي فلا يمكن اعتبارها حيازة مكونة للجريمة حتى وإن كان الحائز يعلم بأن هذه المنتجات تحمل علامات مقلدة أو مشبهة<sup>2</sup>.

كما أن جريمة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرضها للبيع تعتبر جريمة مستقلة بذاتها عن جرمي التقليد أو التشبيه، لأن هذه الجريمة تقوم سواء أكان البائع أو العارض أو الحائز للمنتجات التي تحمل العلامة المقلدة أو المشبهة هو الذي قام بتقليدها أو تشبيهها أم لا<sup>3</sup>.

#### ثانيا: الركن المعنوي

أما فيما يتعلق بالركن المعنوي وهو قصد الاحتيال، فالمشرع الجزائري لم ينص في التشريع الحالي للعلامات على هذا الركن نظرا لعمومية نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06، مثلما تم شرحه سابقا، لكن بالنسبة للتشريع السابق فقد نص صراحة في المادة 28 (ثالثا)<sup>4</sup> على ضرورة توافره، فالقصد الجنائي أو قصد الاحتيال هنا هو علم أو معرفة مرتكب الجريمة بأن السلع أو المنتجات التي يبيعها أو يعرضها أو يحوزها تحمل علامات مقلدة أو مشبهة بعلامة الغير.

و دائما يفترض حسن نية البائع أو العارض أو الحائز للمنتجات التي تحمل علامات مقلدة أو مشبهة، أما عبء إثبات علم المدعى عليه فيقع على عاتق المدعي، و نية الاحتيال يمكن استخلاصها من ظروف الحال، لذا فالمدعي يمكن أن يستعين بالعديد من القرائن كوجود المصنع الذي تتميز منتجاته بالعلامة الأصلية في نفس المنطقة التي يباشر فيها التاجر المدعى عليه تجارته، ببيع المنتجات التي تحمل

<sup>1</sup> - محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 270.

<sup>2</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 615.

<sup>3</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 150. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 613.

<sup>4</sup> - المادة 28 (ثالثا) من الأمر رقم 66-57، المتعلقة بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا، نصت على: "...الذين يبيعون أو يعرضون للبيع، عن قصد، منتجا واحدا أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو موضوعة بطريق التدليس...".

العلامة المقلدة بأثمان منخفضة، خبرة التاجر المتهم و التي تتنافى مع محاولته إثبات عدم علمه وحسن نيته<sup>1</sup>، و قد تكون هناك شواهد و قرائن تبعث على الشك والريبة و بذلك تعزز وجود قصد الاحتيال كامتناع التاجر المتهم عن تقديم دفاتره التجارية أو امتناعه عن ذكر مصدر المنتجات، أو ذكر مصدر صوري لها، أو رفض ذكر اسم التاجر الذي ورد المنتجات، وهنا يجب على المدعي إثبات هذه الوقائع بكافة وسائل الإثبات<sup>2</sup>.

ولم يتطرق المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات إلى المنتجات والبضائع المستوردة والتي تحمل علامات مقلدة أو مشبهة، لكن بالمقابل نجد أن قانون الجمارك قد نص عليها حيث أكد على أنه عند الاستيراد تصادر البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة، و أن يحظر استيراد و تصدير السلع المقلدة التي تمس بحقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية<sup>3</sup> في حين نجد أن المشرع الفرنسي تطرق لها في قانون الملكية الفكرية<sup>4</sup>.

إضافة إلى الجرح التي سبق دراستها و التي تهدف إلى حماية حقوق مالك العلامة الأصلية المسجلة، تطرق المشرع الجزائري إلى جنح أخرى تخرج عن نطاق التقليد، لكنها تعتبر مخالفة لنظام أو لقانون العلامات. في هذا الإطار نص المشرع صراحة على أحكام إلزامية حيث اعتبر أن علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو تم عرضها للبيع عبر كامل التراب الوطني، و يجب وضع العلامة على

<sup>1</sup> - محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 270.

<sup>2</sup> - حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 200.

<sup>3</sup> - نصت المادة 2/22 من القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو 1979، يتضمن قانون الجمارك، ج.ر العدد 30، الصادر في 24 يوليو 1979، ص 678، المعدلة والمتممة بموجب المادة 3 من القانون رقم 98-10، المؤرخ في 22 أوت 1998، يعدل و يتم القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو 1979 و المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، ج.ر العدد 61، الصادر في 23 أوت 1998، ص 6، على مايلي: "وتحظر عند الاستيراد، مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه، وتخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة.". كما أن المادة 1/22 من القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو 1979، يتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بموجب المادة 9 من القانون رقم 17-04، المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، يعدل و يتم القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، ج.ر العدد، 11 الصادر في 19 فبراير سنة 2017، ص 3. نصت على: " يحظر استيراد و تصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية كما هي معرفة في التشريع الساري المفعول.".

راجع الإجراءات الجمركية التي تم التطرق لها في الفصل الثاني من الباب الأول من هذه الرسالة.

<sup>4</sup> - Arts . L716-9, L716-10 du Code Français de la Propriété Intellectuelle, op.cit.

الغلاف أو على الحاوية عندما لا تسمح طبيعة السلع بوضع العلامة مباشرة على السلع<sup>1</sup>. لذا كان من المنطقي أن يرتب المشرع عقوبات على مخالفة هذه الأحكام إذ نص على أنه يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة و بغرامة من خمسمائة ألف دينار. ج (500.000) إلى مليوني دينار. ج (2.000.000) أو بإحدى العقوبتين فقط ، الأشخاص الذين لم يضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة و الذين يتعمدون بيع أو يعرضون للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة<sup>2</sup>.

وبما أن صاحب العلامة التجارية لا يمكن له التمتع بحقوقه إلا بعد القيام بإجراءات تسجيل العلامة و إتمامها<sup>3</sup>، لذا فإنه لا يمكن استعمال أي علامة على سلع أو خدمات عبر كامل التراب الوطني إلا بعد القيام بتسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة<sup>4</sup>، لذلك فقد نص المشرع على أنه يعاقب بنفس العقوبة السابقة الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يقدم طلب تسجيلها<sup>5</sup>. وبدون شك فإن المشرع بنصه على هذه الأفعال أو الجنح و معاقبة مرتكبيها يكون قد سد الطريق أمام كل من يحاول بيع أو الترويج لسلع أو منتجات بدون معرفة مصدرها أو منتجها و كل البيانات المتعلقة بها، لأن هذه الأفعال قد تسبب أضرارا للمستهلكين، لذلك فإن إلزامية هذه الأحكام و ما يترتب عنها من جزاءات الهدف منها توفير حماية للمستهلك أكثر منها حماية لصاحب العلامة.

### المبحث الثاني: أحكام دعوى تقليد العلامة التجارية

تم حماية العلامة التجارية المسجلة جزائيا من الاعتداءات التي تأخذ وصف جنحة التقليد التي نص عليها المشرع في المادة 26 من قانون العلامات من خلال ممارسة دعوى التقليد ( الدعوى الجزائية)، و لكي يستفيد صاحب العلامة التجارية المسجلة من الحماية الجزائية عن طريق إقامة دعوى التقليد، هناك شروط محددة يجب توافرها في هذه الحماية، وأن هذه الحماية مقيدة بنطاق محدد فهي ليست مطلقة ، كما أن

<sup>1</sup> -المادة 3 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> -المادة 33 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> -راجع الفقرة 1 من المادة 5 و الفقرة 1 من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> -المادة 4 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> -المادة 33 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا.

هناك إجراءات معينة يجب اتباعها عند رفع هذه الدعوى ، و كل هذا يندرج ضمن القواعد المتبعة في رفع دعوى تقليد العلامة التجارية ( المطلب الأول).

ويترتب عن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية المسجلة قيام المسؤولية الجزائية لمرتكبي أفعال الاعتداء، والمشرع وصفها في قانون العلامات بالجرائم ( جنحة التقليد ) ووضع لها عقوبات جزائية، أما إذا لحق ضرر بصاحب العلامة فإن المشرع في هذه الحالة وضع جزاءات مدنية ( المطلب الثاني).

### المطلب الأول: القواعد المتبعة في رفع دعوى تقليد العلامة التجارية

منح المشرع لصاحب العلامة التجارية المسجلة الحق في حماية علامته جزائيا من أي اعتداء قد تتعرض له عن طريق إقامة دعوى التقليد ضد من قام بفعل الاعتداء على الحق في العلامة، و هذه الحماية الجزائية التي تمارس عن طريق دعوى التقليد تتم بشروط محددة، بأن تكون العلامة مسجلة و صحيحة، علما أن هذه الحماية مقيدة بنطاق محدد من حيث الزمان، المكان، السلع و الخدمات، و أنها تنصب على ذات الحق في العلامة (الفرع الأول)، و يسمح القانون لأطراف محددة برفع دعوى التقليد ضد من ارتكب جنحة التقليد، كما أن هذه الدعوى ترفع لدى الجهة القضائية المختصة نوعيا و محليا وفقا للتنظيم القضائي والقواعد العامة في الإجراءات المدنية والإدارية، لذا هناك إجراءات يجب اتباعها عند مباشرة دعوى التقليد (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: شروط ونطاق الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

لكي تستفيد العلامة التجارية من الحماية الجزائرية التي ينص عليها القانون، يجب أن تتوافر في العلامة شروط معينة ( أولا ) ، كما أن هذه الحماية ليست مطلقة بل مقيدة بنطاق محدد ( ثانيا).

#### أولا : شروط الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

تحمي العلامة التجارية جزائيا عن طريق إقامة دعوى التقليد ضد من قام بفعل الاعتداء على الحق في العلامة، لهذا وجب أن تكون العلامة مسجلة (1) وأن تكون صحيحة قانونا (2)

#### 1- أن تكون العلامة مسجلة

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائرية يجب أن يتوافر شرط أساسي وهو التسجيل، وهذا الشرط تتفق عليه جميع التشريعات والقوانين المتعلقة بالعلامات التجارية حول العالم، ويقصد بهذا الشرط أن

يكون صاحب العلامة التجارية قد اتخذ كافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة، وذلك وفقا للإجراءات التي يحددها قانون العلامات<sup>1</sup>.

وبالرجوع إلى قانون العلامات الجزائري، الأمر رقم 03-06، نجد أن جنحة التقليد تخص العلامة المسجلة فقط، أي أن يكون صاحب العلامة قد قام بكافة الإجراءات التي يفرضها القانون لتسجيل علامته لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية<sup>2</sup>.

في حالة ما إذا توافر شرط التسجيل قامت الحماية الجزائرية للعلامة، و بذلك أصبح التعدي عليها يمثل جريمة يعاقب عليها القانون، أما إذا كانت العلامة التجارية غير مسجلة فلا تقوم هذه الحماية، لأن التسجيل شرط أساسي لكي تستفيد العلامة التجارية من الحماية الجزائرية، ومجرد تسجيل العلامة يكفي لقيام الحماية الجزائرية دون أن يتم وضعها فعلا على البضائع<sup>3</sup>.

إذا لا يمكن لصاحب العلامة التجارية أن يتابع المعتدي جزائيا قبل مباشرة إجراءات التسجيل، وأيضا لا يستطيع أن يتابع المعتدي قبل أن يقوم بتحديد العلامة وفق الإجراءات التي ينص عليها القانون في حالة انقضاء مدة تسجيلها، إذ أن فعل الاعتداء على العلامة في هذه الحالات لا يعد مكونا لجريمة التقليد باعتبار أن الحق في العلامة يكتسب بتسجيلها<sup>4</sup>.

و لكي يسري تسجيل العلامة التجارية على الغير وجب نشره في النشرة الرسمية للعلامات<sup>5</sup>. إضافة إلى ذلك فقد نص المشرع الجزائري على أن الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة لا تعد مساسا بحقوق

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية- براءات الاختراع- الرسوم الصناعية-النماذج الصناعية- العلامات التجارية - البيانات التجارية، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2012، ص 397.

<sup>2</sup> نصت المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا، على: <> مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة. يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه.<<. أيضا المادة 5 من نفس الأمر، نصت على أن الحق في العلامة يكتسب من خلال تسجيلها، فبدون تسجيل العلامة لا يمكن الحديث عن الحق في العلامة و لا عن الحماية الجزائرية للعلامة.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطينا ودوليا، المرجع السابق، ص 247. عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 198.

<sup>4</sup> المادة 5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كفيات إبداع العلامات وتسجيلها، المشار إليه سابقا.

صاحب العلامة التجارية<sup>1</sup>، وبالتالي فتسجيل العلامة لا يمكن اعتباره حجة على الغير إلا من تاريخ نشره، وهذا ما يؤكد الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، فالمادة 27 من نفس الأمر المذكور نصت على أن الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة لا تعد مساسا بحقوق صاحب العلامة، وبالتالي لا يمكن اعتبارها تقليدا.

و صاحب العلامة لا يمكن له أن يقوم بمتابعة المقلد عن طريق دعوى التقليد بخصوص تلك الأفعال اللاحقة لتسجيل العلامة والسابقة لتاريخ نشرها من طرف المصلحة المختصة، و الأفعال المقصودة هنا هي تلك التي ترتكب خلال الفترة التي تستغرقها المصلحة المختصة في نشر تسجيل العلامة، إلا أن صاحب العلامة وفقا لنص المادة 2/27<sup>2</sup> في هذه الحالة، يمكن له معاينة ومتابعة هذه الأفعال وذلك عن طريق تبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه، وبالتالي لا يمكن للمقلد أن يحتج بعدم نشر العلامة المسجلة بعد تبليغه، وعلى هذا الأساس يمكن لصاحب العلامة أن يتابع ويلاحق المشتبه فيه في حالة قيامه بأي عمل يمكن أن يمس بحقوق صاحب العلامة<sup>3</sup>.

ومنه فإن صاحب العلامة غير المسجلة ليس له الحق في حماية علامته جزائيا في حالة التعدي عليها، إلا أن له الحق في حمايتها مدنيا عن طريق اللجوء الى القواعد العامة في المسؤولية المدنية<sup>4</sup>. لكن بالنسبة للتشريع الجزائري لا يوجد نص صريح يعطي الحق لصاحب العلامة غير المسجلة في حمايتها مدنيا، لأن المشرع الجزائري لا يعترف بالحق في العلامة بدون تسجيلها، بل إنه يعاقب على استعمال العلامة غير المسجلة، فكيف يوفر لها الحماية؟<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 27 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات ، نصت على: " لاتعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها. غير أنه، يمكن معاينة ومتابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه".

<sup>2</sup> - المادة 2/27 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، نصت على: "...غير أنه يمكن معاينة ومتابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه".

<sup>3</sup> - وليد كحول، المرجع السابق، ص 144.

<sup>4</sup> - عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 56، 99.

<sup>5</sup> - راجع في هذه الرسالة: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية، التي تم التطرق لها في الفصل التمهيدي، و راجع أيضا : الفقرات الأخيرة من المبحث الأول من هذا الفصل حول الجرح التي تخرج عن نطاق التقليد.

من خلال نص المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، نجد أن المشرع أكد على أن تسجيل العلامة يمنح لصاحبها حق استثنائي عليها، وكل عمل يمس هذا الحق يعتبر جنحة تقليد، إلا أن المشرع وضع استثناء في المادة 10 من هذا الأمر، وهو أن تسجيل العلامة لا يخول لصاحبها الحق في منع الغير من أن يستخدم تجاريا وعن حسن نية اسمه وعنوانه واسمه المستعار وأن يستعمل البيانات الحقيقية المتصلة بالصف أو الجودة أو الكمية أو الوجهة أو القيمة أو مكان المنشأ أو فترة إنتاج هذه السلع أو أداء هذه الخدمات، على أن يكون هذا الاستعمال محدودا ومقتصرا لأغراض التعريف أو الإعلام فقط وفقا للممارسات النزيهة في المجال الصناعي أو التجاري<sup>1</sup>، فمثل هذه البيانات لا يمكن احتكارها من قبل فئة معينة فقط بل من حق الجميع استخدامها لإعلام المستهلكين، لأن هذا لا يعتبر تقليدا<sup>2</sup>.

## 2- أن تكون العلامة صحيحة.

لكي تحظى العلامة التجارية بالحماية الجزائية التي يوفرها القانون، إضافة إلى إلزامية توافر شرط تسجيلها، يجب أن تتوفر في العلامة مجموعة من الشروط يفرضها القانون، وهي الجودة، المشروعية والصفة المميزة، فإذا تخلف أحد هذه الشروط فإن العلامة لن تستفيد من حماية القانون، كأن تكون العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، أو غير مميزة وبصفة عامة فإن المقلد المزعم قد يستند في دفاعه إلى بطلان العلامة<sup>3</sup>.

## ثانيا: نطاق الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تستفيد العلامة التجارية من الحماية الجزائية إذا توافرت شروطها، لكن هذه الحماية مقيدة بنطاق محدد من حيث الزمان (1)، المكان (2)، أن تتم في إطار السلع التي من أجلها سجلت العلامة (وفقا لمبدأ التخصيص) (3)، و أن تنصب على ذات الحق في العلامة (4).

<sup>1</sup> - المادة 10 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 231.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 232.



## 1- الحماية الجزائرية مقيدة من حيث الزمان

إن الحماية الجزائرية للعلامة التجارية مقيدة من حيث الزمان، فهي تسري خلال فترة تسجيل العلامة، أي أن هذه الحماية تبدأ من لحظة تسجيل العلامة لدى الجهة المختصة وتستمر الحماية طوال فترة سريان التسجيل، ومدة تسجيل العلامة بحسب التشريع الجزائري هي 10 سنوات قابلة للتجديد لفترات متتالية<sup>1</sup>. ففي حالة حصول تعدي على العلامة أثناء فترة التسجيل، هنا تقوم الحماية الجزائرية، أما إذا وقع الاعتداء على العلامة قبل مباشرة إجراءات التسجيل، أو بعد مباشرة هذه الإجراءات وقبل إتمامها، أو بعد انقضاء أو سقوط الحق في العلامة لسبب ما، كانقضاء مدة تسجيل العلامة دون أن يتم تجديدها، هنا لا تستفيد العلامة من الحماية الجزائرية لأن المشرع نص على أن تسجيل العلامة التجارية يعد شرطاً لقيام هذه الحماية، إذا فالحماية الجزائرية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتسجيل العلامة وجوداً وعدماً، إذ تقوم بقيام التسجيل وتنقضي بانقضائه<sup>2</sup>.

## 2- الحماية الجزائرية مقيدة من حيث المكان

أما عن القيد المكاني، فالأصل أن الحماية الجزائرية للعلامة التجارية المسجلة محصورة في حدود إقليم الدولة التي تم فيها تسجيل العلامة، و يعد ذلك نتيجة طبيعية لإقليمية الحق في العلامة التجارية، فإذا تم تسجيل العلامة التجارية في سورية مثلاً فمن الممكن إقامة الدعوى الجزائرية ضد مرتكبي الجرائم التي تتم على مستوى الإقليم السوري فقط، ولا يمكن إقامتها (أي الدعوى الجزائرية) في حال تقليد العلامة التجارية والاعتداء عليها في دولة أخرى<sup>3</sup>، وبالتالي فلا حماية لعلامة تجارية مسجلة في الجزائر ووقع عليها الاعتداء خارج الجزائر، وأيضاً لا حماية لعلامة تجارية مسجلة خارج الجزائر ووقع عليها الاعتداء في الجزائر بدون أن تكون مسجلة في الجزائر، و هنا يجب عدم الاخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية المتعلقة بتسجيل و

<sup>1</sup> - المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، المرجع السابق، ص 248.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 833.

حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي، إذ يقع التزام على عاتق الدول بتطبيق أحكام الاتفاقيات و نصوصها متى انضمت إليها<sup>1</sup>.

### 3- الحماية الجزائرية للعلامة محصورة في إطار السلع والخدمات التي سجلت من أجلها العلامة (أي السلع والخدمات المخصصة لها)

إن الحق في العلامة لا يعترف به إلا في إطار تخصيص العلامة، فالعلامة لا تستفيد من الحماية القانونية إلا في إطار المنتجات أو السلع أو الخدمات التي تغطيها والتي من أجلها سجلت العلامة وهذا طبقاً لمبدأ تخصيص العلامة، لذا يلزم طالب التسجيل عند تسجيل علامته بأن يحدد نوع السلع أو المنتجات التي يرغب في تسجيل علامته من أجلها<sup>2</sup>، وهذا ما يمكن فهمه من نص المادة 9 من الأمر المتعلق بالعلامات، حيث نصت على أن تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها فقط، بل وأكدت نفس المادة على أن الحق في ملكية العلامة يخول لصاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته تجارياً دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها<sup>3</sup>. وبالتالي يمكن للغير أن يتخذ نفس العلامة لتمييز منتجات أو خدمات مختلفة عن تلك التي سجلت من أجلها هذه العلامة، و هذا لا يؤدي إلى تضليل المستهلك ولا

<sup>1</sup> حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية- الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها- الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2012، ص 423. عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 199.

<sup>2</sup> عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 201. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 233.

<sup>3</sup> نصت الفقرتين الأولى والثانية من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات المذكور سابقاً على: "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها. مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه، فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجارياً دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها...". وأيضاً راجع نص الفقرة 3 من المادة 9 المذكورة، و التي أشارت إلى حالة حصول التشابه إلى درجة اللبس بين سلع و خدمات مطابقة أو مشابهة ..... و راجع أيضاً نص الفقرة 9 من المادة 7 من نفس الأمر التي تطرقت أيضاً إلى نفس الفكرة و هي درجة إحداث اللبس.

يعد من قبيل التقليد، لأن ذلك لا يمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة المسجلة و منه فلا مجال للحديث هنا عن الحماية الجزائرية للعلامة<sup>1</sup>.

إذا فتسجيل العلامة يخول لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها<sup>2</sup>، بحيث يتمتع بحق استثنائي على هذه السلع والخدمات، لكن عند استخدام نفس العلامة من طرف شخص آخر غير المالك على منتجات أو خدمات غير مشابهة فإن ذلك لا يشكل تقليدا للعلامة<sup>3</sup>، ولكن إذا حصل و أن تضرر مالك العلامة من ذلك فإنه يعد تصرف غير مشروع طبقا لقواعد المسؤولية.

ويرى بعض من الفقه أن العلامة تمثل قيمة يمكن المساس بها خارج نطاق المنافسة، إذا ظهرت على شكل خطأ فإن المعتدي لا يمكن متابعته على أساس التقليد وإنما على أساس المسؤولية المدنية، وقد كيف الأستاذ Mathély هذا الاعتداء على قيمة العلامة على أنه اعتداءات غير مباشرة والمتمثلة في كل استعمال خاطئ خارج إطار المنافسة<sup>4</sup>.

#### 4- الحماية الجزائرية تنصب على ذات الحق في العلامة التجارية

يقرر القانون الحماية الجزائرية للعلامة التجارية لحماية الحق في العلامة التجارية بحد ذاته، بغض النظر عن قيمة السلع أو المنتجات أو الخدمات التي تستخدم العلامة التجارية في تمييزها، لذا فإنه لا ينفي وقوع الاعتداء على الحق في ملكية العلامة وارتكاب الجرم الجزائري عدم حصول مرتكب الفعل المعاقب عليه على كسب أو ربح، إذ أن المعتدي يعاقب سواء أحقق ربحا أم لا، وحتى إذا تلقى خسارة، و أيضا لا يهم إن كانت سلع أو منتجات أو خدمات المعتدي أقل أو أكثر جودة من سلع أو بضائع أو خدمات المعتدى عليه صاحب العلامة، و تتحقق الحماية الجزائرية للعلامة التجارية سواء وقع الاعتداء على العلامة التجارية كاملة أم على جزء منها فقط<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - المواد: 26 ، 2-1/9 ، من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا . وليد كحول، المرجع السابق، ص 145.

<sup>2</sup> - الفقرتين الأولى والثانية من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - المواد : 9 ، الفقرة 9 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - راشدي سعيده، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 233.

<sup>5</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 248. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص

و يمكن أن يحتج المقلد بأن مالك العلامة الأصلية لم يلحق به ضرر نظرا لانتفاء المنافسة بينهما، لأن المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة تباع في أسواق مختلفة. لكن الرأي استقر على أنه حتى ولو لم يصب مالك العلامة بأضرار مادية، إلا أن أضرارا معنوية ستلحقه بمجرد المساس بحقه في ملكية العلامة<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: إجراءات دعوى التقليد

تمارس دعوى التقليد وفق إجراءات يحددها القانون، لذا من الضروري معرفة من هم أصحاب الحق في مباشرتها (أولا) ، و معرفة كذلك الجهة القضائية المختصة في نظر هذه الدعوى (ثانيا).

### أولا: أصحاب الحق في رفع دعوى التقليد

إن مباشرة دعوى التقليد ضد من قام بالاعتداء على الحق في العلامة التجارية، يمكن أن تتم من طرف مالك العلامة التجارية، أو من طرف المستفيد من حق استئثار باستغلال العلامة (أي المرخص له ترخيصا استثنائيا) وباعتبار النيابة العامة ممثلة الحق العام يجوز لها مباشرة الدعوى العمومية.

**1- مالك العلامة:** أكد المشرع الجزائري بأنه يحق لصاحب العلامة التجارية المسجلة أي مالكها بأن يرفع دعوى قضائية جزائية (دعوى التقليد) لحماية علامته من الاعتداء عليها جراء أعمال التقليد<sup>2</sup>.

يقصد بالمالك ذلك الشخص الذي منحت له شهادة الملكية الصناعية سواء كان المالك وحيدا أو شريكا مع غيره، و أيضا يأخذ صفة المالك من انتقل إليه الحق في الملكية سواء كان المتنازل له<sup>3</sup> أو من آلت إليه الملكية عن طريق الميراث. إلا أنه لا بد من الإشارة إلى أن المتنازل له في حالة التنازل لا يحق له أن يباشر دعوى التقليد إلا بعد استنفاد إجراءات القيد والنشر لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، إذ يحتفظ المتنازل بحق رفع دعوى التقليد خلال الفترة الواقعة بين إبرام العقد ونشره<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 839.

<sup>2</sup> - المادة 28 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، المشار إليه سبقا، نصت على: " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة. و يستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحى بأن تقليدا سيرتكب "

<sup>3</sup> - قد يحدث و أن يتنازل مالك العلامة عن حقه في العلامة لشخص آخر، و بهذا تنتقل كل الحقوق للمتنازل له، و يتيح له ذلك اللجوء إلى القضاء وتحريك دعوى التقليد ضد كل شخص يمس بحقوقه الاستثنائية لهذه العلامة. وليد كحول، المرجع السابق، ص 147. المادة 14 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - حمادي زويبر، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 228.

يتمتع بصفة مالك العلامة كل شخص قام بإيداع العلامة و استوفى جميع الشروط المطلوبة لصحة الإيداع وهذا ما ذهب إليه المشرع من خلال نص المادة 06 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا: "ماعدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس المذكورة أعلاه..." و تدخل هنا التشريعات التي تعتبر أن تسجيل العلامة قرينة قاطعة على ملكية العلامة، بعكس التشريعات التي تعطي الأولوية للاستعمال فهي تعتبر أن أول مستعمل للعلامة هو مالكةا<sup>1</sup>.

مع العلم أن الحق في العلامة يسري ابتداء من تاريخ إيداع العلامة وليس من تاريخ التسجيل الذي يعتبر واقعة كاشفة للحق في العلامة<sup>2</sup>.

فالتسجيل يعد شرطا ضروريا لكي تستفيد الملكية الصناعية (منها ملكية العلامة) من الحماية القانونية عن طريق دعوى التقليد، و ذلك يعني أنه يحق لصاحب شهادة التسجيل دون سواه رفع دعوى جزائية لحماية حقه في ملكية العلامة (أو أي إشارة مميزة) محل الشهادة، وهذا بخلاف دعوى المنافسة غير المشروعة، التي يجوز فيها لأي شخص له حق في الملكية الصناعية عموما (منها العلامة التجارية)، بالرغم من أنه لم يكن المالك الأصلي لها، أن يرفعها<sup>3</sup>.

بمعنى آخر أن من له الحق في رفع دعوى التقليد هو مالك العلامة أو من له هذه الصفة أي من انتقل إليه حق ملكيتها كالمتنازل له والوارث، في حين نجد أن دعوى المنافسة غير المشروعة يحق لكل متضرر أن يرفعها حتى و إن لم يكن المالك الأصلي للعلامة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - وليد كحول، المرجع السابق، ص 147.

<sup>2</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 155. المادة 05 من الأمر رقم 03-06، المتعلق بالعلامات، نصت على: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة. دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقيات الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب. يمكن تحديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر (10) سنوات وفقا للأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق هذا الأمر. يسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل".

<sup>3</sup> - حمادي زويبر، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 229.

<sup>4</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 156.

المالك له الحق في الاستفادة من هذه الحماية خلال فترة سريان التسجيل، أما إذا تم الاعتداء على العلامة التجارية (الملكية الصناعية عموماً) وقت انقضاء الحق فيها، فلا يعد اعتداءً، لكن يمكن لهذا الأخير أن يرفع دعوى التقليد بعد انقضاء الحق على أفعال وقعت أثناء فترة الحماية لكن بشرط عدم مرور المدة القانونية التي حددها المشرع الجزائري لتقادم الجرح<sup>1</sup>.

من جانب آخر يمكن للمتهم أن يثبت عكس ما قدمه مالك العلامة من وثائق تثبت ملكيته، أو أن مالك العلامة قام حقيقة بعملية إيداع العلامة و اتبع الإجراءات المطلوبة، إلا أنه لم يلتزم باستعمالها بجدية وفقاً لما تقضي به المادة 11 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، وبالتالي سقط حقه فيها<sup>2</sup>.

و المالك يتمتع وفقاً للقانون بحق رفع دعويين معاً، الأولى تتمثل في دعوى التقليد، أما الثانية فهي الدعوى المدنية لكي يطالب بالتعويض<sup>3</sup>.

عن طريق رفع الدعوى الجزائية يلتمس صاحب العلامة توقيع العقوبة المقررة لجريمة الاعتداء على العلامة التجارية ضد المعتدي، لكي يتمكن من الحصول على التعويض من جراء هذا الاعتداء، لكن إذا حصل و أن قضت محكمة الجرح ببراءة المتهم فليس للضحية أن يتحصل على التعويض، إلا أن حكم البراءة لا يمنع الضحية صاحب العلامة من سلوك دعوى المنافسة غير المشروعة لكي يحصل على التعويض، ويستفيد صاحب العلامة من الحماية الجزائرية أثناء فترة سريان تسجيل العلامة و التي حددها المشرع الجزائري بـ(10) سنوات، فإذا انتهت هذه المدة دون تجديدها يسقط حقه في الحماية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 229.

<sup>2</sup> - وليد كحول، المرجع السابق، ص 147.

<sup>3</sup> - حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 229. راجع في ذلك تقديم الباب الأول من هذه الرسالة الذي تم التوضيح فيه : بأن مالك العلامة المسجلة، و وفقاً لما نص عليه الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، له الحق في رفع دعويين، الأولى دعوى التقليد و التي يترتب عنها عقوبات جزائية بالحبس و الغرامة ضد المعتدي و هدف الدعوى هنا ليس التعويض و إنما إيقاع العقوبة. أما الثانية فهي دعوى مدنية، فلصاحب العلامة أن يتبع الطريق المدني لحماية علامته مدنياً ضد أعمال التقليد، وهدف الدعوى هنا هو وقف التعدي على العلامة التجارية و جبر الضرر أي التعويض، و بما أن أساس الدعوى المدنية هنا هو دعوى التقليد، فيشترط أن يصدر حكم جزائي في دعوى التقليد بإدانة المقلد.

<sup>4</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 156. المادة 5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، نصت على : "...تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب. ويمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية لعشر (10) سنوات..."

2- المرخص له ترخيصا استثنائيا باستعمال العلامة: ذكرنا سابقا أن المشرع الجزائري أعطى الحق في رفع دعوى تقليد العلامة إلى المالك، إضافة إلى ذلك فالمشرع منح هذا الحق أيضا لطرف آخر وهو المستفيد من حق استئثار في استغلال العلامة، وهذا خلافا لما كان عليه الحال في الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى والمذكور سابقا، الذي لم ينص فيه المشرع على إمكانية السماح للمرخص له للقيام برفع دعوى التقليد ضد من يعتدي على العلامة المرخص له باستغلالها.

بالنسبة للأمر الحالي رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا، فقد نص على هذا الحق، ولكي يمارس المستفيد من حق استثنائي في استغلال العلامة دعوى التقليد، يجب أن تتوفر بعض الشروط التي تضمنتها المادة 31 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا و هي كالتالي :

✓ عدم وجود نص أو شرط في عقد الترخيص يقضي بعكس ذلك (أي عدم وجود نص في عقد الترخيص يقضي بعدم السماح للمرخص له برفع دعوى التقليد).

✓ عدم قيام مالك العلامة برفع دعوى التقليد بعد الإعذار الموجه له من طرف المرخص له باستغلال العلامة.

✓ أن يكون المرخص له مستفيد من حق استئثار في استغلال العلامة<sup>1</sup>.

من خلال نص المادة 31 يفهم أن المشرع لم يمنح الحق في تحريك دعوى التقليد إلى المرخص له باستغلال العلامة بموجب الترخيص العادي، و إنما منح هذا الحق فقط لمن يتمتع بحق استثنائي في استغلال العلامة .

3- النيابة العامة: منح القانون سلطة تحريك<sup>2</sup> و مباشرة الدعوى العمومية للنيابة العامة، باسم المجتمع

<sup>1</sup> - المادة 31 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - تحريك دعوى التقليد يعني طرحها على القضاء الجنائي لكي يفصل في مدى حق الدولة في توقيع العقاب على المخالفين لأحكام قانون العقوبات أو القوانين المكملة له، و بما أن النيابة طرف مهم لمواجهة جرائم التقليد، فهي تمثل الجهة المكلفة بمتابعة الجناح باسم المجتمع، بعد أن تخطر بوقوع الجريمة، و تبقى لها صلاحية أو سلطة الملائمة في تحريك الدعوى العمومية أو حفظ الدعوى. محاد ليندة، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الفكرية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق (فرع القانون الجنائي)، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2014/2013، ص 169.

وتطالب بتطبيق القانون<sup>1</sup>.

الدعوى العمومية هي الوسيلة القانونية التي منحها القانون للنيابة العامة لكي تطالب بتوقيع العقوبة على مرتكب الجريمة أمام القضاء الجنائي، و لهذه الدعوى طابع عام و تهدف إلى تطبيق قانون العقوبات على مرتكب الجريمة. و بما أن التقليد جريمة يعاقب عليها القانون، فإن النيابة العامة بصفتها ممثلة المجتمع والساعية لحماية النظام العام ومتابعة كل من يرتكب الجرائم و ينتهك القوانين، يحق لها تحريك ومباشرة الدعوى العمومية متى لاحظت وجود جريمة تقليد<sup>2</sup>.

من الناحية العملية<sup>3</sup> لا تتولى النيابة العامة تحريك الدعوى العمومية مباشرة، لأنه لا يمكن تصور علمها بوقوع الجريمة، لذا ففي الغالب تتولى مصالح مكافحة الغش التابعة لمديرية التجارة إجراءات تحريك الدعوى العمومية، وتلتزم النيابة العامة بمباشرة الدعوى العمومية ضد الجرائم المتعلقة بالعلامة التجارية قبل

<sup>1</sup> - المادة 29 من الأمر رقم 66-155، المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج. ر. العدد 49، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966. (معدل و متمم).

<sup>2</sup> - حمادي زوبير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 230.

<sup>3</sup> - يمكن للنيابة العامة أن تعلم بوقوع الجرائم ومنها جريمة التقليد بمجرد وصول نبأ وقوع الجريمة إلى علمها ويكون وفق عدة سبل، و على إثر ذلك تقوم النيابة بتحريك الدعوى العمومية بشأنها وفقا لخاصية التلقائية في تحريك الدعوى العمومية وذلك لكون جريمة التقليد لا يشترط فيها القانون تقديم شكوى أو طلب أو إذن. لكن ما يلاحظ في الحياة العملية أنه نادرا ما تقوم النيابة بتحريك دعوى التقليد من تلقاء نفسها في غياب شكوى الطرف المضرور أو الادعاء المدني أمام قاضي التحقيق.

- BERTRANDA André, Le Droit d'auteur et les droits voisins, 2eme édition, Dalloz et Daelta, Paris, 1999, p 425.

- مشار إليه لدى محاد ليندة، المرجع السابق، ص 169.

ومن بين السبل التي تعلم من خلالها النيابة العامة بوقوع جريمة التقليد نجد:

- إشاعة الخبر بين الجمهور - صدور أخبار في الجرائد تفيد بوقوع أفعال التقليد - تلقي النيابة لبلاغ من المواطنين يفيد بوقوع أو اشتباه في أفعال التقليد - إخطارها النيابة العامة من قبل الضبطية القضائية أو الأعوان المكلفون الذين يكتشفون نشاطات التقليد التي تحرر على إثرها محاضر ترسل إلى النيابة أو عن طريق التقديم - تقديم شكوى من الشخص المضرور عن أفعال التقليد وهي الطريقة الأكثر شيوعا باعتبار نشاطات التقليد تمس مصالح شخصية للأفراد. تقوم بعدها النيابة بدراسة هذه البلاغات والشكاوى وبعد سماع الأطراف من طرف الضبطية القضائية تنتهي إلى محاضر يتصرف فيها وكيل الجمهورية إما بتحريك الدعوى العمومية أو بحفظ أوراق القضية وفقا لمبدأ الملائمة. المادة 36 الأمر رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا. راجع أيضا، محاد ليندة، المرجع السابق، ص 170.



انقضاء مدة 03 سنوات ابتداء من تاريخ ارتكاب الوقائع وإلا تقادمت لأن هذه الجريمة تشكل جنحة غير مستمرة<sup>1</sup>.

#### ثانيا: الجهة القضائية المختصة

عند رفع دعوى التقليد يجب مراعاة الجهة القضائية المختصة بهذه الدعوى، نوعيا (1)، و محليا (2). لذا سنتناول القواعد التي تضمنها القانون رقم 08-09<sup>2</sup>، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية و سنرى التغييرات التي طرأت على هذه القواعد بعد تعديل و تتميم القانون رقم 08-09، المذكور سابقا، بالقانون رقم 22-13<sup>3</sup>.

#### 1- الجهة القضائية المختصة قبل تعديل القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية

سيتم التطرق فيما يلي إلى الجهة القضائية المختصة نوعيا و إقليميا

أ- **الجهة القضائية المختصة نوعيا:** فيما يتعلق بالجهة القضائية المختصة نوعيا في دعوى التقليد وفقا للتنظيم القضائي والقواعد العامة في الإجراءات المدنية والإدارية فقد نص المشرع الجزائري على أن المحاكم ذات اختصاص عام في النظر في جميع القضايا، وتشكل من أقسام، ويمكن أيضا أن تشكل من أقطاب متخصصة<sup>4</sup>، وأكد المشرع أيضا على أن هذه الأقطاب المنعقدة في بعض المحاكم تختص دون سواها بالنظر في المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية والتجارة الدولية<sup>5</sup>،... هذا فيما يخص دعوى التقليد المدنية<sup>1</sup>. أما دعوى التقليد الجزائية أي المواد الجزائية فإن المحكمة تختص بالنظر في الجنح و المخالفات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 157.

<sup>2</sup> - القانون رقم 08-09، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج. ر العدد 21، الصادر بتاريخ 23 أبريل سنة 2008، ص 02. (معدل و متمم).

<sup>3</sup> - القانون رقم 22-13، المؤرخ في 12 يوليو سنة 2022، يعدل و يتمم القانون رقم 08-09، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج. ر العدد 48، الصادر بتاريخ 17 يوليو سنة 2022، ص 3. غالبا ما تلجأ الشركات الكبرى التي تملك العلامات التجارية إلى الوسائل البديلة (مثل الوساطة الإلكترونية، التحكيم، التحكيم الإلكتروني...) لتسوية منازعاتها التجارية ومنها المتعلقة بالعلامات التجارية وهذا نظرا لأن الإجراءات القضائية العادية تتميز بالبطء لذا تلجأ إلى الوسائل البديلة لربح عامل الوقت وللمحافظة على أسرارها.

<sup>4</sup> - المادة 32 من القانون رقم 08-09، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> - المادة 32 من القانون رقم 08-09، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

و لكل محكمة الحق في أن تنظر في دعوى التقليد دون أن يتم تحديد محكمة مختصة نوعيا، لكن نظرا لتعدد المحاكم المنتشرة في الوطن يتوجب على صاحب الحق أن يرفع أو أن يوجه دعواه إلى المحكمة المختصة إقليميا لأن قواعد الاختصاص الإقليمي في المواد الجزائية تعتبر من النظام العام، و هذا يعني أنه يمكن للمتهم أن يتمسك به أو أن يثيره القاضي من تلقاء نفسه<sup>3</sup>.

**ب- الجهة القضائية المختصة إقليميا (محليا):** بالنسبة للاختصاص النوعي، وجدنا أن جميع المحاكم مختصة بالنظر في دعوى التقليد، و سنتناول هنا على قواعد الاختصاص المحلي لتحديد محكمة معينة يمكن أن ترفع إليها دعوى التقليد.

نصت المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية على قاعدة عامة بالنسبة للاختصاص المحلي تتمثل في أنه تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمة مكان (محل) ارتكاب الجريمة أو محل إقامة أحد المتهمين أو شركائهم أو محل القبض عليهم حتى ولو كان هذا القبض قد وقع لسبب آخر<sup>4</sup>.

إذا فالمحكمة المختصة بالنظر في أفعال الاعتداء على الحق في العلامة أو جريمة التقليد هي إما محكمة مكان ارتكاب أو تنفيذ جريمة التقليد أو الاستعمال أو وضع العلامة المقلدة أو المشبهة أو مكان بيع السلع المقلدة التي تحمل العلامة المقلدة أو عرضها للبيع، لأن الجريمة قد ترتكب في مكان وتظهر في عدة أماكن، كأن يتم تقليد علامة في مكان معين، ويتم بيع وعرض المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة في أماكن أخرى. إذا جميع هذه الأفعال التي تعتبر اعتداء على الحق في العلامة يمكن النظر فيها من قبل جميع المحاكم التي يقع في دائرتها مكان حصول التقليد أو مكان الاستعمال أو مكان البيع<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 251.

<sup>2</sup> - المادة 328 من الأمر رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا. وكذلك راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 252.

<sup>3</sup> - حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 225.

<sup>4</sup> - المادة 329 من القانون رقم 82-03، المؤرخ في 13 فبراير سنة 1982 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155، المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر العدد 7، الصادر بتاريخ 16 فبراير سنة 1982.

<sup>5</sup> - حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 226.

و يمكن أن تكون المحكمة المختصة هي محكمة مكان إلقاء القبض على مرتكب الجريمة، إذ يمكن أن يقع التقليد للعلامة في مكان ما، ويقوم المقلد بتغيير مكانه قصد بيع المنتجات في مكان آخر ويتم القبض عليه، فالاختصاص هنا يعود إلى محكمة مكان إلقاء القبض على المقلد.

و قد يتم القبض على المقلد أو الجاني لسبب آخر كوجود ادعاء ضده في قضية أخرى، ويتبين من خلال المحاكمة أن الجاني مرتكب لفعل التقليد أو بيع لبضائع تحمل علامة مقلدة، فالاختصاص هنا يؤول إلى محكمة النظر في الدعوى الأصلية<sup>1</sup>.

أما إذا كان الجاني أو مرتكب أحد أفعال الاعتداء على الحق في العلامة محكوما عليه بعقوبة سالبة للحرية ومحبوسا بمقر الجهة القضائية التي أصدرت حكم يتضمن إدانته سواء أكان نهائيا أم لا، فإنه يمكن لمحكمة دائرة محل الحبس الاختصاص بالنظر في جريمة التقليد المنسوبة إلى المحبوس<sup>2</sup>. لكن لا يجوز للمحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها جرم التقليد التذرع بأن الجاني محل حبس في دائرة اختصاص محكمة أخرى للقضاء بعدم الاختصاص<sup>3</sup>.

و بإمكان صاحب الحق المدعي ألا يرفع دعوى جزائية، بل قد يختار الطريق المدني، هنا تحدد الجهة القضائية المختصة إقليميا (محليا) وفقا للقواعد العامة في قانون الإجراءات المدنية، و وفقا للمادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، فإن الجهة القضائية المختصة هي التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه (محكمة موطن المدعى عليه)<sup>4</sup>. ولا يمكن لصاحب الحق الذي يباشر دعواه أمام المحكمة

<sup>1</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 252.

<sup>2</sup> - المادة 552 من الأمر رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - قضت الغرفة الجنائية بالمحكمة العليا بأنه: "لا يمكن التذرع بالقاعدة الاستثنائية للاختصاص المحلي، المذكور في المادة 552 من قانون الإجراءات الجزائية، للنطق بعدم الاختصاص في المجالس القضائية المتجاورة". أنظر: قرار المحكمة العليا، الغرفة الجنائية، الملف رقم 418564، بتاريخ 19 سبتمبر 2007، قضية النيابة العامة ضد (م.ب)، مجلة المحكمة العليا، عدد 02 سنة 2008، ص 323، 328.

<sup>4</sup> - حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 227. ونصت المادة 37 من القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا، على: "يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه، وإن لم يكن له موطن معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة اختيار موطن، يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن

المدنية أن يرفعها أمام المحكمة الجزائية، إلا إذا كانت النيابة العامة قد رفعت الدعوى العمومية قبل أن يصدر من المحكمة المدنية حكم في الموضوع<sup>1</sup>.

و يمكن لصاحب الحق أن يرفع دعوى مدنية بصفة مستقلة عن الدعوى الجزائية<sup>2</sup> كأن يقوم بتقديم شكوى على أساس جنحة تقليد ويرفع دعوى مدنية بصفة منفصلة عن الدعوى الأولى، فمنها يتحدد الاختصاص الإقليمي في الدعوى الجزائية وفقا لما تنص عليه المادة 329 من الأمر رقم 66-155 السابق ذكره. أما عن الدعوى المدنية فيعود الاختصاص الإقليمي للنظر في هذه الدعوى وفقا لما تنص عليه المادة 39 من القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية السابق ذكره، إلى الجهة القضائية أو المحكمة التي وقع في دائرة اختصاصها الفعل الضار<sup>3</sup> أي أفعال التقليد. و يتوجب على المحكمة المدنية هنا أن ترجئ الحكم في الدعوى المرفوعة أمامها إلى حين الفصل نهائيا في دعوى التقليد الجزائية أي الدعوى العمومية<sup>4</sup>.

و في الحالة التي يتم فيها اختيار الطريق الجزائي يثور التساؤل حول امتداد اختصاص المحكمة المختصة في الفصل في الاستثناءات التي يقدمها الدفاع خاصة فيما يتعلق بملكية العلامة أو صحتها<sup>5</sup>. و إذا ما

---

المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك". ونصت المادة 38 من نفس القانون على أن: "في حالة تعدد المدعى عليهم، يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن أحدهم".

<sup>1</sup> - المادة 5 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - نصت المادة 1/4 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا، على: "يجوز أيضا مباشرة الدعوى المدنية منفصلة عن الدعوى العمومية...".

<sup>3</sup> - نصت المادة 2/39 من القانون رقم 09/08، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا على: "ترفع الدعاوى المتعلقة بالمواد المبينة أدناه أمام الجهات القضائية الآتية: 2- في مواد تعويض الضرر عن جنابة، أو جنحة أو مخالفة، أو فعل تقصيري ودعاوى الأضرار الحاصلة بفعل الإدارة، أمام الجهة القضائية التي وقع في دائرة اختصاصها الفعل الضار...".

<sup>4</sup> - نصت المادة 2/4 من الأمر رقم: 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، المذكور سابقا على: "...غير أنه يتعين أن ترجئ المحكمة المدنية الحكم في تلك الدعوى المرفوعة أمامها لحين الفصل نهائيا في الدعوى العمومية إذا كانت قد حركت". حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 227.

<sup>5</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 252.

لاحظنا قانون العلامات القديم<sup>1</sup> الملغى، نجد أنه في حالة الدعوى الجزائرية تبت المحكمة المختصة في الاستثناء المتعلق بملكية العلامات، و يفهم من ذلك أن المحكمة الجزائرية لها فقط الفصل في الاستثناء المتعلق بملكية العلامة دون أن يمتد اختصاصها إلى المسائل الأخرى التي تخص صحة العلامة، كإبطال، الانقضاء. إذ أن الاختصاص يعود إلى المحكمة المدنية حول الفصل في بطلان إيداع العلامة والمحكمة المختصة في ذلك هي المحكمة التي يوجد في دائرتها مركز الشرطة أو مسكن صاحب العلامة أو وكيله<sup>2</sup>.

أما عن التشريع الحالي للعلامات فقد منح فيه المشرع للمدعى عليه في كل الدعاوى المنصوص عليها في قانون العلامات، إمكانية أن يطلب إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة<sup>3</sup>، وفي حالة طلب إبطال تسجيل العلامة، فإن الجهة القضائية المختصة لها الصلاحية بأن تبطل تسجيلها بأثر رجعي من تاريخ الإيداع عندما يتضح بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات من 1 إلى 9 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06<sup>4</sup>.

أما فيما يخص إلغاء تسجيل العلامة فيكون في حالة ما إذا نشأ أحد الأسباب المذكورة في المادة 7 (الفقرات 3 و 5 إلى 7) من الأمر المذكور أعلاه، وكذلك في حالة عدم استعمال العلامة وفقا للمادة 11 من الأمر المذكور أعلاه<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> نصت المادة 37 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا، على ما يلي: "ترفع إلى المحاكم المدنية المتعلقة بالعلامات، وفي حالة دعوى جنائية تبت المحكمة المختصة في الاستثناء المتعلق بملكية العلامات".

<sup>2</sup> نصت المادة 23 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا، على ما يلي: "لا يبطل إيداع علامة إلا بقرار من المحكمة الموجود في دائرتها مركز الشركة أو مسكن صاحب العلامة أو وكيله".

<sup>3</sup> نصت المادة 30 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على ما يلي: "يمكن المدعى عليه في كل دعوى من الدعاوى المنصوص عليها في هذا الباب أن يطلب ضمن نفس الإجراء، إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة، وتطبق في هذه الحالة أحكام المادتين 20 و 21 من هذا الأمر".

<sup>4</sup> المادة 20 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، وكذلك المادة 1/7 إلى المادة 9/7 من نفس الأمر.

<sup>5</sup> المادة 21 والمادة 11 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

2- قواعد الاختصاص بعد تعديل و تتميم القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات

المدنية والإدارية، بالقانون رقم 22-13

جاء القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، بتعديلات مهمة في القانون رقم 08-09 المذكور، مست الجوانب المتعلقة بتنظيم وتسيير الجهات القضائية التجارية والجهات القضائية الإدارية، وما يهمنا هنا هو الجانب التجاري لكونه يتضمن الاختصاص المتعلق بقضايا الملكية الفكرية، وللتذكير فإنه قبل التعديل أي وفقا للقانون رقم 08-09 و

في المادة 32 منه، في المواد التجارية كان الاختصاص يؤول للأقسام التجارية المنعقدة في المحاكم<sup>1</sup>، كما نصت الفقرة 7 من المادة 32 من القانون رقم 08-09 قبل تعديلها على إنشاء أقطاب متخصصة في بعض المحاكم مهمتها الفصل دون سواها في المنازعات المتعلقة بالتجارة الدولية، و الإفلاس و التسوية القضائية، و المنازعات المتعلقة بالبنوك، و منازعات الملكية الفكرية، و المنازعات البحرية و النقل الجوي، و منازعات التأمينات.

لكن هذه الأقطاب المتخصصة لم تباشر مهامها لأنه لم يتم تنصيبها أصلا<sup>2</sup>.

القانون الجديد رقم 22-13 ألغى الأقطاب المتخصصة التي كان ينص عليها القانون رقم 08-09<sup>3</sup>، و إلى جانب الأقسام التجارية<sup>4</sup> أنشأ جهات قضائية جديدة هي المحاكم التجارية المتخصصة<sup>1</sup> تختص في المنازعات التي كانت سابقا من اختصاص الأقطاب المتخصصة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> المادة 32 من القانون رقم 09/08، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا. براهيمي محمد، الجديد في إجراءات التقاضي، ص 1، مقال منشور على الموقع التالي:

<https://www.brahimi-avocat.com/pages/billets-en-langue-arabe/1-23.html>

تاريخ الاطلاع: 01-05-2023 .

<sup>2</sup> براهيمي محمد، المرجع السابق، ص 1.

<sup>3</sup> الفقرات 7، 8، 9 من المادة 32 من القانون رقم 09/08، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا . المادة 14 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقا، ألغت الفقرات 7، 8، 9 من المادة 32 من القانون رقم 09/08، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> المواد 531 ، 533 من القانون رقم 09/08، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بالمادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المشار إليه سابقا.

إذا بموجب التعديل الجديد، المنازعات التجارية أصبحت من اختصاص جهتين قضائيتين مختلفتين هما: القسم التجاري الموجود لدى كل المحاكم و المحكمة التجارية المتخصصة.

بالنسبة للقسم التجاري فتشكيلته هي من قاض فرد<sup>3</sup>، أما عن اختصاصه النوعي<sup>4</sup> فهو يختص بالنظر أو الفصل في جميع المنازعات التجارية باستثناء القضايا أو المنازعات التي أصبحت من اختصاص المحكمة التجارية المتخصصة<sup>5</sup>.

و الجديد الذي نص عليه القانون الجديد هو إلزامية القيام بالوساطة أمام القسم التجاري، أي عرض النزاع مسبقاً على الوساطة قبل الفصل فيه، و أن الوساطة لا تخضع إلى قبول الأطراف مثلما كان عليه الحال قبل التعديل<sup>6</sup>.

أما بالنسبة للجهة القضائية الجديدة التي أنشئها القانون الجديد وهي المحكمة التجارية المتخصصة، فتشكيلتها هي من أقسام يرأسها قاض و بمساعدة أربعة (4) مساعدين ممن لهم دراية واسعة بالمسائل

<sup>1</sup> - المواد 536 مكرر ، 536 مكرر 2، المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09 ، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - الفقرة 7 من المادة 32 من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقاً . المادة 536 مكرر المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> - المادة 533 من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً، المعدلة و المتممة بالمادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المشار إليه سابقاً.

<sup>4</sup> - أما الاختصاص الإقليمي للقسم التجاري، فيبقى يخضع لنفس القواعد التي ينص عليها القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية قبل تعديله و التي سبق التطرق إليها، لأنه لم يشملها أي تغيير. وذلك ما أكدته المادة 532 من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً، المعدلة و المتممة بالمادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المشار إليه سابقاً، و التي نصت على: " (بدون تغيير) "

<sup>5</sup> - المادة 531 من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً، المعدلة و المتممة بالمادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المشار إليه سابقاً.

<sup>6</sup> - المادة 534 من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً، المعدلة و المتممة بالمادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المشار إليه سابقاً. المادة 994 من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقاً.

التجارية<sup>1</sup>، أما عن اختصاصها النوعي<sup>2</sup> فهي تختص بالنظر في بعض المنازعات التي كان بعضها قبل التعديل يدخل في اختصاص الأقطاب المتخصصة التي تم إلغاؤها، و هذه المنازعات ذكرتها المادة 536 مكرر من القانون الجديد رقم 22-13 المشار إليه سابقا، حيث نصت على<sup>3</sup>: " تختص المحكمة التجارية المتخصصة بالنظر في المنازعات المذكورة أدناه:

#### منازعات الملكية الفكرية،

منازعات الشركات التجارية، لاسيما منازعات الشركاء و حل و تصفية الشركات،  
التسوية القضائية و الإفلاس،

منازعات البنوك و المؤسسات المالية مع التجار،

المنازعات البحرية و النقل الجوي و منازعات التأمينات المتعلقة بالنشاط التجاري،  
المنازعات المتعلقة بالتجارة الدولية "

كما أقر القانون الجديد إجراء مهما آخر يجب القيام به قبل قيد الدعوى (أي قبل رفع الدعوى) أمام المحكمة التجارية المتخصصة و هو إجراء الصلح الذي يتم بطلب من أحد الخصوم و يتم تقديمه إلى رئيس المحكمة التجارية المتخصصة الذي يعين خلال مدة خمسة (5) أيام عن طريق أمر على عريضة أحد القضاة للقيام بإجراء الصلح ضمن أجل لا يتجاوز ثلاثة (3) أشهر، و يقوم طالب الصلح بتبليغ باقي أطراف النزاع بالتاريخ الذي تجري فيه جلسة الصلح<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 536 مكرر 1/2 المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - أما الاختصاص الإقليمي للمحكمة التجارية المتخصصة، فتطبق عليه نفس أحكام الاختصاص الإقليمي التي ينص عليها القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية و التي سبق التطرق إليها، لأنه لم يشملها أي تغيير. و ذلك ما نصت عليه المادة 536 مكرر 1 المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقا، بما يلي: " تطبق على المحكمة التجارية المتخصصة أحكام الاختصاص الإقليمي المنصوص عليها في هذا القانون "

<sup>3</sup> - المادة 536 مكرر المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - الفقرة 1 من المادة 536 مكرر 4، المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقا.



القاضي الذي تم تعيينه لإجراء الصلح يمكن له الاستعانة بأي شخص يراه مناسباً لمساعدته في إجراء الصلح الذي ينتهي في الأخير بتحرير "محضر الصلح" الذي يوقعه القاضي و أطراف النزاع و أمين الضبط، في حالة ما إذا فشلت محاولة الصلح، فإن القاضي المعين يحجر "محضر عدم الصلح"، و ترفع الدعوى أمام المحكمة التجارية المتخصصة عن طريق إيداع عريضة افتتاح الدعوى، و تكون مرفقة ب "محضر عدم الصلح"، و إذا لم ترفق العريضة بمحضر عدم الصلح فإن الدعوى ترفض شكلاً<sup>1</sup>.

إذا في حالة ما إذا رفعت الدعوى مباشرة أمام المحكمة التجارية المتخصصة بدون تقديم طلب مسبق لرئيسها من أجل إجراء الصلح، فإن ذلك يعتبر من النظام العام و تقضي به المحكمة التجارية المتخصصة من تلقاء نفسها، و كذلك الأمر في حالة رفع الدعوى أمام المحكمة التجارية المتخصصة و لم ترفق عريضة افتتاح الدعوى بمحضر عدم الصلح في حالة فشل محاولة الصلح<sup>2</sup>.

و بالتالي يرجع الاختصاص بالنظر في منازعات الملكية الفكرية و منها منازعات العلامات التجارية إلى المحكمة التجارية المتخصصة و التي يجب فيها على الخصم المدعي أن يسبق دعواه بتقديم طلب إجراء صلح إلى رئيس هذه المحكمة، و في حالة فشل محاولة الصلح، ترفع الدعوى أمام هذه المحكمة بعريضة افتتاح الدعوى و أن تكون مرفقة ب "محضر عدم الصلح" و إلا يتم رفض الدعوى شكلاً .

### المطلب الثاني: الجزاءات المترتبة عن رفع دعوى التقليد

تطرق المشرع الجزائري في قانون العلامات الحالي وهو الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، إلى العقوبات أو الجزاءات التي تطبق على كل شخص يرتكب فعلاً من الأفعال التي تشكل اعتداءً على العلامة التجارية و التي تكيف على أنها جنحة تقليد، هذه العقوبات يمكن تصنيفها إلى عقوبات جزائية ( الفرع الأول ) و جزاءات مدنية في حالة تضرر صاحب العلامة من التقليد ( الفرع الثاني).

<sup>1</sup> - الفقرتان 2 و 3 من المادة 536 مكرر 4، المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - المادة 536 مكرر 4، المحدثه بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-13، المعدل و المتمم للقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المشار إليه سابقاً. براهيم محمد، المرجع السابق، ص 1.

الفرع الأول: العقوبات الجزائية

نص المشرع على العقوبات الجزائية التي يتعرض لها كل من ارتكب جنحة التقليد أي كل من ارتكب إحدى صور الاعتداء على العلامة مثلما تم شرحه سابقا ضمن صور الاعتداء المباشر وغير المباشر على العلامة، إذ نصت المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على هذه العقوبات كما يلي: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة،

- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة،

- إتلاف الأشياء محل المخالفة".

من خلال ملاحظة هذا النص القانوني يتبين أن المشرع الجزائري أقر عقوبات أصلية لجرائم العلامات تتمثل في الحبس والغرامة، وعقوبات تكميلية تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الوسائل المستعملة في الجريمة، وإتلاف الأشياء محل المخالفة<sup>1</sup>، لكن المشرع في هذا النص لم يأت على ذكر حالات العود<sup>2</sup>، أو الظروف المشددة، الظروف المخففة وإيقاف التنفيذ، وكذلك الحرمان من حق الانتخاب كما فعل في التشريع السابق للعلامات.

**أولا- العقوبات الأصلية:** أكد المشرع الجزائري صراحة بأن مرتكب جنحة التقليد تطبق عليه عقوبة الحبس والغرامة المالية أو إحدى العقوبتين فقط.

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 181.

<sup>2</sup> - تنص المادة 32 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا، على: "يجوز مضاعفة العقوبات المنصوص عليها في المواد 28، 29، 30 في حالة العود إلى مقارفة الجريمة أو في حالة المس بمحقوق القطاعات المسيرة ذاتيا أو التابعة للدولة. يكون العود إلى مقارفة الجريمة إذا كان صدر على المتهم خلال الخمس سنوات السابقة حكم من أجل ارتكاب إحدى الجنح المنصوص عليها في هذا الأمر". راجع نصوص المواد 31، 33، 34 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا.

1- الحبس: تطرقت المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، إلى عقوبة الحبس، حيث نصت على أنه يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين<sup>1</sup>، كل شخص ارتكب جنحة التقليد، وهذا على خلاف ما نص عليه الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، حيث حدد مدة العقوبة بالسجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات<sup>2</sup>، و يبدو أن المشرع في التشريع الجديد قد قام برفع مدة الحبس في حدها الأدنى من ثلاثة أشهر إلى ستة أشهر، و تخفيضها في حدها الأقصى من ثلاث سنوات إلى سنتين.

2- الغرامة: نص المشرع كذلك على عقوبة الغرامة في التشريع الحالي للعلامات والتي تتراوح قيمتها من مليونين وخمسمائة ألف دج (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دج (10.000.000 دج)<sup>3</sup>، وبهذا فالمشرع الجزائري قد رفع من قيمة العقوبات المالية مقارنة بالتشريع السابق أين كانت قيمة الغرامة تتراوح ما بين عشرة آلاف دج (10.000 دج) وعشرون ألف دج (20.000 دج)<sup>4</sup>.

وبالنسبة لانخفاض قيمة الغرامة في التشريع القديم، ربما يعود السبب لعدم انتشار جرائم الاعتداء على العلامات في تلك الحقبة نظرا للنهج الاقتصادي الذي كانت تتبعه الجزائر، و عدم انتشار العلامات التجارية و قلة المواد المصنعة، و وجود عدد قليل من الأسواق التجارية و قلة المنافسة فيها.

يهدف المشرع الجزائري من الزيادة في قيمة الغرامة في التشريع الجديد إلى محاولة ردع أفعال الاعتداء على العلامة التي تفتشت في العقود الأخيرة خاصة منذ دخول الجزائر مرحلة اقتصاد السوق، حرية التجارة و حرية المنافسة، وازدياد حجم الواردات، كثرة المنتجات و تنوعها، فأصبح مرتكبو أعمال التقليد يتحصلون على مداخيل و يستفيدون أكثر من الدولة التي تكبدت خسائر كبيرة، إضافة إلى تعدد و انتشار العلامات التجارية و الأسواق التجارية<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 28 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية والملغى، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - المادة 28 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية والملغى، المشار إليه سابقا.

<sup>5</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 159.

أما عن المشرع الفرنسي فقد عمل كذلك على رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جنحة التقليد، إذ تصل عقوبة الحبس إلى ثلاث سنوات، أما قيمة الغرامة فتصل إلى 300000 يورو، كما جاء المشرع الفرنسي بعقوبة خاصة في حالة ما إذا ارتكبت جنحة التقليد من طرف عصابة منظمة، أو على شبكة اتصالات عامة عبر الإنترنت أو عندما يتعلق الأمر ببضائع تشكل خطرا على صحة أو سلامة الإنسان أو الحيوان فتصبح عقوبة الحبس سبع سنوات والغرامة 750000 يورو<sup>1</sup>. و عند مقارنة هذه الأحكام مع ما نص عليه المشرع الجزائري يبدو أنها أكثر صرامة .

و يلاحظ أن نص المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات جاء متوافقا مع نص المادة 10 مكرر (ثالثا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي أوجبت على الدول الأعضاء بالتعهد بأن تكفل و بطريقة فعالة لرعايا دول الاتحاد وسائل الطعن القانونية الملائمة لقمع أفعال الاعتداء على العلامة، إلا أن اتفاقية تريبس كانت أكثر صرامة عندما ألزمت جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية بضمان أن تشتمل قوانينها على جزاءات رادعة لأي تعد على جميع حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات<sup>2</sup>.

هناك من الفقهاء من رأى أن المشرع الجزائري عجز في إصلاحه لنظام العلامات، إذ أنه لم ينص على العقوبات المناسبة لحماية حقوق أصحاب العلامات<sup>3</sup>، لأن الواقع يظهر أن الأسواق تحتوي على العديد من السلع و العلامات المقلدة . في حين هناك من يعتقد أن الضمانات القانونية التي تتعلق بالعقوبات المقررة لجرائم التقليد موجودة و كافية لقمع هذه الجرائم، فالعقوبة التي تصل إلى سنتين حبس و غرامة تصل إلى عشرة ملايين دينار جزائري، تعد كافية لردع مرتكبي أفعال التعدي على العلامة، إلا أن النقص يلاحظ في آليات الرقابة من قبل الهيئات المختصة التابعة لوزارتي المالية و التجارة و بالأخص إدارة الجمارك التي يبدو أنها غير فعالة في محاربة التقليد و اتخاذ التدابير الوقائية في حينها للحيلولة دون وصول السلع المقلدة إلى الأسواق الجزائرية، و نقص الرقابة على طرق و قنوات توزيع المنتجات المقلدة، لذا يجب

<sup>1</sup> - Vr Arts.L.716-9 et L.716-10, Code Français de la Propriété Intellectuelle, op.cit.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 182.

<sup>3</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 259.

توفير آليات الرقابة الحديثة و الوسائل المادية و البشرية لتمكين الهيئات المختصة بالرقابة للقيام بمهامها في محاربة التقليد<sup>1</sup>.

ثانيا- العقوبات التكميلية (الإضافية): إضافة إلى العقوبات الأصلية التي تكلمنا عنها وهي الحبس والغرامة، ورغبة من المشرع في تحقيق حماية أوسع لحقوق صاحب العلامة، و ردع من يرتكب أفعال التقليد، و وضع حد لأفعال الاعتداء على العلامات، هذا ما أدى بالمشرع إلى إضافة عقوبات أخرى متمثلة في عقوبات تكميلية يلزم القاضي بأن يحكم بها إضافة إلى العقوبات الأصلية، و بحسب نص المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، يجب على القاضي المعروضة أمامه دعوى التقليد، الحكم بها إلى جانب عقوبة الحبس والغرامة أو بإحدهما<sup>2</sup>، إذا فالقاضي يحكم بها في حالة قيام جنحة التقليد والحكم بالإدانة، وتمثل هذه العقوبات التكميلية<sup>3</sup> في غلق المؤسسة، مصادرة الوسائل والأدوات، والإتلاف، ويؤخذ على المشرع عدم ذكره لعقوبة إلصاق الحكم و نشره مثلما نص عليه في التشريع السابق للعلامات و التي كانت عقوبة جوازية و ليست إلزامية<sup>4</sup>، على الرغم من أهميتها في تبيان مرتكبي أفعال التقليد و تعريفهم لجمهور المستهلكين، و معرفة المنتجات و العلامات المقلدة.

**1- الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة:** ينص المشرع في المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على عقوبة تكميلية تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ففي حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية بالحبس و/أو الغرامة لارتكابه إحدى جنح الاعتداء على العلامة، فإلى جانب هذا الحكم،

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 183.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 183، 184.

<sup>3</sup> - نصت المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على العقوبات الأصلية و العقوبات التكميلية.

<sup>4</sup> - تنص الفقرة 2 من المادة 34 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، المشار إليه سابقا، على: "...ويجوز للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه".

وفي قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر تم الترخيص للمستأنف عليه، إضافة إلى فحوى الحكم المستأنف (محكمة الجزائر، مدني، 23/04/1971) بإلصاق القرار في خمس نسخ ونشره في يوميات المجاهد، الجمهورية والنصر على نفقة المستأنفين. مشار إليه لدى بيوت نذير، المرجع السابق، ص 74.

القاضي ملزم بموجب نص المادة بإصدار قرار بغلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة، و الخيار متروك للقاضي فقط في تقدير الغلق الذي قد يكون غلقاً مؤقتاً أو نهائياً.

إذا فالمشرع الجزائري في قانون العلامات لم يحدد المدة الدنيا أو القصوى للغلق المؤقت للمؤسسة، و لم يبين الحالات التي يكون فيها الغلق نهائياً، و هذا يعني أنه ترك ذلك للسلطة التقديرية للمحكمة<sup>1</sup>. و لم يبين المشرع الجزائري مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق سواء كان مؤقتاً أو نهائياً، فهذه المسائل تثير صعوبات في تطبيق هذه العقوبة، خاصة مع ترك الأمر خاضع للسلطة التقديرية للقضاء دون تحديد أي ضوابط<sup>2</sup>.

في حين المشرع الفرنسي في قانون الملكية الفكرية نص على أنه يجوز للمحكمة أن تأمر بالغلق الكلي أو الجزئي، الدائم أو المؤقت لمدة أقصاها خمس سنوات للمنشأة التي استخدمت في ارتكاب الجريمة، و لا يمكن أن يؤدي الإغلاق المؤقت إلى إنهاء أو تعليق عقد العمل أو أي ضرر مالي للموظفين المعنيين، و عندما يؤدي الإغلاق الدائم إلى فصل الموظفين فيجب تعويضهم<sup>3</sup>.

لكن بالنسبة لقانون العقوبات الجزائري نص على أن عقوبة غلق المؤسسة يترتب عليها منع المحكوم عليه من أن يمارس فيها النشاط الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه، وأن غلق المؤسسة يكون إما بصفة نهائية أو بصفة مؤقتة لمدة لا تزيد عن خمس (5) سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة، و يمكن أن يؤمر بالنفاذ المعجل بالنسبة لهذا الإجراء<sup>4</sup>.

**2- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة:** ألزمت المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، القاضي في حالة الحكم بإدانة مرتكب جنحة التقليد سواء بالحبس أو بالغرامة أو كلاهما، إضافة إلى الحكم بعقوبة غلق المؤسسة، أن يأمر بمصادرة جميع الأشياء والوسائل

<sup>1</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 160.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 184، 185.

<sup>3</sup> - Art. L 716-11-1, Code Français de la Propriété Intellectuelle, op.cit.

<sup>4</sup> - المادة 16 مكرر 1 من الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، ج.ر العدد 49، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966، أضيفت بالمادة 8 من القانون رقم 06-23، المؤرخ في 20 ديسمبر سنة 2006، يعدل و يتمم الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج.ر العدد 84، الصادر بتاريخ 24 ديسمبر 2006، ص 11.

والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجريمة، إذا فالحكم بالمصادرة هو إلزامي للقاضي في حالة الحكم بالإدانة وهذا على خلاف التشريع السابق للعلامات الذي كانت فيه المصادرة أمر جوازي، ومترك لسطة المحكمة المرفوعة أمامها الدعوى<sup>1</sup>.

و يجب الإشارة هنا إلى أن قانون العقوبات الجزائري نص على عقوبة المصادرة بشكل مفصل<sup>2</sup>، إذ عرّفت الفقرة الأولى من المادة 15 من قانون العقوبات المصادرة بما يلي: " المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء..."

إن الحكم بالمصادرة أمر إيجابي لأنه يضمن عدم قيام المعتدي بالفعل المجرم مرة أخرى، و أيضا يعرضه لخسائر مالية زيادة على الغرامة التي تحكم بها المحكمة، خاصة إذا كانت الوسائل أو الأدوات المستعملة في ارتكاب الجريمة ذات قيمة مالية مرتفعة.

و الحكم بالمصادرة له ما يبرره من الناحية المنطقية و العملية، فمن غير المقبول الإبقاء على الوسائل و الأدوات التي استعملت في ارتكاب الجريمة بعد ثبوت التعدي على العلامة، لأن ذلك قد يشجع المحكوم عليه على الاستفادة مرة أخرى من تلك الوسائل واستعمالها بصورة غير مشروعة<sup>3</sup>.

فتشدد المشرع من خلال إلزام القاضي بتطبيق عقوبة المصادرة بعد ثبوت جريمة التقليد و بعد الحكم على مرتكبها بالحبس و/أو الغرامة، له ما يبرره نظرا لما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف، إذ أن قيمة العلامة في سمعتها، فمن المنطقي أن يأمر القاضي بمصادرة جميع الأشياء و الأدوات و الوسائل التي استعملت في ارتكاب أفعال الاعتداء على العلامة فذلك من شأنه المساعدة في إنقاذ سمعة العلامة من التدهور و حماية شهرتها و الحفاظ على ثبات قيمتها<sup>4</sup>.

**3- إتلاف الأشياء محل المخالفة:** وفقا لقانون العلامات هناك عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في إتلاف الأشياء محل المخالفة، وكما رأينا بالنسبة لإلزامية عقوبتي الغلق والمصادرة، يجب على المحكمة التي تفصل في

<sup>1</sup> - راجع المادتين 35،36 من الأمر رقم 66-57، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - راجع المواد: 15،15 مكرر 1، 15 مكرر 2، 16، من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بالمواد: 5، 6، 7، من القانون رقم 06-23، المؤرخ في 20 ديسمبر سنة 2006 ، المشار إليه سابقا، المعدل و المتمم للأمر رقم 66-156، المتضمن قانون العقوبات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 161.

<sup>4</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 185.

القضية إذا ثبتت جنحة الاعتداء على العلامة و حكمت بإدانة مرتكب جنحة التقليد بالحبس و/أو الغرامة، أن تقضي بعقوبة إتلاف الأشياء محل المخالفة، فالحكم بهذه العقوبة إلزامي بالنسبة للقاضي<sup>1</sup>. و تتمثل الأشياء محل المخالفة والتي يجب إتلافها، في البضائع و المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة أو المشبهة، جميع الوسائل والأدوات التي استعملت في أفعال التعدي على العلامة، كالأختام التي تحمل العلامة المقلدة، اللوحات والطوابع الخشبية والمعدنية، الأدوات المستعملة لطبع العلامة، الإعلانات و مواد التغليف، نماذج العلامات<sup>2</sup>.

يمكن القول أن الحكمة من إلزام المحكمة بالحكم بإتلاف جميع الأشياء و المنتجات و السلع المقلدة هي حماية صحة المستهلكين، لأن استهلاك أو استعمال السلع المقلدة يمكن أن يضر بصحتهم<sup>3</sup>، نظرا لرداءة أغلب السلع التي تحمل علامات مقلدة. و من جانب آخر فهذه السلع من شأنها الإضرار كذلك بسمعة العلامة في الأسواق و هنا يمكن الرجوع إلى نفس التبريرات التي سبق ذكرها في المصادرة وهي الحفاظ على قيمة العلامة و إنقاذ سمعتها<sup>4</sup>.

قد يتساءل البعض حول إمكانية الاستفادة من البضائع و السلع المقلدة لأغراض إنسانية إذا كانت صالحة للاستهلاك عوض اتلافها، فالمشرع الجزائري كما سبق القول في مسألة إتلاف جميع السلع و المنتجات المقلدة، الأدوات و الأشياء المستعملة في التقليد، لم يعط للمحكمة خيارات أخرى، فالأمر إلزامي لدى المشرع الجزائري بإتلافها، في حين هناك بعض التشريعات أجازت للمحكمة خيارات أخرى غير الإتلاف، مثل المشرع الأردني الذي أجاز للمحكمة بأن تتصرف بهذه السلع و الأدوات بالطريقة التي تراها مناسبة بشروط، كإزالة العلامات والأوصاف التجارية الموجودة على البضائع، أو أن تقرر المحكمة إعطاء تلك البضائع أو الأشياء لجهة خيرية، المستشفيات، المدارس، السجون...<sup>5</sup>. أيضا القانون الإماراتي

<sup>1</sup> - المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا. ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 185.

<sup>2</sup> - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 332. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 429. ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 185.

<sup>3</sup> - صامت آمنة، المرجع السابق، ص 91.

<sup>4</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 186.

<sup>5</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 429. لما أعطى المشرع الأردني للمحكمة سلطة التصرف بتلك البضائع و الأشياء بالطريقة التي تراها مناسبة، فهو قد راعى تحقيق المصلحة العامة، إذ قد يكون إتلاف تلك البضائع أو



أجاز للمحكمة التصرف في البضائع و الأدوات و الأشياء المستعملة في التقليد بأي طريقة تراها مناسبة عوض اتلافها<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: الجزاءات المدنية

إلى جانب العقوبات الجزائية أقر المشرع الجزائري أيضا عقوبات أو جزاءات مدنية لفائدة المتضرر من جريمة تقليد علامته المسجلة، إذا بالإضافة إلى العقوبات الأصلية و التكميلية قد يصدر القاضي أمرا بوقف أفعال التقليد و تعويض المتضرر من فعل تقليد العلامة، و يكون ذلك بناء على طلب الضحية بعد سلوكه للطريق المدني، بشرط أن يتضمن الحكم الجزائي إدانة مرتكب التقليد<sup>2</sup>، هذا ما أكدت عليه المادة 29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات بنصها على أنه إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تأمر بوقف أعمال التقليد التي تمس بحقوق صاحب العلامة (أولا) و تقضي بالتعويضات المدنية (ثانيا).

**أولا- وقف أعمال التقليد:** عند ثبوت تقليد العلامة أكدت المادة 29 المذكورة أعلاه بأن القاضي يأمر بوقف أعمال التقليد، و سواء تعلق الأمر هنا بتقليد العلامة بالنقل أو بالتشبيه أو ارتكاب أية جنحة من الجنح الأخرى التي تتعلق بالاعتداء على حقوق صاحب العلامة، إذا فالقاضي يمكن أن يحكم بمنع استعمال العلامة، أو الامتناع عن التصرفات غير المشروعة التي تمس بحقوق صاحب العلامة، كما يمكن

---

الأشياء مناقضا للمصلحة العامة، ويرى الأستاذ صلاح زين الدين أنه ينبغي عند الحكم بالإتلاف، التفرقة بين حالتين: الأولى: حالة ما إذا كانت البضائع والأشياء موضوع الجريمة من المواد الغذائية و التموينية. والثانية: حالة ما إذا كانت البضائع والأشياء موضوع الجريمة من غير المواد الغذائية و التموينية. ففي الحالة الأولى ينبغي أن يكون الحكم بإتلاف تلك المواد، إلا إذا ثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد ذات جودة عالية. بينما في الحالة الثانية، ينبغي أن يكون الحكم غير الإتلاف كالأمر ببيعها أو الاستفادة منها مثل تقديمها كهبة إلى إحدى الجمعيات الخيرية. نفس المرجع، ص 430.

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 186.

<sup>2</sup> - و هذا ما نصت عليه الفقرة الأولى من المادة 29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، حيث نصت على: " إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية ، و تأمر بوقف أعمال التقليد و تربط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال ... " . و قد نصت كذلك المادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على سلوك المدعي صاحب العلامة للطريق المدني بمناسبة تطرقها للإجراءات التحفظية . راجع أيضا فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 278، 279. حمادي زويير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 220 . راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 252.

للقاضي أن يحكم بإبطال كيفية كتابة الاسم الذي يكون العلامة أو التعبئة الخاصة بالسلع، و قد يحكم في بعض الحالات على المعني بالأمر بتعديل إحدى عناصر العلامة المقلدة لكي يتم تمييزها عن العلامة الأصلية<sup>1</sup>.

**ثانيا- التعويضات:** يمكن للقاضي أن يقرر منح تعويضات<sup>2</sup> للمدعي صاحب العلامة إذا لحق به ضرر بسبب إرتكاب أعمال التقليد، وهذا ما أكدته المادة 29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، بنصها على أنه إذا تمكن صاحب العلامة من إثبات أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تحكم بالتعويضات المدنية.

لقضاة الموضوع سلطة واسعة في تقدير الضرر الحاصل للمدعي، إذ أن التعويض يجب أن يكون مناسباً للضرر الحاصل لمالك العلامة الأصلية، لهذا يمكن للقاضي أن يقوم بتعيين خبير للقيام بهذه المهمة<sup>3</sup>. وعلى كل حال فإن القاضي لكي يتمكن من تحديد وتقدير التعويضات فإنه يعتمد على عوامل عديدة منها على وجه الخصوص: حجم التقليد أو التشبيه، سمعة العلامة المقلدة أو المشبهة، جودة المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة أو المشبهة بالمقارنة مع جودة المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، قيمة الأرباح التي لم يحققها صاحب العلامة الأصلية بسبب ترويج السوق بمنتجات تحمل علامة مقلدة، الضرر المترتب عن استعمال العلامة الأصلية على سلع دون أي قيمة، المصاريف التي أنفقها صاحب العلامة الأصلية على الإجراءات القضائية التي أجبر على القيام بها، و أيضا الضرر المترتب على فقد الزبائن المتعلقين بالعلامة الأصلية أي الذين كانوا متعودين على اقتناء السلع التي تحمل العلامة الأصلية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 279. راجع حكم محكمة الجزائر، القسم المدني، المؤرخ في 22 مارس 1968، (يتعلق بتعديل أحد عناصر العلامة المقلدة لتمييزها عن العلامة الأصلية) مشار إليه لدى نفس المرجع، ص 279. و أيضا لدى حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 220.

<sup>2</sup> - الحكم بالتعويض يجد أساسه أيضا في أحكام القانون المدني، إضافة إلى ما نص عليه قانون العلامات.

<sup>3</sup> - حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 221. راجع حكم محكمة الجزائر المؤرخ في 9 ماي 1969 بشأن علامة ( سليكوتو ) و ( سيلكترا). مشار إليه لدى نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>4</sup> - نفس المرجع، ص ص 221، 222. فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 280.

الفصل الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية

إضافة إلى تمتع العلامة التجارية المسجلة بالحماية القانونية بموجب دعوى التقليد والتي يمكن أن يمارسها مالكيها باتباع الطريق الجزائري أو المدني، فالعلامة التجارية تتمتع كذلك بالحماية المدنية<sup>1</sup> من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة.

وقبل ذلك نود أن نشير إلى نوع آخر من الحماية، فأغلب التشريعات ومنها التشريع الجزائري قد مكنت صاحب العلامة التجارية من الاستفادة من الحماية الإجرائية<sup>2</sup>، ورغم أنها حماية مؤقتة وليست نهائية، إلا أنها فعالة، لأن الحق في العلامة التجارية يتطلب حماية فورية وواقعية في حينها ولا تتحمل

<sup>1</sup> - إن الحماية المدنية للعلامة التجارية تشمل أيضا العديد من الوسائل المدنية التي نص عليها المشرع في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، وتتمثل في :

رفض تسجيل العلامة، وهنا تضمنت المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، أسباب رفض التسجيل، وهناك إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، وهذا ما أكدته المادة 20 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، ولدينا إلغاء تسجيل العلامة وهو ما نصت عليه المادة 21 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

ونجد في هذه الوسائل ما يمثل حماية مسبقة على ارتكاب فعل التعدي على العلامة، وهذا عكس الحماية الجزائية التي نص عليها الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، التي تعتبر حماية لاحقة على ارتكاب فعل التعدي. وربما السبب الذي جعلنا نصف القرارات الصادرة هنا بوصف الحماية المدنية هو أنه وعلى الرغم من أن مفهوم الحماية المدنية يهدف إلى التعويض عن الأضرار، غير أن القرارات الإدارية التي تصدر عن إدارة تسجيل العلامات، وكذلك القرارات التي تصدر عن القضاء في إبطال وإلغاء تسجيل العلامات، يمكن اعتبارها من وسائل الحماية المدنية وهذا بالنظر إلى النتيجة التي تؤدي إليها أو الغرض منها وهو حماية مصلحة جمهور المستهلكين من جهة، وحقوق أصحاب العلامات من جهة أخرى. عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 60.

<sup>2</sup> - من المبررات التي دعوتنا إلى إدراج الحماية الإجرائية ضمن إطار الحماية المدنية :

أ- هنا لدينا نفس الأسباب التي ذكرناها في الهامش السابق، وسنذكر بها، فالقرارات الصادرة بشأن الحماية الإجرائية سواء القرارات الصادرة عن القضاء أو تلك الصادرة عن إدارة الجمارك، تعتبر من وسائل الحماية المدنية، وهذا نظرا إلى النتيجة التي تحققها وهي حماية مسبقة ومزدوجة، في مداها القريب هي حماية لحقوق أصحاب العلامات التجارية، وفي مداها البعيد هي حماية لمصلحة جمهور المستهلكين، ولأن هذه الحماية تهدف إلى حجز ومنع تدفق السلع إلى الأسواق ومن الوصول إلى الزبائن.

ب- أن إجراءات هذه الحماية منظمة أصلا بالقانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم (كيفية وإجراءات الحجز والمواد التي يتم حجزها وهي السلع المقلدة، العلامات المقلدة، الأدوات المستعملة في التقليد...)، لكن الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، جاء ليؤكد عليها فقط، فنص عليها باختصار. كما أن القانون رقم 79-07 المتضمن قانون الجمارك، المعدل و المتمم بالقانون رقم 98-10، و القانون رقم 17-04، المشار إليهما سابقا، نص هو الآخر، خاصة في المادة 22 المعدلة و المتممة، على إجراءات حماية العلامة من التقليد و الدور الرئيسي لإدارة الجمارك في القيام بها. يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 215.

التأجيل، وتمثل في تجنب وقوع الاعتداء لما يكون وشيكاً وتجنب حصول الضرر أصلاً، أو على الأقل وقف الاعتداء أو منع استمراره بصفة فورية وعاجلة، وهذا لا يمكن أن تحققه بالشكل المطلوب، دعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة. إذ أن الحماية بموجب هذه الدعاوى تستلزم رفع الدعوى الموضوعية وانتظار صدور حكم يفصل في النزاع، وهذا قد يتطلب وقتاً طويلاً، ويقابل ذلك أنه ونظراً لخصوصية الحق في العلامة التجارية والتي تجعل من التعدي عليه شديد الإضرار بحقوق مالك العلامة، لأن الضرر لا يلحق فقط بأرباح المالك ومداعيله، بل إن ذلك سيصيب سمعة العلامة المعنوية بأضرار قد يتعذر جبرها، لأن ذلك سيؤدي بوقوع المستهلكين في الخلط أو الالتباس بين السلع التي تحمل العلامات الأصلية وتلك التي تحمل المقلدة، وهنا يفقد الزبائن ثقتهم في العلامة الأصلية بما أنهم قد يقتنون سلعا مقلدة ويعتقدون أنها أصلية.

لذا أتاحت التشريعات لمالك العلامة التجارية حماية إجرائية تضم نوعين من الإجراءات، تتمثل الأولى في إجراءات تحفظية تتخذ داخل إقليم الدولة من خلال الحصول على قرار قضائي، أما النوع الثاني فهي إجراءات جمركية تتخذ عند حدود الدولة من طرف إدارة الجمارك<sup>1</sup>.

هدف هذه الإجراءات هو منع وقوع أي اعتداء وشيك على العلامة التجارية، ومنع حصول الضرر، وحجز كل ما يمثل دليل إثبات على الاعتداء. ويبقى هدف أساسي لهذه الحماية وهو حجز ومنع تدفق السلع المقلدة إلى الأسواق ومن الوصول إلى المستهلك.

تعتبر العلامة التجارية وسيلة مهمة في مجال المنافسة، فإضافة إلى أنها أداة يستعين بها المنتجون للتعريف بمنتجاتهم، فهي تؤدي وظيفة ضمان وتعزيز المنافسة المشروعة، لما لها من خاصية تسهل لجمهور المستهلكين التمييز بين السلع المعروضة والتعرف على ما يفضلونه منها، وتخلق منافسة حادة ومشروعة تدفع المنافسين إلى الحرص أكثر حول تحسين ما يقدموه للمستهلكين<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - سماح حسين علي، الحماية الإجرائية للعلامة التجارية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، المجلد 22، العدد 3، 2015، ص 1503.

بمعنى آخر أن العلامة تحسن وتطور وعي وانتباه المستهلك وهذا الوعي المحسن يمكن المشتريين من التمييز بين سلع المنتجين المنافسين، وبالتالي قيامهم باختيار معلوم ومؤسس على الفروق في الجودة بين السلع التنافسية المنتجة، إضافة إلى أن وعي المستهلك هذا والذي طوّرته العلامة، يشجع ويحفز المنتجين على تطوير جودة منتجاتهم.

<sup>2</sup> - E. John Krumholtz, op. cit, p 103.

فالعلامة التجارية تعد من أهم عناصر المحل التجاري و أقواها في جذب العملاء، لذا فكثيرا ما يلجأ التجار المتنافسون إلى الاعتداء عليها واستعمالها بطريق غير مشروع، كاستعمالها من طرف الغير بدون ترخيص أو إذن من مالكةها، للاستفادة المادية من شهرتها في السوق لدى المستهلكين، لذلك وفر لها القانون حماية مدنية، حيث تمنح هذه الحماية لأي متضرر من فعل صادر من الغير وفقا لأحكام المسؤولية التقصيرية، لذا فمن يعتدي على علامة مملوكة للغير يعتبر مخلا بالتزام فرضه عليه القانون وهو عدم إلحاق الضرر بالغير، فهنا وجبت عليه المسؤولية التقصيرية في إطار أحكام القانون، ومن هنا يكون التعدي على العلامة التجارية بأي صورة كانت، سواء بتقليدها أو تشبيهها أو بوضعها على المنتجات بدون ترخيص من مالكةها، موجبا للتعويض، استنادا إلى المنافسة غير المشروعة من طرف المعتدي، وهذا متى توافرت شروط المنافسة غير المشروعة، ويستفيد صاحب العلامة من هذه الحماية سواء كانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة<sup>1</sup>، بخلاف دعوى التقليد (دعوى الحق) الخاصة بحماية من يتمتع بحق خالص على العلامة والتي تستند إلى الحق ذاته وترفع من صاحب العلامة المسجلة فقط<sup>2</sup>.

إذا بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن لصاحب العلامة المتضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة أن يجبر المعتدي على دفع التعويض عن الضرر الذي سببه، وإلزامه بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة. لهذا سنتطرق فيما يلي إلى: الحماية الإجرائية للعلامة التجارية (المبحث الأول) حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة (المبحث الثاني)

<sup>1</sup> - حمدي غالب الجعبر، المرجع السابق، ص 365، 366.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 267.

### المبحث الأول: الحماية الإجرائية للعلامة التجارية

قررت أغلب التشريعات توفير حماية مسبقة لحقوق مالك العلامة التجارية الذي قد يتضرر من الاعتداء على علامته، فالمالك عادة ما يستفيد من هذه الحماية قبل رفع الدعوى الموضوعية (أي دعوى أصل الحق) سواء كانت دعوى جزائية أو مدنية، وهي عبارة عن حماية إجرائية هدفها اتخاذ تدابير أو إجراءات على وجه السرعة وبصفة مؤقتة، لتجنب وقوع الضرر أو لوقف الاعتداء و منع استمراره لأن غرضها هو منع السلع أو المنتجات المقلدة التي تحمل علامات مقلدة من الولوج إلى الأسواق ومن الوصول إلى المستهلك، وهذه الحماية تختلف باختلاف النطاق المكاني، فقد تتخذ داخل إقليم الدولة أي قبل دخول المنتجات التي تتضمن اعتداء على حق مالك العلامة التجارية إلى الأسواق التجارية وتسمى هنا بالإجراءات التحفظية (التدابير المؤقتة) (المطلب الأول)، وقد تتخذ هذه الإجراءات عند حدود الدولة المصدرة أو المستوردة للسلع، أي تتخذ بعيدا عن الأسواق التجارية، وتعرف هنا بالإجراءات الجمركية (التدابير الحدودية) (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية (التدابير المؤقتة)

أتاح المشرع لمالك العلامة التجارية إمكانية القيام بإجراءات تمكنه على وجه السرعة، وقبل وقوع الضرر من الحصول على قرار قضائي بمنع الغير من الاعتداء على علامته أو إيقافه عن الاستمرار في الاعتداء، وذلك بصفة مؤقتة ريثما يتم لجوؤه إلى القضاء ويطلب عندها بالمنع الدائم والفصل في موضوع النزاع، ويستعين مالك العلامة بهذه الإجراءات التي تدعى بالإجراءات التحفظية (أو التدابير المؤقتة) كوسيلة لإثبات الاعتداء على العلامة عند إقامة الدعوى، سواء كانت الدعوى مدنية أو جزائية، وأغلب التشريعات الوطنية نصت عليها، كما ألزمت اتفاقية تريبس الدول الأعضاء فيها بالنص عليها في قوانينها، لذا سوف نرى المقصود بالإجراءات التحفظية وخصائصها (الفرع الأول)، شروط الإجراءات التحفظية (الفرع الثاني)، مضمون الإجراءات التحفظية (الفرع الثالث)، زوال أثر الإجراءات التحفظية وتعويض المدعى عليه (الفرع الرابع).

### الفرع الأول: مفهوم الإجراءات التحفظية وخصائصها

نظرا لأهمية الإجراءات التحفظية ودورها في حفظ وحماية حقوق مالك العلامة التجارية، سنحاول معرفة مفهوم هذه الإجراءات (أولا)، والتعرض لخصائصها (ثانيا).

#### أولا: مفهوم الإجراءات التحفظية

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

**1/ تعريف الإجراءات التحفظية:** تطرق بعض الفقهاء إلى تعريف الإجراءات التحفظية باعتبارها حماية مؤقتة أو وقتية للعلامة التجارية، فهناك من يرى: (أن الإجراءات الوقائية أو التحفظية التي يختص بها القضاء المستعجل تشمل كل تدبير عملي يرمي إلى حماية حق طالب الإجراء من خطر التأخير بسبب النقص الحاصل في وسائل حمايته العادية)<sup>1</sup>.

في حين يرى آخر بأن الحماية الوقائية أو الإجراءات التحفظية تعني: (تلك المنحة التشريعية المقررة لمالك العلامة التجارية أو صاحب الشأن في مباشرة كافة الإجراءات المستعجلة لحماية حقوقه الواردة على علامة تجارية وذلك بمنع الاعتداء عليها أو التصدي للبضائع التي وقع الاعتداء بخصوصها وبما يحفظ الأدلة المرتبطة بواقعة التعدي)<sup>2</sup>. و في العديد من التشريعات المقارنة فإن الحماية الوقائية المنصوص عليها في قوانين العلامات لا تختلف كثيرا عن الحماية وفق أحكام القوانين الإجرائية المدنية.

مما سبق يمكن القول بأن الحماية الوقائية أو الإجراءات التحفظية هي إجراءات مستعجلة تتخذ من طرف القضاء بناء على طلب صاحب العلامة المتضرر من الاعتداء على علامته، وهي في العادة إجراءات تسبق دعوى أصل الحق، هدفها من جهة تسهيل إثبات الاعتداء على العلامة والضرر الحاصل قبل اختفاء الأدلة، ومن جهة أخرى منع وقوع الاعتداء إذا كان وشيكاً أو وقفه ومنع استمراره إن كان قد وقع فعلا، وحجز البضائع المقلدة و جميع المعدات و الأدوات التي استعملت في الاعتداء على العلامة، وهي إجراءات

<sup>1</sup> - وجدي راغب فهمي، نحو فكرة عامة للقضاء الوقي في قانون المرافعات، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر، المجلد 15، العدد الأول، يناير 1973، ص 199.

<sup>2</sup> - يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 220.

تتخذ بصفة مؤقتة إلى حين تمكن مالك العلامة من اللجوء إلى القضاء مطالبا بالحصول على قرار بالمنع الدائم والفصل في موضوع النزاع المعروض على القضاء.

**2/ أهمية الإجراءات التحفظية:** تعد الإجراءات التحفظية وسيلة ضرورية لمالك العلامة التجارية لأنها تمكنه من إثبات وقائع الاعتداء على علامته (تقليدها) حيث يتمكن من جمع كل الأدلة ويستعين مالك العلامة بهذه الأدلة المثبتة لحقه أو لادعاءاته عند إقامته لدعوى أصل الحق و عرض النزاع على القضاء، والغرض من هذه الإجراءات ليس فقط تيسير إثبات حالة التعدي على العلامة التجارية، أو إثبات الضرر الحاصل بسبب الاعتداء، بل مواجهة الاعتداء بمنع استمراره من خلال عدم السماح لتلك السلع المقلدة التي تحمل علامات مقلدة بالتدفق إلى الأسواق وحجزها، وحجز جميع الآلات والأدوات المستخدمة في الاعتداء على العلامة<sup>1</sup>.

أتاح المشرع لصاحب العلامة إمكانية إثبات الاعتداء على علامته، حيث أجاز له اتخاذ تدابير الحجز التحفظي لكي يتمكن من المحافظة على معالم الجريمة والأدلة من التلف والضياع، بمعنى الحفاظ على الآلات و الأدوات المستعملة في الاعتداء والسلع المقلدة التي تحمل العلامة المقلدة، و هنا تظهر أهمية الحجز التحفظي باعتباره وسيلة لجمع أدلة إثبات التعدي على العلامة والحفاظ عليها<sup>2</sup>.

و لا تتوقف الأهمية العملية للإجراءات التحفظية على مجال الإثبات فقط بل تظهر أيضا في منع الغير من الاعتداء على العلامة أو إيقافه عن الاستمرار في الاعتداء، بصفة مؤقتة إلى حين أن يتمكن صاحب العلامة من رفع دعوى قضائية يطالب فيها بمنع الاعتداء بصفة دائمة والفصل في موضوع النزاع، إذ أن طول إجراءات التقاضي لدى المحاكم ستجعل صاحب العلامة مضطرا للانتظار إلى غاية صدور قرار قضائي نهائي يثبت الاعتداء على علامته، إلا أن هذا القرار قد لا يحقق له الفائدة المنتظرة، إذ أن الاعتداء سيكون واقعا، والضرر حاصلًا، وهذا الإجراء التحفظي يفيد الزبائن كذلك، فهو يحميهم من اقتناء واستهلاك سلع ومنتجات مقلدة تحمل علامات مقلدة، لهذا كان يجب أن توفر لمالك العلامة وسيلة يستعين بها لمنع أو إيقاف الاعتداء على علامته مؤقتا إلى أن يفصل القضاء في دعواه<sup>3</sup>. لأنه إذا لم يتم منع

<sup>1</sup> - سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1505.

<sup>2</sup> - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 346.

<sup>3</sup> - عدنان غسان برانوبو، المرجع السابق، ص 773.



تداول السلع المقلدة فإنه يصعب تتبعها فيما بعد، لأنها تكون قد تفرقت بين الأسواق، وانتقلت بين أيدي المستهلكين، وهذه السلع يمكن أن تشكل خطراً على صحة و سلامة المستهلكين، و هذا الإجراء يفيد صاحب العلامة كذلك لأنه سيجنبه العديد من المصاريف و الإجراءات التي كان سيبدلها في تتبع السلع المقلدة في الأسواق.

و رغم أهمية الإجراء التحفظي وفقاً لما ذكرناه، إلا أنه ليس شرطاً لازماً لإقامة الدعوى، فهو إجراء عملي مقرر لمصلحة مالك العلامة<sup>1</sup>.

### ثانياً: خصائص الإجراءات التحفظية

تعتبر الحماية الوقائية (الإجراءات التحفظية) عمل قضائي يباشره قضاة الحاكم، وأن القرارات الصادرة بشأنها تعد أحكاماً قضائية<sup>2</sup>، و يمكن استخلاص خصائص الإجراءات التحفظية من الهدف الأساسي لها، فهي تعد وسيلة من وسائل الحماية المؤقتة، الفورية والفعالة، فهذه الإجراءات هي وقتية أو مؤقتة، لأنها مرتبطة بميعاد، لهذا فقد حددت مختلف تشريعات الدول وقتاً معيناً لا بد خلاله من رفع الدعوى القضائية سواء أكانت هذه الدعوى مدنية أو جزائية وإلا اعتبر الإجراء التحفظي باطلاً<sup>3</sup>، ومن جانب آخر هي إجراءات تقتضيها طبيعة الاعتداء على العلامة التجارية وحمايتها، فهذه الإجراءات تعتبر بمثابة حماية مؤقتة للعلامة من الاعتداء عليها، وذلك لحين لجوء مالك العلامة إلى القضاء ورفع الدعوى القضائية للمطالبة بالحصول على قرار دائم بمنع الاعتداء على علامته والفصل في موضوع النزاع<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - حمدي غالب الجعبر، المرجع السابق، ص 346.

<sup>2</sup> - يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص ص 218، 226.

<sup>3</sup> - سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1507.

<sup>4</sup> - محمد بن براك الفوزان، النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2012، ص 282. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 773. يشير مصطلح حماية وقتية في بعض قوانين العلامات لبعض الدول إلى معنى مختلف، فوفقاً للمادة 40 من قانون العلامات والأسرار التجارية العماني، رقم 38 لسنة 2000، فإن القواعد المتعلقة بالحماية الجنائية والمدنية تسري وبصفة مؤقتة لأي علامة تجارية تستعمل للمنتجات أو الخدمات التي يتم عرضها في المعارض الوطنية والدولية التي تقام في المملكة أو في إحدى الدول التي تعامل المملكة بالمثل. محمد بن براك الفوزان، المرجع السابق، ص 282.

كذلك هذه الإجراءات من طبيعتها أنها فورية بمعنى تتخذ فوراً ودون أي تأخير، أي بمجرد تقديم طلب من المعني و هو صاحب العلامة المتضرر للسلطات المختصة لاتخاذ هذه الحماية<sup>1</sup>، و ترمي هذه الإجراءات إلى توفير حماية لمصالح مالك العلامة في سرعة مناسبة عندما لا يكون مستساغاً التريث إلى حين البت في الأمر من خلال دعوى قضائية موضوعية قد تطول إجراءات التقاضي فيها<sup>2</sup>.

و في إطار الحديث عن الطبيعة الفورية للإجراءات التحفظية فهذه الأخيرة هي بمثابة إجراءات مستعجلة الهدف منها تأمين العجلة لوضع حد للأعمال المضرة بحقوق الغير بدون تأخر و بأقصى سرعة ممكنة، لأنه لما كانت إجراءات التقاضي في حال التعدي على حقوق صاحب العلامة التجارية قد تستغرق وقتاً طويلاً، هنا تدخل المشرع ومنح لأصحاب الحقوق المتضررين، ومنعاً لوقوع الضرر أو لاستمراره، الحق باللجوء إلى قاضي الأمور المستعجلة الذي له الصلاحية في اتخاذ جميع التدابير التي تمنع وقوع الضرر أو استمراره، بل إن تدخل القاضي هنا لحماية العلامة التجارية يهدف إلى تجنب وقوع أضرار لا يمكن التعويض عنها، إذ أن الأضرار التي تصيب الحق في العلامة لها خصوصيتها فهي مرتبطة بالسمعة المعنوية للعلامة و تؤثر على شهرتها و قيمتها في الأسواق، والتي يمكن أن يتسبب فيها المعتدي قبل الفصل في أساس النزاع، و يتخذ القاضي قراراته بشأن الإجراءات التحفظية وفقاً لظاهر الحال وظاهر المستندات دون التصدي لأساس الحق و دون الفصل في موضوع النزاع<sup>3</sup>.

و من خصائص الإجراءات التحفظية أنها فعالة نظراً للدور المهم والفعال الذي تؤديه لكي لا تتعرض الأسواق و التجارة عموماً على المستويين الداخلي والخارجي إلى اضطراب وتشويه لوجود أو دخول سلع ومنتجات تتضمن تعد واضح على طرفين، هما ملاك العلامات التجارية و جمهور المستهلكين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1508.

<sup>2</sup> - وائل بوعلاي، دور القضاء والنيابة العامة في حماية الملكية الفكرية، أعمال الندوة الإقليمية حول جرائم الملكية الفكرية التي جرت ضمن "إطار برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية - مشروع تحديث النيابات العامة"، 2008، مملكة البحرين، ص 136، منشور بالموقع الإلكتروني [www.academia.edu](http://www.academia.edu) عليه بتاريخ: 20-04-2021.

<sup>3</sup> - حمدي غالب الجعير، المرجع السابق، ص 338، 341. القضاء المستعجل الذي هو قضاء وقي لا يحسم النزاع المعروض عليه بشكل نهائي، وقراراته لا تقيد المحكمة النازرة بأساس النزاع. نفس المرجع، ص 337.

<sup>4</sup> - سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1508.

الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها للقيام بالإجراءات التحفظية

نصت المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على: "يمكن مالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضرراً وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة. عندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة".

من خلال نص المادة فإنه للاستفادة من الإجراءات التحفظية المتمثلة في إجراء وصف وتوقيع الحجز للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد، أكد المشرع على ضرورة توافر شروط معينة تتمثل في: إثبات تسجيل العلامة من قبل مالكيها (أولاً)، إلحاق الضرر بمالك العلامة (ثانياً)، ودفع المدعي لكفالة لتوقيع الحجز (ثالثاً).

أولاً- إثبات تسجيل العلامة من طرف مالكيها

وفقاً لنص المادة 34 المذكورة سابقاً فإن مالك العلامة الذي يدعي بأن علامته تعرضت للتعدي و أنه تضرر من ذلك هو من يستفيد من الإجراءات التحفظية، و اشترط المشرع على مالك العلامة أثناء القيام بإصدار الأمر على عريضة أن يقدم الدليل الذي يثبت تسجيل علامته والمقصود هنا هو شهادة تسجيل العلامة التجارية التي تعد الدليل على ملكية العلامة<sup>1</sup>.

يعد شرط تسجيل العلامة من طرف مالكيها، شرطاً مهماً وضرورياً للاستفادة من الحماية المؤقتة، و يعني ذلك أن العلامة غير المسجلة لا تستفيد من هذه الحماية، و هذا ما أكدته المشرع الجزائري، والعديد من التشريعات المقارنة وضعت هذا الشرط كالتشريع العراقي والسوري، وتظهر أهمية شهادة التسجيل التي يقدمها مالك العلامة في أنها تتضمن وصفاً تفصيلياً للعلامة المقصودة وبيان للسلع الحاملة لهذه العلامة،

<sup>1</sup> إضافة إلى المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً، والتي أكدت على ضرورة أن يقدم مالك العلامة ما يثبت تسجيل علامته، فقد نصت المادة 27 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على: "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها، غير أنه يمكن معاينة ومتابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه".

واسم المالك الحقيقي للعلامة، فكل هذه المعلومات تسهل للسلطات المختصة التأكد فيما إذا كان طالب الحماية محقا في طلبه أم لا وذلك حين البت في النزاع أمام القضاء<sup>1</sup>.

بالاطلاع على قانون العلامات نجد أن المشرع الجزائري لم يعط الحق في الحماية المؤقتة لمن يستند في ملكيته للعلامة على الاستعمال فقط دون التسجيل، ولم يعط هذا الحق كذلك لمن تقدم بطلب تسجيل العلامة ولم يبت له في طلب تسجيله.

فيما يتعلق بالعلامات المشهورة، هل يشترط إثبات تسجيل العلامة في البلد الذي يطلب فيه حماية العلامة؟ بالنسبة لقانون العلامات الجزائري لم ينص على ضرورة تسجيل العلامة المشهورة لكي تتمتع بالحماية القانونية بل اشترط أن تتمتع العلامة بالمشهرة في الجزائر، وفقا لما نصت عليه الفقرة 8 من المادة 7، و الفقرة 4 من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، لكن ما يلاحظ في نص الفقرة 4 من المادة 9 أنها نصت على أن صاحب العلامة المشهورة في الجزائر له الحق في حماية علامته، في إطار سردها للحقوق أو الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة، أما فيما يخص اتفاقية باريس و اتفاقية ترييس فلم تتضمن أي نص يشير إلى ضرورة تسجيل العلامة المشهورة في البلد الذي يطلب فيه الحماية للتمتع بأي نوع من أنواع الحماية القانونية<sup>2</sup>.

### ثانيا: إلحاق الضرر بمالك العلامة

تضمنت المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، شرطا آخر و هو أن يكون هناك ضرر قد لحق مالك العلامة من وضع علامته على السلع المقلدة، وهنا لابد للمالك أن يثبت ما يدل على وجود أفعال الاعتداء على علامته.

بمعنى أن يثبت صاحب العلامة أن حقوقه قد تم التعدي عليها أو أن التعدي أصبح وشيكا ومن المحتمل أن يلحق به ضررا يصعب تداركه أو تعويضه في حال وقوعه، أو أنه يخشى من ضياع أو إتلاف

<sup>1</sup> - سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1510، 1511.

<sup>2</sup> - الفقرة 8 من المادة 7 و الفقرة 4 من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا. أيضا المادة 6 ثانيا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا. الفقرتين 2 و 3 من المادة 16 من اتفاقية ترييس، المشار إليها سابقا. و للمزيد راجع الشرح المتعلق بالعلامة المشهورة في الفصل التمهيدي من هذه الرسالة.

الأدلة التي تثبت وقوع الاعتداء<sup>1</sup>. إلا أن المشرع الجزائري لم يشر في المادة 34 المذكورة أعلاه إلى الضرر المحتمل أو الاعتداء الوشيك بل أشار إلى إلحاق الضرر بمالك العلامة<sup>2</sup>.

و الضرر هنا يجب أن يظهره الخبر من خلال وصف ومعاينة السلع، الآلات، الوثائق، الفواتير، الأغلفة، الإعلانات و جميع الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة، وكذلك البضائع المستوردة<sup>3</sup>. فالخبير يوضح طبيعة الأفعال المرتكبة ودرجة الضرر الذي يكون قد لحق بمالك العلامة.

### ثالثا: دفع المدعي لكفالة لتوقيع الحجز التحفظي

أما الشرط الثالث الواجب توافره للاستفادة من الإجراءات التحفظية هو دفع المدعي (مالك العلامة) لكفالة و هذا ما نصت عليه المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، بأنه يجوز للقاضي أن يأمر المدعي بدفع كفالة عندما يتأكد الحجز أي عند توقيع الحجز.

و السبب في اشتراط دفع الكفالة يرجع إلى أن إصدار الإجراء التحفظي قد يلحق ضررا كبيرا بمصلحة من يصدر الإجراء ضده، مثل الحجز التحفظي، ومن أجل تحقيق نوع من الموازنة بين مصلحة من يدعي بوقوع اعتداء على علامته التجارية وبين مصلحة (المدعى عليه) من سيصدر القرار ضده، أجاز المشرع للقاضي أن يفرض على من يطالب بهذا الإجراء (المدعي مالك العلامة) إيداع كفالة مناسبة يمكن لمن صدر ضده الإجراء أن يرجع إليها في حالة عدم قيام من صدر القرار لفائدته برفع دعوى أصل الحق

<sup>1</sup> - ميثاق طالب الحسنوي، الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية ووسائل حمايتها، مجلة جامعة كربلاء العلمية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد 15، العدد2، 2017، ص 194.

<sup>2</sup> - إن الحق في المطالبة باتخاذ الإجراءات التحفظية يتوقف على ضرورة توافر شرط أساسي وهو الاستعجال نظرا لارتباطه بالهدف المنتظر من الإجراءات التحفظية التي يطالب صاحب العلامة باتخاذها لمواجهة الضرر الحاصل نتيجة لوقوع خطر التعدي على العلامة، و يقصد بشرط الاستعجال هنا أن يكون هناك خطر يحتمل وقوعه أو متوقع، وأن يؤدي هذا الخطر إلى إلحاق ضرر بمالك العلامة وهذا الضرر لا يمكن تداركه وتدارك نتائجه الضارة، كأن تدخل سلع إلى الأسواق تحمل علامة مملوكة لشخص آخر، هنا ستتأثر مبيعات هذا الأخير بالسلب، إذ أن هذه البضائع ستشارك مبيعاته في عمليات البيع، أو يمكن أن تكون جودة هذه السلع رديئة فيمتنع الزبائن عن شراء السلع التي تحمل العلامة المتعدية، ففي كلتا الحالتين فإن مالك العلامة سيتضرر. سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1508.

<sup>3</sup> - محمد بن براك الفوزان، المرجع السابق، ص 279.

خلال الأجل المحدد<sup>1</sup>. أو في حالة ما إذا تم إلغاء القرار لكون المدعي غير محق في طلبه<sup>2</sup> كأن يتبين بأن السلع المطلوب حجزها تحمل العلامة الأصلية وليست مقلدة، لذا فالكفالة تعد ضمانا للمدعي عليه الذي قد تصيبه أضرار من إساءة استعمال الإجراءات التحفظية من طرف مالك العلامة.

### الفرع الثالث: محتوى الإجراءات التحفظية المتخذة من طرف صاحب العلامة

حسب قانون العلامات فإن لمالك العلامة التجارية المسجلة الحق في أن يقوم بإجراء وصف دقيق للسلع والبضائع التي يدعي أو يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا و ذلك مع إيقاع الحجز أم بدونه، ويكون ذلك بموجب أمر على عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة<sup>3</sup>. ومحضر الوصف أو الحجز لا يعد شرطا لقبول الدعوى كون صيغة المادة 34 لم تكن إلزامية، فهذا الإجراء مقرر لمصلحة مالك العلامة، و له الحرية في الأخذ به أم لا<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 793. القاضي له الصلاحية في أن يأمر المدعي بتقديم ضمان أو كفالة معادلة بما يكفي لحماية المدعي عليه وتعويضه في حالة ما إذا تبين أنه كان على حق وأيضا لمنع إساءة استخدام الإجراءات التحفظية من طرف المدعي (صاحب العلامة). كنعان الأحمر، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين، نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع المجلس القضائي الأردني، عمان، الأردن، 4-5 أبريل/نيسان، 2004، ص 10.

- وثيقة منشورة على موقع الويبو التالي: <https://www.wipo.int> تحت رقم: WIPO/IPR/JU/AMM/04/DOC.4B تاريخ الاطلاع: 20-04-2021.

<sup>2</sup> - يسار فواز الخنيطي، المرجع السابق، ص 225. الكفالة التي يلزم المدعي بتقديمها قد تكون كفالة نقدية أو تأمين عيني، وهي مقررة لضمان حق المدعي عليه الذي يمكن أن يتضرر من هذه الإجراءات، والكفالة ضرورية لعدة أسباب: 1/ فهي وسيلة ردع وحماية في نفس الوقت، إذ تعد وسيلة ردع للمدعي الذي يطالب بالحماية، فالمدعي يمكن أن يستغل هذه الحماية لإلحاق الضرر بالتجار عن طريق الحجز على سلعهم ومنعها من دخول الأسواق وبالتالي الإضرار بسمعتهم التجارية، وهي كذلك وسيلة حماية للتجار من محاولة إلحاق الضرر بهم وتشويه سمعتهم. 2/ هي وسيلة للتعويض عن الأضرار التي يمكن أن تلحق بالمدعي عليه نتيجة لتطبيق هذه الإجراءات. سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1509.

<sup>3</sup> - المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - حمدي غالب الجعبر، المرجع السابق، ص 346.

الإجراءات التحفظية تتخذ من طرف المحكمة المختصة<sup>1</sup> بناء على طلب يقدمه المتضرر إذا رأت أن الطلب مبني على أسباب معقولة<sup>2</sup> ومنه سنتطرق إلى كيفية القيام بإجراء الوصف (أولاً) وإجراء حجز (ثانياً).

### أولاً: إجراء وصف للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد

يستعين مالك العلامة بحجبر للقيام بإجراء وصف دقيق وجرّد تفصيلي للمنتجات والسلع المقلدة<sup>3</sup> سواء أكانت جاهزة لطرحها في الأسواق و عرضها للبيع، أو كانت لا تزال في مراحل الإعداد والتحضير، و أيضاً وصف وجرّد الآلات والأدوات المستخدمة في الاعتداء على العلامة، العلامات المقلدة، عناوين المحال، الأغلفة، الفواتير، المكاتبات و وسائل الإعلان أو غير ذلك مما يكون قد وضعت عليه العلامة<sup>4</sup>، و يشكل هذا الإجراء وسيلة مهمة لإثبات الاعتداء على العلامة<sup>5</sup> لأنه يتضمن وصفاً دقيقاً لكل ماله علاقة بالاعتداء على العلامة.

<sup>1</sup> - إن ما يترتب على الإجراءات التحفظية من آثار فهي مؤقتة أو تنتهي بمجرد صدور حكم في الدعوى الموضوعية، مثل القرار الذي يتعلق بالحراسة القضائية إذ ينقضي أثره حين صدور الحكم بالملكية لأحد طرفي النزاع، و على كل حال فإنه كقاعدة عامة، أن القرارات التي تصدر بشأن الطلبات التحفظية أو الوقتية تعد أحكاماً قضائية وحائزّة لحجية الشيء المقضي به ومضمونها ملزم لطرفي النزاع، أما حجية هذه القرارات فهي ليست مطلقة بل ترتبط بدوام الوقائع والمراكز القانونية للخصوم وأن أي تعديل أو تغيير فيها يجرى طلب تعديل أو إلغاء القرار المتخذ حول الطلبات التحفظية بما يتفق مع المستجدات الحاصلة لأنها لا تتمتع بصفة التأييد، وهذه القرارات لا تؤكد الحق و لا تنهي النزاع. يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 220، 226.

<sup>2</sup> - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 341.

<sup>3</sup> - المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقاً. يبدو أن الحكمة التي يتوخاها المشرع من فرض هذا الإجراء هي الرغبة في سد الطريق أمام المعتدي على العلامة الذي من المحتمل أن يقوم بتهريب السلع، المنتجات، الأدوات والآلات والتي تشكل دليل اعتداء على العلامة، أو إحداث بها أي أمر لتضليل العدالة، إضافة إلى ذلك فستجد الحكمة الوسائل التي تمكنها من تقدير قيمة التعويض المستحق لمصلحة من لحقه الضرر من الاعتداء على العلامة. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 784.

<sup>4</sup> - محمد بن براك الفوزان، المرجع السابق، ص 279 وما بعدها. وراجع أيضاً عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 784.

<sup>5</sup> - قد يحتفي الشخص الذي قام بالتعدي على العلامة بمجرد علمه بوجود دعوى ضده، أو أن يقدم على إخفاء البضائع والسلع المقلدة والأدوات والآلات المستعملة في الاعتداء، و يمكن أن يتم إخفاء الوثائق التي تثبت هوية الأطراف التي شاركت في التعدي، لذلك نصت أغلب قوانين الدول على ضرورة تمكين مالك العلامة من وسيلة تساعد في إثبات الاعتداء على علامته عن طريق إجراء فوري و سريع يسبق إقامة دعوى أصل الحق، لهذا فيستمكن مالك العلامة باعتماده على إجراءات الحماية المستعجلة، من منع الاستمرار في التعدي على علامته وبايقاع الحجز، و بالحصول على الأدلة التي تثبت حقه قبل أن يخفيها المعتدي وهذا ما

ثانيا: إجراء حجز للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد

أكد المشرع الجزائري في المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، على أنه قد يتبع الإجراء الأول الذي يتضمن وصف السلع المقلدة، بإجراء الحجز وإيقاعه على كل ما يشكل تعديا على العلامة أو ما يعتبر دليلا على التعدي عليها.

و يهدف هذا الإجراء إلى الحجز على السلع والمنتجات المقلدة، العلامات المقلدة، حجز الآلات و الأدوات و الوسائل المستعملة في تقليد العلامة و أيضا جميع الوثائق التي لها علاقة بالتعدي على العلامة، وإيقاع الحجز تكتمل الحماية الوقائية التي يضمنها القانون لحماية العلامة التجارية، لأن مجرد إجراء الوصف والجرد للسلع والأدوات و الوسائل التي تم بها الاعتداء، و التي تفيد في إثبات واقعة الاعتداء على العلامة، لا قيمة عملية لها إذا لم يتم إيقاع الحجز التحفظي، فالحجز يعد إجراء وقائيا أقره المشرع لمصلحة مالك العلامة المتضرر لكي يتمكن من التحفظ على وسائل الاعتداء على علامته، إضافة إلى تجنب ارتكاب أي أعمال غير مشروعة قد يتم ارتكابها في المستقبل، ولكي يتمكن المتضرر من الحصول بسهولة على التعويض المناسب عند لجوئه إلى القضاء الموضوعي<sup>1</sup>.

عند القيام بإجراء الوصف المفصل للسلع المقلدة و الوسائل المستعملة في التقليد مع توقيع الحجز عليها فإن الحجز هنا يعد حجرا تحفظيا وتطبق عليه أحكام المواد 650 و 659 وما بعدها من قانون الإجراءات المدنية والإدارية<sup>2</sup>، إذ نصت المادة 650 منه على: " لكل من له ابتكار أو إنتاج مسجل أو محمي قانونا أن يحجز تحفظيا على عينة من السلع أو نماذج من المصنوعات المقلدة، ويقوم بعملية الحجز على العلامات المقلدة، المحضر القضائي الذي يحرر محضر الحجز ويوضح فيه طبيعة المنتج أو العينة أو النموذج المحجوز، ويضعه في حرز مختوم ومشمع...".

سيحقق الطمأنينة والثقة لمالك العلامة عند إقامة دعواه، لأن هذا الإجراء الاستعجالي سيمكنه من المحافظة على البضائع المقلدة، الوسائل و الأدوات المستعملة في التقليد، الوثائق و العلامات المقلدة على حالتها. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص ص 781، 782.

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 785.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 203. وراجع أيضا المواد 650، 659 وما بعدها من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.



و لم تشترط المادة 650 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على مالك العلامة الذي يطالب بإجراء الحجز، بأن يودع كفالة، مثلما اشترطته المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، التي أجازت لرئيس المحكمة عندما يتأكد الحجز أن يأمر مالك العلامة المدعي بأن يدفع مبلغ الكفالة المناسبة والتي يقوم بتقديرها رئيس المحكمة.

#### الفرع الرابع: بطلان الإجراءات التحفظية وتعويض المدعى عليه المتضرر

إن الإجراءات التحفظية التي قام بها المدعي صاحب العلامة عن طريق القضاء يمكن أن تتعرض للبطلان، كما أن المدعى عليه قد يتضرر من هذه الإجراءات إذا ساء استعمالها، لذا منح له القانون الحق في المطالبة بالتعويض، وهذا ما تناولته المادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور سابقا، حيث نصت على: "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها"، لذا سنرى هنا بطلان أثر الإجراء التحفظي (أولا) وتعويض المدعى عليه (ثانيا).

#### أولا: بطلان أثر الإجراءات التحفظية (زوال أثر إجراء وصف وحجز السلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد)

سيتم التطرق إلى مسألة بطلان الإجراءات التحفظية من خلال عنصرين هما: زوال أثر الإجراء التحفظي كجزء لعدم القيام برفع الدعوى خلال ميعادها (1)، زوال أثر الإجراء التحفظي لعدم وجود تعدد على حقوق مالك العلامة التجارية (2).

**1- زوال أثر الإجراء التحفظي كجزء لعدم القيام برفع الدعوى خلال ميعادها:** وفقا للقواعد العامة في الحجز التحفظي أن الدائن الحاجز يجب عليه أن يقوم برفع دعوى تثبيت الحجز أمام قاضي الموضوع في أجل لا يتجاوز مدة 15 يوما من تاريخ صدور الأمر بالحجز وإلا سيكون مصير الحجز والإجراءات التالية له البطلان<sup>1</sup>، كما أنه يمكن للمحجوز عليه أن يقوم برفع دعوى استعجالية إذا لم يسع الدائن الحاجز إلى رفع دعوى تثبيت الحجز خلال 15 يوما<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> المادة 1/662 من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا. وراجع أيضا ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 203.

<sup>2</sup> المادة 2/662، من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

إلا أن المشرع في المادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، ألزم مالك العلامة الحاجز بضرورة اللجوء إلى القضاء الجزائري أو المدني خلال أجل شهر من توقيع الحجز من أجل النظر في موضوع الدعوى وإلا كان محضر الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون.

فصاحب العلامة و هو من صدر الإجراء التحفظي لمصلحته يجب عليه أن يبادر بإقامة الدعوى المدنية أو الجزائية بأصل الحق خلال أجل شهر من تاريخ صدور القرار المستعجل وإلا زال كل أثر لهذا القرار، أي أن إجراء الوصف والحجز الذي تم يعتبر باطلا<sup>1</sup>.

و في حالة بطلان محضر الحجز أو الإجراء التحفظي فإن ذلك لا يمس بصحة دعوى الموضوع التي يتم رفعها أمام القضاء المدني أو الجزائي، و يقصد بذلك أنه لا يوجد أي تأثير على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع، و يعني البطلان هنا زوال جميع آثار الإجراء التحفظي التي لحقت بمن صدر القرار في مواجهته<sup>2</sup>.

و حول إلزام المشرع الجزائري لمالك العلامة باللجوء إلى القضاء المدني أو الجزائي خلال مدة شهر من توقيع الحجز، فإن هناك من رأى بأنه لا مبرر لكل هذه المهلة، لأن قانون الإجراءات المدنية نص على مهلة أقل إذ أكد على ضرورة رفع دعوى تثبيت الحجز في أجل 15 يوما، إضافة إلى أن العديد من التشريعات قلصت هذه المدة إلى أقل من 15 يوما، فالمشرع الفرنسي والمصري حددا أجل قدره 15 يوما فقط، بينما المشرع الأردني حدد 8 أيام فقط، ومنه فأجل 30 يوما هو طويل ولا يتماشى مع الأجل المحدد في قانون الإجراءات المدنية والإدارية وهو 15 يوما<sup>3</sup>.

**2- زوال أثر الإجراء التحفظي لعدم وجود تعدد على حقوق مالك العلامة التجارية:** يمكن أن تستغل الإجراءات التحفظية من طرف مالك العلامة التجارية بطريقة تعسفية كأن يطالب مالك العلامة من المحكمة بإصدار قرار بمنع دخول سلع معينة إلى الأسواق التجارية، وهذه السلع مستوردة من طرف المدعى عليه وهي في حيازته، ويدعي مالك العلامة التجارية أنها تحمل العلامة بدون إذن أو ترخيص منه، إلا أنه بعد إصدار الأمر الاستعجالي تبين أن السلع المستوردة تحمل العلامة الأصلية حسب ما ينص عليه عقد

<sup>1</sup> راجع نص المادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 204.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 204.

الترخيص باستغلال العلامة و لا تحمل أي علامة مقلدة، وبالتالي بإصدار الأمر التحفظي في هذه الحالة سيسبب للمدعى عليه أضراراً بالغة<sup>1</sup>.

وفقاً لما سبق فإن المدعي مالك العلامة، يمكن أن يسيء استعمال حقه في اتخاذ الإجراء أو الحجز التحفظي بطلبه توقيع الحجز على سلع لا تعتدي على علامته، وبالتالي عدم وجود احتمال لارتكاب فعل التعدي على العلامة، وهذا ما يترتب عنه بطلان التدابير التحفظية المتخذة و زوال أثرها<sup>2</sup>.

### ثانياً: تعويض المدعى عليه المتضرر من اتخاذ الإجراءات التحفظية

في حالة ما إذا تضرر المدعى عليه من اتخاذ الإجراءات التحفظية، فله الحق في أن يطالب بالتعويض في حالتين، الأولى في حالة ما إذا لم يبادر المدعي صاحب العلامة الذي صدر القرار أو الإجراء التحفظي لصالحه، برفع دعوى أمام القضاء المدني أو الجزائي على من اتخذت ضده الإجراءات التحفظية، خلال الأجل المحدد وهو شهر حسب ما نصت عليه المادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، تحسب من تاريخ صدور الأمر بالإجراء التحفظي، أما الحالة الثانية، عندما يتم إلغاء الإجراء التحفظي من طرف القضاء نتيجة لكون المدعي غير محق في طلبه باتخاذ تلك الإجراءات، كأن يطالب صاحب العلامة بإيقاع الحجز على سلع يدعي أنها تحمل علامته بدون إذن أو موافقة منه، لكن تبين فيما بعد أن هناك عقد ترخيص منه بوضعها. فهنا ليس هناك اعتداء على حقوق صاحب العلامة و تعتبر الإجراءات المتخذة باطلة<sup>3</sup>.

من خلال ذلك يحاول المشرع أن يحقق نوعاً من التوازن بين إتاحة الأدوات المناسبة لمالك العلامة التجارية للإنفاذ الفعال لحقوقه الخاصة به من جهة، ومن جهة أخرى حماية التجار الذين يلحقهم ضرر عندما يسيء ملاك العلامات التجارية استعمال حقوقهم<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - حسام الدين عبد الغني الصغير، الجزاءات الدولية ضد التعدي على العلامات التجارية وتزويرها والاتجاهات الدولية، بما في ذلك أحكام الإنقاذ وفقاً لاتفاقية تريبس، ندوة الويبو نظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية حول العلامات التجارية، دمشق، 22 و 23 كانون الأول 2003، مشار إليه لدى عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 798.

<sup>2</sup> - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 346، 351.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية ووطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 268. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 343، 351.

<sup>4</sup> - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 351.

أما عن تعويض الأضرار فقد نصت عليه المادة 35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات كما يلي: "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها"، وهنا المدعى عليه المتضرر يستطيع الرجوع إلى مبلغ الكفالة الذي ألزم القاضي طالب الإجراء التحفظي بإيداعه.

يمكن القول أن الحكم على المدعي بالتعويض المادي وحده غير كاف، فيما أننا نتعامل مع سمعة المدعى عليه التجارية، وبمركزه المهم في السوق، وبثقة الزبائن بسلعه أو بمعاملاته مع التجار أو المنتجين الآخرين، فإن كل هذه العناصر تتأثر بالسلب من إساءة استعمال الإجراءات التحفظية، لذا من المفروض أن يتم كذلك نشر قرار عدم أحقية المدعي بالمطالبة باتخاذ تلك الإجراءات<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات الجمركية (التدابير الحدودية)

إن التطور الصناعي والتكنولوجي الذي نشهده اليوم، وتحرير المبادلات التجارية بين مختلف الدول، جعل السوق الوطنية منفتحة على الأسواق العالمية، وعلى التجارة العالمية عموماً، فأصبحت السوق الوطنية تستقبل سلعا من خلال عمليات الاستيراد، قد يكون بعضها مقلداً، وبما أن هذه العمليات تتم على مستوى حدود الدولة، فهنا يأتي ذكر الجمارك والتي تؤدي العديد من الأدوار<sup>2</sup>، منها حماية الاقتصاد الوطني، ودورها في تحصيل الضريبة، ومراقبة وتنظيم عمليات التجارة الخارجية من صادرات وواردات، وذلك بالتعرض للممارسات التجارية غير المشروعة وكشفها، كالتهرب ومراقبة تسرب البضائع المقلدة وهي البضائع التي تحمل علامات تجارية مقلدة أو تحمل علامات تجارية بدون إذن أو تصريح من مالكيها<sup>3</sup>.

لذا فالمشرع الجزائري وضع تدابير جمركية (إجراءات حدودية) لتمكين إدارة الجمارك من التدخل ولضبط وحجز هذه السلع المقلدة عند الحدود وقبل ولوجها للأسواق من خلال قانون الجمارك.

ومنه سوف نرى في الفرع الأول: دور الجمارك في حماية العلامة التجارية وشروط تدخلها لقمع

التقليد.

<sup>1</sup> - سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1514.

<sup>2</sup> - زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية - التقليد و القرصنة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2003/2002، ص ص 150، 152.

<sup>3</sup> - محاد ليندة، المرجع السابق، ص ص 122، 123.

وفي الفرع الثاني: أشكال تدخل إدارة الجمارك لقمع تقليد العلامة التجارية. أما الفرع الثالث فسنترى فيه تبعات التدخل الجمركي.

**الفرع الأول: دور إدارة الجمارك في حماية العلامة التجارية وشروط تدخلها لقمع التقليد (شروط التدخل الجمركي)**

رغم أن العلامة التجارية تتمتع بالعديد من أشكال الحماية القانونية كالحماية الجزائية، الحماية المدنية، الحماية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، إلا أن حماية العلامة ابتداء من حدود الدولة سيوفر حماية أخرى للعلامة من خلال الدور المهم الذي تؤديه إدارة الجمارك في هذا المجال (أولاً)، كما أن تدخل إدارة الجمارك لقمع تقليد العلامات يتم وفق شروط محددة (ثانياً).

**أولاً: دور إدارة الجمارك في حماية العلامة التجارية**

إن حماية العلامة التجارية عند حدود الدولة تعتبر من مهام الإدارة الجمركية من خلال اتخاذها مجموعة من الإجراءات تعرف بالتدابير الحدودية، عند حدود الدولة في حالة استيراد أو تصدير البضائع، لضمان حماية العلامة، ويبقى أن الهدف الرئيسي لهذه التدابير هو منع تدفق السلع التي تحمل علامات مقلدة أو التي تحمل علامات بدون إذن أو ترخيص من مالك العلامة، إلى الأسواق ومن الوصول إلى أيدي المستهلكين<sup>1</sup>، عن طريق وقف الإفراج عن هذه السلع أو حجزها.

فالسطات الجمركية مخولة لمنع أي شخص من استيراد سلع تحمل علامات تجارية مقلدة، وهذا ما يسمح لها بضبط أي سلع مشتبه فيها عند نقطة الحدود<sup>2</sup>، وفي إطار ممارسة الجمارك لدورها في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية من التقليد، ومنها حماية حقوق أصحاب العلامات التجارية هنا، تقوم بدور رقابي على جميع السلع و المصنفات عند عبورها للدوائر الجمركية بمناسبة عمليات التصدير أو الاستيراد، وتمارس سلطاتها من خلال ضبط أي مخالفات، وفي هذا الإطار فهي تقوم بالعديد من المهام منها، التأكد من التراخيص التي يحوزها من يقومون بالاستيراد والتصدير، المساهمة في حماية حقوق الملكية الفكرية بالتعاون

<sup>1</sup> - سماح حسين علي، المرجع السابق، ص 1503.

<sup>2</sup> - Khadijah Mohamed, Trademark counterfeiting: comparative legal analysis on enforcement within Malaysia and The United Kingdom and at their borders, thesis submitted in fulfilment of the requirement for the degree of doctor of philosophy in law, Newcastle law school, Newcastle university, June 2012 , p 228.

والتنسيق مع مختلف الهيئات العمومية المتدخلة، كجهاز الشرطة، المعهد الوطني للملكية الصناعية، ... وتلتزم إدارة الجمارك بإتمام إجراءات ضبط الوقائع، وتحرير المحاضر،...<sup>1</sup>.

إن التدابير الحدودية التي تقوم بها مصالح الجمارك هي تدابير وقائية لتجنب أي انتهاك محتمل لحقوق الملكية الفكرية ومنها حقوق مالك العلامة التجارية في أقرب وقت ممكن قبل دخول البضائع للسوق الوطنية، ويبدو أن الخيار أو البديل الأفضل بالنسبة لأصحاب الحقوق هو استخدام هذا الحل كسلاح وقائي عندما يكون لديهم سبب للاعتقاد بأن حقوق الملكية الفكرية الخاصة بهم قد تم أو سيتم انتهاكها، ويبقى أن فعالية هذه التدابير تعتمد على التعاون الجيد والتواصل بين الأطراف المعنية وخاصة بين مصالح الجمارك وأصحاب الحقوق.<sup>2</sup>

أما عن المشرع الجزائري فقد أكد في العديد من النصوص القانونية على دور الجمارك في ضمان حماية العلامة التجارية من التقليد، ومنها المادة 22 من القانون رقم 79-07، المتضمن قانون الجمارك، والتي تم تعديلها بموجب المادة 3 من القانون رقم 98-10، المذكور سابقاً<sup>3</sup>، و هنا أصدر المشرع القرار المؤرخ في

<sup>1</sup> - محاد ليندة، المرجع السابق، ص 125.

<sup>2</sup> - Khadijah Mohamed, op.cit, pp 231, 232. « The Role of Border Measures in Combating Counterfeiting Activities: The ongoing challenge posed by counterfeiters, as discussed above, demands that customs authorities respond accordingly . In this regard, the customs' traditional roles (focusing on the control of goods for revenue collection, industry assistance, and community protection) have widened to include inter alia the facilitation of legitimate trade and the enforcement of IP laws at the borders . It is argued that defence at entry points is crucial to stop counterfeit goods from leaving or entering the target markets, because such restriction is more effective than apprehending them once they are circulating within these markets . Although there may be issues as to which is the correct law to apply in assessing the status of products, BM are believed to be a more efficient approach which could offer expeditious remedies at a lower cost compared to cases being brought in judicial proceedings. The importance of the role of customs in obstructing the international movement of counterfeit goods at the borders can be seen in the worldwide seizure statistics, where existing data show that they are responsible for the majority of all seizures made globally » Ibid, p 199.

<sup>2</sup> - نصت المادة 22 من القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979 و المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً، المعدلة و المتممة بالمادة 3 من القانون رقم 98-10، المؤرخ في 22 أوت سنة 1998، المشار إليه سابقاً، على : " تحظر عند الاستيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة على المنتوجات نفسها أو على الأغلفة أو الصناديق أو الأحزمة أو الأظرفة أو الأشرطة أو الملصقات، و التي من شأنها أن توحي بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري. و تحظر عند

15 جويلية سنة 2002 الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة<sup>1</sup> نظرا لأهميتها، ويحتوي هذا القرار على 17 مادة، وقد جاء هذا القرار مفصلا، حيث نص على تدابير حماية العلامة التي يجب القيام بها من طرف مصالح الجمارك، وتعتبر المادة 22 هنا جوهر الحماية و أساس تدخل إدارة الجمارك لحماية العلامة، ونظرا لأهمية هذه المادة فقد تم تعديلها من خلال المادة 42 من القانون رقم 07-12، المتضمن قانون المالية لسنة 2008، فهذا التعديل الجديد تضمن أمورا جديدة منها، استعمال المصطلح التقليدي عوض مصطلح التزييف، كما نص على حظر السلع المقلدة عند التصدير، زيادة على حظرها عند الاستيراد، وربما المشرع نص على هذه التعديلات لكي تتماشى نصوص القانون الوطني مع الاتفاقيات الدولية التي تنظم حقوق الملكية الفكرية.

تلتزم إدارة الجمارك عند الاستيراد والتصدير بحجز السلع المقلدة التي تمس بحقوق الملكية الفكرية ومنها حقوق صاحب العلامة التجارية وفقا لنص المادة 22 من قانون الجمارك<sup>2</sup>، المعدلة والمتممة بموجب المادة 42 من قانون المالية لسنة 2008، المذكور سابقا، حيث جاء نص المادة 42 كما يلي: >> تعدل وتتم أحكام المادة 22 من القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم، كما يأتي :

" المادة 22: تحظر من الاستيراد والتصدير، السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية، لاسيما :

✓ السلع بما في ذلك توكيدها والتي تحمل بدون ترخيص علامة صنع أو علامة تجارية تكون مماثلة لعلامة صنع أو علامة تجارية مسجلة قانونا بالنسبة لنفس فئة السلع أو التي لا يمكن التمييز بينها فيما يتعلق بمظهرها الأساسي لهذه العلامة الصناعية أو التجارية والتي تمس بحقوق صاحب العلامة المعنية،

---

الاستيراد، مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه، و تخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة. تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة بقرار من الوزير المكلف بالمالية."

<sup>1</sup> - القرار المؤرخ في 15 يوليو سنة 2002، يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، ج.ر العدد 56، الصادر في 18 أوت 2002، ص 17.

<sup>2</sup> - المادة 22 من القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979 و المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، المعدلة والمتممة بالمادة 42 من القانون رقم 07-12، المؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2007، يتضمن قانون المالية لسنة 2008، ج.ر العدد 82، الصادر في 31 ديسمبر 2007، ص 3.



✓ جميع الرموز المتعلقة بالعلامة (علامة رمزية، بطاقة، ملصق، نشرة دعائية، استمارة الاستعمال، وثيقة الضمان) حتى ولو تم تقديمها منفصلة عن بعضها ضمن نفس الشروط التي قدمت فيها السلع المذكورة أعلاه،

✓ الأغلفة الحاملة لعلامات السلع المقلدة، المقدمة بصفة منفصلة، ضمن نفس الشروط التي قدمت فيها السلع المذكورة أعلاه،

✓ السلع التي تعتبر، أو تتضمن نسخا مصنوعة بدون موافقة صاحب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة أو صاحب حق يتعلق برسم أو نموذج مسجل و/أو شخص مرخص له قانونا من طرف صاحبه في بلد الإنتاج في حالة ما إذا مس إنجاز هذه النسخ بالحق المعني،

✓ السلع التي تمس ببراءة اختراع " << . و رغم أن المادة 22 من قانون الجمارك و المذكورة أعلاه تم تعديلها أيضا بالقانون رقم 04-17 ، إلا أنها نصت على نفس المبدأ المذكور و هو منع استيراد و تصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية<sup>1</sup>.

و جميع المستوردين والمصدرين للسلع ملزمون بإحضار كل بضاعة مستوردة أمام مكتب الجمارك المختص لكي تخضع للرقابة الجمركية، وهذا مبدأ عام في الإجراءات الجمركية، وذلك ما أكدته المادة 51 المعدلة و المتممة من قانون الجمارك<sup>2</sup> بنصها: " يجب إحضار كل بضاعة مستوردة أو أعيد استيرادها أو المعدة للتصدير أو لإعادة التصدير أمام مكتب الجمارك المختص قصد إخضاعها للمراقبة الجمركية. "

<sup>1</sup> - المادة 22 من القانون رقم 07-79، المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بالمادة 9 من القانون رقم 04-17، المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، المشار إليه سابقا، تنص على: " يحظر استيراد و تصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية كما هي معرفة في التشريع الساري المفعول. يحظر أيضا استيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة أو أية إشارات على المنتجات نفسها أو على الأغلفة أو الصناديق أو الأحزمة أو الأظرفة أو الأشرطة أو الملصقات التي من شأنها أن توهي بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري. "

<sup>2</sup> - المادة 51 من القانون رقم 07-79، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بالمادة 5 من القانون رقم 10-98، المؤرخ في 22 أوت سنة 1998، المشار إليه سابقا. كما نصت المادة 51 المذكورة أعلاه، تقريبا على نفس المحتوى و المعنى بعد تعديلها بموجب المادة 18 من القانون رقم 04-17، المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، المشار إليه سابقا، المعدل و المتمم للقانون رقم 07-79، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا. إذ نصت على: " يجب إحضار كل بضاعة مستوردة أو أعيد استيرادها أو معدة للتصدير أو للنقل من مركبة إلى أخرى أو لإعادة التصدير، أمام مكتب الجمارك المختص قصد إخضاعها للمراقبة الجمركية. "



كما أكدت المحكمة العليا في قرار لها على دور إدارة الجمارك في محاربة التقليد عند الاستيراد و في هذا القرار أكدت على مبادئ مهمة وهي:

✓ إن مجرد إعادة إنتاج المنتجات المقلدة يعد بحسب مواد الأمر 03-06 ، مساسا بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة التجارية، وهذا ما يعد تقليدا.

✓ يعتبر تقليدا بالاستيراد، استيراد بضاعة بعلامة محمية في الجزائر ومنتجة في الخارج، بنفس العلامة وبدون ترخيص من المالك.

وجاء في حيثيات القرار<sup>1</sup>: " حيث إنه يستخلص من بيانات القرار محل الطعن أن المجلس القضائي صرح بعدم قبول المعارضة المطعون بها في القرار الصادر غيايبا الذي أيد الحكم الناطق بمعاينة المدعي من أجل جنحة التقليد بسبب أنه تم إيداع شكوى ضد مؤسسة المدعي التي استوردت 210 قطعة أفعال حاملة للعلامة بارنت من صنع صيني وأن إدارة الجمارك حجزتها لكونها بضاعة مقلدة بسبب أنه كانت لهذه البضاعة علامة مسجلة في الجزائر من طرف الشركة المدعى عليها و أن هذه العلامة كانت محمية في الجزائر.

حيث إن المجلس القضائي أيد الحكم و بتأييده الحكم فإنه يفترض أنه تبني الأسباب.

حيث إنه و حسب أسباب الحكم، فإن المدعي استورد البضاعة القادمة من الصين التي تحمل نفس العلامة المسجلة للضحية قصد مغالطة المستهلك على أن هذه البضاعة منتج للشركة الضحية في حين أنها مقلدة.

حيث إن جنحة التقليد قائمة عندما يتم معاينتها بفعل مادي مرتكب من طرف المدعي الذي مع علمه و عمدا طلبها و استوردها من الصين بدون أي ترخيص من الضحية مالك علامة البضاعة الحاملة لنفس علامة هذه الأخيرة فعلاحة الضحية محمية قانونا في الجزائر.

حيث إن مجرد إعادة إنتاج المنتجات المقلدة يشكل بالتالي بموجب المواد 26، 28 و 29 من الأمر الصادر في 2003 مساس بالحقوق الاستثنائية للضحية و بالنتيجة تقليدا و بالتالي فإن المدعي هو فعلا

<sup>1</sup> - قرار المحكمة العليا، غرفة الجناح و المخالفات، ملف رقم: 0784923، بتاريخ 2014/12/25، قضية (خ.أ) ضد المؤسسة ذات الشخص الوحيد و ذات المسؤولية المحدودة "ابرازيف رفاكس" و النيابة العامة، مجلة المحكمة العليا، العدد 1 سنة 2015 ، ص ص 449-452.

مرتكب جريمة التقليد بالاستيراد... " . إذا فاستيراد بضاعة منتجة في الخارج و تحمل نفس العلامة المسجلة و المحمية في الجزائر بدون ترخيص من مالكيها يعد تقليدا بالاستيراد.

### ثانيا: شروط تدخل إدارة الجمارك لقمع التقليد

لكي تتمكن المصالح الجمركية من التدخل عند الحدود، لتوقيف السلع المشكوك بأنها سلع مزيفة وحجزها، لابد من توافر جملة من الشروط أكد عليها المشرع الجزائري صراحة في المادة الأولى من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك الجزائري<sup>1</sup>، المذكور سابقا، و هي كما يلي:

1/ أن تكون السلع المشكوك بأنها مزيفة مصرح بها قصد وضعها للاستهلاك، وهذا التصريح فرضه المشرع في المادة 75 من القانون رقم 07-79 المتضمن قانون الجمارك، المعدل و المتمم<sup>2</sup>، حيث أكد بأن كل البضائع المستوردة أو التي أعيد استيرادها أو المعدة للتصدير أو التي أعيد تصديرها يجب أن تكون موضوع تصريح مفصل، وذكر في الفقرة الثانية من نفس المادة المقصود بالتصريح المفصل كما يلي: " يعني التصريح المفصل الوثيقة المحررة وفقا للأشكال المنصوص عليها في هذا القانون والتي يبين المصريح بواسطتها النظام الجمركي الواجب تحديده للبضائع، ويقدم العناصر المطلوبة لتطبيق الحقوق والرسوم، ولتقتضيات المراقبة الجمركية".

و رغم تعديل المادة 75 من قانون الجمارك المذكورة أعلاه، بالقانون رقم 04-17 المعدل و المتمم لقانون الجمارك، فقد أكدت نفس المعنى السابق، و هو وجوب أن تكون كل البضائع المستوردة أو التي

<sup>1</sup> نصت المادة الأولى من القرار المؤرخ في 15 يوليو سنة 2002، يحدد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، على مايلي : >> تطبيقا لأحكام المادة 22 من القانون رقم 07-79 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979، المعدل و المتمم، و المذكور أعلاه، يحدد هذا القرار ما يلي :

1- شروط تدخل إدارة الجمارك عندما تكون السلع المشكوك في أنها سلع مزيفة:

- مصرح بها قصد وضعها للاستهلاك،

- اكتشفت بمناسبة رقابة أجريت على السلع الموضوعه تحت مراقبة جمركية طبقا للمادة 51 من قانون الجمارك،

- موضوعه تحت نظام جمركي اقتصادي في مفهوم المادة 115 مكرر من قانون الجمارك أو موضوعه في منطقة حرة.

2- التدابير التي يجب أن تتخذها إدارة الجمارك تجاه هذه السلع عندما يتبين فعلا بأنها سلع مزيفة.<<.

<sup>2</sup> المادة 75 من القانون رقم 07-79، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بالمادة 7 من القانون رقم 10-98، المؤرخ في 22 أوت سنة 1998، المشار إليه سابقا.

أعيد استيرادها أو المعدة للتصدير أو التي أعيد تصديرها ، موضوع تصريح مفصل. كما أكدت في الفقرة الثانية على نفس شكل التصريح المفصل المفروض سابقاً<sup>1</sup>.

و في المادة 75 مكرر من قانون الجمارك<sup>2</sup>، المذكور سابقاً، نص المشرع على الأنظمة الجمركية التي يمكن للمصرح أن يضع البضائع قيدها والتي من بينها عرضها للاستهلاك وهذا نصها: "تتمثل الأنظمة الجمركية التي يمكن وضع البضائع قيدها فيما يأتي:

- العرض للاستهلاك، الإيداع الجمركي، العبور، المسافنة، المستودعات، المصانع الخاضعة للمراقبة الجمركية، القبول المؤقت، إعادة التموين بالإعفاء، البضائع المعادة، التصدير النهائي، التصدير المؤقت، إعادة التصدير، بناء السفن."

ويعتبر وضع السلع بقصد الاستهلاك من الأنظمة الاقتصادية النهائية لتوجيه السلع<sup>3</sup>.

كما عدلت المادة 75 مكرر من قانون الجمارك المذكورة أعلاه، بالقانون رقم 04-17 المعدل و المتمم لقانون الجمارك، إذ نصت على أن الأنظمة الجمركية التي يمكن وضع البضائع قيدها من طرف المصرح، تتضمن صنفين هما الأنظمة الجمركية الاقتصادية و الأنظمة الجمركية ذات الطابع النهائي<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 30 من القانون رقم 04-17، المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، المشار إليه سابقاً، تعدل و تتمم المادة 75 من

القانون رقم 07-79، المتضمن قانون الجمارك، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - استحدثت المادة 75 مكرر بموجب المادة 7 من القانون رقم 98-10، المؤرخ في 22 أوت سنة 1998، المشار إليه سابقاً، المعدل و المتمم للقانون رقم 07-79، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> - ، آيت شعلال لباس، حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع : القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص 103.

<sup>4</sup> - المادة 30 من القانون رقم 04-17 المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، المشار إليه سابقاً، تعدل و تتمم المادة 75 مكرر من القانون رقم 07-79، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً. و يمكن الرجوع إلى المادة 31 من القانون رقم 04-17 المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، المشار إليه سابقاً، التي استحدثت المادتين 75 مكرر 1، و 75 مكرر 2، ضمن القانون رقم 07-79، المتضمن قانون الجمارك، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقاً. فالمادة 75 مكرر 1 نصت على : " تمكن الأنظمة الاقتصادية من تخزين البضائع و تحويلها و استعمالها أو نقلها بتوقيف الحقوق الجمركية و الرسوم الداخلية للاستهلاك و كذلك الحقوق و الرسوم الأخرى، و تدابير الحظر ذات الطابع الاقتصادي الخاضعة لها دون الإخلال بالأحكام السارية المفعول في هذا المجال، و تتضمن :

نقل البضائع على طول الساحل، النقل من مركبة إلى أخرى، العبور الجمركي، المستودعات الجمركية، المصانع الخاضعة للمراقبة الجمركية، القبول المؤقت، إعادة التموين بالإعفاء، استرداد الرسوم الجمركية، التصدير المؤقت، تصنيع البضائع للاستهلاك المحلي، بناء السفن و الطائرات. " أما المادة 75 مكرر

2 فنصت على أن النوع الثاني من الأنظمة و هو الأنظمة الجمركية النهائية إذ نصت على : " تمكن الأنظمة الجمركية النهائية من تداول البضاعة

بكل حرية داخل الإقليم الجمركي أو عند خروجها منه، و تتضمن : الوضع للاستهلاك، الذي يسمح بتداول البضائع المستوردة بكل حرية داخل

الإقليم الجمركي بعد دفع حقوق و رسوم الاستيراد المحتملة الاستحقاق و إتمام كل الإجراءات الجمركية المطلوبة. إعادة الاستيراد في نفس الحالة، الذي

يسمح بالوضع للاستهلاك، مع الإعفاء من الحقوق و الرسوم عند الاستيراد، للبضائع التي تم تصديرها دون أن تكون قد أجريت عليها في الخارج عملية

2/ أن تكون السلع المشتبه في أنها مزيفة، قد اكتشفت بمناسبة رقابة أجريت على السلع الموضوعة تحت مراقبة جمركية، وحيث أن المبدأ العام في القانون الجمركي هو ضرورة إحضار البضائع أمام الجمارك، حيث أن المشرع في المادة 51 من قانون الجمارك، المذكور سابقا، يؤكد أن على جميع المستوردين والمصدرين إحضار كل بضاعة مستوردة أو معدة للتصدير أمام مكتب الجمارك المختص بهدف إخضاعها للمراقبة الجمركية<sup>1</sup>، لكون المكاتب الجمركية تتم على مستواها الإجراءات الجمركية ومن ضمن هذه الإجراءات رقابة و فحص البضائع، و المشرع هنا ألزم كل من يستورد أو يصدر بضاعة، بأن يحضرها لدى مكتب جمركي لتخضع للمراقبة الجمركية<sup>2</sup>.

3/ أن تكون السلع المشكوك بأنها مزيفة، موضوعة تحت نظام جمركي اقتصادي بحسب المادة 115 مكرر من قانون الجمارك أو موضوعة في منطقة حرة.

إضافة إلى الشروط الثلاثة المذكورة أعلاه، أضافت المادة 22 مكرر المحدث في قانون الجمارك<sup>3</sup>، حالة أخرى تكون فيها السلع المشبوهة بالتقليد محل تعليق من رفع اليد أو محل حجز وهي: إذا تم التصريح بهذه

تصنيع، أو معالجة أو تصليح . التصدير النهائي المطبق على البضائع المتداولة في السوق الداخلية و التي تغادر الإقليم الجمركي بهدف البقاء نهائيا خارجة. إعادة التصدير الذي يسمح بالرجوع إلى الخارج، للبضائع المستوردة مسبقا و الموضوعة تحت الرقابة الجمركية أو تحت نظام جمركي اقتصادي." <sup>1</sup> - المادة 51 من القانون رقم 79-07، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بموجب المادة 5 من القانون رقم 98-10، المؤرخ في 22 أوت سنة 1998، المشار إليه سابقا، المعدلة و المتممة بموجب المادة 18 من القانون رقم 17-04، المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، المشار إليه سابقا، إذ جاء نص المادة 51 وفق التعديل الأخير كما يلي: " يجب إحضار كل بضاعة مستوردة أو أعيد استيرادها أو معدة للتصدير أو للنقل من مركبة إلى أخرى أو لإعادة التصدير، أمام مكتب الجمارك المختص قصد إخضاعها للمراقبة الجمركية "

<sup>2</sup> - آيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 103.

<sup>3</sup> - أحدثت المادة 22 مكرر في قانون الجمارك بموجب المادة 43 من القانون رقم 07-12 المؤرخ في 30 ديسمبر 2007، يتضمن قانون المالية لسنة 2008، حيث نصت المادة 43 المذكورة على: >> تحدد في القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم، مادة 22 مكرر تحرر كما يلي: " المادة 22 مكرر: تكون السلع المشبوهة بالتقليد محل تعليق من رفع اليد أو محل حجز في حالة ما إذا :

- تم التصريح بها لوضعها للاستهلاك،

- تم التصريح بها للتصدير،

- تم اكتشافها عند إجراء المراقبة طبقا للمواد 28 و 29 و 51 من قانون الجمارك ،

- كانت موضوعة تحت نظام جمركي اقتصادي طبقا لمفهوم المادة 115 مكرر من قانون الجمارك أو الموضوعة في منطقة حرة.

تحدد كليات تطبيق هذه المادة بقرار من الوزير المكلف بالمالية. << "

السلع المشبوهة للتصدير، وهذا ما يتيح لمصالح الجمارك التدخل. كما عدلت المادة 22 مكرر الشرط الثاني و هو أن إدارة الجمارك تتدخل إذا ما تم اكتشاف السلع المشكوك بأنها مزيفة عند إجراء المراقبة الجمركية طبقا للمواد 28 و 29 و 51 من قانون الجمارك، فسبقا كانت المراقبة تتم طبقا للمادة 51 من قانون الجمارك فقط.

### الفرع الثاني: أشكال (طرق) تدخل إدارة الجمارك لقمع تقليد العلامة التجارية

تتدخل الإدارة الجمركية عند الحدود لقمع العلامات التجارية المقلدة وهي تعتمد أساليب متعددة تطرق لها المشرع الجزائري، وهذا ما سنراه في ما يلي: أولا: تدخل إدارة الجمارك لقمع التقليد بناء على طلب صاحب الحق في العلامة التجارية، ثانيا: تدخل إدارة الجمارك بقوة القانون لقمع تقليد العلامة التجارية.

#### أولا: تدخل إدارة الجمارك لقمع التقليد بناء على طلب صاحب الحق في العلامة التجارية

تتدخل إدارة الجمارك عند الحدود لحماية العلامات التجارية من التقليد ومن أي اعتداء عن طريق طلب خطي يقدمه مالك الحق<sup>1</sup>، وهنا هو صاحب الحق في العلامة التجارية، سواء كان مالك العلامة أو أي شخص آخر مرخص له باستعمال تلك العلامة، لدى إدارة الجمارك، يلتمس فيه تدخلها عندما تكون شكوك بوجود سلع مزيفة، أي سلع تحمل علامات مقلدة، أو أن العلامة التجارية قد وضعت على سلع بدون إذن أو ترخيص من مالك العلامة التجارية، فيطالب صاحب العلامة إدارة الجمارك بتوقيف وحجز هذه السلع، وهذا ما أكدته صراحة الفقرة 1 من المادة 4 من القرار المحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، والتي تمثل الأساس القانوني في التشريع الجزائري للإجراء المتعلق بالتدخل الجمركي بناء على طلب صاحب الحق، كما يلي: " يمكن مالك الحق إيداع طلب خطي لدى المديرية العامة للجمارك، يلتمس فيه تدخل إدارة الجمارك عندما تكون السلع في إحدى الحالات المذكورة في المادة الأولى أعلاه."

<sup>1</sup> نصت الفقرة 2 من المادة 2 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، على أن: " مالك الحق: هو مالك علامة المصنع أو العلامة التجارية لبراءة الاختراع و/أو أحد الحقوق المذكورة أعلاه، و أي شخص آخر مرخص له باستعمال تلك العلامة أو هذه البراءة و/أو هذه الحقوق أو ممثله "

وبالرجوع إلى المادة الأولى من نفس القرار المذكور أعلاه، نجد أنها نصت على أن إدارة الجمارك تتدخل<sup>1</sup> لحجز السلع إذا كانت سلع مزيفة<sup>2</sup>.

ويهدف طلب التدخل المقدم من طرف صاحب الحق إلى إعلام إدارة الجمارك عن وجود بضائع مقلدة أو يشتبه في تقليدها، كما يسمح هذا الطلب بالتعرف على أوصاف تلك البضائع بفضل المعلومات التي يقدمها طالب وقف الإفراج عن البضاعة، وبفضل هذا الطلب يمكن الاتصال بالأشخاص المؤهلين لاتخاذ الإجراءات التي بواسطتها يمكن فحص البضائع ومراعاة مدى تقليدها<sup>3</sup>. ويهدف أيضا هذا الطلب إلى إعلام صاحب الحق لمصالح الجمارك بملكيتها الرسمية لحق الملكية الفكرية (الحق في العلامة التجارية) المعتدى عليه، و بإشعار مصالح الجمارك بخطورة مرور سلع مقلدة إلى السوق ومن ثم إلى المستهلك، كما يهدف في الأخير إلى دعوة إدارة الجمارك لتوقيف وحجز البضائع المقلدة<sup>4</sup>.

ويتطلب الأمر هنا التطرق لمضمون طلب لتدخل وكيفية معالجته على النحو التالي:

<sup>1</sup> - وهنا المادة الأولى من القرار المؤرخ في 15 يوليو سنة 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، نصت على الشروط التي تسمح لإدارة الجمارك بأن تتدخل عندما تكون هناك شكوك بأن السلع مزيفة.

<sup>2</sup> - تطرقت للمقصود بمصطلح السلع المزيفة الفقرة 1 من المادة 2 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، حيث نصت على: >> يقصد في مفهوم هذا القرار بما يأتي :

1- سلع مزيفة: السلع التي تمس بحق من حقوق الملكية الفكرية، لاسيما منها:

- السلع بما فيها توضعها الموضوع عليه بدون رخصة أو علامة مصنع أو علامة تجارية ماثلة لعلامة مصنع أو علامة تجارية مسجلة قانونا و الخاصة بنفس النوع من السلع ، أو تلك التي لا يمكن تمييزها في جوانبها الأساسية من علامة المصنع أو العلامة التجارية هذه و التي تمس نتيجة لذلك بحقوق مالك هذه العلامة،

- كل رمز لعلامة ( شعار، ملصقة، شريط ، دليل إعلان، ورقة استعمال، وثيقة ضمان) حتى وإن كان مقدا انفراديا في نفس الشروط المتعلقة بالسلع المذكورة أعلاه،

- الغلافات الموضوع عليها علامات السلع المزيفة و المقدمة انفراديا في نفس الشروط المتعلقة بالسلع المذكورة أعلاه.

- السلع التي هي نسخ مصنوعة أو تحتوي على نسخ مصنوعة دون موافقة مالك حق التأليف أو الحقوق المجاورة أو صاحب حق متعلق بالرسومات أو النماذج المسجلة و/أو شخص مرخص له قانونا من المالك في بلد الإنتاج في حالة ما إذا كانت صناعة هذه النسخ تمس بالحق نفسه،

- السلع التي تمس ببراءة الاختراع.<<.

<sup>3</sup> - آيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 104.

<sup>4</sup> - نسرين بلهوارى، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري- بحث في الإطار المؤسساتي لمكافحة التقليد، دار بلقيس للنشر، الدار البيضاء-الجزائر، بدون ذكر سنة الطبع، ص 99.

**1- مضمون طلب التدخل:** إن الطلب المقدم من طرف صاحب الحق والذي يطالب من خلاله بالتدخل

الجمركي لوقف وحجز السلع المزيفة يجب أن يحتوي على ما يلي:

✓ وصف دقيق وكاف للسلع لكي يسهل التعرف عليها، لأن الأمر يتعلق بسلع مشكوك في أنها سلع مزيفة.

✓ بيان يثبت أن صاحب الطلب هو مالك الحق بالنسبة للسلع المعنية.

✓ يجب على مالك الحق كمالك العلامة، إضافة إلى ذلك، تقديم كامل المعلومات الأخرى الضرورية والتي يملكها لكي تتمكن المديرية العامة للجمارك من اتخاذ قرارها عن دراية، لكن هذه المعلومات لا يجب أن تكون شرطا في قبول الطلب.

وتتعلق هذه المعلومات بصفة خاصة بمكان وجود السلع أو مكان وجهتها المقرر، تعيين الإرسال أو الطرود، تاريخ وصول السلع أو خروجها المقرر، وسيلة النقل المستعملة، وكذلك هوية المستورد أو الممون أو الحائز<sup>1</sup>.

إضافة لما سبق يجب أن تبين في الطلب المدة الزمنية التي يطلب خلالها تدخل الإدارة الجمركية<sup>2</sup>.

**2- معالجة طلب التدخل:** تعتبر المديرية العامة للجمارك، الإدارة الوحيدة المؤهلة لاستقبال طلب التدخل<sup>3</sup>، إذ تتولى هذه الإدارة دراسة هذا الطلب بعد إخطارها به، وتعلم فورا وكتايا صاحب الطلب

<sup>1</sup> - الفقرة 2 من المادة 4 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - الفقرة 3 من المادة 4 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

يفترض أن يحتوي الطلب على المعلومات الأساسية التي تحدد حقوق الملكية الفكرية (حقوق صاحب العلامة التجارية)، حالة مقدم الطلب سواء بصفته صاحب حق أو ممثله، تفاصيل الاتصال الخاصة بالشخص المعين من قبل مقدم الطلب، والبيانات الأساسية حول السلع الأصلية، إضافة إلى ذلك قد يطلب من مقدم الطلب تقديم أكبر قدر من المعلومات المحددة حول الشحنة المتوقعة قدر الإمكان إلى السلطات الجمركية لضمان نجاح الإجراء الجمركي.

-Khadijah Mohamed, op.cit, p 223.

<sup>3</sup> - الفقرة 4 من المادة 4 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.



بقرارها، ففي حالة رفض التدخل يجب على إدارة الجمارك أن تبرر هذا الرفض قانوناً<sup>1</sup>.

وفي حالة قبول طلب التدخل، يكون هذا الطلب موضوع قرار، تحدد فيه الفترة الزمنية اللازمة لتدخل مصالح الجمارك، ويمكن هنا للمديرية العامة للجمارك أن تمدد هذه الفترة الزمنية بناء على طلب من مالك الحق<sup>2</sup>.

ويتم إرسال القرار المتعلق بقبول طلب التدخل الجمركي بصفة فورية إلى مكاتب الجمارك التي يمكن أن تكون معنية بالسلع المشكوك في أنها سلع مزيفة<sup>3</sup>.

### ثانياً: تدخل إدارة الجمارك بقوة القانون لقمع تقليد العلامة التجارية

إن تدخل الجمارك لحماية العلامة التجارية لا يتوقف على تقديم طلب التدخل من طرف مالك الحق المتضرر كما لاحظنا سابقاً، بل قد يكون تدخلها بقوة القانون أي تلقائياً، وهذا ما تؤكد المادة 8 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك، المذكور سابقاً، فبمناسبة عمليات الرقابة التي تقوم بها الإدارة الجمركية بصفة اعتيادية، في إطار الإجراءات الجمركية فقد يحدث وأن تكتشف سلع مزيفة<sup>4</sup>، فصاحب الحق قد لا تكون لديه معرفة مسبقة بالسلع المخالفة عند وصولها حدود الدولة<sup>5</sup>، وقبل أن يودع مالك الحق طلبه، هنا يمكن للإدارة الجمركية أن تقوم بتوقيف السلع من خلال وقف رفع اليد أو مباشرة

<sup>1</sup> - الفقرة 1 والفقرة 4 من المادة 5 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - الفقرتان 2 و 3 من المادة 5 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً. ويمكن لإدارة الجمارك أن تفرض على مالك الحق (صاحب العلامة) عندما يكون طلبه مقبولاً أو عندما تتخذ تدابير التدخل المذكورة في المادة 1 تطبيقاً للمادة 9 من القرار (نتيجة معاينة السلع من طرف المكتب الجمركي)، تقديم ضمان من أجل: - تغطية مسؤوليتها المحتملة تجاه الأشخاص المعنيين بالعملية المذكورة في المادة 1 من القرار (وهي معاينة السلع المشكوك في أنها سلع مزيفة)، في حالة ما إذا كان الإجراء المذكور في المادة 7 من القرار (وهو يتعلق بإرسال قرار قبول طلب التدخل إلى مكاتب الجمارك المعنية بالسلع المشكوك في أنها سلع مزيفة) غير متبوع بسبب فعل أو نسيان من مالك الحق أو في حالة ما إذا تبين فيما بعد أن السلع موضوع الخلاف ليست سلعة مزيفة. - ضمان تسديد مبلغ النفقات التي يلتزم بها طبقاً لهذا القرار، بسبب وضع السلع تحت رقابة الجمارك تطبيقاً للمادة 9 من القرار المذكور أعلاه. المادة 6 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> - المادة 7 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً.

<sup>4</sup> - نسرين بلهوارى، المرجع السابق، ص 105.

<sup>5</sup> - Khadijah Mohamed, op.cit, p 222.



حجز السلع وهذا ما أكدته المادة 18<sup>1</sup> من القرار المذكور أعلاه، والتي تمثل الأساس القانوني في التشريع الجزائري للإجراء المتعلق بالتدخل الجمركي التلقائي، بنصها على: >> عندما يظهر بشكل واضح لإدارة الجمارك، خلال عملية رقابة تم إجراؤها في إطار إحدى الإجراءات الجمركية المذكورة في المادة الأولى أعلاه، وقبل أن يودع طلب مالك الحق أو يعتمد، أنّ السلعة هي السلعة المذكورة في المادة 2 أعلاه، يمكن إدارة الجمارك أن تعلم مالك الحق إذا تبين من هو، بخطورة المخالفة. وفي هذه الحالة، يرخص لإدارة الجمارك بوقف رفع اليد أو مباشرة حجز السلع موضوع الخلاف خلال مدة ثلاثة (3) أيام مفتوحة، لتمكين مالك الحق إيداع طلب التدخل طبقا للمادة 4 أعلاه <<.

إذا وفقا لنص المادة لكي تتمكن إدارة الجمارك من التدخل لقمع التقليد في هذه الحالة يجب أن تكون عملية رقابة السلع قد تمت في إطار إحدى الإجراءات الجمركية التي نصت عليها المادة الأولى وهي أن تكون السلع موضوعة تحت المراقبة الجمركية وموضوعة أيضا تحت نظام جمركي اقتصادي أو موضوعة ضمن منطقة حرة<sup>2</sup>.

وعند إجراء عملية الرقابة قد يتضح للإدارة الجمركية أن السلع هي نفسها السلع التي ذكرتها المادة 2 من القرار التطبيقي للمادة 22، المذكور سابقا، وهي سلع مزيفة (مقلدة)، هنا وقبل أن يعلم مالك الحق (صاحب العلامة التجارية) بهذا وقبل أن يودع طلبه بالتدخل، يمكن لإدارة الجمارك أن تقوم بإعلامه إذا اتضح من هو، حول خطورة المخالفات الموجودة بشأن السلع<sup>3</sup>.

واتصال إدارة الجمارك بصاحب الحق هو بقصد طلب المساعدة حول تأكيد التقليد أو نفيه، وذلك من خلال تزويده لها بجميع المعطيات والمعلومات الضرورية<sup>4</sup>.

وفي هذه الحالة يرخص المشرع لإدارة الجمارك بتوقيف السلع، بوقف رفع اليد أو مباشرة حجز السلع موضوع الخلاف خلال مدة ثلاثة (3) أيام مفتوحة فقط، وفي هذه المهلة تحاول الإدارة الاتصال بصاحب

<sup>1</sup> - المادة 8 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - راجع المادة 1 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا. نسرين بلهوارى، المرجع السابق، ص 105.

<sup>3</sup> - المادة 8 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - نسرين بلهوارى، المرجع السابق، ص 106.

الحق وإعلامه بحدوث اعتداء على حقوقه، ولكي يتمكن من إيداع طلب تدخل وفقا لما تنص عليه المادة 4 من القرار الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المذكور سابقا<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: تبعات التدخل الجمركي

رأينا فيما سبق أن التدخل الجمركي لقمع التقليد عند الحدود سواء كان التدخل بناء على الطلب أو التدخل بقوة القانون، يرتبط بضرورة إيداع طلب من طرف صاحب الحق (صاحب العلامة التجارية)، وعقب دراسة الطلب من طرف إدارة الجمارك، تأتي أهم مرحلة و هي البحث عن البضائع لتوقيفها من طرف المصالح الجمركية، لذا سوف نرى: أولا: الإجراءات المتبعة في التفتيش عن السلع المقلدة وحجزها، ثانيا: مصير السلع المقلدة.

### أولا: الإجراءات المتبعة في التفتيش عن السلع المقلدة وحجزها

ذكرنا سابقا بأن القرار المتعلق بقبول طلب التدخل الجمركي يرسل بصفة فورية إلى مكاتب الجمارك التي يمكن أن تكون معنية بالسلع المشكوك في أنها مزيفة.

- عندما يقوم مكتب جمركي أرسل إليه قرار التدخل بالمعينة بعد استشارة صاحب الطلب، ووجد أن سلعا توجد في إحدى الحالات المذكورة في المادة 1 من القرار المذكور سابقا، تطابق وصف السلع المذكورة في المادة 2 من القرار المذكور سابقا، بمعنى إذا وجد أن السلع مزيفة، بوقف منح امتياز رفع اليد أو يقوم بحجز هذه السلع المزيفة، ويقوم هنا مكتب الجمارك فورا بإعلام المصلحة التي درست الطلب (وهي المديرية العامة للجمارك)، وبدورها تقوم هذه المصلحة فورا بإعلام المصريح وصاحب طلب التدخل<sup>2</sup>.

إذا تعلم المصلحة التي تدرس الطلب (وهي المديرية العامة للجمارك)، مالك الحق بناء على طلبه باسمي وعنواني المصريح والمرسل إليه إذا كان معروفا لكي يتمكن من إعلام الهيئة القضائية المختصة للبت في المضمون، ويمنح مكتب الجمارك صاحب الطلب والأشخاص المعنيين بالعملية المذكورة في المادة 1 من القرار المذكور سابقا، إمكانية تفتيش السلع التي تم إيقاف امتياز رفع اليد بخصوصها أو التي تم حجزها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المادة 8 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> المادة 9 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا

<sup>3</sup> المادة 10 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه

يقوم مالك الحق المتضرر، موضوع طلب التدخل، بإخطار الهيئة القضائية المؤهلة للبحث في المضمون، وإعلام مكتب الجمارك المؤهل بصفة فورية بالإجراءات التحفظية المتخذة<sup>1</sup>. أما إذا لم يقم مالك الحق (صاحب الطلب) بإعلام مكتب الجمارك بعملية إخطار الهيئة القضائية المؤهلة للبحث (الفصل) في المضمون أو إشعاره باتخاذ الإجراءات التحفظية من طرف الهيئة القضائية لهذا الغرض، خلال أجل 10 أيام ابتداء من وقف منح امتياز رفع اليد عن السلع أو حجزها، هنا يمنح امتياز رفع اليد بشرط استكمال جميع الإجراءات الجمركية، و يرفع إجراء الحجز، ويمكن تمديد الأجل المذكور إلى عشرة 10 أيام مفتوحة في حالات خاصة، وخلال مدة إيقاف رفع اليد عن السلع أو حجزها، توضع هذه السلع تحت نظام الإيداع لدى الجمارك<sup>2</sup>.

#### ثانيا: مصير السلع المقلدة

عندما تتأكد المصالح الجمركية من ثبوت المساس بحقوق الملكية الفكرية<sup>3</sup>، بوجود سلع مقلدة أو حاملة لعلامات تجارية مقلدة، أو سلع حاملة لعلامات تجارية بدون رخصة من صاحبها، ودون الإخلال بالوسائل القانونية الأخرى التي يمكن أن يلجأ إليها صاحب الحق (صاحب العلامة التجارية) الذي ثبتت تضرر حقه، تتخذ المصالح الجمركية جملة من التدابير تجاه السلع المقلدة، وهذا ما أكدته المادة 14 من القرار الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المذكور سابقا<sup>4</sup>، كما يلي: >> تتخذ

<sup>1</sup> - المادة 11 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 12 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - نسرين بلهوارى، المرجع السابق، ص 111.

<sup>4</sup> - المادة 14 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا. وفي هذا الإطار راجع نصوص المواد التالية:

- المادة 22 مكرر 2، المحدث في القانون رقم 79-07، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، بموجب المادة 44 من القانون رقم 07-12، المتضمن قانون المالية لسنة 2008، المشار إليه سابقا. و المعدلة بموجب المادة 9 من القانون رقم 17-04، المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، المشار إليه سابقا.

- المادة 22 مكرر 3، المحدث في القانون رقم 79-07، المتضمن قانون الجمارك، المشار إليه سابقا، بموجب المادة 45 من القانون رقم 07-12، المتضمن قانون المالية لسنة 2008، المشار إليه سابقا.

إدارة الجمارك، دون المساس بالوسائل القانونية الأخرى التي يمكن أن يلجأ إليها مالك حق الملكية الفكرية الذي ثبت تضرر حقه، التدابير اللازمة للسماح بما يأتي :

1- إتلاف السلع التي اتضح أنها سلع مزيفة أو وضعها خارج الدوائر التجارية، بطريقة تسمح بتفادي إلحاق الضرر بمالك الحق و ذلك دون التعويض بأي شكل، و دون أية نفقات تتحملها الخزينة العمومية

2- اتخاذ كل تدبير آخر إزاء هذه السلع يهدف إلى الحرمان الفعلي للأشخاص المعنيين من الاستفادة

الاقتصادية من هذه العملية، بشرط ألا ترخص إدارة الجمارك بما يأتي:

✓ إعادة تصدير السلع المزيفة على حالتها،

✓ الإقصاء البسيط للعلامات الموضوعية بطريقة غير شرعية على السلع المزيفة باستثناء الحالات الخاصة

✓ وضع السلع تحت نظام جمركي آخر. <<

✓ فبمجرد إقامة الدليل من طرف المصالح الجمركية على أن السلع مزيفة، يتم اتلافها أو وضعها خارج الدوائر التجارية، لكن بالطريقة التي تسمح بعدم إلحاق الضرر بمالك الحق (مالك العلامة التجارية) وبعدم منح التعويض بأي شكل كان.

والهدف من وضع السلع المقلدة خارج الدوائر التجارية، هو أخذ هذه السلع إلى دوائر غير تجارية، أي بتحويل مقصد هذه البضائع التي كان مصرحاً بها لأغراض تجارية أو استهلاكية، قبل اكتشاف تقليدها، وذلك من خلال تسليمها الى دوائر غير تجارية كدور العجزة، أو دور الشباب، المؤسسات العقابية، جمعيات... وبهذا يتم التخلص من هذه السلع بطريقة لا تعود بالمال على إدارة الجمارك ولا على صاحب الحق، ولا على الخزينة، ولا على المستورد، ويشترط هنا ألا تمس هذه السلع المزيفة بصحة المستهلك<sup>1</sup>.

تتخذ كذلك إدارة الجمارك كل الإجراءات التي تهدف إلى الحرمان الفعلي للأشخاص الذين يستفيدون اقتصادياً من عملية استيراد السلع المقلدة، وبالتالي لا يمكن للمستورد أو الموجهة إليه أو المصدرة

<sup>1</sup> - آيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 105. راجع كذلك نص الفقرة 1 من المادة 14 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقاً. إلا أن المادة 15 من نفس القرار، المشار إليه، نصت على أنه يمكن التخلي عن السلع المزيفة لفائدة الخزينة العمومية.

إليه السلع المقلدة، الاستفادة الاقتصادية منها<sup>1</sup>. وفي إطار التخلص من هذه السلع لا تتحمل الخزينة العمومية أية نفقات<sup>2</sup>.

وقد أشارت المادة 16 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك، إلى أن قبول طلب التدخل الجمركي الذي قدمه مالك الحق (صاحب العلامة التجارية)، لا يترتب عنه بالضرورة منح مالك الحق، الحق في التعويض في حالة ما إذا أفلتت السلع المشكوك بأنها سلع مزيفة، من مراقبة أي مكتب جمركي، وذلك باستفادتها من امتياز رفع اليد، أو بعدم القيام بإجراء الحجز وفقا لما تنص عليه المادة 9 من هذا القرار.

### المبحث الثاني: حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة

رأينا فيما سبق أن العلامة التجارية تعتبر وسيلة مهمة من وسائل المنافسة، لذا فإن حماية حقوق مالك العلامة بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة هو أمر لا مفر منه، بل إن دعوى المنافسة غير المشروعة تكاد تكون الطريق أو الحل الوحيد الذي يسلكه مالك العلامة غير المسجلة<sup>3</sup>، لأن الحماية الجزائية بموجب دعوى التقليد غير ممكنة هنا، فهي مخصصة لصاحب العلامة المسجلة فقط.

وتعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة بمثابة دعوى مدنية والتي يمكن أن ترفع من طرف كل شخص متضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة سواء كان مالك العلامة (سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة) أو غير المالك كالتاجر، المنتج، أو الوكيل... للمطالبة بالتعويض عن الضرر، ضد من صدر منه فعل المنافسة غير المشروعة وتسبب في الضرر.

<sup>1</sup> - آيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 106. راجع كذلك الفقرة 2 من المادة 14 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 14 من القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - ذكرنا سابقا أن العديد من التشريعات المقارنة تنص على الحماية المدنية للعلامة غير المسجلة و التي سبق استعمالها ، في حين أن المشرع الجزائري لا يعترف بهذه الحماية، بل إنه يعاقب على استعمال العلامة غير المسجلة، و هذا يعني أن صاحب العلامة المسجلة هو الذي يستفيد من الحماية بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة .

وإذا كانت الدعوى المدنية تهدف إلى جبر الضرر (تعويض الضرر)، فإن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تتوقف على وجود الضرر وتعويض المتضرر فقط، بل إن هدفها أبعد من ذلك، وهو وقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع استمرارها، رغم عدم وجود الضرر.

إذا هل نستطيع القول أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي بمثابة دعوى وقائية للعلامة التجارية بما أنها تهدف إلى وقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع استمرارها بالنسبة للمستقبل؟.

وفي حالة عدم تمكن مالك العلامة من حماية علامته بموجب دعوى التقليد التي ينص عليها قانون العلامات، لغياب شروط أو أركان دعوى التقليد كعدم تسجيل العلامة أو انتفاء القصد الجنائي لدى مقلد العلامة والحكم عليه بالبراءة، هل يستطيع صاحب العلامة هنا سلوك الطريق المدني من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة؟.

لذا سنحاول التطرق إلى فهم طبيعة دعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها ودورها في حماية العلامة التجارية، وسنرى مدى تبني المشرع الجزائري لهذه الدعوى وهذا في مطلبين: (المطلب الأول) أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة. (المطلب الثاني) دور دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة التجارية ومدى توافر هذه الحماية وفقا لنصوص التشريع الجزائري.

### المطلب الأول: أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة

تعد العلامة التجارية إحدى أهم وسائل المنافسة في السوق، و يشكل الاعتداء على العلامة التجارية أحد أعمال المنافسة غير المشروعة، لذا فإن كل متضرر له الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، لمطالبة مرتكب العمل غير المشروع و المتسبب في الضرر بالتعويض عن الضرر، و قد لا تتوقف دعوى المنافسة غير المشروعة على وجود الضرر وتعويض المتضرر فقط، بل قد تذهب إلى أبعد من ذلك ، فقد يكون هدفها جبر الضرر و في هذه الحالة فإنها تهدف إلى وقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع استمرارها، رغم عدم وجود الضرر. لذا سنرى في (الفرع الأول) تعريف المنافسة غير المشروعة لدى التشريع و الفقه و القضاء ، و الأساس القانوني الذي تم الاعتماد عليه في دعوى المنافسة غير المشروعة. أما في (الفرع الثاني) سنتطرق إلى الشروط الواجب توافرها في دعوى المنافسة غير المشروعة ، و الجزاءات التي تترتب على إقامة هذه الدعوى.

الفرع الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة و الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة  
تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة إحدى صور حماية العلامة التجارية التي قد يلجأ صاحب العلامة، لذا  
سنحاول البحث في تعريف المنافسة غير المشروعة (أولاً)، و الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير  
المشروعة (ثانياً).

### أولاً: تعريف المنافسة غير المشروعة

سنقدم في ما يلي العديد من التعريفات للمنافسة غير المشروعة، منها التعريف التشريعي، التعريف الفقهي،  
التعريف القضائي.

**1- التعريف التشريعي للمنافسة غير المشروعة:** هناك بعض التشريعات التي تناولت المقصود من  
المنافسة غير المشروعة ومنها التشريع المصري، والتشريع الأردني.

بالنسبة للمشرع المصري فقد نظم موضوع المنافسة غير المشروعة ضمن أحكام قانون التجارة المصري  
رقم (17) لسنة 1999<sup>1</sup>، وذلك ضمن المادة (66) منه حيث تضمنت الفقرة (1) منها تعديداً لأفعال  
المنافسة غير المشروعة كما يلي: >> يعتبر منافسة غير مشروعة كل فعل يخالف العادات والأصول المرعية  
في المعاملات التجارية و يدخل في ذلك على وجه الخصوص الاعتداء على علامات الغير أو على اسمه  
التجاري أو على براءات الاختراع أو على أسراره الصناعية التي يملك حق استثمارها وكذلك كل فعل أو  
ادعاء يكون من شأنه إحداث اللبس في المتجر أو في منتجاته أو إضعاف الثقة في مالكة أو في القائمين  
على إدارته أو في منتجاته <<.

أما في الأردن فقد تضمن قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000<sup>2</sup>  
>>التعداد -غير المصري- لأفعال المنافسة غير المشروعة ضمن المادة (2) منه والتي نصت على:  
أ- يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون  
الصناعية أو التجارية وعلى وجه الخصوص ما يلي:

<sup>1</sup> - قانون التجارة المصري رقم (17) لسنة 1999، منشور في الجريدة الرسمية، العدد 19 مكرر، بتاريخ 17 ماي 1999.  
متوفر على الموقع: <https://manshurat.org> ، تاريخ الإطلاع : 28 ماي 2021.

<sup>2</sup> - قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000 متوفر على الموقع :  
<http://www.tag-legal.com/Uploadfiles/Jordan-Unfair-Competition-Trade-Secrets-Law-No-15-2000-AR.pdf> .  
، تاريخ الإطلاع : 28 ماي 2021 .

1- الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

2- الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

3- البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحيتها للاستعمال.

4- أي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج أو تحدث لبسا فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه أو قد تضلل الجمهور عند الإعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه.

ب- إذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة أحكام الفقرة أ من هذه المادة.

- بخصوص صور المنافسة غير المشروعة، يمكن القول بأن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 وتعديلاتها، تعد الأسبق في هذا المجال، ذلك أنها أول اتفاقية تبرم بصدد حقوق الملكية الصناعية وحمايتها.

وقد تضمنت الفقرة الأولى من المادة 10 (ثانيا) التزاما عاما وهو ضرورة أن تلتزم دول الاتحاد بأن تضمن لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة.

وتضمنت أيضا الفقرة الثانية من المادة 10 (ثانيا) نصا عاما باعتبار كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية هي من قبيل أفعال المنافسة غير المشروعة.

أما الفقرة الثالثة من نفس المادة فقد أوردت على سبيل التخصيص -غير الحصري- ما يعتبر محظورا من أفعال المنافسة غير المشروعة، حيث نصت: "ويكون محظورا بصفة خاصة ما يلي:

1- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

2- الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.



3- البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها".

ما يمكن قوله أن تشريعات الدول (الأردن، مصر) التي تطرقنا لها قد اعتبرت بصفة صريحة أن الاعتداء على العلامة يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن هذه التشريعات لم تخرج عن المضمون الذي جاءت به اتفاقية باريس حيث تتفق معها في بيان وتحديد صور أفعال المنافسة غير المشروعة إلى درجة التطابق، وتم تحديد هذه الصور على سبيل المثال لا الحصر.

2- **التعريف الفقهي للمنافسة غير المشروعة:** تعرض الفقه لمحاولة إيراد تعريف للمنافسة غير المشروعة بحيث تعددت التعريفات الفقهية لها ارتباطاً بالجانب الذي ينظر إليه الفقه في تعريفه، وبناء عليه، يعرفها جانب من الفقه<sup>1</sup> بالنظر إلى الأساليب أو الوسائل المستخدمة بأنها: "استخدام التاجر للأساليب المخالفة للقوانين أو العادات التجارية المنافية للأمانة والصدق عند التعامل في ميزان التجارة".

وهناك من عرفها<sup>2</sup> من الوجهة الاقتصادية بأنها: "العلاقة بين المنتجين والتجار في صراعهم على العملاء"، وجانب آخر من الفقه<sup>3</sup> يرى: "أنها خطأ مهني يرتكبه تاجر أو صناعي سعياً وراء منافع غير مشروعة على حساب بقية مزاحميه يخالف فيه المبادئ القانونية والأخلاقية السائدة في التعامل والاستقامة والأمانة المفروضتين في العرف التجاري وموجب استعمال الحق في التجارة الحرة دون المس بحقوق بقية التجار".

3- **التعريف القضائي للمنافسة غير المشروعة:** عرفت محكمة النقض المصرية المنافسة غير المشروعة كما يلي: (يعد تجاوز حدود المنافسة المشروعة ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات، إذا قصد بها إحداث لبس بين منشأتين تجاريتين، أو إيجاد اضطراب بإحدهما وكان من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى أو صرف عملاء عنها)<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - مصطفى كمال طه، الوجيز في القانون التجاري، الجزء الأول، المكتب المصري الحديث للطباعة والنشر، 1971، ص 584.

<sup>2</sup> - محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 51، مشار إليه لدى يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 251.

<sup>3</sup> - جوزيف نخله سماحة، المزاومة غير المشروعة، دراسة قانونية مقارنة، تقديم الدكتور إدمون نعيم، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 1991، ص 45، مشار إليه لدى حمدي غالب الجعير، المرجع السابق، ص 394.

<sup>4</sup> - نقض مصري، 25 جوان 1959 مجلة المحاماة سنة 40 ص 1249، مشار إليه لدى محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 355. مشار إليه أيضاً لدى يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 251.

هذا التعريف يتضمن بصفة عامة صور أفعال المنافسة غير المشروعة والقصد منها والنتيجة المترتبة عليها.

### ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

إن العديد من التشريعات ومنها التشريع الجزائري لم تنظم دعوى المنافسة غير المشروعة بنصوص محددة ولم تبين شروطها وأساسها، ومن هنا حاول الفقهاء البحث عن أساس قانوني لهذه الدعوى. ورغم الاختلافات الفقهية فإن غالبية الفقه والقضاء تتفق على أن أساس دعوى المنافسة غير المشروعة هو المسؤولية التقصيرية، إذ أن فعل المنافسة غير المشروعة يعد خطأ يلزم من ارتكبه بتعويض من لحقه الضرر<sup>1</sup>، فرفع دعوى المنافسة غير المشروعة يستلزم أن تتوافر الشروط المطلوبة في دعوى المسؤولية التقصيرية، من ضرورة وجود خطأ، ضرر وعلاقة سببية بينهما<sup>2</sup>.

إن حق الشخص وحرية في ممارسة التجارة تتفق عند حد ارتكابه للخطأ- يعني الوسيلة غير المشروعة التي اعتمدها - مصيبا الغير بأضرار، فيستوجب حينئذ التعويض بحسب القواعد العامة، ويقصد من اقتضاء الخطأ هنا هو ضرورة ارتكاب المدعى عليه خطأ ما للقول بأننا أمام منافسة غير مشروعة والسماح بالتالي للدعوى بأخذ مجراها<sup>3</sup>.

ويؤسس القضاء الفرنسي وبعض الفقه في فرنسا دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>4</sup> على المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي القديم قبل تعديله في سنة 2016، والتي تنص على: "كل فعل يقوم به الإنسان و

<sup>1</sup>-راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 275. زينة حازم خلف، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، مجلة الرافدين للحقوق، كلية الحقوق، جامعة الموصل، العراق، المجلد 17، العدد 54، 2012، ص 97.

<sup>2</sup>- علواش نعيمة، الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب، البلدة، العدد الخامس، 2013، ص 59.

<sup>3</sup>- نفس المرجع، نفس الصفحة. وقد استند القضاء الفرنسي عند وضعه لنظام حماية المحل التجاري من المنافسة غير المشروعة إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، وهذا ما تبناه أغلبية الفقه الجزائري وأخذ به القضاء، حيث يؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة على الأحكام العامة في المسؤولية التقصيرية التي تتفق مع تفسير المادة 124 من القانون المدني الجزائري. نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>4</sup>-سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 427. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 275.

يحدث ضرراً للغير، يلزم من تسبب به بخطئه بالتعويض<sup>1</sup> وهذه المادة تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري التي تنص على: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

فالقضاء الفرنسي هنا طبق على المنافسة غير المشروعة أحكام المسؤولية المدنية التقصيرية التي تستلزم ثلاث شروط مجتمعة: خطأ، ضرر، ورابطة سببية بينهما، وهي تركز على عدم جواز إيداء الغير وتهدف إلى التعويض عن الضرر<sup>2</sup>. فكل من تسبب بفعله في إحداث ضرر للغير يلزم بالتعويض عن هذا الضرر. إلا أن هذه القاعدة انتقدت على أساس أنها تقيم المسؤولية في المنافسة غير المشروعة على أساس الخطأ المقصود (أي العمدي) فقط، وهذا ما أدى إلى الاعتداد بالخطأ غير المقصود أو الخطأ الناتج عن إهمال أو عدم الحذر<sup>3</sup>، لذا تم تأسيس هذه الدعوى أيضا على نص المادة 1383 إضافة إلى نص المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي التي تنص على: "كل شخص مسؤول عن الضرر الذي يحدثه ليس فقط بخطئه بل أيضا بإهماله أو عدم تبصره"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي، أصبحت وفقا للتعديل الجديد للقانون المدني الفرنسي هي المادة 1240، و الذي دخل حيز التطبيق في : 01 أكتوبر 2016، و يذكر أن هذا التعديل لم يغير في محتوى المادة القديمة، و بالتالي نجد نفس المحتوى مع المادة الجديدة، إذ نصت المادة 1240 على :

« Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer».

تم تعديل القانون المدني الفرنسي بالأمر رقم 131-2016 المؤرخ في 10 فيفري 2016 المتعلق بتعديل قانون العقود، النظام العام و إثبات الالتزامات، و الذي دخل حيز التطبيق في 01 أكتوبر 2016 . و هو متوفر على الموقع :

<https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006070721/>

تاريخ الاطلاع : 2023-01-19

<sup>2</sup> -زواوي الكاهنة، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2015، ص 158.

<sup>3</sup> -راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 276. فالاجتهاد الفرنسي يعتبر مصدر "نظرية المنافسة غير المشروعة" وهو الذي عدل موقفه وتبنى المادة 1383 إضافة إلى المادة 1382 ق.م فرنسي، وللمزيد راجع حمدي غالب الجعفي، المرجع السابق، ص ص376-377.

<sup>4</sup> - المادة 1383 من القانون المدني الفرنسي، أصبحت وفقا للتعديل الجديد للقانون المدني الفرنسي هي المادة 1241، و هنا لم يحصل أي تغيير في المادة بل إن التغيير في التقييم فقط، إذ جاء نص المادة 1241 كما يلي :

تعرض هذا الرأي أيضا إلى الانتقاد، فدعوى المسؤولية التقصيرية تهدف إلى تعويض الضرر فحسب، في حين أن دعوى المنافسة غير المشروعة تذهب إلى أبعد من ذلك فهي تتجاوز تعويض الضرر إلى اتخاذ المحكمة الإجراءات اللازمة لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع وقوع الضرر المحتمل (المستقبلي)، أي أنها تعد وسيلة وقائية بالنسبة للمستقبل، إضافة إلى كونها وسيلة لجبر الضرر أي التعويض<sup>1</sup>.

أيضا فالتعويض في المسؤولية التقصيرية يتم تقديره بمقدار الضرر المحقق في حين أنه في المسؤولية عن المنافسة غير المشروعة، ونظرا لصعوبة تقدير قيمة الضرر، قد تحكم المحكمة بالتعويض بصورة جزافية من دون ربطه بالضرر المتحقق فعلا<sup>2</sup>.

اتفق الفقه والقضاء على تبني أحكام المسؤولية التقصيرية كأساس قانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة، والعديد من التشريعات ذهبت في نفس الاتجاه وفق ما ذكرناه سابقا.

وهنا لا بد من الإشارة إلى رأي الفقيه روبيير "Roubier"<sup>3</sup> الذي يعتبر أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى من نوع خاص من دعاوى المسؤولية، لأنها تحمي حق المنافس إذا تعدى منافس آخر على حقوقه، كما اعتبرها دعوى خاصة من حيث شروط قيامها، إذ يجب أن تتوافر العلاقة التنافسية بين المدعي والمدعى عليه، أما الخطأ أو فعل المنافسة غير المشروعة فهو كل فعل يتجاوز ما يتوقعه المتنافسون في إطار الصراع الاقتصادي والأساليب المألوفة في بيئة شريفة، ولأن هذه الدعوى تؤدي من حيث نتائجها إلى وقف أو منع استعمال الحق بإفراط أكثر مما تؤدي إلى التعويض عن الضرر<sup>4</sup>.

#### الفرع الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة والجزاءات المترتبة عنها

لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة يجب توافر شروط معينة تختلف عن الشروط المطلوبة في الدعاوى الأخرى كدعوى التقليد، لذا سنبحث في شروط دعوى المنافسة غير المشروعة (أولا)، و إذا توافرت شروط دعوى

---

« Chacun est responsable du dommage qu'il a causé non seulement par son fait, mais encore par sa négligence ou par son imprudence » .

<sup>1</sup>-علواش نعيمة، المرجع السابق، ص 59. زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 97.

<sup>2</sup>-زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص ص 97-98.

<sup>3</sup>-يعتبر الفقيه "Roubier" أول من اشترط المنافسة لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة. زاوي الكاهنة، المرجع السابق، ص 162.

<sup>4</sup>- نفس المرجع، ص 162.

المنافسة غير المشروعة تقام هذه الدعوى و تتخذ قرارات بشأنها، إذ أن المحكمة يمكن أن تحكم بالتعويض أو بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ، و قد تحكم بالأمرين معا، و قد تتخذ المحكمة إجراءات أو تدابير أخرى كالحجز، الغلق الإداري للمحل، الإلتلاف. لذا سنتطرق للجزاءات المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة (ثانيا).

### أولاً: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة يجب توافر شروط معينة هي: وجود المنافسة، الخطأ، الضرر، العلاقة السببية بين الخطأ و الضرر.

**1- وجود المنافسة:** يشترط لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون هناك منافسة، أي أن تحدث المنافسة بين شخصين "تاجرين" أو أكثر يباشران نشاطا تجاريا أو صناعيا من نوع واحد أو متشابه<sup>1</sup>، ولا يشترط أن يكون النشاطان متطابقان بل يكفي أن يكونا متقاربين بحيث يؤثر أحدهما في عمل الآخر، كما لو وجد تاجر يملك مصنع لإنتاج سلعة معينة، وتاجر آخر يملك محلا للإتجار بها، أي أن يحدث تأثير من منافس على نشاط المنافس الآخر<sup>2</sup>.

مثلا، لا يجوز اتخاذ اسم تجاري أو علامة تجارية لمصنع للأحذية واستعمالها من طرف مصنع آخر ينتج نوع آخر مختلف من الأحذية، فهنا لدينا نوع من التشابه بين نشاط المصنعين، يتمثل في تصنيع الأحذية، وبالتالي سوف تؤدي المنافسة بينهما إلى إيقاع الجمهور في الخلط بين منتجاتهما. والمهم أن يكون هناك تأثير على العملاء باجتذابهم وتحويلهم من منافس إلى آخر، وهنا لدينا منافسة بين الطرفين وهي منافسة غير مشروعة<sup>3</sup>.

أما إذا كان التاجران يمارسان نشاطان منقطعي الصلة بعضهما عن البعض الآخر وأضر أحدهما بالآخر، فهذا الضرر خارج عن نطاق المنافسة، ويخضع للمسؤولية طبقا للقواعد العامة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> -حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 398.

<sup>2</sup> -صادق زغير محيسن و سعود عويد عبد، الحماية المدنية والدولية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة الكوفة، العراق، المجلد 2014، العدد 21، 2014، ص 49.

<sup>3</sup> - عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 122.

<sup>4</sup> -صادق زغير محيسن و سعود عويد عبد، المرجع السابق، ص 49.

2- الخطأ: إضافة لشرط وجود المنافسة، يشترط توفر عنصر الخطأ لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، إلا أن جل التشريعات لم تعرف الخطأ عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل غير المشروع، أي المسؤولية التقصيرية، بل تركت ذلك للفقهاء والقضاء.

ويرى أحد الفقهاء بشأن تعريف الخطأ: "والخطأ كما استقر عليه الرأي فقها وقضاء هو: إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل لذلك الواجب".

يتكون الخطأ حسب هذا التعريف من عنصرين، العنصر الأول موضوعي وهو الإخلال بواجب قانوني، والثاني هو وجود التمييز لدى المخل بهذا الواجب<sup>1</sup>، أي أن يكون مدركا لما أحل به.

يعتبر الخطأ من أدق العناصر في دعوى المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، لأن الأصل في ميدان التجارة أن حرية المنافسة هي حق مشروع لكل تاجر أو محل تجاري<sup>2</sup>، لذا فالخطأ في هذه الدعوى له خصوصية ومعنى خاص يختلف عن معناه في دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع، فالخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يستلزم أن تكون هناك منافسة بين طرفين وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في فعل المنافس سواء حدث ذلك عن عمد أو عن مجرد إهمال وعدم تبصر، بمعنى أنه سواء كان المنافس مرتكب الفعل سيء النية وقصد الإضرار بالغير، أو كان مجرد خطأ غير عمدي ناتج عن الإهمال<sup>3</sup>.

فالخطأ في نطاق المسؤولية التقصيرية هو إخلال بواجب قانوني، أما الخطأ في نطاق المنافسة غير المشروعة هو خرق للعرف التجاري وقواعد المنافسة النزيهة والشريفة.

وفي مسألة قصد الإضرار في فعل المنافس يرى مصطفى كمال طه بأنه: "لا يلزم لاعتبار المنافسة غير المشروعة أن يتوافر سوء النية وقصد الإضرار لدى المنافس، بل يكفي أن يصدر الفعل عند إهمال أو عدم احتياط من جانبه"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> -صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 386.

<sup>2</sup> -حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 397.

<sup>3</sup> -صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 387.

<sup>4</sup> - مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الدار الجامعية، القاهرة، 1991، ص 641. المشرع الجزائري في المادة 124 من القانون المدني الجزائري لم يشترط سوء النية، فالمسؤولية تترتب على مرتكب الخطأ سواء كان الخطأ عمديا أو عن غير قصد.

هناك استقرار فقهي وقضائي في الاتفاق على تحديد معنى الخطأ الذي يعتد به في أفعال المنافسة غير المشروعة وهو القيام بأفعال لا تتفق وقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التجارة<sup>1</sup>. وقد استقر الرأي أيضا على اعتماد : العرف التجاري ومبادئ الأمانة والشرف والاستقامة المعترف بها في العلاقات المهنية لكل حرفة من الحرف التجارية، كمعيار موضوعي لتحديد أعمال المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>، فكل فعل يخالف العرف التجاري والمبادئ المذكورة يعتبر من أفعال المنافسة غير المشروعة. إذا لقيام ركن الخطأ في هذه الدعوى يجب أن تكون هناك منافسة، وأن تكون هذه المنافسة غير مشروعة، ورغم أن الفقه والقضاء قد استقرا على بعض المعايير التي بواسطتها يمكن اعتبار المنافسة مشروعة أو غير مشروعة، وبما أن المعيار هنا مرن تكون فيه سلطة تقديرية واسعة لقاضي الموضوع. والواقع أنه لا يوجد معيار محدد لاعتبار المنافسة غير مشروعة<sup>3</sup>، لأن الصناعة والتجارة في تطور مستمر ومتسارع خاصة مع ظهور أساليب ووسائل ومواد جديدة لم تكن معروفة في الوسط التجاري ولا يمكن للنصوص القانونية أن تنظمها.

غير أن المنافسة غير المشروعة تكون عادة باستخدام المدعى عليه لوسائل منافية للعادات والتقاليد والآداب المتبعة في مهنة التجارة<sup>4</sup>.

لذا سنحاول التطرق لبعض الأعمال التي يمكن اعتبارها من قبيل المنافسة غير المشروعة كما يلي:

- نشر بيانات أو ادعاءات كاذبة، فالتاجر المنافس قد يقوم بهذه الأفعال لبث عدم الثقة في منشأة صناعية أو تجارية منافسة، أو في سمعة مالكيها، بهدف صرف عملائها عنها، كأن يشاع بأنها تصنع أو تبيع منتجات مغشوشة أو فاسدة<sup>5</sup>.

- كل الأعمال التي من شأنها إحداث اللبس والخلط في ذهن المستهلكين "العملاء" بشأن المنشآت التجارية، كاتخاذ أسماء أو عناوين تجارية مماثلة أو مشابهة لأسماء وعناوين لمحات منافسة، أو إحداث اللبس

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 387.

<sup>2</sup> - زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 101.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 387.

<sup>4</sup> - نفس المرجع، ص 387.

<sup>5</sup> - محمد بن براك الفوزان، المرجع السابق، ص 125. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 401.

بشأن السلع والمنتجات عند تقليد علامة تجارية مملوكة للمنافس أي اتخاذ علامة مماثلة أو مشابهة، فهذه الأعمال المنافية للمنافسة المشروعة تتم بقصد اجتذاب عملاء تاجر منافس أو صرفهم عنه.

- جميع الأعمال التي تهدف إلى إحداث اضطراب في السوق أو في مشروع منافس، ويحدث الاضطراب في السوق من خلال عرض منتجات فيه بسعر يقل عن سعر التكلفة أو ادعاء تخفيض وهمي في الأسعار، بهدف جذب عملاء المنشآت المماثلة المنافسة، ويحدث الاضطراب الداخلي في منشأة تجارية أو صناعية منافسة كإذاعة أو نشر أسرارها التجارية<sup>1</sup>، وكتحريض العاملين في المحل التجاري للغير على إذاعة أسرارهم أو ترك العمل عنده، فعندما يعتمد التاجر المدعي على بعض الموظفين أو العمال المشهود لهم بالكفاءة في إدارة محله التجاري أو مصنعه في صورة تؤدي إلى جذب العملاء، فيعتمد التاجر المنافس المدعي عليه في تحريض هؤلاء العاملين على ترك المحل التجاري الذي يعملون به والتحاقهم بالعمل لدى المحل المنافس<sup>2</sup>.

**3- الضرر:** ذكرنا سابقاً أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى الأساس نفسه الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية المدنية، لذا لا يكفي لدعوى المنافسة غير المشروعة ركن الخطأ، بل يجب أن يكون هناك ضرر، أي أن يصاب التاجر بضرر من جراء فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة، وعندئذ له الحق في المطالبة بالتعويض عن الضرر بشرط أن يكون الضرر محقق (أي وقع فعلاً أو سيقع حتماً)<sup>3</sup>.

لكن ورغم أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي بمثابة دعوى مسؤولية مدنية إلا أن ذلك لا يعني أنها تخضع لجميع القواعد العامة التي تحكم دعوى المسؤولية المدنية، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة لها خصوصيتها بالنظر إلى طبيعة المصالح التي تهدف إلى حمايتها، لذا تم تقرير استثناءات على المبادئ والقواعد العامة، وهنا رأى بعض الفقهاء وحتى القضاء في بعض أحكامه بأن تحقق عنصر الضرر ليس شرطاً لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة، عكس دعوى المسؤولية المدنية التي يعتبر شرطاً لقيامها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> -حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص ص401-402.

<sup>2</sup> -محمد بن براك الفوزان، المرجع السابق، ص 120.

<sup>3</sup> -حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 403. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 388.

<sup>4</sup> -صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 388. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 403. عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 124.



لكن الضرر له دور مختلف في كلا الدعويين، فإثبات تحقق عنصر الضرر في دعوى المسؤولية المدنية هو من أجل الحصول على التعويض، لذا فعند عدم إثبات توافر وتحقيق عنصر الضرر لا تقبل الدعوى، أما دعوى المنافسة غير المشروعة فليس هدفها الوحيد دائما هو التعويض فقط، بل إن هدفها أيضا في الغالب هو إزالة أو وقف أعمال المنافسة غير المشروعة دون أن يتوقف ذلك على إثبات حصول الضرر (فوقف أعمال المنافسة غير المشروعة هو لمنع وقوع الضرر)<sup>1</sup>.

وبناء على ذلك تعتبر دعوى المسؤولية المدنية دعوى علاجية لأنها تهدف إلى تعويض الضرر فقط (شرط أن يكون محققا) إن وجد، بمعنى جبر الضرر الذي أصاب المضرور<sup>2</sup>.

في حين أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى وقائية وعلاجية، وقائية لأنها تهدف إلى وقف أعمال المنافسة غير المشروعة دون أن تتوقف على وجود الضرر أو على إثبات وجوده، فقد يطلب من القضاء إزالة أو منع أو وقف الأعمال التي تحدث الخلط بين تجارتين متماثلتين لتاجرين متنافسين بذات المجال دون أن يتوقف ذلك على إثبات أن ضرا قد أصاب المدعي، وقائية أيضا لأنها تهدف إلى حماية التجارة من أعمال المنافسة غير المشروعة في المستقبل، فيجوز رفع هذه الدعوى ولو لم يكن هناك أي ضرر أصاب التاجر إذا كان يخشى من وقوع هذا الضرر في المستقبل، نتيجة ارتكاب أعمال تستدعي وقفها، لذا حسب بعض الفقهاء فإن الضرر هنا يكفي أن يكون محتملا، وتعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة أيضا دعوى علاجية لأنها تهدف إلى تعويض الضرر المحقق الناتج من أعمال المنافسة غير المشروعة<sup>3</sup>.

- الضرر في مجال المنافسة غير المشروعة يتمثل في الآثار الضارة التي تترتب من جراء ارتكاب فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة، أما إذا نتج الضرر عن أعمال خارج نطاق المنافسة، فتطبق عليه الأحكام العامة سواء المسؤولية المدنية أو الجزائية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>- عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 124.

<sup>2</sup>- نفس المرجع، ص 124. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 388.

<sup>3</sup>- عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 124. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 388. ومن أعمال المنافسة غير المشروعة، استعمال التاجر المنافس لاسم تجاري مشابه لاسم تجاري لمنافس آخر، هنا تتم مطالبة التاجر بوقف استخدام الاسم أو تعديله، لأن من شأنه إثارة اللبس والخلط مع الاسم المشابه لدى جمهور المستهلكين.

<sup>4</sup>- وليد كحول، المرجع السابق، ص 231.

والضرر قد يكون ماديا، وهو ما يصيب المضرور في أمواله، ويتمثل الضرر المادي عادة في هذا المجال في انفضاض العملاء (تحول الزبائن وانصرافهم عن المحل التجاري، وقد يكون الضرر أدبيا (معنويا) وهو ما ينال المضرور في سمعته واعتباره الاجتماعي، كتشويه السمعة والشهرة التجارية للتاجر، ولمنتجاته أو خدماته، وكلا الضررين يستوجبان التعويض لأن لهما تأثير على قيمة المحل التجاري الذي يتضمن الحقوق المذكورة وتأثير على قيمة المبيعات وحجمها<sup>1</sup>. وقد يكون الضرر خسارة فعلية أو فرصة ربح ضائعة<sup>2</sup>.

فالإعتداء على العلامة التجارية بتقليدها سواء باستخدام علامة مماثلة أو مشابهة على منتجات مقلدة يسبب ضررا ماديا ومعنويا لمالك العلامة، فهو يؤثر بالسلب على الفائدة التي كان يجنيها المالك من استغلال علامته ويمس بسمعة مالك العلامة وسمعة منتجاته<sup>3</sup>.

عند رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وكان الضرر محققا (أي قد وقع فعلا أو سيقع حتما) فهنا المحكمة تحكم بالتعويض، لكن لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يشترط أن يكون الضرر محققا، بل يكفي مجرد احتمال وقوع الضرر (أي الضرر محتمل) فهنا المحكمة لا تحكم بالتعويض وإنما تحكم باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع الضرر في المستقبل، ويجوز للحكمة أن تحكم بالإجراءين معا إذا وجدت تحقق ضرر فعلي، وأن منع استمرار وقوع هذا الضرر في المستقبل يقتضي اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتحقيق ذلك<sup>4</sup>.

أما عن إثبات الضرر، فقد ذكرنا سابقا بأن دعوى المنافسة غير المشروعة تخضع لنفس شروط وقواعد دعوى المسؤولية المدنية "الفعل غير المشروع" لذا فالمدعي المتضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة هو من يقع عليه عبئ إثبات الضرر، لكي يتم قبول دعواه ويحكم له بالتعويض، هذا إذا كان الضرر محقق الوقوع (أكيد)، لكن لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يشترط فيها أن يكون الضرر محققا (قد وقع فعلا أو سيقع حتما)، بل يكفي أن يكون احتماليا، أي مجرد احتمال وقوعه لكن يصعب إثبات الضرر في هذه

<sup>1</sup>- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 435. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 388.

<sup>2</sup>- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 434.

<sup>3</sup>- وليد كحول، المرجع السابق، ص 231.

<sup>4</sup>- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 388-389.

الحالة لكون الضرر المراد إثباته في دعوى المنافسة غير المشروعة يتعلق عادة بتحول الزبائن أو العملاء عن المحل التجاري أو عن منتجات أو خدمات المدعي وانصرفهم عنها نتيجة للتعدي وللوسائل غير المشروعة التي قام بها المدعى عليه، وسواء انصرف العملاء إلى محلات أو منتجات المدعى عليه أو إلى متاجر أخرى<sup>1</sup>. لذلك لا تتطلب ولا تشترط المحاكم إثبات وقوع الضرر الأكيد (أو الفعلي) بل تكفي بوجه عام بالضرر الاحتمالي والذي يمكن أن تستخلص وقوعه من قيام المدعى عليه بالمنافس، بأعمال وطرق من شأنها إلحاق الضرر بالمدعي وبمحله التجاري<sup>2</sup>.

**4-العلاقة السببية بين الخطأ والضرر:** يشترط لقيام دعوى المسؤولية المدنية وجود خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما، وبما أن الأساس الذي تستند عليه دعوى المنافسة غير المشروعة هو ذات الأساس في المسؤولية المدنية، لذا لا بد من توافر الرابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب التاجر المتضرر، أي أن يكون الضرر الذي لحق بصاحب العلامة نتيجة للفعل أو السلوك الصادر عن المعتدي على العلامة، وبالتالي لا مجال للكلام عن علاقة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في الحالات التي نشأ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة التي أتاها التاجر المنافس<sup>3</sup>، فإذا استطاع المدعى عليه مرتكب الخطأ أن يثبت بأن الضرر الذي لحق بالمدعي المضرور ليس له علاقة بالخطأ الصادر منه، بأن يثبت أنه نتيجة سبب أجنبي كأن يكون قوة قاهرة أو حادث مفاجئ أو بفعل الغير أو خطأ المضرور نفسه، فإنه بذلك ينجح في قطع العلاقة السببية بين خطأه والضرر ومن ثم لا يلزم بتعويض الضرر<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 388-389. وفيما يخص الضرر المحتمل في إطار المنافسة غير المشروعة والمتعلق بعنصر الاتصال بالزبائن ترى زينة حازم خلف: " أما بالنسبة للضرر بوصفه ركنا من أركان دعوى المنافسة غير المشروعة فيتبلور في التأثير في عنصر الاتصال بالزبائن سواء بانتقاص عدد الزبائن أو بعدم الاتصال بزبائن جدد وهو ما يعكس تأثير أفعال المنافسة على قرارات المستهلكين بالشراء من المتجر المنافس ولا يستلزم هذا وقوع ضرر محقق فعلا (أي حال) كما هي الحال في دعوى المسؤولية عن الفعل بل يكفي أن يكون الضرر محتملا . واعتدادا بالطبيعة الخاصة لدعوى المنافسة غير المشروعة فالضرر الاحتمالي يكفي وليس على المدعي إثبات الضرر الفعلي بل يكفي استخلاص وقوعه من إثبات الوقائع التي يكون من شأنها إلحاق الضرر بالمحل التجاري...". زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 103.

<sup>2</sup> - سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 434. زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 103.

<sup>3</sup> - عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 125.

<sup>4</sup> - زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 104.

إذا يجب على المدعي أن يثبت علاقة السببية بين الضرر الذي أصابه وبين الخطأ المرتكب من طرف المدعى عليه، فإذا تمكن من ذلك تترتب المسؤولية ويلزم المدعى عليه بالتعويض<sup>1</sup> ويسهل ذلك على المدعي إذا كان الضرر محققا، لكن ونظرا للطبيعة الخاصة لدعوى المنافسة غير المشروعة وطبيعة الضرر في هذه الدعوى الذي لا يشترط فيه أن يكون محققا، بل يكفي أن يكون محتملا فقط، ففي حالات عديدة يصعب إثبات علاقة السببية<sup>2</sup>، كما في حالة إحداث فوضى في السوق، انفضاض العملاء، تشويه السمعة<sup>3</sup>، وأيضا حالة إتيان أفعال منافسة غير مشروعة في مواجهة مجموع التجار المنافسين في نشاط معين، فهنا يتعذر إثبات العلاقة أو الرابطة السببية بين هذه الأعمال والضرر الذي لحق تاجر بعينه أو مجموع التجار، فهناك من يرى أنه في حالات مثل هذه، والتي يصعب أو قد يستحيل فيها إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر تقوم مسؤولية مرتكب فعل المنافسة غير المشروعة في هذه الحالات على الرغم من عدم إثبات هذه الرابطة أو العلاقة<sup>4</sup>.

لكن تحقق مسؤولية مرتكب فعل المنافسة غير المشروعة هنا ليس معناه أنه يلزم بالتعويض، لأن التعويض لا يحكم به إلا إذا كان الضرر محققا (أكيدا)، فالقاضي هنا قد يحكم بوقف هذه الأعمال غير المشروعة<sup>5</sup>. وهناك من يرى أنه متى كان الضرر محتملا أو مستقبليا فلا وجود لرابطة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة والضرر، باعتبار أن الضرر لم يتحقق بعد ولم يتأكد وقوعه فهو محتمل، والمدعي هنا لا يطالب بالتعويض لأن الضرر لم يتحقق ويقتصر طلبه من المحكمة على وقف فعل المنافسة غير المشروعة<sup>6</sup>.

<sup>1</sup>-وليد كحول، المرجع السابق، ص 235.

<sup>2</sup>-زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 104.

<sup>3</sup>-سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 436.

<sup>4</sup>-زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 104. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 406.

<sup>5</sup>-عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 124، 125.

<sup>6</sup>-وليد كحول، المرجع السابق، ص 235. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 281. يكفي ليكون الضرر محتملا ليتم قبول الدعوى وهذا ما أكده قرار محكمة استئناف بيروت كما يلي: "إن من المسلم به أن عنصر الضرر في المنافسة غير المشروعة يمكن أن يكون محتملا فقط، لأن عنصر الخطأ له أهميته الأولى، وهو العنصر الضروري والكافي لدرجة أنه يستغرق العنصر الثاني، وهو الضرر، وبالتالي يجعل إثباته غير ضروري، ويكفي ليكون الضرر محتملا أن يكون هناك التباس يتولد عن الوسائل التي يستعملها التاجر المنافس بما في ذلك تشابه الاسم لتحويل زبائن التاجر المنافس". قرار محكمة

ما يمكن قوله أنه في حال وقوع ضرر محقق وتمكن المدعي من إثبات علاقة سببية بين الخطأ والضرر، هنا على القاضي أن يحكم بالتعويض (يمكن للمدعي المطالبة بالتعويض)، تطبيقاً للقواعد العامة. أما في حالة الضرر المحتمل (المستقبلي) أو بصفة عامة في الحالات التي يستحيل فيها أو يصعب إثبات الرابطة السببية، يمكن للقاضي أن يحكم فقط بالتدابير التي تكفل منع وقوع ضرر محتمل في المستقبل من دون حاجة إلى إثبات علاقة سببية<sup>1</sup>.

واستخلاص علاقة سببية بين الخطأ والضرر تعتبر من مسائل الواقع التي تستقل بالنظر فيها محكمة الموضوع<sup>2</sup>، وقد رأينا سابقاً أن القضاء في حالات مثل هذه لا يشترط إثبات الضرر الفعلي أي الأكيد، بل تكتفي المحاكم بوجه عام بالضرر الاحتمالي، والذي يمكن استخلاص وقوعه من قيام وقائع يكون من شأنها إلحاق الضرر بالمدعي<sup>3</sup>.

إذا لا يمكن الحديث عن رابطة سببية في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في الحالات التي نشأ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة التي أتاها التاجر المنافس وكان الضرر محققاً، لكن هناك حالات لا تترتب عليها للمدعي أي ضرر بل يكون المقصود منها الحكم بإزالة الوضع غير المشروع الذي تسبب فيه المدعي<sup>4</sup>.

#### ثانياً: الجزاءات المترتبة على دعوى المنافسة غير المشروعة

إذا توافرت الشروط السابقة من: منافسة، خطأ، ضرر وعلاقة سببية بينهما، تقام دعوى المنافسة غير المشروعة من طرف كل شخص متضرر، وتقام على من صدر عنه الخطأ، وقد ذكرنا سابقاً بأن دعوى

استئناف بيروت، في 1968/05/21، مجموعة حاتم، ج82، ص 55، نقلاً عن د. سمير عالية، ص 255. مشار إليه لدى حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 404.

<sup>1</sup> - زينة حازم خلف، المرجع السابق، ص 104. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 406.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 390.

<sup>3</sup> - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 406. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 389. سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 434.

<sup>4</sup> - عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 125.

المنافسة غير المشروعة هي دعوى علاجية ووقائية، فهي دعوى علاجية أي "دعوى تعويض"، إذا كان هدف المتضرر هو الحصول على التعويض، وهنا المحكمة لا تحكم بالتعويض إلا إذا كان الضرر محققاً<sup>1</sup>. كما أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى وقائية أي دعوى "وقف ومنع التعدي"، إذا كان هدفها وقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع استمرارها، كأن تتضمن هذه الأعمال الاعتداء على العلامة، فهنا المحكمة لا تحكم بالتعويض لأن الضرر غير محقق (لم يقع)، بل إن الضرر قريب الاحتمال أو وشيك الوقوع، المهم أن الضرر هنا محتمل، هنا تحكم المحكمة باتخاذ الإجراءات الكفيلة بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة لمنع وقوع الضرر<sup>2</sup>، ويجوز للمحكمة أن تحكم بالأمرين معا أي التعويض ووقف أعمال المنافسة غير المشروعة، إذا وجدت بأن هناك ضرر فعلي محقق، وأن منع استمرار وقوع هذا الضرر في المستقبل يقتضي اتخاذ الإجراءات اللازمة لذلك<sup>3</sup>.

وقد تتخذ المحكمة إجراءات أو تدابير أخرى كالحجز، الغلق الإداري للمحل، الإلتلاف. فحجز وحتى إلتلاف الأشياء والأدوات التي استعملت في أعمال المنافسة غير المشروعة كتقليد العلامة، من شأنه منع المنافس من الاستمرار في هذه الأعمال<sup>4</sup>.

**المطلب الثاني: دور دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة التجارية ومدى توافر هذه الحماية وفقا لنصوص التشريع الجزائري**

تتنوع حماية العلامات التجارية، فهي تحمي بدعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة، إلا أن صاحب العلامة التجارية قد يكون مجبرا في الكثير من الحالات على رفع دعوى المنافسة غير المشروعة عوض دعوى التقليد، فالعديد من الاعتداءات التي تقع على العلامة قد لا تعتبر جنحة تقليد بمفهوم قانون

<sup>1</sup> - والتعويض هنا يكون عن الضرر المادي وعن الضرر المعنوي (كتشويه السمعة أو الشهرة التجارية للتاجر)، ويصعب تحديد مقدار الضرر في المنافسة غير المشروعة، لذا تعتمد المحاكم على تقديره بصورة جزافية فلا يراعي في تحديده أن يساوي قيمة الضرر، أو قد تستعين المحكمة بأهل الخبرة. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 404. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 389.

<sup>2</sup> - وكمثال عن هذه الإجراءات التي تتخذها المحكمة لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع وقوع الضرر، اتخاذ إجراء بأمر المنافس (المدعى عليه) بالتوقف عن استعمال علامة مشابهة لعلامة المدعي (أي المالك الأصلي) وذلك بهدف رفع اللبس الذي يمكن أن يحصل في أذهان المستهلكين بشأن العلامتين.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 389.

<sup>4</sup> - سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 438.

العلامات لكنها تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة، هذا من جهة ومن جهى أخرى فدعوى المنافسة غير المشروعة تتماشى مع التطور المستمر الذي يعرفه مجال المنافسة والأعمال التجارية، فهي تستوعب التطور الحاصل لتكون وسيلة فعالة لحماية العلامة، لذا سوف نتطرق للتمييز بين دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى التقليد (فرع أول) ونسلط الضوء على الدور الذي يمكن أن تلعبه دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة التجارية (فرع ثاني)، كما نتعرض في الأخير لمدى حماية العلامة التجارية بدعوى المنافسة غير المشروعة وفقا لنصوص التشريع الجزائري (فرع ثالث). و بمناسبة الحديث عن الدعاوى التي يستفيد منها صاحب العلامة التجارية في الجانب المدني و منها دعوى المنافسة غير المشروعة، سنتطرق إلى القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية، لأن الجانب الجزائري للعلامة يحكمه مبدأ الإقليمية(فرع رابع).

#### الفرع الأول: تمييز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى التقليد

تحمى العلامة التجارية جزائيا من خلال دعوى التقليد ومدنيا عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، هذا ما يظهر بأن هناك اختلافا بين الدعويين، لذا سنحاول التطرق إلى هذا الاختلاف من حيث: الأساس القانوني (أولا)، شروط رفع الدعويين (ثانيا)، الهدف من الدعويين (ثالثا).

أولا: تمييز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى التقليد من ناحية الأساس القانوني: أول فرق يظهر بين دعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة هو في الأساس القانوني، فدعوى التقليد أساسها حقوق الملكية الفكرية وموضوعها حماية هذه الحقوق وبالتالي فالأساس القانوني لدعوى التقليد هي الحماية التي يقرها القانون لفائدة من يتمتع بحق حصري على أحد حقوق الملكية الصناعية والتجارية، كالحق في العلامة، والتي بموجبها يمنع على الغير منافسة صاحب هذه الحقوق باستغلالها بدون ترخيص منه<sup>1</sup>، أما أساس دعوى المنافسة غير المشروعة، فهو الجزاء الذي يرتبه القانون على من يخالف قواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التجارة، فمن ارتكب فعلا غير مشروع بمخالفته لقواعد التجارة وتسبب بضرر للغير، يلزم بالتعويض والامتناع عن ارتكاب الأفعال غير المشروعة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 282.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 385، 387. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 283.

وبالتالي فدعوى التقليد هي جزء الاعتداء على حق الغير في ملكيته على أحد عناصر الملكية الصناعية ومنها الحق في العلامة، لذا فهذه الدعوى تفترض وجود حق حصري. أما دعوى المنافسة غير المشروعة فهي جزء الإخلال بواجب عام وهو واجب إتباع قواعد الأمانة والنزاهة والشرف في التجارة والعرف التجاري، لذا فهي دعوى تفترض وجود خطأ، وباشتراط الخطأ في هذه الدعوى رأى العديد من الفقهاء وكذا القضاء أن هذه الدعوى تؤسس على قواعد المسؤولية المدنية. أما دعوى التقليد فهي لا تستلزم وجود خطأ، بل تستلزم حصول اعتداء على حق حصري يحميه القانون<sup>1</sup>.

ثانيا: تمييز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى التقليد من حيث شروط رفع الدعويين: تختلف شروط رفع كل من دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى التقليد، لذا سوف نتطرق لهذه الاختلافات من حيث: شرط التسجيل، ومن له الحق في رفع هذه الدعوى، ومدى ضرورة توافر عناصر الخطأ، الضرر والعلاقة السببية.

**1- التمييز من حيث شرط التسجيل:** في حالة الاعتداء على علامة تجارية، يستلزم لرفع دعوى التقليد (الدعوى الجزائية) أن تكون العلامة التجارية مسجلة فلا حماية جزائية لعلامة تجارية غير مسجلة، وأغلب التشريعات تتفق على هذا الشرط.

أما دعوى المنافسة غير المشروعة (الدعوى المدنية) فيمكن رفعها سواء كانت العلامة التجارية مسجلة أو غير مسجلة والعديد من التشريعات أخذت بذلك<sup>2</sup>.

**2- التمييز من حيث صاحب الحق في رفع الدعوى (أطراف الدعوى):** لا يجوز رفع دعوى التقليد إلا من مالك العلامة أو من المستفيد من حق استئثار في استغلال العلامة (بموجب عقد ترخيص)، ولا ترفع إلا على من ارتكب إحدى جرائم الاعتداء على العلامة سواء كان الاعتداء مباشرا أو غير مباشر، كتقليد العلامة، تشبيها، استعمال علامة مقلدة أو مشبهة،...

أما دعوى المنافسة غير المشروعة، فيحق رفعها من طرف أي متضرر أصابه ضرر (عادة هو التاجر) من فعل المنافسة غير المشروعة (بسبب خطأ الغير) سواء كان المتضرر مالكا للعلامة أو غير مالك، وترفع

<sup>1</sup> راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 283.

<sup>2</sup> عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 55، 56. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 385، 386، 393.



ضد من ارتكب أعمال المنافسة غير المشروعة وتسبب في الضرر، فالتاجر مثلاً الذي يتعامل في منتجات مميزة بعلامة معينة تشير إلى مصدر الإنتاج قد يصاب بضرر إذا ما لجأ تاجر آخر إلى تقليد أو تشبيه هذه العلامة ووضعها على منتجات من نفس النوع أو منتجات مصدر آخر. (فالتاجر هنا ليس مالك للعلامة وتضرر من الاعتداء عليها). كما يجوز أن ترفع الدعوى المدنية من المستهلكين<sup>1</sup>.

دعوى التقليد تحمي صاحب الحق في الحق المعتدى عليه دون غيره، أما دعوى المنافسة غير المشروعة فهي وسيلة حماية يلجأ إليها كل متضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

**3- التمييز من حيث الخطأ، الضرر، العلاقة السببية:** إضافة إلى شرط التسجيل وأن ترفع الدعوى من مالك العلامة، يشترط في دعوى التقليد أيضاً أن يمثل الاعتداء على العلامة إحدى الصور التي ينص عليها القانون (قانون العلامات) ويعتبرها من قبيل التقليد، ولا يشترط أن يترتب على فعل الاعتداء على العلامة المتمثل في التقليد، ضرر للمدعي (مالك العلامة)، بل يكفي كما قلنا قيام المدعى عليه بأفعال (إحدى صور التقليد) مخالفة لما ينص عليه القانون ومعاقب عليها جزائياً<sup>3</sup>.

لكن ما تجدر الإشارة إليه هو أنه لكي تترتب مسؤولية المدعى عليه عن جنحة التقليد يجب توافر الركنين، الركن المادي والركن المعنوي وهو القصد الجنائي الخاص لدى المدعى عليه أو المعتدي (أي سوء النية في ارتكاب فعل الاعتداء)، وإلا فالقاضي يحكم بالبراءة لانقضاء القصد الجنائي<sup>4</sup>. و نذكر هنا بأنه قد سبق القول بأن جميع جرائم الاعتداء على العلامة تتطلب توافر الركنين المادي و المعنوي إضافة إلى الركن الشرعي، لكن البعض يرى بأن جريمة تقليد العلامة بالنقل لا تتطلب الركن المعنوي و أن الركن المادي يكفي لقيامها فاصطناع العلامة يكفي لتجسيد الركن المادي في جريمة التقليد بالنقل<sup>5</sup>.

أما فيما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة وباعتبارها دعوى مسؤولية مدنية فهي تقريبا تخضع لنفس الشروط، ولا تشترط شروط خاصة، إذ يجب توافر: منافسة، خطأ، ضرر وعلاقة سببية.

<sup>1</sup> - حمدي غالب الجعبر، المرجع السابق، ص 369.

<sup>2</sup> - زاوي الكاهنة، المرجع السابق، ص 220.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 221.

<sup>4</sup> - محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 351.

<sup>5</sup> - راجع أركان جريمة تقليد العلامة التجارية بالنقل، التي سبق شرحها في المبحث الأول من الفصل الأول من الباب الأول من هذه الرسالة.

- بالنسبة للخطأ أو فعل المنافسة غير المشروعة، يعتد به في هذه الدعوى سواء ارتكب عن عمد (بقصد الإضرار وسوء نية) أو عن غير عمد (باهمال مثلاً)<sup>1</sup>.

كما أن الأخطاء أو الأفعال المرتكبة في مجال المنافسة غير المشروعة لا يمكن حصرها، ولا يمكن ضبطها بنصوص قانونية، ولا يمكن التنبؤ بالحالات التي قد تظهر، خاصة مع تطور وسائل وأساليب التجارة الحديثة، وعموماً تتلخص هذه الأفعال في الأعمال التي لا تتفق وقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التجارة<sup>2</sup>.

- أما عن شرط الضرر، فيجب أن يترتب عن الفعل أو الخطأ المرتكب ضرر يصيب المدعي، ويجب أن يتحقق الضرر لكي يحصل المتضرر على التعويض، و الضرر لا يشترط تحققه في هذه الدعوى إلا للحصول على التعويض لأنه يمكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ويكون الضرر احتمالياً (أي عند توفر فعل المنافسة غير المشروعة فقط) والهدف في هذه الحالة لا يكون التعويض بل وقف أعمال المنافسة غير المشروعة وهو الأهم<sup>3</sup>.

**ثالثاً: تمييز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى التقليد من ناحية الهدف:** تهدف الحماية الجزائية المترتبة عن دعوى التقليد إلى فرض عقوبات جزائية لردع الأفراد عن ارتكاب أفعال محددة قانوناً ومنصوص عليها على سبيل الحصر وهي أفعال التقليد. إذا فهذه الحماية لا تهدف أساساً إلى تعويض المضرور، بل تهدف إلى حماية الحقوق (الحق في العلامة) ومنع التعدي عليها وفرض عقوبات جزائية متمثلة في الحبس والغرامة أو كلا العقوبتين عند ارتكاب أي من الأفعال التي تشكل جريمة من وجهة نظر قانون العلامات (أي وفقاً لما هو منصوص عليه)، بهدف تحقيق الردع الخاص المتمثل في ردع وزجر مرتكب فعل التقليد والحيلولة بينه وبين ارتكاب الفعل مرة أخرى، والردع العام وذلك بامتناع الكافة عن إتيان أي من هذه الأفعال<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 387.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 387.

<sup>3</sup> - حمدي غالب الجعبر، المرجع السابق، ص 396.

<sup>4</sup> - عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 52، 56. إلا أن المدعي إذا استطاع إثبات فعل التقليد و حكم القاضي بثبوته، فإضافة إلى العقوبات الجزائية التي يحكم بها القاضي، يمكن للضحية اتباع الطريق المدني للحصول على التعويض عن فعل التقليد، وهذا ما تبنته العديد من التشريعات ومنها التشريع الجزائري. و قد سبق التطرق إلى ذلك.

- أما الحماية المدنية المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة فتتمثل في جزاءات مدنية لردع ومنع الأفراد عن القيام بأفعال المنافسة غير المشروعة، وهي أفعال ليست محددة بنصوص قانونية ولا يمكن حصرها، هذه الجزاءات تتمثل في تعويض المتضرر من هذه الأفعال شرط أن يكون الضرر محققا، وأيضا تتخذ المحكمة إجراءات وتدابير لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة، ومنع استمرارها، ولمنع حصول ضرر يحتمل وقوعه، وكل هذا بهدف عدم تشجيع المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: تنوع أدوار دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة التجارية

تتمتع العلامة التجارية بحماية مدنية وهي حماية مقررة لكافة الحقوق أيا كان نوعها، وتتمارس هنا عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وتتمتع أيضا بحماية جزائية عن طريق دعوى التقليد، هنا توفر دعوى المنافسة غير المشروعة حماية أوسع للعلامة التجارية فهي تعتبر بمثابة المنقذ والبديل لصاحب العلامة في حالة عدم تمكنه من حماية علامته بموجب دعوى التقليد التي يقررها قانون العلامات، وهذا في حالة عدم توافر شروط وأركان دعوى التقليد، وفي حالة وجود علامات تجارية غير مسجلة، هنا تمارس دعوى المنافسة غير المشروعة بشكل مستقل وكبديل عن دعوى التقليد ومن جانب آخر تقدم دعوى المنافسة غير المشروعة حماية إضافية أو تكميلية للعلامة إلى جانب الحماية التي توفرها دعوى التقليد وهذا في حالة توافر شروط رفع الدعويين، وهنا يمكن للمدعي أن يجمع بين الدعويين، كما له أن يختار إحداهما.

لذا سنتناول في ما يلي الدور الأصيل والمستقل لدعوى المنافسة غير المشروعة (أولا)، الدور التكميلي أو الإضافي لدعوى المنافسة غير المشروعة (ثانيا).

### أولا: الدور الأصيل والمستقل لدعوى المنافسة غير المشروعة:

يمكن القيام برفع دعوى المنافسة غير المشروعة بشكل أصيل ومستقل عن دعوى التقليد في الحالات التي لا يمكن فيها القيام بهذه الأخيرة لعدم توافر شروطها، ومن بين هذه الحالات، حالة العلامات التجارية التي لم تسجل ولكنها محل استعمال من طرف صاحبها، الحالات التي لم يتم فيها تجديد تسجيل العلامة

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 389، 390. عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 56.

التجارية (بعد انقضاء مدة صلاحيتها)<sup>1</sup>، إذا غياب شرط التسجيل يمنع صاحب العلامة من القيام برفع دعوى التقليد لأن تسجيل العلامة شرط للحماية الجزائية بإجماع الفقهاء والتشريعات.

وهناك حالة أخرى تظهر فيها قيمة الحماية المدنية بالنسبة للعلامات المسجلة في حالة عدم توافر شروط الدعوى الجنائية، مثل عدم توافر القصد الجنائي لدى المعتدي على العلامة، إذ أن الجزاء الجنائي المقرر لجرائم الاعتداء على الحق في العلامة يتطلب قصدا جنائيا خاصا لدى المقلد أي سوء النية في ارتكاب هذا الاعتداء، فإذا تم الحكم بالبراءة على أساس انتفاء القصد الجنائي، فإن هذا الحكم لا يمنع صاحب العلامة (المعتدى عليه) من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها ومنها أن فعل الاعتداء على العلامة مثلا يجب أن يكون من بين أفعال المنافسة غير المشروعة، كما سبق القول فالدعوى هنا لا يشترط فيها أن يكون فعل الاعتداء (الخطأ) عمديا بل قد يكون غير عمدي<sup>2</sup>.

ولا يختلف الأمر على شبكة الإنترنت فمستعمل العلامة التجارية التي لم تسجل يمكن حمايتها بدعوى المنافسة غير المشروعة ضد مالكي العناوين الإلكترونية المماثلة أو المشابهة لهذه العلامة<sup>3</sup>.

#### ثانيا: الدور التكميلي أو الإضافي لدعوى المنافسة غير المشروعة:

توفر دعوى المنافسة غير المشروعة لمالك العلامة في بعض الحالات حماية تكميلية أي إضافية إلى جانب الحماية التي يحصل عليها من خلال الدعوى الجنائية (دعوى التقليد)<sup>4</sup>، وهذا في حالة توافر شروط رفع كل من الدعويين، ومثالنا على ذلك عندما يقوم المقلد بتقليد العلامة ويقوم كذلك باستعمال نفس العلامة كاسم تجاري لمحلته التجاري، أو نشر بيانات كاذبة عن منتجات صاحب العلامة<sup>5</sup>، هنا لمالك العلامة أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة لارتكاب فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة، وهو استعمال

<sup>1</sup> - مصطفى راتب حسن، المسؤولية المدنية عن الاعتداء الإلكتروني على العلامات التجارية، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، البلدة- الجزائر، العدد 13، أبريل 2017، ص 75.

<sup>2</sup> - محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 351، 352. أحمد أنور محمد، المرجع السابق، ص 277. عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 52. حمدي غالب الجعفي، المرجع السابق، ص 368.

<sup>3</sup> - مصطفى راتب حسن، المرجع السابق، ص 75. بالنسبة للمشرع الجزائري فهو لا يتيح الحماية للعلامة غير المسجلة، في حين أن بعض التشريعات توفر هذه الحماية.

<sup>4</sup> - نفس المرجع، ص 75.

<sup>5</sup> - حمدي غالب الجعفي، المرجع السابق، ص 401، 402.

العلامة التجارية كاسم تجاري وهذا الفعل قد يثير اللبس والخلط في أذهان المستهلكين، ولصاحب العلامة أيضا أن يرفع دعوى التقليد لتحقق جريمة تقليد العلامة، لذا فدعوى المنافسة غير المشروعة لا توفر الحماية التكميلية أو الإضافية للعلامة التجارية إلا إذا استندت إلى وقائع وأفعال تختلف عن الوقائع التي تستند إليها دعوى التقليد<sup>1</sup>.

إذا يمكن رفع الدعويين معا، أي الجمع بينهما، لكن بشرط أن كل دعوى تركز على وقائع وأفعال خاصة بها، فكثيرا ما نجد تقليد العلامة إلى جانب القيام بأفعال تشكل منافسة غير مشروعة، كنشر بيانات أو ادعاءات كاذبة لتشويه سمعة مالك العلامة، هنا يمكن رفع الدعويين معا.

و بالتالي يمكن القول أنه يمكن رفع دعوى التقليد مع دعوى المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروط كل منهما، فتخضع كل دعوى للأحكام الخاصة بها، إضافة إلى إمكانية الخيار بين الدعويين<sup>2</sup>.

ونفس الأمر يطبق عندما يتعلق الأمر بشبكة الإنترنت، كتصرف مالك العنوان الإلكتروني الذي قلد العلامة التجارية في صورة هذا العنوان على شبكة الإنترنت فيحدث بذلك نوعا من اللبس والخلط في أذهان جمهور المستهلكين، فهذا التصرف يمثل تقليدا للعلامة التجارية، وينطوي أيضا على تصرف آخر وهو منافسة غير مشروعة للعلامة<sup>3</sup>.

نصل من خلال ما سبق إلى أن العلامة التجارية تستفيد من حماية متعددة، هناك الحماية الجزائية عن طريق دعوى التقليد، وهي حماية قانونية خاصة يقررها، وينص عليها قانون العلامات، ولا يستفيد منها إلا صاحب الحق في العلامة، لذا هذه الدعوى لا تقبل إلا من مالك العلامة.

وهناك الحماية المدنية وهي مقررة كأصل عام لجميع الحقوق، وتمارس هنا عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي يمكن رفعها من طرف أي شخص تضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة (من بينها الاعتداء على العلامة التجارية)، سواء كان هذا الشخص مالك العلامة أو من الغير، بهدف الحصول على التعويض عن الضرر المحقق ووقف أعمال المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 286.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 287.

<sup>3</sup> - مصطفى راتب حسن، المرجع السابق، ص 76.

إذا فالحماية المدنية لها أهمية بالغة فهي توفر الحماية للعلامات التجارية المسجلة، وذلك في حالة عدم توافر شروط دعوى التقليد، أو عدم توافر أحد أركان الجريمة الواقعة على العلامة التجارية، لأن الحماية الجزائية هنا غير ممكنة.

وتوفر الحماية المدنية الحماية للعلامات التجارية غير المسجلة، لدى التشريعات التي تحمي هذه العلامات بحكم استعمالها، فهناك من يستعمل العلامة بدون تسجيلها، وقد تكون العلامة مسجلة وتنتهي مدة صلاحية تسجيلها، ولا يقوم المالك بتجديد تسجيلها، فهنا لا يكون أمام صاحب العلامة إلا الحماية المدنية لأن الحماية الجزائية تشترط تسجيل العلامة.

وما يجب الإشارة إليه أن أي شخص تضرر من الاعتداء على العلامة يمكنه القيام برفع دعوى المنافسة غير المشروعة للحصول على التعويض، حتى وإن لم يكن مالكا للعلامة أي من الغير<sup>1</sup>.

**الفرع الثالث: مدى حماية العلامة التجارية بدعوى المنافسة غير المشروعة وفقا لنصوص التشريع الجزائري**

تطرق المشرع الجزائري في قوانين متفرقة إلى المنافسة و الممارسات التجارية غير النزهة أو غير المشروعة و منها التعدي على العلامات أو تقليدها (أولا)، كما نص المشرع على العديد من العقوبات على كل من يرتكب الأعمال المنافية للمنافسة المشروعة و منها تقليد العلامات (ثانيا).

#### أولا: أعمال المنافسة غير المشروعة

نظّم المشرع الجزائري المنافسة ضمن الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، حيث تطرق فيه إلى شروط ممارسة المنافسة في السوق، الممارسات المقيدة للمنافسة والعقوبات المطبقة عليها، مراقبة التجميعات الاقتصادية، بقصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين الظروف المعيشية للمستهلكين<sup>2</sup>، لكن هذا القانون وأيضا قانون العلامات وهو الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، لم يتضمن الأعمال أو الممارسات التي يمكن اعتبارها منافسة غير مشروعة، غير أننا عند تفحص القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد

<sup>1</sup> - كالتاجر الذي يتعامل في منتجات مميزة بعلامة معينة تشير إلى مصدر الإنتاج يصيبه ضرر إذا ما لجأ تاجر آخر إلى تقليد هذه العلامة وقام بوضعها على منتجات من نفس النوع أو منتجات مصدر آخر. حمدي غالب الجعبر، المرجع السابق، ص 369.

<sup>2</sup> - المادة الأولى من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية العدد 43، المؤرخة في 20 يوليو سنة 2003، ص 25. ( المعدل و المتمم).

المطبقة على الممارسات التجارية والذي يهدف إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين أنفسهم من جهة وبين هؤلاء الأعوان والمستهلكين من جهة أخرى، ولحماية المستهلك وإعلامه<sup>1</sup>، وجدنا أنه قد تطرق إلى الممارسات التجارية غير النزيهة، والتي هي أعمال مخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة بمعنى منافية للمنافسة أي منافسة غير مشروعة، وهذا ما يؤكد القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال المواد التالية<sup>2</sup>: حيث نصت المادة 26 على " تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النزيهة و النزيهة و التي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين". كما نصت المادة 27 على " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

- 1- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته،
  - 2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به ، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك،
  - 3- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها،
  - 4- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل،....."
- ويبدو من خلال هذه المواد أن المشرع قد ذكر على سبيل المثال و ليس على سبيل الحصر الأعمال أو الأفعال التي تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة أي أعمال المنافسة غير المشروعة ، وذلك يفهم من استخدامه لعبارة " لاسيما "، لأن أعمال المنافسة غير المشروعة لا يمكن حصرها بأعمال محددة فقد تظهر أعمال أخرى نتيجة التطور الذي تشهده الميادين التجارية و الصناعية خاصة مع ظهور ما يسمى بالذكاء الاصطناعي. ويجب التذكير هنا أن المادة 10 ( ثانيا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية هي الأخرى تطرقت إلى أعمال المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> المادة الأولى من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> المواد 26 ، 27 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

إذا فالمنافسة غير المشروعة وفقا لما سبق هي قيام عون اقتصادي والذي هو منافس بممارسات أو بأفعال مخالفة للعادات والأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى على مصالح عون أو أعوان اقتصاديين آخرين أي منافسين آخرين، قصد اجتذاب وكسب زبائن هؤلاء الأعوان إليه.

أما فيما يخص العلامات التجارية فإن التعدي عليها يكون من خلال تقليدها ، و تقليدها في هذه الحالة يعد من الممارسات التجارية غير المشروعة أي منافسة غير مشروعة، بل يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة مثلا قيام عون اقتصادي بتشويه سمعة عون اقتصادي آخر بنشر معلومات سيئة عن علامته أو منتوجاته أو خدماته<sup>1</sup> ، والمشرع الجزائري في القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، اعتبر أن تقليد العلامات المميزة صورة من صور الممارسات التجارية غير النزيهة، أي عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة ، وهذا ما تنص عليه المادة 2/27 من القانون رقم 02-04 المذكور سابقا : " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

1-.....

2- **تقليد العلامات المميزة** لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك،".

لكن هل مصطلح التقليد الذي استعمله المشرع هنا هو نفسه المستعمل في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات ؟، هل يقصد المشرع بالتقليد هنا مفهومه الواسع الذي ذكره في قانون العلامات، بأنه كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب علامة مسجلة، أم يقصد به تشبيه العلامة، باعتباره من الأفعال المنتشرة في الميدان التجاري فيما بين الأعوان الاقتصاديين، فكثيرا ما يقوم العون الاقتصادي المعتدي باختيار علامة تجارية تشبه علامة عون اقتصادي آخر بهدف تحويل الزبائن وكسبهم إليه من خلال إثارة الالتباس لدى المستهلك وزرع الشكوك والأوهام في ذهنه، ويعتبر فعل إثارة الالتباس هنا فعلا من أفعال المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> المادة 1/27 من القانون رقم 02-04، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص ص 291، 292.



بتفحص النسخة الفرنسية وبالرجوع إلى أحكام الأمر رقم 03-06، نجد أن المشرع قد استعمل مصطلح "contrefaçon" للدلالة على التقليد وهي تعتبر ترجمة صحيحة، لكن بالنسبة للقانون رقم 02-04، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المذكور أعلاه، استعمل مصطلح "imitation" للدلالة على التقليد كذلك، لكنها ليست ترجمة صحيحة، فالترجمة الصحيحة لها هي التشبيه. إذا فالأمر قد يتعلق بجريمتين مختلفتين<sup>1</sup> سماهما المشرع بتسمية واحدة والنصوص الفرنسية وضحت الفرق بينهما.

إذا وفقا لقانون العلامات أي الأمر رقم 03-06، المتعلق بالعلامات، فالتقليد يعتبر جريمة وهو كل عمل قام به الغير ويمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب علامة مسجلة و يعاقب مرتكبها بعقوبات محددة، ووفقا للقانون رقم 02-04، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المذكور سابقا، فإن فعل تقليد العلامات المميزة هو من الممارسات التجارية غير النزيهة وبالتالي يعتبر فعلا من أفعال المنافسة غير المشروعة و يرتكب بقصد تحويل زبائن عون آخر وكسبهم عن طريق زرع الأوهام في ذهن المستهلك و إحداث اللبس لديه، ويعاقب مرتكبه بعقوبات محددة نص عليها هذا القانون.

المشرع الجزائري لما تطرق إلى تقليد العلامات في القانون رقم 02-04، المذكور سابقا، نص على مصطلح "تقليد العلامات المميزة" ويبدو أن هذا المصطلح غير دقيق، لذا سنحاول عرض نص المادة 2/27 من القانون رقم 02-04، المذكور سابقا، باللغتين العربية و الفرنسية لفهم هذا المصطلح، تنص المادة 2/27 من القانون رقم 02-04، المذكور سابقا، على ما يلي: تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة

<sup>1</sup> - تم التوضيح سابقا بأن جرمي تقليد العلامة و تشبيهها جريمتين مختلفتين و قد ميز الفقه بينهما إذ عرف تقليد العلامة بأنه اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية بحيث تصبح العلامة المقلدة صورة طبق الأصل عن العلامة الحقيقية، أما تشبيه العلامة فهو اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية بقصد خداع المستهلك و خلق اللبس لديه، و التقليد يعاقب عليه بحد ذاته حتى و لو لم يعرض المستهلك للخلط بين العلامتين الأصلية و المقلدة، أما التشبيه فلا يعاقب عليه إلا إذا أحدث الخلط أو اللبس في ذهن المستهلك أي أن يكون بقصد خداع المستهلك. و هذا ما ذهب إليه أيضا القضاء الجزائري. راجع الفصل الأول من هذه الرسالة المتعلق بالحماية الجزائرية في عنصر الاعتداء المباشر على العلامة التجارية، و أيضا حمادي زوير، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم و العقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المرجع السابق، ص 131. وما يلاحظ في المادة 2/27 من القانون رقم 02-04، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، أنها نصت على أن تقليد العلامات المميزة يرتكب بقصد تحويل الزبائن و كسبهم، عن طريق زرع الشكوك و إحداث الخلط في ذهن المستهلك.

..... تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به ، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك ،". أما نفس النص باللغة الفرنسية فقد كان على النحو التالي:

".....sont considérées comme pratiques commerciales déloyales notamment les pratiques par lesquelles un agent économique imite les signes distinctifs d'un agent économique concurrent ,de ses produits ou services et de sa publicité dans le but de rallier sa clientèle en créant un risque de confusion dans l'esprit du consommateur " .

فالنص باللغة العربية تضمن مصطلح العلامات المميزة و هذا لا يعني العلامات التجارية بل الإشارات المميزة. والعلامة باللغة الفرنسية يصطلح عليها بـ "La marque" ، أما عبارة الإشارة المميزة فيصطلح عليها بـ "Le signe distinctif" وهذا ظاهر في النص الفرنسي وبطبيعة الحال هناك فرق بين العلامة المميزة و الإشارة المميزة ، إذ تعني العلامة المميزة أي إشارة يمكن أن يستعملها التاجر أو الصانع لتمييز بضائعه أو منتجاته عن بضائع أو منتجات غيره، أما الإشارات المميزة فهي معروف أنها أحد أنواع الملكية الصناعية وتضم الإشارات المميزة: العلامات، تسمية المنشأ، أسماء الحقول، الأسماء التجارية ،.....، إذا فالعلامة تعتبر إحدى الإشارات المميزة<sup>1</sup>. وبالتالي بحسب ترجمة النص الفرنسي فإن المشرع كان يقصد الإشارات المميزة و ليست العلامات المميزة.

سبق القول بأن العلامة التجارية التي تستفيد من الحماية وفقا للأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، هي العلامة التجارية المسجلة حيث تستفيد من الحماية الجزائية والمدنية، أما فيما يتعلق بالقانون رقم 02-04، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإن المشرع لم يشر إلى مصطلح العلامة المسجلة، بل ذكر مصطلح العلامات المميزة ، فهل يعني ذلك أن العلامة غير المسجلة تحظى بالحماية وفق هذا القانون؟، لكن سبق وأن رأينا بأن المشرع في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، لا يعترف بالحماية للعلامة غير المسجلة ، بل ويعاقب على استعمال علامة بدون تسجيلها.

<sup>1</sup> - حمادي زويبر، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم و العقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المرجع السابق، ص

و هناك من يرى " أن القانون رقم 04-02، المذكور أعلاه، لم يخص بالذكر العلامة المسجلة، بالتالي تحظى العلامة المسجلة و غير المسجلة بحماية من التقليد وفقا لهذا القانون، وبما أن المشرع أقر بالزامية اتخاذ علامة وتسجيلها، فإن العلامات المسجلة والعلامات المشهورة هي التي تحظى بحماية من المنافسة غير المشروعة، أما الحماية المدنية وفقا للمسؤولية التقصيرية فتحظى بها العلامة المسجلة والعلامة غير المسجلة".<sup>1</sup>

### ثانيا: العقوبات

اعتبر المشرع الجزائري تقليد العلامة المميزة أو العلامة التجارية ممارسة تجارية غير نزيهة، وقرر لها عقوبات أساسية (1) وأخرى إضافية (2)، وقد سبقت الإشارة إلى أن الممارسات التجارية غير النزيهة، هي أعمال مخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة بمعنى منافية للمنافسة المشروعة أي أنها أعمال منافسة غير مشروعة.

#### 1-العقوبات الأساسية: الغرامة

نصت على عقوبة الغرامة المادة 38 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المذكور سابقا، كمايلي: >> تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و27 و28 و29 من هذا القانون، و يعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5000000 دج). <<، من خلال هذا النص أكد المشرع بأن تقليد العلامات<sup>2</sup> هو إحدى صور الممارسات التجارية غير النزيهة و قرر لها عقوبة أساسية واحدة و هي غرامة مالية لا تتجاوز خمسة ملايين دينار جزائري، لكنه لم ينص على عقوبة الحبس إلا في حالة العود<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 292.

<sup>2</sup> - المادة 2/27 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، حيث نصت على أن تقليد العلامات المميزة هي من الممارسات التجارية غير النزيهة.

<sup>3</sup> - المادة 47 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

المشرع لم ينص على عقوبة الحبس كعقوبة ردعية لأفعال المنافسة غير المشروعة، رغم نصه عليها كعقوبة إضافية في حالة العود فقط، لكنه بالمقابل رفع من قيمة الغرامة المالية مقارنة بما نصت عليه قوانين المنافسة السابقة و جعلها كعقوبة أساسية، و هذا ربما يرجع لنظرة المشرع بعدم فاعلية عقوبة الحبس و عدم قدرتها على قمع هذه الأفعال مثلما تفعله الغرامة المرتفعة، و إذا كان مبلغ الغرامة قليل فإن أي عون اقتصادي يمكنه دفعه بدون أن تتضرر ميزانيته مقارنة مع الأموال التي يكون قد جناها من ممارسة الأفعال غير المشروعة، أما الغرامة المقدرة بخمسة ملايين دينار فإنها تضر بالعون الاقتصادي و تلحق به خسائر كبيرة، و هذا ما سيجعله يفكر قبل القيام بأي عمل<sup>1</sup>.

## 2-العقوبات الإضافية:

نص المشرع الجزائي على عقوبات إضافية تتمثل في الحجز، المصادرة، الغلق الإداري، نشر القرار، كما نص على عقوبات إضافية أخرى تطبق في حالة العود تتمثل في إعادة فرض عقوبة الغلق الإداري، مضاعفة العقوبة، المنع من ممارسة النشاط، والحبس. و سوف نتطرق لهذه العقوبات فيما يلي :

### أ- الحجز:

نصت المادة 39 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق ذكره، قبل تعديلها<sup>2</sup> على: « يمكن حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها في أحكام المواد 10 و 11 و 13 و 14 و 20 و 22 و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 ( 2 و 7 ) و 28 من هذا القانون، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية.

يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم. « من خلال هذا النص يتضح أن المشرع قد أجاز للقاضي بأن يأمر بحجز البضائع المقلدة التي تحمل العلامة المقلدة، وحجز الأدوات والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب أفعال التقليد، وهذا الحجز وفقا لما وضحته

<sup>1</sup> - زواوي الكاهنة، المرجع السابق، ص 191.

<sup>2</sup> - عدلت المادة 39 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، بالمادة 8 من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، ج.ر العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت سنة 2010، الذي يعدل و يتمم القانون رقم 04-02، المشار إليه سابقا. فالمادة 39 بعد تعديلها نصت على أنه يمكن حجز البضائع موضوع المخالفات التي تنص عليها أحكام المواد 4، 5، 6، 7، 8، 9، 10، 11، 12، 13، ... إذا المادة 39 بعد تعديلها نصت على أن الحجز يتعلق بمخالفة أحكام مواد أخرى جديدة إضافة إلى المواد القديمة.

المادة 40 من القانون رقم 04-02، المذكور أعلاه، يمكن أن يكون عينيا بمعنى الحجز المادي للسلع ، و قد يكون اعتباريا و يقصد به كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب فعل التقليد أن يقدمها لسبب من الأسباب<sup>1</sup>.

إذا الحجز هو أمر جوازي للقاضي ، لكنه لا يعتبر عقوبة تكميلية يمكن الحكم بها ، لأن العقوبة التكميلية تشترط دائما وجود حكم سابق ، في حين يعد الحجز إجراء تحفظي وقائي يسمح للدائن بوضع أموال المدين المحجوزة تحت يد القضاء ، ولا يصدره القاضي إلا في حالة الضرورة، إذا أثبت الدائن أن هناك خطرا يهدد الضمان العام، و الهدف من ذلك هو منع المدين من التصرف في أمواله، لأن المدين قد يقدم على التصرف بأمواله بطريقة تضر بدائنه<sup>2</sup>.

#### ب - المصادرة :

أكد المشرع صراحة على أنه زيادة على العقوبات المالية التي نص عليها القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق ذكره، فإنه يجوز للقاضي أن يحكم على العون الاقتصادي الذي ارتكب فعل تقليد العلامة المميزة لعون اقتصادي منافس، بعقوبة متمثلة في مصادرة السلع المحجوزة، وهذا يعني أن القاضي لا يمكن أن يحكم بالمصادرة إلا بعد صدور الأمر بحجز السلع

<sup>1</sup> - المادة 40 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - حمادي زويير، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم و العقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المرجع السابق، ص 125. زواوي الكاهنة، المرجع السابق، ص ص191، 192.

المقلدة<sup>1</sup>، وعند مصادرة السلع المحجوزة تسلم إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها ويعتبر هنا مبلغ بيع هذه السلع مكتسبا للخبزينة العمومية<sup>2</sup>.

رغم أن المشرع نص صراحة هنا بأن المصادرة جوازية للقاضي، إلا أن الأمر يختلف في الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات حيث تعتبر إلزامية للقاضي في حالة الحكم بالإدانة<sup>3</sup>، إذ يلتزم القاضي بالحكم بالحبس و/أو الغرامة و يحكم أيضا بالمصادرة.

### ج- الغلق الإداري:

تطرق المشرع الجزائري إلى عقوبة أخرى و هي إمكانية (جوازية) الغلق الإداري للمحلات التجارية و ذلك بقرار إداري صادر من الوالي بناء على اقتراح من المدير الولائي للتجارة، وقد تم تحديد مدة غلق المحلات التجارية في المادة 46 من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بثلاثين (30) يوما كحد أقصى في حالة القيام بمخالفة القواعد المنصوص عليها في القانون رقم 02-04<sup>4</sup>، ومنها تقليد العلامات المميزة. ويمكن للوالي أن ينشر قرار الغلق في الصحافة الوطنية أو في

<sup>1</sup> نصت المادة 9 من القانون رقم 06-10، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا، على أن تعدل أحكام المادة 44 من القانون رقم 02-04، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، وتحرر كما يأتي: " المادة 44 : زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون ، يمكن القاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة ..... ". و يجب أن نذكر هنا بأن المشرع قد نص في المادة 44 قبل تعديلها بأن القاضي يحكم بالمصادرة فقط في حالة خرق القواعد المنصوص عليها في المواد التالية : 10 و 11 و 12 و 19 و 21 و 22 و 23 و 24 و 25 و 27 و 7 و 28 من القانون رقم 02-04 المشار إليه سابقا، في حين أن في المادة المعدلة القاضي غير مقيد حيث يحكم بمصادرة السلع المحجوزة مهما كانت، لأن صيغة النص جاءت عامة.

<sup>2</sup> - الفقرات : 2 ، 3 ، 4 ، من المادة 44 من القانون رقم 02-04، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والمعدلة بموجب المادة 9 من القانون رقم 06-10، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - المادة 32 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - نصت الفقرة الأولى من المادة 46 من القانون رقم 02-04، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، على: " يمكن الوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بواسطة قرار، إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ثلاثين (30) يوما في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 10 و 11 و 13 و 14 و 20 و 22 و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون. "

الأماكن التي يحددها<sup>1</sup>. لكن بعد تعديل المادة 46 من القانون رقم 04-02 المذكور أعلاه، بالمادة 10 من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المذكور سابقا، أصبحت مدة الغلق ستون (60) يوما كحد أقصى<sup>2</sup>. في حين أن الأمر رقم 03-06 لم يحدد مدة الغلق، بل نص على الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، و أكد أن هذه العقوبة إلزامية للقاضي في حالة الحكم بالإدانة، إذ يلتزم القاضي بالحكم بالحبس و/أو الغرامة و يحكم أيضا بعقوبة الغلق.

ونشير إلى أن قرار الغلق يكون قابلا للطعن أمام القضاء، وفي حالة ما إذا تم إلغاء هذا القرار فإن العون الاقتصادي المتضرر يمكن له المطالبة أمام القضاء بالتعويض عن الضرر الذي يكون قد لحقه<sup>3</sup>. كما أن الفقرة الأولى من المادة 47 من القانون رقم 04-02، المعدلة بالمادة 11 من القانون رقم 10-06، المشار إليه سابقا، نصت على أن إجراء الغلق الإداري يطبق كذلك في حالة العود لكل مخالفة لأحكام القانون رقم 04-02 المشار إليه سابقا، وذلك وفقا لمفهوم حالة العود التي بيّنتها المادة 47 المعدلة المذكورة وسيوضح ذلك لاحقا.

و لم يبين المشرع هنا مصير العمال في حالة الغلق الذي قد يصل إلى 60 يوما، و كان من الأجدر على الأقل تعيين مسير مؤقت للمؤسسة<sup>4</sup>.

#### د- النشر:

تطرق إلى مسألة نشر الحكم أو القرار كل من قانون العقوبات<sup>1</sup> والقانون رقم 04-02 المذكور سابقا، إذ نصت المادة 48 من القانون رقم 04-02 المذكور سابقا على: "يمكن الوالي المختص إقليميا،

<sup>1</sup> المادة 48 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> نصت المادة 10 من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا، على أن تعدل أحكام المادة 46 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المشار إليه سابقا، و تحرر كما يأتي: " المادة 46: يمكن الوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بموجب قرار، إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها ستون (60) يوما، في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 10 و 11 و 12 و 13 و 14 و 20 و 22 و 22 مكرر و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون... "

<sup>3</sup> المادة 2/46 و 3 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، المعدلة بموجب المادة 10 من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> - زواوي الكاهنة، المرجع السابق، ص 194.

وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها<sup>1</sup>.

وفق هذا النص يجوز للوالي والقاضي أن يأمر بالصاق نص قراراتهما في الأماكن التي يحددها و ذلك بغرض النشر، كما يجوز لهما أن يأمر بنشر قراراتهما كاملة أو ملخص عنها في الجرائد الوطنية التي يتم تعيينها لذلك ، ونفقة النشر هنا تكون على عاتق مرتكب المخالفة أو الذي حكم عليه نهائيا.

هذه العقوبة يمكن أن يحكم بها القاضي لصالح المدعي إذا كان هو الطرف الضحية والمتضرر، وقد يحكم بها لصالح المدعى عليه أو المتهم، إذا كانت الدعوى ليست مبنية على أساس قانوني أو كانت الإجراءات التي اتخذها المدعي باطلة، و ذلك ما يمكن فهمه من عبارة " نفقة المحكوم عليه" أن المحكوم عليه يمكن أن يكون هو المدعي أو المدعى عليه<sup>2</sup>. و لم ينص الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، على عقوبة نشر القرار أو الحكم.

#### هـ- المنع من ممارسة النشاط :

نصت الفقرتان 2 و 3 من المادة 47 من القانون رقم 04-02 المشار إليه سابقا، المعدلة بموجب المادة 11 من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا على: « يعد حالة عود، في مفهوم هذا القانون، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

في حالة العود، تضاعف العقوبة و يمكن القاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 أعلاه، بصفة مؤقتة و هذا لمدة لا تزيد عن عشر (10) سنوات» .

من خلال هذا النص فإن المشرع الجزائري نص على حالة العود لمخالفة أحكام القانون رقم 04-02 ، وهذا ربما يشير إلى رغبة المشرع في ضمان عدم مخالفة و عدم انتهاك الأحكام التي يتضمنها هذا

<sup>1</sup> - تنص المادة 18 / 1 من الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا، المعدلة والمتممة بالمادة 9 من القانون رقم 06-23، المؤرخ في 20 ديسمبر سنة 2006، المشار إليه سابقا، يعدل و يتمم الأمر رقم 66-156، المتضمن قانون العقوبات، على : " للمحكمة عند الحكم بالإدانة أن تأمر في الحالات التي يحددها القانون بنشر الحكم بأكمله أو مستخرج منه في جريدة أو أكثر يعينها ، أو بتعليقه في الأماكن التي يبينها ، وذلك كله على نفقة المحكوم عليه، على ألا تتجاوز مصاريف النشر المبلغ الذي يحدده الحكم بالإدانة لهذا الغرض، و ألا تتجاوز مدة التعليق شهرا واحدا " .

<sup>2</sup> - حمادي زويبر، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم والعقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المرجع السابق، ص 127.



القانون، ويعتبر العون الاقتصادي في حالة عود وفقا لهذا القانون، إذا قام بارتكاب مخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة التي تتعلق بنفس النشاط<sup>1</sup>.

أيضا أكد المشرع في الفقرة 3 أعلاه، على أنه في حالة العود تضاعف العقوبة، و يجوز للقاضي أيضا أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط تضمنته المادة 2 من هذا القانون<sup>2</sup>، بصفة مؤقتة لمدة لا تزيد عن عشر (10) سنوات<sup>3</sup>. وهناك من يرى أن هذه العقوبة قاسية جدا للعون الاقتصادي سواء لارتكابه لأفعال تقليد العلامات أو لمخالفته للأحكام الأخرى التي يتضمنها القانون رقم 02-04<sup>4</sup>.

ونذكر هنا أنه بحسب ما نصت عليه الفقرة الأولى من المادة 47 من القانون رقم 02-04، المعدلة بالمادة 11 من القانون رقم 06-10، في حالة العود يطبق كذلك إجراء الغلق الإداري. و المشرع هنا لما

<sup>1</sup> نصت الفقرة 2 من المادة 47 من القانون رقم 02-04، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، قبل تعديلها بالقانون رقم 06-10، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا، على: « يعتبر في حالة عود، في مفهوم هذا القانون، كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة. » وبالتالي هذا النص قبل تعديله لم يكن يشترط أن تكون المخالفة لها علاقة بنشاط العون الاقتصادي لكي تعتبر حالة عود، أما النص الجديد فقد نص على اشتراطها صراحة، وأيضا النص الجديد مدد المدة التي يشترط أن ترتكب فيها المخالفة لكي تعد حالة عود، حيث أصبحت سنتين وقبل التعديل كانت في حدود سنة.

<sup>2</sup> نصت المادة 2 من القانون رقم 06-10، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا، على: « تعدل أحكام المادة 2 من القانون رقم 02-04.... و تحرر كما يأتي:

" المادة 2: بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية و تربية المواشي، و على نشاطات التوزيع و منها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، والوكلاء، ووسطاء بيع المواشي، و بائعو اللحوم بالجملة، و كذا على نشاطات الخدمات و الصناعة التقليدية و الصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية ".

<sup>3</sup> نصت الفقرة 3 من المادة 47 من القانون رقم 02-04، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، قبل تعديلها بالقانون رقم 06-10، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، على: " تضاعف العقوبة في حالة العود، و يمكن القاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري ". إذا المشرع قبل التعديل، لم ينص على مدة محددة يمنع فيها العون الاقتصادي من ممارسة نشاطه، بل نص على أنه يمنع مؤقتا ولم يحدد المدة، ونص كذلك على أنه يمكن أن يشطب سجله التجاري. لكن بعد التعديل نص على أنه يمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي من ممارسة أي نشاط مذکور في المادة 2 من القانون رقم 02-04 المعدلة بالقانون 06-10، بصفة مؤقتة لمدة لا تزيد عن عشر (10) سنوات.

<sup>4</sup> راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 296.

تطرق لعقوبة المنع من ممارسة النشاط كما رأينا لم يفرق بين الشخص الطبيعي و الشخص المعنوي، في حين أن قانون العقوبات تطرق لذلك في إطار تناوله للعقوبات المتعلقة بالمنع من ممارسة النشاط<sup>1</sup>.

#### و- الحبس:

نصت المادة 47 من القانون رقم 04-02 المذكور سابقا، المعدلة بموجب المادة 11 من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المذكور سابقا على: " تتخذ إجراءات الغلق الإدارية، المنصوص عليها في المادة 46 أعلاه، وفق الشروط نفسها في حالة العود، لكل مخالفة لأحكام هذا القانون.

يعد حالة عود، في مفهوم هذا القانون، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط. في حالة العود، تضاعف العقوبة ويمكن القاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 أعلاه، بصفة مؤقتة وهذا لمدة لا تزيد عن عشر (10) سنوات.

وتضاف لهذه العقوبات، زيادة على ذلك، عقوبة الحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى خمس (5) سنوات". بحسب هذا النص فإن المشرع الجزائري نص على عقوبة الحبس كطرف مشدد في حالة العود، إذ اعتبرها عقوبة إضافية لا تطبق إلا إذا ارتكب المحكوم عليه مخالفة أخرى خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة<sup>2</sup>، و يضاف إلى عقوبة الحبس العقوبات السابقة التي أقرها المشرع في حالة العود وهي ( الغلق الإداري، مضاعفة العقوبة، المنع من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة ). وحدد المشرع عقوبة الحبس من

<sup>1</sup> - تضمن قانون العقوبات، عقوبة المنع من ممارسة النشاط، حيث أن المادة 16 مكرر من الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا، أضيفت بالمادة 8 من القانون رقم 06-23، المؤرخ في 20 ديسمبر سنة 2006، المشار إليه سابقا، يعدل و يتمم الأمر رقم 66-156، المتضمن قانون العقوبات، نصت على: " يجوز الحكم على الشخص المدان لارتكابه جناية أو جنحة بالمنع من ممارسة مهنة أو نشاط، إذا ثبت للجهة القضائية أن للجريمة التي ارتكبها صلة مباشرة بمزاومتها، و أن ثمة خطر في استمرار ممارسته لأي منها.

ويصدر الحكم بالمنع لمدة لا تتجاوز عشر (10) سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحية و خمس (5) سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة...". إذا وفق هذا النص فإن أقصى مدة لعقوبة المنع المؤقت من ممارسة النشاط هي خمس سنوات بالنسبة لمرتكب فعل تقليد العلامة . ونصت المادة 17 من الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، المشار إليه سابقا، على: " منع الشخص الاعتباري من الاستمرار في ممارسة نشاطه يقتضي أن لا يستمر هذا النشاط حتى ولو كانت تحت اسم آخر أو مع مديرين أو أعضاء مجلس إدارة أو مسيرين آخرين ويترتب على ذلك تصفية أمواله مع المحافظة على حقوق الغير حسن النية ". حسب هذا النص فإن الشخص المعنوي يمنع من الاستمرار في ممارسة نشاطه تحت أي اسم كان حتى و لو غير من تشكيلته، سواء بتغيير المديرين أو أعضاء مجلس الإدارة أو المسيرين .

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 127.

ثلاثة (3) أشهر إلى خمس (5) سنوات، علما أن مدة الحبس كانت قبل تعديل المادة 47 /4، من ثلاثة (3) أشهر إلى سنة واحدة<sup>1</sup>.

رغم أن المشرع نص على عقوبة الحبس لكنه لم يجعلها عقوبة أساسية بل نص عليها كعقوبة إضافية لا تطبق إلا في حالة العود، أي أنها مرتبطة بارتكاب مخالفة أخرى، ويلاحظ أن المشرع هنا قد خالف القواعد العامة المتبعة في كل من قانون العقوبات وقانون العلامات والتي تجعل من عقوبة الحبس عقوبة أساسية ولا تقرنها بأي أمر آخر كحالة العود مثلا.

يلاحظ مما سبق أن العقوبات الإضافية ترك فيها المشرع للقاضي السلطة التقديرية في اتخاذها فهي جوازية و تتمثل في الحجز، المصادرة، الغلق الإداري، نشر القرار، و هناك عقوبات إضافية تطبق في حالة العود و هي الغلق الإداري، مضاعفة العقوبة، المنع من ممارسة النشاط، الحبس. في حين أن الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات لم ينص على حالة العود.

ما يمكن قوله بشأن نصوص القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أن المشرع الجزائري قد جعل كعقوبة أساسية عقوبة الغرامة المالية فقط، أما جميع العقوبات الأخرى فقد جعلها عقوبات إضافية تترك فيها السلطة التقديرية للقاضي في اتخاذها فهي جوازية بالنسبة له، و هي الحجز، المصادرة، الغلق الإداري و نشر القرار، كما نص على العقوبات الإضافية التي تطبق في حالة العود و هي الغلق الإداري، مضاعفة العقوبة، المنع من ممارسة النشاط، الحبس. وهذا يختلف عن ما رأيناه سابقا في العقوبات المطبقة على مرتكب جنحة تقليد العلامات و فق الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، إذ رأينا أن القاضي يجب عليه الحكم بالعقوبات التكميلية فهي إجبارية وليست جوازية وهذا إلى جانب الحكم بعقوبتي الحبس والغرامة أو بإحدهما كعقوبات أساسية في حالة إدانة مرتكب جنحة التقليد.

تمت الإشارة سابقا بأن فعل تقليد العلامات المميزة الذي نص عليه المشرع الجزائري في المادة 27 من القانون رقم 04-02، هو من الممارسات التجارية غير النزيهة، و هو فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة بما أن مرتكب فعل التقليد هنا يهدف إلى تحويل زبائن الغير وجذبهم من خلال إثارة الخلط والالتباس في ذهن المستهلك، و سبق أن وضعنا بعد عرض النصوص باللغة الفرنسية إلى أن المشرع استعمل في المادة

<sup>1</sup> -المادة 47 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، عدلت بموجب المادة 11 من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، المشار إليه سابقا.

27 من القانون رقم 04-102<sup>1</sup>، مصطلح تقليد العلامة للدلالة على تشبيه العلامة وهذا ما أكدته صراحة في نص المادة: "تقليد العلامات المميزة..... قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك". فجرمة تشبيه العلامة تتطلب الركن المعنوي أي القصد وهذا ما نصت عليه المادة.

أيضا بالنسبة لمصطلح العلامة في المادة 27 المذكورة، فقد استعمل المشرع عبارة العلامة المميزة للدلالة على الإشارة المميزة وهذه الأخيرة تضم العلامة المميزة وبعض حقوق الملكية الصناعية الأخرى، ورغم هذا فالمشرع لم يبين أن عبارة العلامة المميزة يقصد بها العلامة المسجلة فقط أو تشمل غير المسجلة كذلك. في حين نجد أن المشرع في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، قدم معنى آخر مختلف حول التقليد إذ نص<sup>2</sup> على أن التقليد هو كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة المسجلة، و بالتالي فالمشرع هنا أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد و هي جميع الأفعال التي تشكل خرقا لحقوق صاحب العلامة سواء تعلق الأمر بالتقليد بالنقل أو بالتقليد بالتشبيه أو استعمال علامة مقلدة أو مشبهة أو وضع علامة مملوكة للغير،... كما حصر مفهوم التقليد في العلامات المسجلة فقط.

ومن قراءة نصوص القانون رقم 04-02 يمكن القول أن المشرع نص صراحة على الحماية الجزائية من الممارسات التجارية غير النزيهة ومنها فعل تقليد العلامات المميزة، لكنه لم يشير إلى الحماية المدنية خاصة وأن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مدنية، حيث أنه لم يتطرق إلى إمكانية أو حق المتضرر من هذه الممارسات غير المشروعة في المطالبة بالتعويض، خاصة إذا علمنا أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى علاجية (دعوى تعويض) ووقائية أي أن هدفها هو حصول المتضرر على التعويض من جهة ومن جهة أخرى وقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع استمرارها<sup>3</sup>.

وترى "الأستاذة راشدي سعيدة"<sup>4</sup> أن عدم تطرق المشرع في القانون رقم 04-02 إلى مسألة التعويض ربما يرجع إلى إمكانية المتضرر في الرجوع إلى القواعد العامة و إلى قواعد المسؤولية التقصيرية وفقا للمادة

<sup>1</sup> - الفقرة 2 من المادة 27 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup> - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، المرجع السابق، ص 296.

<sup>4</sup> - نفس المرجع، نفس الصفحة.

124 من القانون المدني الجزائري. وترى كذلك بأن المشرع نص في القانون رقم 04-02 على الممارسات التجارية غير النزيهة ومنها تقليد العلامات والتي تعد من أفعال المنافسة غير المشروعة، لكنها من طبيعة جزائية وليست مدنية وتجارية وهذا ما سبق بيانه بنص المشرع على العقوبات الجزائية و عدم نصح على إمكانية المتضرر في المطالبة بالتعويض، وبالتالي فالعلامة التجارية تتمتع بحماية جزائية وفقا للأمر رقم 03-06 ووفقا للقانون رقم 04-02. وهذا بالإضافة إلى الحماية المدنية التي ينص عليها الأمر رقم 03-06.

### الفرع الرابع: القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية

تحتل مسألة تنازع القوانين من حيث المكان و القانون الواجب تطبيقه في مجال العلامات التجارية أهمية بالغة نظرا للبعد الدولي للعلامة و التي نظمت أحكامها الاتفاقيات الدولية إضافة إلى القوانين الوطنية، فلتحديد القانون الواجب التطبيق سنرى القوانين القابلة للتطبيق على العلامة و التي نادى بها الفقه (أولا)، ثم القانون الذي تبنته الاتفاقيات الدولية المهمة (ثانيا)، و أخيرا سنرى القانون الواجب التطبيق وفقا للمشرع الجزائري(ثالثا).

#### أولا-القوانين القابلة للتطبيق على العلامة التجارية

من أهم القوانين واجبة التطبيق على العلامة التجارية التي نادى بها الفقه، نجد قانون بلد الأصل (بلد منشأ)، وقانون البلد الذي تطلب فيه حماية العلامة.

#### 1- قانون بلد الأصل ( بلد المنشأ)

يعد قانون بلد الأصل(بلد المنشأ) من بين أهم الخيارات المتوفرة لدى مختلف التشريعات لكي يعتمد بمثابة القانون الواجب التطبيق على حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية و ذلك باعتبار أن هذه الحقوق تدخل في دائرة أو مجال نظام الأموال، و هذا الأمر أدى إلى حتمية تطبيق قاعدة الإسناد المتعلقة بالأموال عليها، و هنا يجب اللجوء إلى قانون يتفق مع طبيعة تلك الحقوق و الذي يتمثل في قانون دولة الموقع باعتباره ضابط يربط بين دولة الموقع و الحق الفكري. و نشير إلى أن الإشكال المطروح هو أن تحديد

المقصود بـ " بلد الأصل " يختلف تبعا لكل حق من حقوق الملكية الصناعية<sup>1</sup>، و لتحديد بلد الأصل نبحث عن موقع افتراضي تحكمي لأنه يتعذر وجود موقع مادي لهذه الحقوق<sup>2</sup>.

بالنسبة لبراءة الاختراع قانون بلد الأصل هو القانون الذي يمنح البراءة، أما الرسم و النموذج الصناعي فقانون بلد الأصل هو قانون الدولة التي تم فيها إيداع و تسجيل الرسم أو النموذج الصناعي لأول مرة. و فيما يخص العلامات التجارية و الصناعية فقانون بلد الأصل هو قانون بلد الاستعمال الأول، لأن تسجيل العلامة التجارية يعتبر كاشفا لحق ملكية العلامة التي ثبت لصاحبها حق الاستعمال، و بعد ذلك يطبق عليها قانون بلد التسجيل<sup>3</sup>.

## 2- قانون البلد الذي تطلب فيه الحماية

يطبق قانون البلد الذي تطلب فيه الحماية على حقوق الملكية الصناعية ومنها العلامات على أسس واقعية تتجاوز العقبات التي يصادفها تطبيق قانون بلد الأصل (بلد المنشأ)، إذ يتم الاعتماد على بعض المبادئ الدولية مثل مبدأ المعاملة الوطنية.

من خلال إجراءات التسجيل الدولي للعلامات التجارية أو الصناعية التي تتضمنها الاتفاقيات الدولية، نشأ الحق في الحصول على الحماية للعلامة بناء على تطبيق قانون البلد الذي تطلب فيه الحماية، إذ أن صاحب الحق هنا يكون له الحق في ملكية العلامة التجارية التي تم تسجيلها دوليا لدى دول متعددة يحددها صاحب الحق، ووفقا لذلك فإن هذه الدول التي تم تحديدها و التي وافقت على الطلب، فإنها تمنح الحماية المطلوبة بناء على مبدأ المعاملة الوطنية الذي يقوم على أساس منح نفس الحماية المضمونة لمواطنيها بالنسبة

<sup>1</sup> تطرقت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية للتعريف بمصطلح بلد الأصل ( بلد المنشأ) فيما يتعلق بالعلامة التجارية أو الصناعية، حيث نصت الفقرة أ-2 من المادة 6 (خامسا) من اتفاقية باريس على: " تعتبر دولة المنشأ هي دولة الاتحاد التي يكون للطلب فيها منشأة صناعية أو تجارية حقيقية و فعالة، أو دولة الاتحاد التي بها محل إقامته إذا لم يكن له مثل هذه المنشأة داخل الاتحاد، أو الدولة التي يتمتع بجنسيتها إذا لم يكن له محل إقامة داخل الاتحاد و كان من رعايا إحدى دول الاتحاد."

<sup>2</sup> حسين نواره، الحماية القانونية للملكية المستثمر الأجنبي في الجزائر، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، التخصص: القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 372، 373.

<sup>3</sup> نص المشرع الجزائري على القانون الواجب التطبيق على كل حق من حقوق الملكية الفكرية، راجع في ذلك نص المادة 17 مكرر من القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو سنة 2005، يعدل و يتم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، ج. ر العدد 44، الصادر بتاريخ 26 يونيو سنة 2005. راجع أيضا حسين نواره، المرجع السابق، ص 373.

لنفس الحق. إن أغلب الاتفاقيات الدولية المتعلقة بتنظيم و حماية حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية قد تبنت هذا الاتجاه، إذ أصبح قانون بلد طلب الحماية هو القانون الواجب التطبيق<sup>1</sup>. ونشير إلى أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية قد نصت على تطبيق قانون بلد طلب الحماية<sup>2</sup> في نص الفقرة 2 من المادة 10 (ثالثا): >> علاوة على ذلك تتعهد دول الاتحاد بتوفير الإجراءات التي تسمح للنقابات و الاتحادات التي تمثل ذوي الشأن من رجال الصناعة أو الانتاج أو التجارة و التي لا يتعارض وجودها مع قوانين الدول التي تتبعها، بالالتجاء إلى القضاء أو السلطات الإدارية لقمع الأعمال المنصوص عليها في المواد 9 و 10 و 10(ثانيا) في الحدود التي يميزها قانون الدولة التي تطلب فيها الحماية للنقابات و الاتحادات التابعة لتلك الدولة <<<sup>3</sup>. و جاءت هذه المادة بمناسبة تطرق اتفاقية باريس للعديد من الأعمال التي تمس بحقوق الملكية الفكرية منها استيراد المنتجات التي تحمل العلامات التجارية أو الصناعية بطريق غير مشروع<sup>4</sup>، واستيراد المنتجات التي تحمل بيانات مخالفة للحقيقة فيما يتعلق بمصدرها أو بيانات تخص المنتج نفسه، وأيضا عند تطرق الاتفاقية لأعمال المنافسة غير المشروعة<sup>5</sup>.

#### ثانيا-القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية

نصت اتفاقية باريس على قاعدة عامة بأن القانون الوطني أو المحلي في كل دولة من دول الاتحاد هو الذي يحدد وينظم شروط وإجراءات إيداع العلامة وتسجيلها كما وضعت استثناءات لهذه القاعدة<sup>6</sup>. فالاتفاقيات الدولية وعلى رأسها اتفاقيتي باريس و تريس تضمنت العديد من قواعد الإسناد التي تقضي

<sup>1</sup> -حسين نواره، المرجع السابق، ص 374.

<sup>2</sup> - نصت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا ، أيضا على ضرورة مراعاة تطبيق قانون بلد طلب الحماية في العديد من المسائل التي تخص العلامات، راجع في ذلك المواد التالية : المادة 2/2 . المادة 5 /ج-3 . المادة 6 (خامسا)/ب-1 ، 2، من هذه الاتفاقية.

<sup>3</sup> - نصت المادة 6 (خامسا)/ الفقرة ب، من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا، على ضرورة مراعاة قانون الدولة التي تطلب فيها حماية العلامة عندما يتعلق الأمر بتسجيل العلامات الصناعية أو التجارية أو إبطائها.

<sup>4</sup> - المادة 9 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>5</sup> - المادتين 10 و 10 (ثانيا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>6</sup> - المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا. و راجع كذلك الفرع الأول من المطلب الثاني من المبحث الأول من الفصل الأول من الباب الثاني من هذه الرسالة.



بتطبيق قانون آخر غير قانون البلد الذي تطلب فيه الحماية و ذلك عند عدم إمكانية تطبيق هذا الأخير على المسائل المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية و من هذه القوانين لدينا قانون بلد المنشأ (قانون بلد الأصل) و قانون البلد المستورد، و يتم الاستناد على أحد القانونين المذكورين في مرحلة لاحقة على تطبيق قانون البلد الذي تطلب فيه الحماية، و ذلك للتقليل أو لتقييد الحماية التي يقدمها قانون بلد طلب الحماية لحقوق الملكية الصناعية و منها العلامات التجارية<sup>1</sup>.

بالنسبة لقانون بلد المنشأ (البلد الأصلي للعلامة) فقد استندت إليه بعض الاتفاقيات الدولية كاستثناء على قانون بلد طلب الحماية، و قد تطرقت له اتفاقية باريس بمناسبة تنظيم الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية في العديد من المواد، إذ نصت الفقرة: (أ-1) من المادة 6 (خامسا) من اتفاقية باريس على: >> يقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة طبقاً للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في الدول الأخرى للاتحاد، و ذلك مع مراعاة التحفظات الواردة في هذه المادة. و يجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراءات التسجيل النهائي تقديم شهادة بتسجيل العلامة في دولة المنشأ صادرة من السلطة المختصة بها، ولا يشترط أي تصديق بالنسبة لهذه الشهادة.<<<sup>2</sup>.

نصت هذه المادة على مبدأ مهم من مبادئ اتفاقية باريس وهو "مبدأ قبول تسجيل وحماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد في سائر دول الاتحاد الأخرى بالحالة التي سجلت عليها"، ويعد هذا المبدأ استثناء على مبدأي المعاملة الوطنية واستقلال العلامات. وفقاً للنص المذكور فإن العلامة التجارية أو الصناعية المسجلة بشكل صحيح وفقاً للقانون في دولة المنشأ (البلد الأصلي للعلامة) يجب قبول تسجيلها وحمايتها كما هي في شكلها الأصلي في دول الاتحاد الأخرى<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - حسين نواره، المرجع السابق، ص 376.

<sup>2</sup> - المادة 6 (خامسا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً. كما نصت اتفاقية باريس على تطبيق قانون بلد المنشأ في العديد من المسائل التي تخص العلامات، راجع في ذلك المواد التالية: المادة 6 (خامسا)/ج-2. المادة 6 (خامسا)/د. المادة 7 (ثانياً)/3،1.

<sup>3</sup> - راجع: شرح مبادئ اتفاقية باريس في الفرع الثاني من المطلب الأول من المبحث الأول من الفصل الأول من الباب الثاني من هذه الرسالة.



هذا المبدأ يطبق فقط على شكل العلامة، وهو لا يخص المسائل المتعلقة بطبيعة ووظائف العلامة التي تبقى خاضعة طبقاً لما يتصوره قانون الدولة التي يُطلب فيها التسجيل والحماية<sup>1</sup>.

أما بالنسبة لقانون البلد المستورد فقد طبقته اتفاقية تريبس حيث يمكن لصاحب العلامة التجارية الذي لديه أسباب مشروعة للشك في حدوث استيراد لسلع تحمل علامات تجارية مقلدة، أي أن هناك اعتداء على حقوق صاحب العلامة التجارية المعنية وفقاً لقوانين البلد المستورد، أن يتقدم بطلب مكتوب إلى السلطات المختصة إدارياً أو قضائياً لكي توقف السلطات الجمركية إجراءات الإفراج عن تلك السلع و تداولها بحرية<sup>2</sup>.

كما نصت اتفاقية باريس على أن كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارية تتم مصادره عند الاستيراد في دول اتحاد باريس التي يكون فيها لهذه العلامة حق الحماية القانونية، كما توقع المصادرة أيضاً في الدول التي تم استيراد المنتج إليها<sup>3</sup>.

### ثالثاً- القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية طبقاً للتشريع الجزائري:

تطرق المشرع الجزائري في القانون المدني إلى مسألة تنازع القوانين من حيث المكان، حيث أكد بأن القانون الجزائري هو المرجع لتحديد القانون الواجب تطبيقه في هذه المسألة<sup>4</sup>، وما يهمنا هنا هو اهتمام المشرع بحقوق الملكية الفكرية حيث نص على أن الأموال المعنوية يسري عليها قانون محل وجودها، و يعد محل وجود العلامة التجارية منشأة الاستغلال<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> – World Intellectual Property Organization , WIPO Intellectual property handbook: policy, law and use, wipo publication n°: 489 (E) , Geneva-Switzerland,2004, p 254. available on the site : [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo\\_pub\\_489.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf).  
browsing history: 10/01/2021.

<sup>2</sup> – المادة 51 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقاً.

<sup>3</sup> – المادة 9 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

<sup>4</sup> – المادة 9 من الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج. ر العدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975. (معدل و متمم).

<sup>5</sup> – الفقرتين 1، 5 من المادة 17 مكرر من القانون رقم 05-10، يعدل و يتمم الأمر رقم 75-58 و المتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقاً.

ويبدو أن موقف المشرع له ما يبرره، إذ أن مسألة القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية تناولها اتجاهان فقهيان، الاتجاه الأول يرى بأن العلامة التجارية هي وسيلة من وسائل الحماية من المنافسة غير المشروعة أما الاتجاه الثاني فيرى أنها تدخل في مجال الاحتكارات الوطنية بمعنى أنها تدخل في إطار ما يسمى بالأمن الصناعي و التجاري، فوفقا للاتجاه الأول ما دام أن العلامة التجارية هي وسيلة للحماية من المنافسة غير المشروعة، فإن الحق يستمد من الأسبقية في استعمالها، لذا فالقانون الواجب التطبيق هو القانون الذي يتواجد في نطاقه المشروع الذي تستغل فيه العلامة، إذ تخضع العلامة لنفس القانون الذي يخضع له المشروع، فالحماية القانونية التي تبنى على قواعد المنافسة غير المشروعة تعتبر أوسع نطاقا من الحماية المقررة بناء على قواعد الملكية الفكرية، ومن أهم إيجابيات هذا الاتجاه هو أنه يرى وجوب إخضاع العلامة ومنشأة استغلالها (المشروع) لنفس القانون وهذا له اعتبارات عملية بأن تخضع العلامة لمنشأة الاستغلال المرتبطة بها، وهذا من شأنه تحقيق الاستقرار في تطبيق القانون على المشروع و العلامة معا، لأن خضوع منشأة الاستغلال ( المشروع ) و العلامة الخاصة بها لقانونين مختلفين سيؤدي إلى تضارب و عدم استقرار<sup>1</sup>.

أما أصحاب الرأي الثاني الذين يروا بأن العلامة التجارية تدخل في مجال الاحتكارات الوطنية أي أنها تدخل فيما يسمى بالأمن الصناعي و التجاري، ومنه فالعلامة تخضع للقانون الإقليمي إذ أن الدولة و نظرا لسلطانها الإقليمي فإنه من حقها أن تحدد ما تعتبره يدخل في أمنها الصناعي و التجاري و هذا يعني أن الدولة تحدد القانون الواجب التطبيق وفقا لمصلحتها، و منه يمكن القول أن العلامة التجارية و الملكية الصناعية بصفة عامة تخضع للقانون الإقليمي للدولة<sup>2</sup>.

إن كلا الرأيين السابقين قد تعرضا للنقد رغم الإيجابيات التي تميز كل منهما، فهناك ارتباط بين العلامة التجارية و المنافسة غير المشروعة إذ أن تقليد العلامة التجارية لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته قصد كسب زبائن هذا العون، يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة و هو اعتداء على منشأة الاستغلال، و من جهة أخرى يظهر جليا الدور الإيجابي المتزايد للعلامة في دعم الأمن الصناعي و التجاري في جميع الدول من خلال الوظائف العديدة التي تؤديها العلامة في المجالات الصناعية و التجارية و التي تتماشى مع كل تطور ،

<sup>1</sup> - مقدم ياسين، تنازع القوانين في الملكية الفكرية- دراسة مقارنة بين القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في الحقوق قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 - بن يوسف بن خدة، 2018/2017، ص ص 187، 188.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 189.

أما عن المشرع الجزائري و لتحقيق حماية أكبر لحقوق الملكية الفكرية فقد اختار تطبيق قانون محل وجودها، و نص على أن محل وجود العلامة التجارية هو مكان وجود منشأة الاستغلال<sup>1</sup>. إذا البلد الذي يوجد فيه منشأة الاستغلال (المشروع التجاري) هو البلد الذي سيطبق قانونه سواء كان ذلك باعتبار العلامة وسيلة للحماية من المنافسة غير المشروعة أو لأنها إحدى صور الأمن الصناعي و التجاري<sup>2</sup>، و نشير هنا إلى أن العلامة التجارية في العصر الحالي تعتبر من أهم عوامل نجاح أي منشأة تجارية أو صناعية، إذ تعد وسيلة الإشهار والتعريف بالمنشأة و بمنتجاتها لدى جمهور المستهلكين و أداة جذب لهؤلاء عند منافستها لمنشآت أخرى، بل إن قيمة المنشأة أو المشروع التجاري تقاس حاليا بقيمة العلامة التي يملكها صاحب المنشأة. وما يلفت النظر أن المشرع الجزائري في قانون العلامات نص أيضا على ما يؤكد تبنيه للموقف الذي ذكر سابقا حول المادة 17 مكرر من القانون المدني والذي يقضي بإخضاع العلامة التجارية لقانون محل وجود منشأة الاستغلال، حيث نص في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، على أنه يمكن التصرف في العلامة أو رهنها بشكل منفصل عن مؤسسة الاستغلال<sup>3</sup>.

وكما ذكرنا سابقا أن المشرع الجزائري أكد في القانون المدني فيما يخص مسألة تنازع القوانين أن القانون الجزائري هو المرجع لتحديد القانون الواجب تطبيقه في هذه المسألة، وفيما يخص حقوق الملكية الفكرية نص على أن الأموال المعنوية يسري عليها قانون محل وجودها، و يعد محل وجود العلامة التجارية هو مكان منشأة الاستغلال، و بما أن العديد من الاتفاقيات الدولية قد نظمت أحكام العلامة التجارية وكانت الجزائر طرفا

<sup>1</sup> - نصت المادة 17 مكرر من القانون رقم 05-10، يعدل و يتمم الأمر رقم 75-58 و المتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، المشار إليه سابقا، على: « يسري على الأموال المعنوية قانون محل وجودها وقت تحقق السبب الذي ترتب عليه كسب الحيازة أو الملكية أو الحقوق العينية الأخرى أو فقدها.

يعد محل وجود الملكية الأدبية و الفنية مكان النشر الأول للمصنف أو إنجازها.

و يعد محل وجود براءة الاختراع البلد الذي منحها.

و يعد محل وجود الرسم و النموذج الصناعيين البلد الذي سجل أو أودع فيه.

و يعد محل وجود العلامة التجارية منشأة الاستغلال.

و يعد محل وجود الاسم التجاري بلد المقر الرئيسي للمحل التجاري.» .

<sup>2</sup> - مقدم ياسين، المرجع السابق، ص 190.

<sup>3</sup> - نصت الفقرة 1 من المادة 14 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا، على: « بمعزل عن التحويل

الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها.» .

فيها، فقد نص الدستور الجزائري على أن المعاهدات التي يصادق عليها رئيس الجمهورية تسمو على القانون الوطني، و بالتالي فنصوص المعاهدات التي انضمت إليها الجزائر هنا هي واجبة التطبيق<sup>1</sup>. و لاحظنا أن هذه المعاهدات قد فرضت تطبيق العديد من القوانين ( استندت إلى العديد من ضوابط الإسناد ) في مجال تنظيم أحكام العلامات، كقانون البلد الذي تطلب فيه حماية العلامة، قانون بلد الأصل للعلامة ( قانون بلد منشأ العلامة)، قانون البلد المستورد.

<sup>1</sup> - نصت المادة 153 من الدستور الجزائري، الجريدة الرسمية العدد 82، الصادر في 30 ديسمبر سنة 2020. على ما يلي : "يصادق رئيس الجمهورية على اتفاقيات الهدنة، و معاهدات السلم، و التحالف و الاتحاد، و المعاهدات المتعلقة بحدود الدولة و المعاهدات المتعلقة بقانون الأشخاص، و المعاهدات التي تترتب عليها نفقات غير واردة في ميزانية الدولة، و الاتفاقات الثنائية أو المتعددة الأطراف المتعلقة بمناطق التبادل الحر و الشراكة و بالتكامل الاقتصادي، بعد أن توافق عليها كل غرفة من البرلمان صراحة". كما نصت المادة 154 من الدستور الجزائري على: " المعاهدات التي يصادق عليها رئيس الجمهورية، حسب الشروط المنصوص عليها في الدستور، تسمو على القانون".

## خلاصة الباب الأول:

من خلال دراستنا للأحكام المتعلقة بحماية العلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري وجدنا أن العلامة التجارية المسجلة تستفيد من الحماية الجزائية و الحماية المدنية معا عن طريق ممارسة دعوى التقليد بموجب قانون العلامات ( الأمر رقم 03-06)، كما تستفيد من حماية أخرى من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، بينما العلامة غير المسجلة لم ينص المشرع على حمايتها، و هذا بخلاف التشريعات المقارنة التي تمنحها الحماية المدنية بموجب القواعد العامة للمسؤولية.

فيما يخص الحماية الجزائية للعلامة التجارية بموجب قانون العلامات الحالي ( الأمر رقم 03-06)، يمكن لصاحب العلامة الاستفادة من هذه الحماية من خلال ممارسة الدعوى الجزائية (دعوى التقليد)، وفي القانون المذكور، أخذ المشرع بالمفهوم الواسع لجريمة التقليد، حيث أخضع جميع الأفعال التي قد يرتكبها الغير والتي تمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة إلى نفس الجريمة و بالتالي لنفس العقوبة ولم يميّز بين هذه الأفعال، بينما في التشريع السابق للعلامات الملغى، عدّد المشرع الأفعال التي يمكن أن تشكل اعتداء على العلامة كما ميّز بين جريمة التقليد و جريمة التشبيه (التدليس). و تم النص أيضا على جنح أخرى تخرج عن نطاق التقليد و قررت لها عقوبات خاصة ، كجنحة عدم وضع علامة على السلع أو الخدمات، جنحة وضع علامة غير مسجلة، و يهدف المشرع من ذلك إلى حماية المستهلكين أكثر من حماية أصحاب العلامات.

كما تتمتع العلامة التجارية بحماية مدنية بموجب قانون العلامات، لكنها مرتبطة بتوفر أو قيام الدعوى الجزائية، بمعنى إذا أثبت صاحب العلامة وقوع فعل التقليد (بموجب حكم قضائي يتضمن الإدانة بجنحة تقليد العلامة)، يجوز له سلوك الطريق المدني و هنا يمكن للجهة القضائية المختصة أن تقضي بالتعويضات المدنية و أن تأمر بوقف أعمال التقليد.

كما نص المشرع على حماية أخرى للعلامة عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذا بالاعتماد على القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث أن المشرع اعتبر أن فعل تقليد العلامات المميزة هو من الممارسات التجارية غير النزيهة، وبالتالي فهو فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة، و نص المشرع في هذا القانون على الحماية الجزائية للعلامات بفرضه لعقوبة الغرامة المالية

كعقوبة أساسية، كما نص على عقوبات أخرى و جعلها عقوبات إضافية تترك فيها السلطة التقديرية للقاضي في اتخاذها فهي جوازية بالنسبة له كعقوبة الحجز، المصادرة، الغلق الإداري، الحبس، المنع من ممارسة النشاط،... لكن المشرع لم يشر في هذا القانون إلى الحماية المدنية خاصة وأن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مدنية، حيث أنه لم يتطرق إلى إمكانية أو حق المتضرر من هذه الممارسات غير المشروعة في المطالبة بالتعويض، خاصة إذا علمنا أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى علاجية (دعوى تعويض) ووقائية أي أن هدفها هو حصول المتضرر على التعويض من جهة ومن جهة أخرى وقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع استمرارها.

وبذلك فالمشرع اعتبر أفعال المنافسة غير المشروعة من طبيعة جزائية، وهذا يعتبر مخالفا لما أخذت به العديد من التشريعات المقارنة باعتبار أنها من طبيعة مدنية تقوم على أساس المسؤولية التقصيرية. كما نص المشرع على حماية إجرائية للعلامة تسبق جميع أنواع الحماية المشار إليها أعلاه، عن طريق نوعين من الإجراءات، تتمثل الأولى في إجراءات تحفظية تتخذ داخل إقليم الدولة من طرف صاحب العلامة أما الثانية فهي إجراءات جمركية تتخذ عند حدود الدولة من طرف المصالح الجمركية، و تتخذ جميع هذه الإجراءات بشكل فوري و عاجل قبل رفع دعوى أصل الحق سواء كانت دعوى التقليد أو أي دعوى أخرى، وهذا لوقف الاعتداء على العلامة أو لتجنب وقوع الضرر بصفة مؤقتة لحين البت بأساس النزاع، و فائدة هذه الإجراءات هي إيقاف السلع المقلدة التي تحمل علامات مقلدة قبل دخولها إلى الأسواق و من الوصول إلى المستهلك، و بذلك فهذه الإجراءات تجنب صاحب العلامة عملية تتبع المقلدين و السلع المقلدة عبر مختلف الأسواق، و ما يتطلب ذلك من وقت، جهد، مصاريف و إجراءات قضائية، و بفضل هذه الإجراءات يتمكن صاحب العلامة من إثبات الاعتداء على علامته و أن يحافظ على الأدلة من الضياع.

من خلال أشكال الحماية المذكورة يكون المشرع قد أدرك مدى خطورة تقليد العلامة على ملاك العلامات، الأعدان الاقتصاديين، جمهور المستهلكين و الاقتصاد الوطني.

## الباب الثاني

حماية العلامة التجارية وفقا

للاتفاقيات الدولية

من المسلم به في المبادئ العامة في القوانين والتشريعات المقارنة أن قوانين الدولة تطبق داخل الحدود الإقليمية للدولة ولا تتعداها إلا في حالات استثنائية، والحق في العلامة التجارية كغيره من الحقوق يخضع في حمايته لقانون الدولة، وتبعاً لمبدأ السيادة الإقليمية فإن حماية الحق في العلامة التجارية تبقى محصورة داخل الحدود الإقليمية للدولة التي سجلت فيها العلامة ولا تنتقل إلى أقاليم الدول الأخرى.

غير أن التطور الكبير الذي شهدته أغلب دول العالم في المجالين الصناعي والتجاري، والانتشار الواسع لوسائل الاتصال والمواصلات سهل عمليات انتقال وتسويق السلع والخدمات التي تحمل العلامات من دولة لأخرى، وبالتالي هناك احتمال لأن تتعرض العلامة لاعتداء في دولة أخرى وهنا أصبحت القوانين الوطنية للدول عاجزة عن توفير أو ضمان الحماية القانونية للعلامة التجارية خارج نطاق إقليم الدولة في حالة التعدي عليها، إضافة إلى أن اختلاف قوانين العلامات في الدول يعتبر مصدر قلق لدى التجار، المستثمرين والشركات، وهذا ما حتم على الدول إبرام اتفاقيات دولية لتنظيم حماية العلامة التجارية دولياً ومحاولة توحيد وتنسيق القوانين المنظمة لها عالمياً.

ومن بين الاتفاقيات الدولية المتعددة الأطراف المهمة والتي أبرمت في مجال حقوق الملكية الفكرية والتي تطرقت للعلامات التجارية، لدينا أول اتفاقية وهي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في عام 1883، وهي مازالت إلى اليوم تمثل الركيزة الأساسية لحماية حقوق الملكية الصناعية ومن بينها العلامات التجارية، وأيضاً تم إبرام اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 وبروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989 واللذان يشكلان ما يسمى بـ "نظام مدريد". ومن أهم الاتفاقيات الحديثة التي تطرقت إلى حماية كل أنواع حقوق الملكية الفكرية نجد اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة بـ "اتفاقية تريبس" أبرمت في 15 أبريل سنة 1994 ودخلت حيز التنفيذ في أول جانفي سنة 1995. وتم إبرام معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 (أبرمت في 27 أكتوبر 1994) بهدف تبسيط وتوحيد إجراءات تسجيل العلامات التجارية، وآخر معاهدة تم إنشاؤها هي معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، لمحاولة استيعاب ومعالجة التطورات التي لحقت ميدان العلامات، وهنا يجب أن نذكر بالدور الكبير والأساسي



الذي لعبته المنظمة العالمية للملكية الفكرية<sup>1</sup>، في إبرام المعاهدات المذكورة، ماعدا اتفاقية تريبس التي أبرمت في إطار المنظمة العالمية للتجارة.

إذا رغم الاهتمام والحماية التي لقيتها حقوق الملكية الفكرية و منها العلامة التجارية على المستوى الدولي منذ أكثر من قرن، إلا أن الاتفاقيات الدولية المبرمة قبل "اتفاقية تريبس" قد أغفلت أمرا مهما وهو قضية إنفاذ حقوق الملكية الفكرية ومنها إنفاذ الحقوق المتعلقة بالعلامة التجارية، بحيث أنها اكتفت بوضع قواعد موضوعية لتوفير الحماية على المستوى الدولي بدون أن تضع أحكام وقواعد تضمن وضع نصوص هذه الاتفاقيات موضع التنفيذ في الدول الأطراف، وبذلك تركت للتشريعات الوطنية مهمة وضع قواعد الإنفاذ التي تراها ملائمة و نتيجة لذلك وضعت كل دولة على حدى الأحكام التي تراها مناسبة، وقد أدى ذلك إلى اختلاف هذه القواعد من دولة لأخرى.

<sup>1</sup> - أنشئت المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الويبو" بموجب اتفاقية تم التوقيع عليها في استوكهولم في 14 جويلية سنة 1967 وهي معروفة ب " اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية " أو "اتفاقية الويبو"، و دخلت حيز التنفيذ سنة 1970 و عدلت سنة 1979 . ويرجع إنشاء " الويبو" تاريخيا إلى سنتي 1883 و 1886 عندما تم إبرام على التوالي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية و اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية و الفنية، وكانت قد نصت الاتفاقيتين على إنشاء " مكتب دولي"، و تم توحيد المكتبين الدوليين سنة 1893 و حلت مكانهما المنظمة العالمية للملكية الفكرية بناء على اتفاقية الويبو سنة 1970. راجع موقع الويبو التالي : <https://www.wipo.int/treaties/ar/convention/index.html> ، تاريخ التصفح: 15-10-2021.

وعن خلفية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية " الويبو "، فالأطراف المتعاقدة (أعضاء المنظمة ) هنا اتفقت على إنشاء هذه المنظمة لأنها كانت ترغب في تحقيق العديد من الأغراض أو الرغبات، منها المساهمة في التعاون و التفاهم بين الدول لتحقيق المنفعة المشتركة على أساس مبدأ المساواة بينها واحترام سيادتها، وأيضا دعم حماية الملكية الفكرية في جميع دول العالم من خلال التعاون بين الدول وبالتعاون مع أي منظمة دولية أخرى متى كان ذلك ملائما بهدف تشجيع النشاط الابتكاري، و لرفع كفاءة وتطوير إدارة الاتحادات المنشأة في مجالات حماية الملكية الأدبية والفنية وحماية الملكية الصناعية ، وضمان التعاون الإداري بين هذه الاتحادات واحترام استقلال كل اتحاد منها. المادة 3 من " اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية " وأيضا ديباجة " اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية ". وللاطلاع على نص اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية الموقعة في استوكهولم في 14 جويلية سنة 1967 والمعدلة في 28 سبتمبر سنة 1979 ، فهي متوفرة بالعديد من اللغات على موقع الويبو التالي: <https://www.wipo.int/publications/ar/details.jsp?id=303>، تاريخ التصفح : 15-10-2021.

انظمت الجزائر إلى " اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية " بموجب الأمر رقم 02-75 مكرر، المؤرخ في 09 جانفي سنة 1975، الجريدة الرسمية العدد 13، الصادر في 14 فيفري سنة 1975.

أما اتفاقية تريبس فهي تتميز عن الاتفاقيات الدولية الأخرى التي نظمت حقوق الملكية الفكرية، بأنها اهتمت اهتماما كبيرا بمسألة إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، فالاتفاقية لم تهتم فقط بوضع قواعد موضوعية لتوفير حماية لجميع حقوق الملكية الفكرية في الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، وإنما صبت اهتمامها كذلك على وضع العديد من القواعد الإجرائية الصارمة لضمان تنفيذ معايير وقواعد الحماية التي نصت عليها، في الدول الأعضاء في المنظمة.

وينبغي أن نشير هنا إلى أنه وفقا لما أخذ به المشرع الجزائري في الدستور فإن المعاهدات التي يصادق عليها رئيس الجمهورية تسمو على القانون الوطني<sup>1</sup>.

من خلال ما سبق سنحاول التطرق إلى حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس (الفصل الأول)، وحماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " اتفاقية تريبس " وما بعدها ( الفصل الثاني).

<sup>1</sup> - راجع المادتين 153، 154 من الدستور الجزائري، الجريدة الرسمية العدد 82، الصادر في 30 ديسمبر سنة 2020.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية الجوانب المتصلة

بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا بـ "اتفاقية تريبس"

رغم أن اتفاقية تريبس تعتبر حاليا أهم معاهدة في مجال تنظيم وحماية جميع حقوق الملكية الفكرية بما فيها العلامات التجارية، إلا أن هناك اتفاقيات دولية أخرى سبقتها، فأول وأقدم هذه الاتفاقيات في مجال حقوق الملكية الصناعية كانت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، وقد أبرمت نتيجة جهود دولية عندما ظهرت الحاجة إلى حماية حقوق الملكية الصناعية آنذاك نتيجة تخوف أصحاب الاختراعات من عرض اختراعاتهم في المعارض خوفا من سرقتها نظرا لعدم وجود حماية قانونية كافية وفعالة تحميهم.

وقد كان الغرض الأساسي من الاتفاقية هو توحيد المعاملة بين مواطني الدول المنضمة للاتفاقية فيما يتعلق بحقوق الملكية الصناعية، وإلى غاية تاريخ اليوم فهذه الاتفاقية هي الركيزة الأساسية لحماية هذه الحقوق و منها حقوق أصحاب العلامات التجارية، لذا سوف نرى بداية حماية العلامة التجارية بموجب اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (المبحث الأول).

تخضع العلامة التجارية كمبدأ عام لمبدأ إقليمية العلامة ومعنى هذا أن حمايتها تكون محصورة داخل الحدود الإقليمية للدولة التي تم فيها تسجيل العلامة دون أن تمتد إلى باقي الدول، لذا فإذا أراد صاحب العلامة أن يحمي علامته دوليا أي في الدول الأخرى، فيجب عليه أن يقوم بتقديم طلبات تسجيل منفصلة في جميع البلدان التي يرغب في حماية علامته فيها.

لكن هذا الأسلوب التقليدي أصبح مهدرا للوقت ومكلفا، لأنه يخضع لمتطلبات قانونية متعددة، إذ أن الأنظمة القانونية لتسجيل العلامات في العالم يقدر عددها بحوالي "200" نظام، والتعامل بلغات مختلفة في الدول المعنية ودفع رسوم بعملات مختلفة، والاستعانة بمحام محلي، وأتعاب الوكلاء و رسوم إصدار الوثائق وترجمتها والمصادقة على الترجمات، وزيادة على ذلك فإذا حصل تغيير في اسم الشركة أو عنوانها أو

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبيس

تغيير في ملكية العلامة، يجب أن يتم تسجيل هذه التغييرات في كل دولة من الدول المعنية، وهذا يتطلب الاعتماد على إجراءات قانونية من جديد ولغات ورسوم مختلفة<sup>1</sup>.

هذا ما أدى بالدول إلى محاولة التفكير في إنشاء أول نظام دولي لتسجيل العلامات وحمايتها، يكون في متناول أصحاب العلامات من خلال التخفيف من الإجراءات والتكاليف، ويعرف هذا النظام، بنظام مدريد لتسجيل الدولي للعلامات وهذا ما سنراه بالتفصيل في (المبحث الثاني).

**المبحث الأول: اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية كبادرة لتنظيم و حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي**

إن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية هي المعاهدة الدولية الأولى التي تناولت مجال حماية حقوق الملكية الصناعية على المستوى الدولي. وأبرمت (اعتمدت) في 20 مارس 1883 بباريس، و تاريخ بدء نفاذها في يونيو 1984، وخضعت للعديد من التعديلات، إذ تم تعديلها في بروكسل بتاريخ 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 2 جوان 1911، ولاهاي في 6 نوفمبر 1925، ولندن في 2 جوان 1934، ولشبونة في 31 أكتوبر 1958، واستوكهولم في 14 جويلية 1967 وتم تنقيحها في 28 سبتمبر 1979<sup>2</sup>.

وبما أن الاتفاقية قد تضمنت العديد من الأحكام الموضوعية المتعلقة بالعديد من حقوق الملكية الصناعية، فماهي الأحكام التي جاءت بها والمتعلقة بحماية العلامات التجارية؟ ومنه سنبحث في التعريف باتفاقية باريس والمبادئ التي جاءت بها (مطلب أول)، و في مضمون حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس (مطلب ثاني).

<sup>1</sup> - شعبة الإعلام و الترويج، قطاع العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية، "مزايا نظام مدريد لتسجيل الدولي للعلامات بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة"، منشورات الويبو، جنيف - سويسرا، ص 02. متوفر على الموقع: [https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/ar/docs/madrid\\_smes.pdf](https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/ar/docs/madrid_smes.pdf) تاريخ الاطلاع: 10 أوت 2018.

<sup>2</sup> - اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 المبرمة (المؤرخة) في 20 مارس سنة 1883، متوفرة على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات:

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12633>

والاتفاقية متوفرة مباشرة على موقع الويبو التالي باللغة العربية:

<https://wipolex.wipo.int/ar/text/287555> ، تاريخ الاطلاع على الموقعين: 01 جوان 2021.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

### المطلب الأول: التعريف باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ومبادئها

بما أن اتفاقية باريس هي أول اتفاقية دولية تطرقت لحماية حقوق الملكية الصناعية، كما أنها الركيزة الأساسية لهذه الحقوق، هذا ما يقودنا إلى محاولة التعريف بهذه الاتفاقية (الفرع الأول)، و التعرض إلى مختلف المبادئ التي تقوم عليها هذه الاتفاقية (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: التعريف باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

أول اتفاقية دولية تناولت موضوع حماية حقوق الملكية الصناعية هي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، فهي الدعامة الأساسية التي يركز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية إلى غاية يومنا هذا.

جميع الدول الأطراف في الاتفاقية<sup>1</sup> تشكل اتحاداً لحماية الملكية الصناعية والمعروف باتحاد باريس، كما أن اتفاقية باريس نصت صراحة على أن الحماية المقررة للملكية الصناعية بموجب هذه الاتفاقية تشمل براءات الاختراع، نماذج المنفعة و الرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ وقمع المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

تنقسم الأحكام الموضوعية التي تضمنتها الاتفاقية إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي: القسم الأول: مبدأ المعاملة الوطنية، القسم الثاني: حق الأولوية (حق الأسبقية)، أما القسم الثالث: فقد تضمن مجموعة من القواعد العامة التي يجب على جميع الدول الأطراف في الاتفاقية أن تتبعها عند تنظيمها لحقوق الملكية الصناعية، وهذه القواعد تهدف إلى توفير الحماية لحقوق الملكية الصناعية المشار إليها أعلاه ومنها العلامات التجارية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - انضمت الجزائر إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية بموجب الأمر رقم 66-48، المؤرخ في 25/02/1966، الجريدة الرسمية العدد 16 الصادر في 25/02/1966، كما صادقت الجزائر على هذه الاتفاقية و على تعديلاتها من خلال الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 09/01/1975، الجريدة الرسمية العدد 10، الصادر في 04/02/1975.

<sup>2</sup> - الفقرتين (1)، (2)، من المادة (1) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، منشورات الويبو، جنيف - سويسرا، ص 1. متوفر على الموقع:

[https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris/summary\\_paris.html](https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris/summary_paris.html)، تاريخ الاطلاع : 01 جوان 2021.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

ويلاحظ أن العديد من الاتفاقيات الدولية الأخرى، تحيل في العديد من أحكامها إلى ما ورد في اتفاقية باريس، وبضرورة أن تلتزم الأطراف المتعاقدة في هذه الاتفاقيات بالأحكام المتعلقة بالعلامات التي تتضمنها اتفاقية باريس، مثل المادتين 15، 16 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، والمادتين 15، 16 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، كما أحالت العديد من أحكام اتفاقية تريبس إلى ما نصت عليه اتفاقية باريس مثل المواد: 2، 3، 15، 16، ... من اتفاقية تريبس.

### الفرع الثاني: مبادئ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

إلى جانب القواعد و الإجراءات التي نصت عليها اتفاقية باريس في مجال العلامات، فقد تضمنت أيضا مجموعة من المبادئ تلتزم الدول الأطراف بمراعاتها خاصة فيما يتعلق بتسجيل العلامة التجارية و حمايتها، لذا سنتعرض هنا إلى مختلف المبادئ التي تضمنتها اتفاقية باريس فيما يلي:

#### أولا: مبدأ المعاملة الوطنية لرعايا دول الاتحاد (مبدأ المساواة)

يعد مبدأ المعاملة الوطنية لرعايا دول الاتحاد من المبادئ المهمة في اتفاقية باريس، وقد نصت على هذا المبدأ الفقرة 1 من المادة الثانية من اتفاقية باريس كما يلي: "يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية، بالمزايا التي تمنحها حاليا أو قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول للمواطنين، وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية. ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم، بشرط اتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين".

حسب نص المادة فإنه وفقا لمبدأ المعاملة الوطنية فإن رعايا(مواطني) كل دولة من دول اتحاد باريس يتمتعون في جميع دول الاتحاد الأخرى، فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية<sup>1</sup>، بالمزايا نفسها التي تمنحها حاليا القوانين الوطنية لتلك الدول لصالح مواطنيها أو تلك التي قد تمنحها لهم مستقبلا، وذلك بدون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية. وبهذا يستفيد رعايا دول الاتحاد (الأجانب) من نفس الحماية التي للمواطنين وأيضا نفس وسائل الطعن القانونية في حالة أي تعدي على حقوقهم، بشرط اتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين، إذا هناك مساواة ما بين الأجانب

<sup>1</sup> - أشارت المادة الأولى من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية إلى صور الملكية الصناعية المشمولة بهذه الحماية ومنها العلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

والمواطنين. فهما يتمتعان بنفس الحقوق و الحماية وفقا لمبدأ المعاملة الوطنية، إذا يجب معاملة مالك العلامة التجارية الأجنبي كمواطن في البلد الذي يتم فيه تأكيد الحقوق<sup>1</sup>.

بمعنى آخر، اتفاقية باريس لا تسمح للدول الأعضاء بالتمييز في المعاملة بين مواطنيها، ومواطني الدول الأعضاء الأخرى، وبالتالي فجميع مواطني الدول الأعضاء يتمتعون بنفس الحقوق، المزايا، والحماية لعلاماتهم التجارية في جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية<sup>2</sup>.

وجاءت المادة الثالثة<sup>3</sup> من اتفاقية باريس لتؤكد بأن مبدأ المعاملة الوطنية يسري أيضا على رعايا الدول غير الأعضاء في اتحاد باريس، حيث أكدت بأن رعايا الدول غير الأعضاء في اتحاد باريس يعاملون بنفس معاملة رعايا دول الاتحاد، لكن بشرط أن يكونوا من المقيمين في إقليم إحدى دول الاتحاد أو الذين لهم عليها منشآت صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة.

وتدعيما لمبدأ المعاملة الوطنية والمساواة بين المواطنين والأجانب، أكدت الاتفاقية على أنه لا يجوز لأي دولة عضو في اتحاد باريس أن تفرض على رعايا دول الاتحاد الأخرى أي شرط يتعلق بالإقامة أو بوجود منشأة في تلك الدولة التي تُطلب فيها الحماية، للتمتع بأي حق من حقوق الملكية الصناعية المقررة في قوانينها<sup>4</sup>، وقد نصت اتفاقية باريس على ما يبدو أنه استثناء من مبدأ المعاملة الوطنية، بأنه إذا تعلق الأمر بالإجراءات القضائية والإدارية وقواعد الاختصاص، وأيضا بتحديد محل مختار أو تعيين وكيل، فإن كل

---

<sup>1</sup> - E.Brooke Brinkerhoff, International protection of the United States trademarks: a survey of major international treaties, Richmond journal of global law and business, university of Richmond, volume 2, issue 1, 2001, pp 111, 114.

<sup>2</sup> -Marshall A.Leaffer ,The new world of international trademark law, Marquette intellectual property law review, law school, Marquette university, volume 2, issue 1, 1998, pp 9, 10.

<sup>3</sup> -نصت المادة 3 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا على: "يعامل نفس معاملة رعايا دول الاتحاد رعايا الدول غير الأعضاء في الاتحاد المقيمين في إقليم إحدى دول الاتحاد أو الذين لهم عليها منشآت صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة".

<sup>4</sup> -نصت الفقرة 2 من المادة 2 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا على: "ومع ذلك لا يجوز أن يفرض على رعايا دول الاتحاد أي شرط خاص بالإقامة أو بوجود منشأة في الدول التي تطلب فيها الحماية للتمتع بأي حق من حقوق الملكية الصناعية".

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

هذا يخضع للتشريعات الخاصة بكل دولة من دول اتحاد باريس والتي قد تقتضيها قوانينها المتعلقة بالملكية الصناعية<sup>1</sup>، وبالتالي إمكانية التمييز بين المواطنين والأجانب في هذا المجال. ونجد تطبيقاً لهذا الاستثناء في الفقرة 2 من المادة 13 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث أكدت على أنه في حالة عدم وجود اتفاق متبادل، يجب على المقيمين في الخارج والذين يريدون إيداع علاماتهم في الجزائر بغرض التسجيل، ضرورة تمثيلهم أمام المصلحة المختصة بممثل (وكيل) يتم تعيينه وفقاً للتنظيم الجاري به العمل، وهنا نجد المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، قد حدد شكليات الوكالة المطلوبة.

### ثانياً: حق الأسبقية "حق الأولوية"

لقد نصت اتفاقية باريس صراحة على حق الأسبقية أو الأولوية وذلك في الفقرة (أ-1) من المادة الرابعة كما يلي: "كل من أودع طبقاً للقانون في إحدى دول الاتحاد طلباً للحصول على براءة اختراع أو تسجيل نموذج منفعة أو رسم أو نموذج صناعي أو علامة صناعية أو تجارية يتمتع هو أو خلفه فيما يختص بالإيداع في الدول الأخرى بحق أولوية خلال المواعيد المحددة فيما بعد".

حسب هذا النص فإن كل من قام بإيداع طلب تسجيل علامة تجارية أو صناعية في إحدى دول الاتحاد طبقاً لقانون هذه الدولة، فإنه يتمتع بحق الأسبقية أو الأولوية في إيداع طلبات تسجيل مماثلة في الدول الأخرى المشكلة للاتحاد إذا أودعها خلال الميعاد المحدد في الاتفاقية. وتشير اتفاقية باريس إلى أن

---

<sup>1</sup> - نصت الفقرة 3 من المادة 2 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً على: "يحتفظ صراحة لكل دولة من دول الاتحاد بأحكام تشريعها المتعلقة بالإجراءات القضائية والإدارية و بالاختصاص وكذلك بتحديد محل مختار أو تعيين وكيل، والتي قد تقتضيها قوانين الملكية الصناعية". ويرى جانب من الفقه حول هذا الاستثناء: "بأن جانب من الاختصاص لقانون بلد طلب الحماية يعد أمراً ضرورياً بناء على ما جاء باتفاقية باريس التي تقوم على مبدأ المعاملة الوطنية في عدم التفرقة بين الأجنبي والوطني في مجال حقوق الملكية الفكرية ولذلك من المتعذر رفض طلب الأجنبي في حماية القانون الوطني حال وقوع اعتداء على حقوقه في الدولة وإلا عد ذلك بمثابة تفرقة بين الوطني والأجنبي وخروجاً على مبدأ المعاملة الوطنية". يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 64.



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

شروط إيداع وتسجيل العلامات يجب أن تتم وفقا لقانون كل دولة من دول الاتحاد والتي تطلب فيها الحماية<sup>1</sup>.

وفقا لمبدأ الأولوية فإن صاحب التسجيل الأول للعلامة التجارية هو المالك الحقيقي للعلامة، و بالتالي فإن طالبي التسجيل اللاحقين الذين يسعون إلى تسجيل علامات، هي مسجلة مسبقا لمالك آخر، سيرفض تسجيلهم<sup>2</sup>.

ويستفيد المودع من حق الأسبقية "حق الأولوية" في تسجيل علامته في باقي دول الاتحاد إذا قام بإيداع طلب التسجيل لديها خلال مدة 6 اشهر<sup>3</sup>، ابتداء من تاريخ إيداع الطلب الأول ولا يدخل يوم الإيداع في احتساب المدة<sup>4</sup>.

وبالتالي لكي يستفيد المودع من حق الأسبقية عليه أن يقوم بإيداع علامته (التي سبق له وأن أودع طلبا بشأنها) لدى دول الاتحاد الأخرى في ميعاد 6 أشهر وإلا فقد حقه في الاستفادة من الأسبقية. وهناك من يرى أن هذه المهلة أي 6 أشهر غير كافية أمام الشركات التي لا تستطيع أن تحكم في شهور قليلة على النجاح والمنافذ العالمية لمنتجاتها وعلاماتها التي تم تسجيلها<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>- نصت الفقرة 1 من المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا على: "تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات الصناعية أو التجارية في كل دولة من دول الاتحاد عن طريق تشريعها الوطني". وقد تطرقت اتفاقية باريس إلى الإيداع المنشئ لحق الأسبقية في الفقرتين (أ-2) و (أ-3) من المادة 4، حيث نصت الفقرة (أ-2) على: "يعتبر منشأ لحق الأولوية كل إيداع له حكم الإيداع الوطني الصحيح بمقتضى التشريع الداخلي لكل دولة من دول الاتحاد أو بمقتضى معاهدات ثنائية أو متعددة الأطراف مبرمة فيما بين دول الاتحاد". ونصت الفقرة (أ-3) على: "يقصد بالإيداع الوطني الصحيح كل إيداع يكفي لتحديد التاريخ الذي أودع فيه الطلب في الدولة المعنية، أيا كان المصير اللاحق للطلب".

<sup>2</sup> - E.Brooke Brinkerhoff, op.cit, p 111.

يستعين قانون العلامات التجارية التقليدي بمبدأ الأولوية لحماية المستهلكين الذين يعتمدون على العلامة لضمان الجودة، إضافة إلى أن هذا المبدأ يمنع الخداع أو الاحتيال و يحمي مالك العلامة الذي كوّن نية حسنة بموجب علامته. Ibid, p 112.

<sup>3</sup>- نصت الفقرة (ج-1) من المادة 4 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا على: " تكون مواعيد الأولوية (الأسبقية) المنوه عنها أعلاه اثني عشر شهرا لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة وستة شهور للرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية والتجارية".

<sup>4</sup>- نصت الفقرة (ج-2) من المادة 4 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا على: "تسري هذه المواعيد ابتداء من تاريخ إيداع الطلب الاول، ولا يدخل يوم الإيداع في احتساب المدة".

<sup>5</sup>- محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 163.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

وأكدت الاتفاقية أنه يجب على كل راغب في الاستفادة من أسبقية (أولوية) إيداع سابق بأن يقدم إقرارا يبين فيه تاريخ الإيداع والدولة التي تم فيها، و كل دولة لها الحرية في تحديد آخر تاريخ أو المهلة القصوى التي يجب فيها تقديم هذا الإقرار<sup>1</sup>.

المشرع الجزائري من جهته فرض على كل شخص يطالب بالاستفادة من أولوية إيداع سابق، بأن يصرح بذلك عند طلب التسجيل مع إرفاقه بنسخة رسمية لهذا الإيداع في أجل أقصاه 3 أشهر من تاريخ إيداع طلب التسجيل الأول المتعلق بالعلامة<sup>2</sup>.

### ثالثا: مبدأ استقلال العلامات

تضمنت اتفاقية باريس مبدأ آخر هو مبدأ استقلال العلامات، حيث نصت الفقرة 3 من المادة 6 من الاتفاقية على: "تعتبر العلامة التي سجلت طبقا للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ".

تبعاً لذلك إذا سجلت علامة وفقا لقانون البلد الأصلي (إحدى دول الاتحاد) وبعدها سجلت نفس العلامة في دولة أو أكثر من دول الاتحاد، فإن كل علامة مسجلة تعتبر مستقلة عن الأخرى، وتعتبر مستقلة أيضا عن العلامة التي سجلت في البلد الأصلي "دولة المنشأ"<sup>3</sup>.

ويترتب على ذلك أنه إذا انتهت مدة تسجيل العلامة (وهي مدة حماية العلامة) في دولة من دول الاتحاد فإن ذلك لا يؤدي بالضرورة إلى انتهاء مدة التسجيل في بقية الدول الأخرى. وهذا يعني أن مدة حماية العلامة المسجلة في أي بلد من بلدان الاتحاد تستمر في ذلك البلد وفقا لأحكام قوانينه وليس وفقا لأحكام قوانين البلدان الأخرى أو البلد الأصلي الذي تم فيه التسجيل الأول للعلامة<sup>4</sup>. علما أن اتفاقية

<sup>1</sup>-الفقرة (د-1) من المادة 4 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup>-المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، المشار إليه سابقا.

<sup>3</sup>-دولة المنشأ هي البلد الأصلي للعلامة، وعرفتها الفقرة (أ-2) من المادة 6 خامسا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا كما يلي: "تعتبر دولة المنشأ هي دولة الاتحاد التي يكون للطالب فيها منشأة صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة، أو دولة الاتحاد التي بها محل إقامته إذا لم يكن له مثل هذه المنشأة داخل الاتحاد، أو الدولة التي يتمتع بجنسيتها إذا لم يكن له محل إقامة داخل الاتحاد وكان من رعايا إحدى دول الاتحاد".

<sup>4</sup>-ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 222.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

باريس أكدت على أن شروط إيداع و تسجيل العلامات التجارية أو الصناعية في كل دولة من دول الاتحاد تحدد عن طريق تشريعها الوطني<sup>1</sup>.

وكذلك فإن تجديد تسجيل العلامة في دولة المنشأ أو في أي دولة من دول الاتحاد، لا يترتب عليه الالتزام بتجديد التسجيل في دول الاتحاد الأخرى التي سجلت فيها العلامة<sup>2</sup>.

ولعل الأخذ بمبدأ استقلال العلامات له ما يبرره، فتسجيل العلامة في بلد ما غير بلدها الأصلي من شأنه أن يدخلها في حياة جديدة وبعيدة عن مؤثرات البلد الأصلي، بل ويخضعها لنظام قانوني جديد من حيث البقاء وإمكانية الاستمرار، وهو النظام القائم في البلد الذي استوطنته، وبعبارة أخرى، فإنه بتسجيل العلامة في بلد خارج بلدها الأصلي، فإنها تكون قد اندمجت بنظام قانوني خاص بها، والذي بموجبه يكتسب مالكةا حقاً لا يجوز تجريدته منه لأسباب خارجة عن ظروف البلد الذي استوطنته، فالعلامة أصبحت تتعايش مع نظام جديد وقواعد جديدة. لهذا فإن إلغاء أو شطب تسجيل أي علامة تجارية مسجلة في دولة من دول الاتحاد لا يؤثر على صحة تسجيلها في دول الاتحاد الأخرى<sup>3</sup>. ومنه فمبدأ استقلال العلامات يسمح بتمديد مدة استعمال العلامة لكون العلامة لا تخضع لقانون واحد، بل تخضع لعديد القوانين التي سجلت في ظلها<sup>4</sup>.

رابعا : مبدأ قبول تسجيل وحماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد بالحالة التي هي عليها "Telle Qelle"

يعتبر "مبدأ قبول تسجيل وحماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد في سائر دول الاتحاد الأخرى بالحالة التي سجلت عليها" استثناء على مبدأي المعاملة الوطنية واستقلال العلامات<sup>5</sup>.

حيث نصت الفقرة (أ-1) من المادة 6 خامسا من اتفاقية باريس على هذا المبدأ كما يلي: "يقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة طبقاً للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها بالحالة التي هي

<sup>1</sup>- نصت الفقرة 1 من المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً على: "تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات الصناعية أو التجارية في كل دولة من دول الاتحاد عن طريق تشريعها الوطني".

<sup>2</sup>- الفقرة (هـ) من المادة 6 خامسا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

<sup>3</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 220.

<sup>4</sup>- ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 104.

<sup>5</sup>- عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 305.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

عليها في الدول الأخرى للاتحاد، وذلك مع مراعاة التحفظات الواردة في هذه المادة. ويجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراءات التسجيل النهائي تقديم شهادة بتسجيل العلامة في دولة المنشأ صادرة عن السلطة المختصة بها، ولا يشترط أي تصديق بالنسبة لهذه الشهادة"<sup>1</sup>.

وفقاً لهذا النص فإن العلامة التجارية أو الصناعية المسجلة بشكل صحيح وفقاً للقانون في دولة المنشأ (البلد الأصلي للعلامة) يجب قبول تسجيلها وحمايتها كما هي في شكلها الأصلي في دول الاتحاد الأخرى. بمعنى أنه لا يجوز لأي دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد أن ترفض طلب تسجيل علامة تجارية أو صناعية سبق تسجيلها في دولة أخرى من دول الاتحاد.

ولتطبيق هذا المبدأ يجب أن تكون العلامة قد سجلت في بلد المنشأ، لأن مجرد استعمالها أو إيداعها لا يكفي، ويجب أن نشير هنا إلى أن تطبيق هذا المبدأ يتعلق بشكل العلامة فقط<sup>2</sup>، فهذا المبدأ يتيح لصاحب العلامة المسجلة في دولة من دول الاتحاد (بلد المنشأ) بأن يسجل علامته بالحالة التي هي عليها، أي بالشكل الذي هي عليه، دون إجباره على إدخال أي تعديلات على شكل العلامة، حتى وإن كان هذا الشكل لا يتفق مع التشريعات الوطنية لدول الاتحاد، بغض النظر على القيود التي تفرضها التشريعات الوطنية على شكل العلامة<sup>3</sup>.

ونصت الفقرة (د) من المادة (6 خامساً) من اتفاقية باريس على أمر مهم وهو أنه لا يمكن لأي شخص أن يستفيد من أحكام هذه المادة (أي المادة 6 (خامساً) التي نصت على المبدأ المذكور)، إذا كانت العلامة التي يطلب لها الحماية غير مسجلة في دولة المنشأ.

<sup>1</sup> - الفقرة (أ-1) من المادة 6 (خامساً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

<sup>2</sup> - World Intellectual Property Organization, WIPO Intellectual property handbook: policy, law and use, p 254.

<sup>3</sup> - حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 8.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

هذا المبدأ يطبق فقط على شكل العلامة، وهو لا يخص المسائل المتعلقة بطبيعة ووظائف العلامة التي تبقى خاضعة طبقاً لما يتصوره قانون الدولة التي يُطلب فيها التسجيل والحماية<sup>1</sup>، فهذا المبدأ لا يمتد إلى الشروط الموضوعية التي يجب توافرها في التشريع الوطني للدول التي يطلب فيها التسجيل والحماية<sup>2</sup>.

وهنا اتفاقية باريس نصت على عدة استثناءات لهذا المبدأ حيث حولت للدول التي تتلقى طلبات تسجيل العلامات الصناعية أو التجارية الأجنبية، الحق في رفض تسجيلها أو إبطالها رغم أنها مسجلة في بلدها الأصلي وذلك في حالات محددة على سبيل الحصر<sup>3</sup>: (أي لا يجوز الرفض إلا في الحالات التالية):

- إذا كان من شأن العلامة المسجلة الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية، مثلاً لو افترضنا أن هناك علامة مسجلة في الدولة (ب) وتم طلب تسجيل وحماية لعلامة ما في الدولة (أ)، لكن هذه العلامة مماثلة أو مشابهة للعلامة المسجلة في الدولة (ب)، هنا يتم رفض تسجيل العلامة لأنها تمثل اعتداء على حقوق مالك العلامة الأصلي في الدولة (ب).
- إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة أو كان تكوينها قاصراً على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو الغرض منها أو قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج، أو إذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو العادات التجارية المشروعة في البلد الذي تطلب الحماية فيه.
- إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة وخاصة إذا ترتب عليها تضليل جمهور المستهلكين.

إن إقرار تبني هذا المبدأ يعود لسببين رئيسيين، من جهة، أن لمصلحة كل من ملاك العلامات وجمهور المستهلكين بأن يكون لديهم نفس العلامة توضع على نفس السلع في بلدان متعددة ومن جهة أخرى، هناك اختلافات مهمة في التشريعات الداخلية للدول الأعضاء فيما يتعلق بتسجيل العلامات، وكنتيجة فالاختلافات في التشريعات الداخلية يمكن أن تمنع هذا الاستعمال الموحد لنفس العلامة. وللتقليل من تأثير

<sup>1</sup> - World Intellectual Property Organization, WIPO Intellectual property handbook : policy, law and use, op.cit, p 254.

<sup>2</sup> - حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 9.

<sup>3</sup> - الفقرة ب(1,2,3) من المادة 6 (خامساً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

(آثار) تلك الفروقات في تسجيل العلامات فيما يتعلق بالسلع في إطار التجارة الدولية، تمّ تبني هذا المبدأ، لما له من دور في تحقيق قدر من التوحيد في قوانين دول مختلفة، فيما يخص مفهوم العلامات التجارية<sup>1</sup>. فهذا المبدأ بدون شك سوف يسهل على مالك العلامة إجراءات تسجيل وحماية علامته في أي دولة من دول اتحاد باريس.

### المطلب الثاني: مضمون حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

تتضمن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية مجموعة من القواعد التي تلتزم الدول الأعضاء بمراعاتها فيما يخص تسجيل العلامة التجارية (الفرع الأول)، كما وضعت الاتفاقية إجراءات تتبعها الدول عند حماية العلامة التجارية من الأعمال غير المشروعة و ذلك عن طريق: "مصادرة المنتجات الحاملة لعلامات تجارية بطريقة غير مشروعة" (الفرع الثاني)، و تلتزم دول اتحاد باريس بضمان حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة (الفرع الثالث)، و تطرقت الاتفاقية إلى أنواع معينة من العلامات (الفرع الرابع)، كما تتعهد دول الاتحاد بإنشاء المصالح الإدارية الخاصة للملكية الصناعية (الفرع الخامس)، و سنرى نظام تسوية المنازعات الذي أقرته الاتفاقية (الفرع السادس).

### الفرع الأول: القواعد التي تحكم تسجيل العلامة التجارية وفقا لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

تخضع العلامة التجارية في تسجيلها وبالتالي في حمايتها طبقا لاتفاقية باريس لقاعدة عامة ، كما أن هناك قيودا ترد على هذه القاعدة (أولا)، و من جانب آخر أشارت اتفاقية باريس إلى حالات محددة يتم فيها إبطال ورفض تسجيل العلامة التجارية وبالتالي رفض حمايتها في دول الاتحاد (ثانيا).

#### أولا: تسجيل العلامة التجارية: القاعدة العامة والقيود

لم تنظم اتفاقية باريس شروط إيداع وتسجيل العلامات التجارية، بل تركت تحديد تلك الشروط لكل دولة من دول الاتحاد عن طريق قانونها الوطني، إذن فالقاعدة العامة أن القانون الوطني أو المحلي في كل دولة من دول الاتحاد هو الذي يحدد وينظم شروط وإجراءات إيداع العلامة وتسجيلها وهذا ما نصت عليه

<sup>1</sup>-World Intellectual Property Organization, WIPO Intellectual property handbook : policy, law and use, op.cit, p 254.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

الفقرة 1 من المادة 6 من اتفاقية باريس كما يلي: "تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات الصناعية أو التجارية في كل دولة من دول الاتحاد عن طريق تشريعها الوطني".

غير أن اتفاقية باريس أقرت من جهة أخرى بأن حرية دول الاتحاد ليست مطلقة، إذ أن تسجيل العلامات التجارية لا يخضع فقط للقانون الوطني لكل دولة، بل إن دول الاتحاد مقيدة بمراعات بعض المبادئ والقواعد التي سبق ذكر بعضها، لكن لا مانع من التذكير بها باختصار:

- ضرورة مراعات مبدأ استقلال العلامات ويقصد به أن العلامة التي سجلت في إحدى دول الاتحاد تعتبر مستقلة عن نفس العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى، وتعتبر مستقلة أيضاً عن العلامة التي سجلت في دولة المنشأ<sup>1</sup>.

- ومن هذه القيود مبدأ قبول تسجيل وحماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد في سائر دول الاتحاد الأخرى بالحالة التي سجلت عليها<sup>2</sup>.

- ويجب على دول الاتحاد مراعاة مبدأ الأسبقية (الأولوية) في التسجيل والذي يعني أن كل من قام بإيداع طلب تسجيل علامة تجارية أو صناعية في إحدى دول الاتحاد طبقاً لقانون هذه الدولة، فإنه يتمتع بحق الأسبقية في إيداع طلبات تسجيل مماثلة في دول الاتحاد الأخرى إذا أودعها خلال المواعيد المحددة في الاتفاقية (خلال مدة 6 أشهر ابتداء من تاريخ إيداع الطلب الأول)<sup>3</sup>.

- ومن بين المسائل التي يجب على الدول المتعاقدة مراعاتها عند تسجيل العلامات وحمايتها، أنه لا يجوز رفض أي طلب يودعه مواطن من مواطني إحدى دول الاتحاد في أية دولة من دول الاتحاد لتسجيل علامة ما أو إبطال تسجيلها بسبب عدم إيداع تلك العلامة أو عدم تسجيلها أو عدم تجديدها في بلد المنشأ<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - الفقرة 3 من المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

<sup>2</sup> - الفقرة (أ-1) من المادة 6 (خامساً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

<sup>3</sup> - الفقرة (أ-1) من المادة 4 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

<sup>4</sup> - الفقرة 2 من المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

- أيضا لا يجب أن تكون عائقا أمام تسجيل العلامة، طبيعة المنتج الذي توضع عليه العلامة التجارية<sup>1</sup>، إن الغرض من هذه القاعدة وكذلك القاعدة المماثلة في المادة 4 (رابعا) بشأن براءات الاختراع<sup>2</sup>، هو جعل حماية الملكية الصناعية مستقلة عن مسألة فيما إذا كانت السلع التي تنطبق عليها هذه الحماية، قد تباع أو لا تباع في الدولة المعنية. فالدولة المطلوب فيها تسجيل العلامة، قد تفرض قيودا على بيع المنتجات التي توضع عليها العلامة، كأن تفرض وجود مكونات معينة في منتج ما أو حتى بالنسبة لدواء معين، وأن يخضع بيع هذه المنتجات أو الأدوية لموافقة الجهات المختصة، وبالنتيجة رفض تسجيل العلامة<sup>3</sup>. إذاً حتى وإن كان تسويق سلع معينة محظورا، فقد تظل العلامة التجارية الموضوعية على السلع مسجلة<sup>4</sup>.

بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أخذ في المادة 8 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، بنفس هذا المضمون الذي نصت عليه المادة 7 من اتفاقية باريس.

<sup>1</sup>- نصت المادة 7 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا، على: "لا يجوز أن تكون طبيعة المنتج الذي يتعين أن توضع عليه العلامة الصناعية أو التجارية حائلا دون تسجيل العلامة".

<sup>2</sup>- نصت المادة 4 رابعا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا على: "لا يجوز رفض منح براءة اختراع كما لا يجوز إبطال براءة اختراع استنادا على أن القانون الوطني يحد من بيع المنتج الذي تحميه براءة أو الذي تم الحصول عليه بواسطة طريقة تحميها براءة أو أنه يورد قيودا على هذا البيع".

<sup>3</sup>-World Intellectual Property Organization , WIPO Intellectual property handbook : policy, law and use, op.cit, p 256.

قد يحدث أحيانا أن العلامة التجارية تكون على صلة بالسلع التي على سبيل المثال لا تتوافق أو لا تتطابق مع متطلبات السلامة لقانون دولة معينة، ومثالنا على ذلك قوانين الغذاء والدواء لدولة ما قد تفرض متطلبات تتعلق بمكونات (عناصر) منتج غذائي أو الآثار لمنتج صيدلاني ولا تسمح ببيعه إلا بعد موافقة الجهات المختصة، على أساس فحص المنتج الغذائي أو التجارب السريرية فيما يتعلق بتأثير استخدام منتج صيدلاني على البشر والحيوانات.

وفي جميع هذه الحالات سيكون من الظلم رفض تسجيل علامة تجارية بخصوص تلك البضائع، فقد تتغير لوائح (تنظيمات) السلامة أو الجودة وقد يسمح للمنتج بالبيع لاحقا. في تلك الحالات التي لا يتوقع فيها مثل هذا التغيير لكن موافقة الجهات المختصة في البلد المعني تبقى معلقة، فمثل هذه الموافقة، إذا فرضت كشرط للإيداع وللتسجيل في ذلك البلد، قد يكون ضارا لمقدم الطلب الذي يرغب في عمل إيداع مناسب (في وقت مناسب) للحماية في بلد عضو آخر. Ibid, p 256.

<sup>4</sup> -Joanna Schmidt- Szalewski, The international protection of trademarks after the TRIPS Agreement, Duke journal of comparative & international law, volume 9, issue 1, 1998, p 200.



### ثانياً: رفض تسجيل أو إبطال العلامات التجارية

تطرقت اتفاقية باريس إلى العديد من الحالات التي يتم فيها رفض تسجيل العلامة التجارية أو إبطالها، أو إلغاؤها لعدم استعمالها وسوف نرى فيما يلي هذه الحالات:

1/ أكدت اتفاقية باريس على أنه لا يجوز رفض تسجيل العلامة التجارية أو إبطالها إلا في حالات محددة هي:

✓ إذا كان من شأن تسجيل العلامة المساس بحقوق الغير المكتسبة في الدولة التي تطلب فيها الحماية، كأن تكون العلامة المطلوب تسجيلها هي في الأصل علامة مسجلة ومملوكة لشخص آخر.

✓ إذا كانت العلامة خالية من أية صفة مميزة.

✓ إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، وخاصة إذا كانت من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور أو خلق اللبس لديه<sup>1</sup>.

2/ حسب الاتفاقية دائماً، يتعين على دول الاتحاد أن ترفض أو تبطل تسجيل العلامات التجارية التي تتألف من شعارات دول الاتحاد، وأعلامها وإشارات الرسمية ورموزها، والعلامات والدمغات الرسمية الخاصة بالرقابة والضمان التي تتخذها هذه الدول وأن تمنع استعمالها، دون تصريح بذلك من السلطات المختصة، شرط أن يكون المكتب الدولي للويبو قد أخطر بها.

- وتسري هذه الأحكام نفسها على شعارات المنظمات الدولية الحكومية التي تكون دولة أو أكثر من دول الاتحاد عضواً فيها، وعلى راياتها، والتسميات والأسماء المختصرة الخاصة بها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - راجع نص الفقرة (ب/3،2،1) من المادة 6 خامساً من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً. وحول رفض تسجيل العلامة بسبب افتقارها للصفة المميزة، راجع نص الفقرة (ج-2) من المادة 6 (خامساً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً، التي نصت على: "لا يجوز رفض العلامات الصناعية أو التجارية في دول الاتحاد الأخرى مجرد أن اختلافها مع العلامات التي تتمتع بالحماية في دولة المنشأ يقتصر على عناصر لا تغير من الصفة المميزة لها ولا تمس ذاتيتها بالشكل الذي سجلت به في دولة المنشأ".

<sup>2</sup> - الفقرة (1/أ-ب) من المادة 6 ثالثاً من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقاً، وراجع أيضاً: المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخصات الاتفاقيات والمعاهدات التي تديرها الويبو، منشورات الويبو، جنيف، سويسرا، سنة 2013، ص 9، متوفر على موقع الويبو: <https://www.wipo.int>. تاريخ الاطلاع: 2020-12-05.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

3/ قد يتم إلغاء تسجيل العلامة لعدم استعمالها هذا ما أكدته الفقرة (ج-1) من المادة 5 من اتفاقية باريس حيث نصت على: "لا يجوز إلغاء التسجيل في أية دولة يكون استعمال العلامة المسجلة فيها إجباريا إلا بعد مضي مدة معقولة وإذا لم يبرر صاحب الشأن الأسباب التي أدت إلى توقفه".

إذاً يمكن إلغاء تسجيل العلامة لعدم استعمالها في أية دولة من دول الاتحاد، إذا كان استعمال العلامة المسجلة فيها إجباريا، ولا يتم هذا الإلغاء إلا بعد أن يدوم عدم الاستعمال مدة معقولة وإذا لم يبرر صاحب العلامة عدم استعماله لها. بالنسبة لـ "مدة معقولة" فهي متروكة للتشريع الوطني للدول المعنية وهذه المدة تهدف إلى إعطاء مالك العلامة ما يكفي من الوقت والفرصة لترتيب استعماله السليم، مع الأخذ بعين الاعتبار بأنه في العديد من الحالات على المالك أن يستخدم علامته في العديد من البلدان، وبالنسبة للتبرير الذي يقدمه مالك العلامة التجارية لعدم الاستعمال فسيكون مقبولا إذا كان يستند إلى ظروف اقتصادية وقانونية خارجة عن سيطرة (أو رقابة) المالك، وعلى سبيل المثال إذا كان استيراد السلع المعلمة بالعلامة تم حظره أو تأجيله (تأخيرته) بقرارات حكومية<sup>1</sup>.

وقد سائر المشرع الجزائري هذا الشرط في نص المادة 11 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، عندما نص على ضرورة الاستعمال الجدي للعلامة خلال أجل 3 سنوات من تاريخ تسجيلها، وإلا يتم إبطالها (تلغى إذا استغرق عدم الاستعمال أكثر من 3 سنوات)، إذا قدم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل الدليل على أن ظروف عسيرة حالت دون استعمالها، فهنا يمدد الأجل إلى سنتين على الأكثر.

الفرع الثاني: حماية العلامة التجارية من الأعمال غير المشروعة "مصادرة المنتجات الحاملة لعلامات تجارية بطريقة غير مشروعة"

وضعت اتفاقية باريس الإجراءات الواجب اتخاذها في كل دولة من دول الاتحاد تضبط فيها سلع أو بضائع تحمل علامات تجارية أو صناعية بطريقة غير مشروعة، حيث نصت الفقرة 1 من المادة 9 من اتفاقية باريس على: "كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارية أو اسما تجاريا يصادر عند الاستيراد في دول الاتحاد التي يكون فيها لهذه العلامة أو لهذا الاسم حق الحماية القانونية".

<sup>1</sup>-World Intellectual Property Organization, WIPO Intellectual property handbook : policy, law and use, op.cit, p 250.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

تضمنت هذه المادة بعض التدابير الحدودية لحماية العلامة التجارية من الأعمال غير المشروعة، فحسب الفقرة (1) المشار إليها، أن على الدول الأعضاء في اتحاد باريس مصادرة المنتجات أو السلع التي تحمل علامات تجارية أو صناعية بطريقة غير مشروعة عند استيرادها، وهذا في دول الاتحاد التي تتمتع فيها هذه العلامات بالحماية القانونية.

وتوقع المصادرة عند الاستيراد، كما توقع أيضا في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريقة غير مشروعة، وتوقع كذلك في الدول التي تم استيراد المنتجات إليها<sup>1</sup>، لكن دول الاتحاد غير ملزمة بمصادرة المنتجات التي تمر بالدولة في تجارة عابرة (تجارة الترانزيت)<sup>2</sup>.

أما عن الإجراءات فتوقع المصادرة بناء على طلب النيابة العامة أو أية سلطة أخرى مختصة بإدارة الجمارك، أو من طرف صاحب المصلحة الذي قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا<sup>3</sup> (وهو مالك العلامة أو المستفيد بموجب عقد ترخيص من حق استئثار في استغلال العلامة)، وهذا بحسب التشريع الداخلي في كل دولة.

ووفقا للمادة 9 فقد وضعت اتفاقية باريس خيارات أخرى، فإذا كان تشريع الدولة لا يميز المصادرة عند الاستيراد، فيستعاض عن ذلك بحظر الاستيراد أو بالمصادرة داخل الدولة<sup>4</sup>.

وتضيف الفقرة 6 من المادة 9 من الاتفاقية، بأنه إذا كان تشريع الدولة لا يميز المصادرة عند الاستيراد، ولا حظر الاستيراد ولا المصادرة داخل الدولة فيستعاض عن كل هذه الإجراءات بالدعاوى والوسائل التي يضمنها أو يوفرها قانون تلك الدولة لمواطنيها في الحالات المماثلة، وذلك إلى غاية أن تقوم الدولة بالتعديل اللازم في تشريعها<sup>5</sup>. لكن السؤال المطروح هل ما تضمنته هذه الفقرة يدل على أن محتوى المادة 9 غير ملزم لدول الاتحاد؟.

<sup>1</sup> - الفقرة 2 من المادة 9 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - الفقرة 4 من المادة 9 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - الفقرة 3 من المادة 9 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - الفقرة 5 من المادة 9 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>5</sup> - الفقرة 6 من المادة 9 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

و أقرت اتفاقية باريس بأن نفس التدابير التي نصت عليها المادة 9 بشأن أحكام المصادرة، تطبق في حالة "بيانات المصدر" وذلك عند استعمال بيانات زائفة ومخالفة للحقيقة حول مصدر السلع أو هوية المنتج أو التاجر أو الصانع<sup>1</sup>.

وأكدت الاتفاقية على أن دول الاتحاد تتعهد بأن تضمن لرعايا دول الاتحاد الأخرى وسائل الطعن القانونية لقمع الأعمال المشار إليها أعلاه، بطريقة فعالة (والأعمال المقصودة هنا هي: وضع العلامات التجارية أو الصناعية على المنتجات بطريقة غير مشروعة، واستعمال بيانات مخالفة للحقيقة حول مصدر السلع أو هو التاجر أو الصانع أو المنتج). وبأن تتعهد كذلك دول الاتحاد بتوفير الإجراءات التي تسمح للنقابات والاتحادات التي تمثل أصحاب الصناعة أو التجارة أو الإنتاج باللجوء الى القضاء أو السلطات الإدارية، لقمع هذه الأعمال في الحدود التي يميزها قانون الدولة التي تطلب فيها الحماية للنقابات والاتحادات التابعة لتلك الدولة<sup>2</sup>.

رغم نص اتفاقية باريس على كل هذه الإجراءات والتدابير لحماية العلامات التجارية إلا أنها لم تلزم دول الاتحاد بفرض عقوبات معينة في حالة تقليد العلامة أو تشبيهها، بل تركت تحديدها للتشريعات الداخلية لدول الاتحاد.

أما عن المشرع الجزائري فذهب في نفس الاتجاه مع محتوى نص المادة 9 من الاتفاقية، حيث نص على المصادرة كعقوبة إلزامية وقد أكد في نص المادة 32 من الأمر رقم: 03-06 المتعلق بالعلامات على مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في تقليد العلامة، وأخذ المشرع أيضا بالمصادرة بمناسبة الحجز الجمركي.

### الفرع الثالث: التزام دول اتحاد باريس بضمان حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة

تطرت اتفاقية باريس للمنافسة غير المشروعة صراحة في المادة 10 (ثانيا) حيث نصت على: "تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة."

<sup>1</sup> - الفقرة 1 من المادة 10 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 10 (ثالثا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

✓ يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية.

✓ ويكون محظورا بصفة خاصة ما يلي:

✓ كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

✓ الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة من منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

✓ البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها".

كما يبدو من نص المادة فإن اتفاقية باريس قد أكدت على ضرورة أن تلتزم دول الاتحاد بضمان حماية فعالة ضد أعمال المنافسة غير المشروعة لرعايا دول الاتحاد الأخرى، وذكرت أن أعمال المنافسة غير المشروعة يقصد بها كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الأمور الصناعية أو التجارية، وسردت على سبيل المثال بعض الأعمال التي تعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة، ونظرا لخطورة أعمال المنافسة غير المشروعة وآثارها السلبية الكبيرة ليس فقط على العلامة ومالكها، بل على حرية المنافسة النزيهة وعلى جميع التجار، والتجارة ككل، فقد نصت اتفاقية باريس في المادة (10 ثالثا) على أن تتعهد دول الاتحاد بأن تضمن لرعايا دول الاتحاد الأخرى الوسائل التي تمكنهم من اللجوء إلى القضاء للتصدي وقمع جميع أعمال المنافسة غير المشروعة وأن يكون ذلك بطريقة فعالة<sup>1</sup>. إذا يجوز لمالك العلامة التجارية الأجنبي رفع دعوى في أية دولة عضو بسبب أعمال المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - نصت الفقرة 1 من المادة (10 ثالثا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا على: "تتعهد دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى وسائل الطعن القانونية الملائمة لقمع جميع الأعمال المشار إليها في المواد 9 و10 و10 (ثانيا) بطريقة فعالة".

<sup>2</sup> - E.Brooke Brinkerhoff, op.cit, p 112

ويوضح موقف حديث بين شركة كوية وأخرى أمريكية، الانتقادات الموجهة لاتفاقية باريس، فعلى الرغم من تمتع الرعايا الأجانب بحقوق حماية معينة، فلا توجد أحكام إنفاذ، فالبلدان الأعضاء يمكن لها أن تختار تجاهل معايير اتفاقية باريس و أن تفعل ذلك بدون أي عقوبات بموجب الاتفاقية. حول هذه القضية، راجع: Ibid,p 113.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

وأكدت الاتفاقية في الفقرة 2 من المادة (10 ثالثا) على أن تتعهد دول الاتحاد بتوفير الإجراءات التي تمكن النقابات والاتحادات التي تمثل أصحاب الصناعة والتجارة والإنتاج باللجوء إلى القضاء أو السلطات الإدارية لقمع الأعمال غير المشروعة -المذكورة أعلاه- ولم تنص الاتفاقية على العقوبات الجزائية ضد هذه الأعمال بل تركت مسألة تنظيمها للتشريعات الوطنية.

- أما عن المشرع الجزائري فقد تطرق إلى أعمال المنافسة غير المشروعة ضمن القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وتطرق إلى العقوبات المقررة لحمايتها، و قد نص هذا القانون على أن فعل تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي أو تقليد منتوجاته أو خدماته هو من الممارسات التجارية غير النزيهة، و هذا ما يعتبر من أفعال المنافسة غير المشروعة.

### الفرع الرابع: التزام دول الاتحاد بحماية أنواع معينة من العلامات

سنبحث هنا في أنواع العلامات التي يجب على دول الاتحاد أن تلتزم بتسجيلها وحمايتها، منها: العلامات المشهورة، العلامات الجماعية، وحماية العلامة مؤقتا في المعارض وعلامات الخدمة.

#### أولا: العلامات المشهورة

وضعت اتفاقية باريس أحكاما خاصة لحماية العلامة المشهورة، بموجبها تلتزم دول الاتحاد برفض طلب تسجيل أو إبطال تسجيل ومنع استعمال أي علامة صناعية أو تجارية من شأنها أن تثير اللبس لكونها استنساخ أو تقليد أو ترجمة لعلامة أخرى مستخدمة على سلع مشابهة أو مماثلة تعتبرها السلطات المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال، أنها مشهورة وتخص شخصا يحق له الاستفادة من مزايا الاتفاقية، وهنا يجب منح مهلة لا تقل عن 5 سنوات من تاريخ التسجيل للمطالبة بشطب هذه العلامة، ويجوز لدول الاتحاد أن تحدد مهلة يجب المطالبة بمنع استعمال العلامة خلالها، أما إذا تم تسجيل هذه العلامة أو تم استعمالها بسوء نية فلا يجوز تحديد أية مهلة للمطالبة بشطب العلامة أو منع استعمالها<sup>1</sup>، أي أن الشطب يتم في أي وقت.

<sup>1</sup> - المادة 6 (ثانيا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا. و يلاحظ هنا أن اتفاقية باريس لم تعرف مصطلح العلامة المشهورة أو المعروفة، لذا فإن كل دولة تحدد ما إذا كانت العلامة التجارية قد أصبحت مشهورة داخل أراضيها.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

فالاتفاقية توفر الحماية للعلامات التي أصبحت مشهورة داخل دولة معينة على الرغم من عدم استخدام هذه العلامات أو تسجيلها في تلك الدولة، فهذه العلامات المشهورة أصبحت معروفة في بلد أجنبي من خلال المجلات ، التلفزيون ، المسافرين العائدين، والآن عبر الإنترنت<sup>1</sup>.

وما يلاحظ هنا أن الحماية المقررة للعلامة المشهورة تقتصر على علامة السلعة دون علامة الخدمة حيث أن نص المادة أعلاه لم يتحدث عن العلامة المشهورة إلا بصدد علامة السلع.

### ثانيا: العلامات الجماعية

نصت اتفاقية باريس على حماية العلامات الجماعية، حيث فرضت على دول الاتحاد قبول إيداع وحماية العلامات الجماعية الخاصة بالجمعيات التي لا يتعارض وجودها مع قانون دولة المنشأ حتى وإن كانت تلك الجمعيات لا تمتلك منشأة صناعية أو تجارية، وكل دولة لها الحرية في وضع الشروط التي يجب توافرها لحماية العلامات الجماعية، وأيضا يجوز لها أن ترفض منح الحماية لهذه العلامات إذا كانت تتعارض مع المصلحة العامة في الدولة<sup>2</sup>.

وهنا المشرع الجزائري ذهب في نفس الاتجاه حيث نص على العديد من الأحكام المتعلقة بالعلامات الجماعية، وهذا في المواد من 22 إلى 25 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، حيث تطرق لكيفية تملكها، حمايتها، استعمالها، وإغائها.

### ثالثا: الحماية المؤقتة للعلامة التجارية في المعارض

نصت اتفاقية باريس على ضرورة أن تمنح دول اتحاد باريس، وفقا لتشريعها الداخلي، الحماية المؤقتة للعلامات الصناعية أو التجارية وذلك بالنسبة للمنتجات التي تعرض في المعارض الدولية الرسمية أو المعترف

---

>> فعلى الرغم من عدم تسجيلها، تستفيد العلامات المشهورة من حماية ممتدة مبنية على أساس الشهرة. مثل هذه العلامات محمية ضد جميع الاستخدامات غير المصرح بها، حتى ولو ظهرت على سلع مختلفة عن تلك التي سجلت أو استخدمت من أجلها العلامة في الأصل. ويجب العثور على دليل على سمعة (أو شهرة) العلامة المشهورة في الدولة التي تطلب فيها حماية العلامة.<<. Joanna Schmidt- Szalewski, op.cit, p 199 . راجع قرار المحكمة العليا الذي نص على حماية العلامة المشهورة بموجب اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، الغرفة التجارية والبحرية، ملف رقم: 350164، قرار مؤرخ في : 2005/10/05، قضية ( الشركة ذات المسؤولية المحدودة لإنتاج مواد التجميل كوسميساف ) ضد ( شركة بارفان قي لاروش )، مجلة المحكمة العليا، العدد 1 سنة 2006، ص 337، 341.

<sup>1</sup> - E.Brooke Brinkerhoff, op.cit, p 111.

<sup>2</sup> - المادة 7 (ثانيا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

بها رسميا والتي تقام على إقليم أي دولة من دول الاتحاد، وهنا يجوز لكل دولة أن تطلب المستندات الضرورية التي تثبت ذاتية الشيء المعروض وتاريخ إدخاله إلى المعرض<sup>1</sup>.

وقد تطرق المشرع الجزائري هو الآخر إلى حماية العلامة أثناء إقامة المعارض حيث نص في المادة 6 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على: "يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، أن يطلب تسجيل هذه العلامة ويطلب بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في أجل ثلاثة (3) أشهر ابتداء من انتهاء العرض".

### رابعاً: علامات الخدمات

بحسب اتفاقية باريس تتعهد الدول الأعضاء في الاتفاقية بأن تضمن الحماية لعلامات الخدمة، لكنها غير ملزمة بتسجيلها<sup>2</sup>.

فدول الاتحاد هنا تستطيع أن توفر الحماية لعلامة الخدمة ليس فقط من خلال وضع تشريع خاص لهذه الحماية، بل لها أيضا أن توفر أو تضمن مثل هذه الحماية من خلال وسائل أخرى مثلا عن طريق قوانين المنافسة غير المشروعة<sup>3</sup>.

غير أن المشرع الجزائري نص في المادة 4 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه لا يمكن استعمال كل من علامة السلع أو الخدمات إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها.

### الفرع الخامس: إنشاء المصالح الإدارية الخاصة للملكية الصناعية

أكدت اتفاقية باريس بأنه على كل دولة من دول الاتحاد أن تتعهد بإنشاء مصلحة خاصة للملكية الصناعية و مكتب مركزي للقيام بالعديد من المهام المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية ، منها إطلاع الجمهور

<sup>1</sup> - المادة 11 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 6 (سادسا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO) , wipo national seminar on the use of technological information contained in patent documentation as a tool for development, « International framework for the protection of industrial property », prepared by The International Bureau of WIPO Tehran, August 16 to 18, 2004, N° : WIPO/ IP /THR/04/1 , p 21, available on the site : <https://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp>. Browsing history :2021-01-18 .



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

على جميع المعلومات التي تخص هذه الحقوق، و أن تصدر هذه المصلحة نشرة دورية رسمية، و عليها أن تقوم بنشر أسماء مالكي البراءات الممنوحة مع بيان مختصر عن الاختراعات التي منحت عنها براءات، و نشر صور طبق الأصل عن العلامات المسجلة<sup>1</sup>.

المشرع الجزائري نص على إنشاء هذه المصلحة و تتمثل في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، و الذي يقوم بالعديد من المهام منها، توفير حماية حقوق الملكية الصناعية، دراسة طلبات حماية الاختراعات و تسجيلها و عند الاقتضاء نشرها، دراسة طلبات إيداع العلامات و الرسومات و النماذج الصناعية و تسميات المنشأ ثم نشرها، تسجيل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية و عقود التراخيص و عقود البيع المتعلقة بهذه الحقوق، تطبيق أحكام الاتفاقيات و المعاهدات الدولية في مجال الملكية الصناعية التي تكون الجزائر طرفا فيها، و المشاركة في أشغالها عند الاقتضاء، يضع في متناول الجمهور كل الوثائق و المعلومات المتعلقة بميدان اختصاصه...<sup>2</sup>.

### الفرع السادس: نظام تسوية المنازعات

وضعت اتفاقية باريس وفقا للمادة 28 نظاما لتسوية المنازعات التي قد تقع بين الدول الأعضاء في اتحاد باريس حول تفسير أو تطبيق هذه الاتفاقية بحيث أنها أجازت لها إذا لم تتم تسوية النزاع عن طريق المفاوضات، وفي حال لم تتفق الدول المعنية على طريقة أخرى للتسوية، أن تعرض النزاع على محكمة العدل الدولية، هذا ما نصت عليه الفقرة الأولى من المادة 28، أما الفقرة الثانية من هذه المادة فقد نصت على: " لكل دولة أن تعلن عند توقيعها للوثيقة الحالية أو إيداعها لوثيقة تصديقها أو انضمامها، أنها لا تعتبر نفسها ملتزمة بأحكام الفقرة (1). ولا تسري أحكام الفقرة (1) فيما يختص بكل نزاع بين تلك الدولة و أية دولة أخرى من دول الاتحاد"، إذا لكل دولة عضو أن تحتفظ على تطبيق نص الفقرة (1) وأن لا تلتزم بنظام تسوية المنازعات الذي أقرته اتفاقية باريس في هذه الفقرة.

وبالتالي فنظام تسوية المنازعات وفقا لاتفاقية باريس هو نظام هش وغير فعال وغير ملزم، لأن الاتفاقية لم تضع أي قواعد ملزمة تكفل احترام الدول الأعضاء لاتحاد باريس ما تصدره محكمة العدل

<sup>1</sup> - المادة 12 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المواد 7 و 8 من المرسوم التنفيذي رقم 68-98 المؤرخ في 21 فبراير سنة 1998، يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و يحدد قانونه الأساسي، ج.ر العدد 11، الصادر بتاريخ 1 مارس سنة 1998.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

الدولية من قرارات وأحكام في المنازعات التي تنظرها بشأن تطبيق نص المادة 28. أما عملياً فقد ثبت فشل هذا النظام فلم تعتمد دول الاتحاد عليه في حل نزاعاتها وفقاً لنص المادة 28، إذ لم تلجأ أي دولة إلى محكمة العدل الدولية لتسوية المنازعات المتعلقة بتفسير أو تطبيق اتفاقية باريس<sup>1</sup>.

**المبحث الثاني: نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات كآلية فعالة و سريعة لتسجيل و حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي**

عملت دول العالم على إيجاد نظام تسجيل دولي شامل، و قد سعت إلى تحقيق هذا الهدف من خلال إتاحة الفرصة لمالكى العلامات التجارية للدول الأعضاء للحصول على حقوق العلامات التجارية في البلدان الأخرى من خلال إيداع واحد في مكتب العلامات في بلدهم الأصلي ( بلد المنشأ).

ويتألف نظام مدريد أو نظام التسجيل الدولي للعلامات التجارية من اتفاقيتين دوليتين، الأولى هي اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، أبرم في مدريد بإسبانيا في 14 أبريل 1891، وقد تم تعديلها عدة مرات، في بروكسل في 14 ديسمبر سنة 1900، وفي واشنطن في جوان سنة 1911، وفي لاهاي في 6 نوفمبر سنة 1925، وفي لندن في 2 جوان سنة 1934، وفي نيس في 15 جوان سنة 1957، وفي استوكهولم في 14 جويلية سنة 1967، وأخيراً عدل في 28 سبتمبر سنة 1979، ودخل حيز النفاذ في 23 أكتوبر 1983<sup>2</sup>. وقد أنشأت هذه الاتفاقية نظاماً من خلال تسجيل دولي يضمن لمالك العلامة التجارية التابع لأي دولة من الدول المتعاقدة حماية علامته التجارية في جميع الدول الأعضاء المنضمة للاتفاق والتي طلب المودع حماية العلامة التجارية فيها. والثانية هي بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989 والذي تم إبرامه في 27 جوان عام 1989<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 10.

<sup>2</sup> - اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المبرم في 14 أبريل سنة 1891، متوفر على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12599>

والاتفاقية متوفرة مباشرة على موقع الويبو التالي باللغة العربية :

<https://wipolex.wipo.int/ar/text/283527> ، تاريخ الاطلاع على الموقعين : 01 أبريل 2021.

<sup>3</sup> - تم إبرام بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات في 27 جوان عام 1989 ودخل حيز النفاذ في 1 ديسمبر 1995 وبدأ العمل به في 01 أبريل، و تم تعديل البروتوكول في 03 أكتوبر سنة 2006، و في 12 نوفمبر سنة 2007، وأصبح نافذاً في 01 سبتمبر 2008. راجع في ذلك المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

وذلك بهدف جعل نظام مدريد أكثر مرونة وتوافقاً واتساقاً مع التشريعات المحلية في بعض الدول أو المنظمات الدولية الحكومية التي لم يكن بإمكانها الانضمام لاتفاق مدريد لأسباب تتعلق ببعض أحكام هذا الاتفاق<sup>1</sup>.

ومن أهم هذه الدول: أمريكا، إنجلترا، واليابان<sup>2</sup>، لأن هذه الدول تمتلك أو تعتبر البلدان الأصلية للعديد من العلامات خاصة المشهورة، لذا تم وضع البروتوكول لتمكين مثل هذه الدول من الانضمام، نظراً لأهمية هذه الدول.

إذاً نتيجة لبعض أحكام اتفاقية مدريد التي كانت حاجزاً للعديد من الدول للانضمام لهذه الاتفاقية، بذلت دول العالم و هنا نخص بالذكر الهيئة الإدارية لاتفاق مدريد مع الويبو جهوداً للتغلب على أوجه القصور في الاتفاق، وتم إجراء تغييرات على الاتفاق، وتمت معالجة جميع النقائص من خلال إبرام بروتوكول اتفاق مدريد وتمكنت بذلك الدول التي كانت تنتقد الاتفاق من الانضمام للبروتوكول<sup>3</sup>.

---

الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، منشورات الويبو، جنيف - سويسرا، تحت رقم 418 A، 2016، ص 2، متوفر على موقع الويبو التالي:

[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo\\_pub\\_418](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo_pub_418)، تاريخ الاطلاع: 20 ديسمبر 2019.

وللاطلاع على بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المبرم في 27 جوان سنة 1989 فهو متوفر على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات: <https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12603> والبروتوكول متوفر مباشرة على موقع الويبو التالي باللغة العربية:

<https://wipolex.wipo.int/ar/text/283482>، تاريخ الاطلاع على الموقعين: 01 افريل 2021.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، "ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)"، منشورات الويبو، جنيف - سويسرا، ص 01، متوفر على موقع الويبو التالي:

[https://www.wipo.int/treaties/ar/registration/madrid/summary\\_madrid\\_marks.html](https://www.wipo.int/treaties/ar/registration/madrid/summary_madrid_marks.html)، تاريخ الاطلاع: 20 ديسمبر 2020.

<sup>2</sup> - Timothy W. Blakely, Beyond the international harmonization of trademark law: the community trade mark as a model of unitary transnational trademark protection, law review, university of Pennsylvania, volume 149, issue 1, 2000, p 317.

<sup>3</sup> - Ibid, pp 318, 319.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

والجزائر تعد عضو في اتفاقية مدريد حيث انضمت إليها سنة 1972، بموجب الأمر رقم 72 - 10 يتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات الدولية<sup>1</sup>. كما انضمت إلى بروتوكول اتفاق مدريد بموجب المرسوم الرئاسي رقم 13-420<sup>2</sup>.

ولفهم نظام مدريد سنتطرق إلى آلية تسجيل وحماية العلامة التجارية وفقا لنظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات (المطلب الأول) وسنحاول أن نضع تقييم لهذا النظام (المطلب الثاني)

### المطلب الأول: آلية تسجيل وحماية العلامة التجارية وفقا لنظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات

يدار نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات من طرف المكتب الدولي التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية الواقع في جنيف بسويسرا، هذا المكتب يمسك السجل الدولي الذي يتم تقديم طلبات تسجيل العلامات التجارية فيه، وينشر العلامات التي يتم تقديم طلبات تسجيلها وفقا له وذلك في جريدة الويبو للعلامات الدولية<sup>3</sup>.

ورغم أن صاحب العلامة التجارية سواء كان شخص طبيعي أو معنوي يمكن له الاستفادة من نظام مدريد، إلا أن هذا النظام متاح ومسموح به لأطراف محددة فقط دون غيرها (فرع اول). هذا النظام يسمح لصاحب العلامة بتسجيل علامته وحمايتها في العديد من الدول في آن واحد بإجراءات مبسطة وفي

<sup>1</sup>- الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس سنة 1972، المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات الدولية، الجريدة الرسمية العدد 32، الصادرة في: 1972/04/21. بموجب هذا الأمر انضمت الجزائر إلى الاتفاقية المبرمة في مدريد بتاريخ 14 أبريل سنة 1891 و المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات و التي أعيد النظر فيها في استوكهولم بتاريخ 14 جويلية سنة 1967.

<sup>2</sup>- المرسوم الرئاسي رقم 13-420، المؤرخ في 15 ديسمبر سنة 2013، يتضمن انضمام الجزائر إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد بمدريد في 27 جوان سنة 1989، المعدل في 3 أكتوبر سنة 2006، و في 12 نوفمبر سنة 2007، ج ر العدد 21، الصادر في 26 أبريل سنة 2015.

<sup>3</sup>- Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), Guide pour l'enregistrement international des marques en vertu de l'Arrangement de Madrid et du Protocole de Madrid (partie A), publication par OMPI, Genève, Suisse, 2018, p 2. Publier sur le site : [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo\\_pub\\_455\\_2018.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_455_2018.pdf). Date de visite : 15 / 02 / 2021 .

Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), Le Système de Madrid Concernant l'Enregistrement International des Marques - objectifs, principales caractéristiques, avantages, publication par OMPI, sous le n 418 f, 2016, p 2.

Disponible sur le site :

[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/marks/418/wipo\\_pub\\_418.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/marks/418/wipo_pub_418.pdf). Date de visite : 2021/02/18

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

وقت وجيز، من خلال القيام بإجراء يتمثل في تقديم طلب تسجيل دولي لعلامته التجارية (فرع ثاني). وللتسجيل الدولي للعلامة آثار مهمة، لأنه اعتباراً من تاريخ التسجيل الدولي، تسري حماية العلامة في كل طرف من الأطراف المتعاقدة، مع أن مدة صلاحية التسجيل الدولي للعلامة وبالتالي حمايتها، تختلف ما بين اتفاق مدريد وبروتوكول اتفاق مدريد (فرع ثالث).

### الفرع الأول: الأطراف المعنية باستخدام نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات:

يمكن لأي دولة عضو أو طرف في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية أن تكون طرفاً في اتفاق مدريد أو البروتوكول أو في كليهما، ويمكن أيضاً لأي منظمة دولية حكومية أن تنضم إلى بروتوكول مدريد فقط دون الاتفاق، إذا توافر شرطين: أن تكون إحدى الدول الأعضاء في المنظمة على الأقل عضواً في اتفاقية باريس، وأن يكون للمنظمة مكتب إقليمي لغرض تسجيل العلامات التجارية بأثر نافذ في أراضي المنظمة، إلا أن التسجيل يكون له أثر يمتد لجميع أعضاء المنظمة<sup>1</sup>.

يطلق اصطلاح "الأطراف المتعاقدة" على الدول الأطراف في الاتفاق أو البروتوكول أو في كليهما والمنظمات الحكومية الدولية الأطراف في البروتوكول، وتشكل هذه الأطراف المتعاقدة معاً "اتحاد مدريد" وهو اتحاد خاص أنشئ بموجب المادة 19 من اتفاقية باريس<sup>2</sup>، و يجب أن نذكر هنا بأنه رغم تسميته

<sup>1</sup> المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات — أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 02.

–Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), Guide pour l'enregistrement international des marques en vertu de l'Arrangement de Madrid et du Protocole de Madrid (partie A), op.cit, pp 9, 10.

<sup>2</sup> المنظمة العالمية للملكية الفكرية ( المكتب الدولي للويبو)، مذكرة حول غدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا، نوفمبر 2017، ص 03، متوفر على موقع الويبو التالي : <https://www.wipo.int> ، تاريخ الاطلاع : 05 جانفي 2021.

راجع أيضاً، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات — أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 2. المادة (01) و المادة (10) (أ) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

بالبروتوكول، فهو يعتبر معاهدة منفصلة عن اتفاق مدريد، على الرغم من وجود مجموعة مشتركة من اللوائح تحكم كلتا المعاهدتين<sup>1</sup>.

يجوز فقط لكل شخص طبيعي أو معنوي يملك مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وجدّية في أحد البلدان الأطراف في اتفاق مدريد أو بروتوكوله أو يكون من المقيمين فيه أو من مواطنيه (حامل للجنسية) أن يستخدم نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات (أي يمكن له إيداع طلب التسجيل الدولي لعلامته)، ويمكن استخدام هذا النظام أيضا من طرف كل شخص طبيعي أو معنوي يملك مؤسسة من ذلك القبيل في أراضي منظمة حكومية دولية تكون طرفا في البروتوكول أو يكون من المقيمين على أراضيها أو من مواطني (حامل للجنسية) دولة عضو في تلك المنظمة، ولا يجوز لأي شخص طبيعي أو معنوي لا تربطه بأحد أعضاء اتحاد مدريد أي من الروابط اللازمة، سواء بامتلاك مؤسسة أو الإقامة أو الجنسية، أن ينتفع بنظام مدريد، ولا يجوز الانتفاع بهذا النظام لحماية العلامات في أراضي بلد خارج اتحاد مدريد<sup>2</sup>، أي ان العلامات الدولية المسجلة بناء على نظام مدريد لا تكون محمية إلا داخل اتحاد مدريد.

ويجب الإشارة إلى أن البروتوكول مصمّم للسماح للدول الأطراف فيه بالمشاركة فيه دون إجراء تعديل جوهري على أنظمة التسجيل والحماية فيها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - Jeffrey M. Samuels , Linda B. Samuels , International trademark prosecution streamlined: The Madrid Protocol comes into force in the United States, journal of intellectual property law, school of law, university of Georgia, volume 12, issue 1, October 2004, p 153.

<sup>2</sup> - المادة (01) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المبرم سنة 1891، المشار إليه سابقا . والمادة (02) فقرة (01) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقا.

راجع أيضا ، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 4. المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 03.

<sup>3</sup> - Peter Wilner, The Madrid Protocol: a voluntary model for the internationalization of trademark law, DePaul journal of art, technology & intellectual property law, college of law, DePaul university ,volume 13, issue 1, Spring 2003, p 18. << As a participant in the Protocol's framework, the U.S. can provide its trademark owners with access to international protection via a framework that leaves its domestic system of registration and protection virtually unaltered. This is because the Protocol is designed to allow the states party to it ("Contracting Parties") to participate in that framework without substantially modifying their own systems. By allowing different systems to coexist within the same international administrative framework, the Protocol serves as a voluntary model for the internationalization of trademark law.>> Ibid, p 18.

### الفرع الثاني: إجراءات التسجيل الدولي للعلامة (الطلب الدولي):

لكي يتمكن صاحب العلامة التجارية من الاستفادة من مزايا نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات بتسجيل علامته وحمايتها في العديد من الدول و التي يرغب في حماية علامته فيها، فعليه أن يقوم بإيداع طلب دولي واحد لتسجيل علامته لدى المكتب الدولي للويبو، وهذا عوضاً عن تقديم طلبات متفرقة في كل دولة يريد أن يحمي علامته فيها، وهنا سوف نتطرق لمضمون طلب التسجيل الدولي (أولاً)، وفحص المكتب الدولي لطلب التسجيل الدولي (ثانياً)، وفحص مكتب الطرف المتعاقد لطلب التسجيل الدولي (ثالثاً).

### أولاً: مضمون طلب التسجيل الدولي (الطلب الدولي) للعلامة التجارية:

يجب أن يودع طلب التسجيل الدولي المتعلق بتسجيل العلامة التجارية تسجيلاً دولياً لدى المكتب الدولي<sup>1</sup> بواسطة مكتب المنشأ<sup>2</sup>، والمكتب الدولي لا ينظر في أي طلب يقدمه إليه مودع الطلب مباشرة بل يعيده إلى مرسله<sup>3</sup>، أي أن الطلب الدولي يجب أن يقدم إلى مكتب التسجيل في بلد المنشأ هذا الأخير يحيل الطلب بدوره إلى المكتب الدولي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - المكتب الدولي هو جهة إدارية تابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، وهو يدير نظام مدريد، ويمسك السجل الدولي، وينشر جريدة الويبو للعلامات الدولية. المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 02.

<sup>2</sup> - مكتب المنشأ هو مكتب تسجيل العلامات التجارية في الدولة التي يحمل طالب التسجيل جنسيتها أو يقيم فيها أو لديه منشأة على أراضيها. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 309. وحول المقصود "بمكتب المنشأ" أشارت الفقرة (02) من المادة (02) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً، إلى أن مكتب المنشأ هو المكتب الذي أودع لديه الطلب الأساسي (طلب تسجيل العلامة) أو المكتب الذي أجرى التسجيل الأساسي للعلامة. ونصت الفقرة (01) 1، من المادة (02) من نفس البروتوكول المشار إليه على: "إذا أودع الطلب الأساسي لدى مكتب دولة متعاقدة أو إذا أجرى ذلك المكتب التسجيل الأساسي، تعين أن يكون الشخص الذي أودع ذلك الطلب أو أجرى ذلك التسجيل باسمه أحد مواطني تلك الدولة المتعاقدة أو المقيمين فيها أو له فيها منشأة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية". وأشارت الفقرة (01) 2، من المادة (02) من نفس البروتوكول إلى نفس الشروط إذا تعلق الأمر بإيداع الطلب الأساسي أو أجرى التسجيل الأساسي لدى مكتب منظمة متعاقدة.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 04. الفقرة (02) من المادة (02) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. وحول بلد المنشأ راجع المادة (01) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

لا يجوز إيداع طلب لتسجيل العلامة التجارية تسجيلاً دولياً إلا إذا كانت مسجلة (التسجيل الأساسي)، أو أودع طلب لتسجيلها (الطلب الأساسي) لدى مكتب العلامات في الطرف المتعاقد الذي تربطه بمودع الطلب (صاحب العلامة) إحدى الروابط اللازمة، سواء بامتلاك مؤسسة أو الإقامة أو الجنسية، وتمت الإشارة سابقاً إلى ذلك المكتب ب "مكتب المنشأ"، أما الطلب الأساسي أو التسجيل الأساسي فيشار إليهما في الغالب بالعلامة الأساسية<sup>2</sup>، وعلى الراغب في الانتفاع بنظام مدريد أن يطلب حماية علامته في مكتب العلامات الوطني أو الإقليمي المعني قبل أن يطلب الحماية الدولية<sup>3</sup>.

يجب أن يقدم كل طلب تسجيل دولي (طلب دولي) على الاستمارة المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية، وعلى مكتب المنشأ في بلد المنشأ أي مكتب البلد الأصلي للعلامة أن يشهد بأن البيانات والمعلومات الواردة في الطلب الدولي تتطابق مع البيانات الواردة في الطلب الأساسي أو التسجيل الأساسي بحسب الحالة (أي البيانات الواردة في السجل الوطني)، وعلى كلٍ فإنه على مكتب المنشأ أن يبين: تاريخ ورقم الطلب إذا كان الأمر يتعلق بالطلب الأساسي، وإذا تعلق الأمر بالتسجيل الأساسي فعليه أن يبين:

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانوب، المرجع السابق، ص 309.

<sup>2</sup> - المادة (01) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً. الفقرة (01) من المادة (02) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، مذكرة حول عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 4. المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 03.

<sup>3</sup> - و في هذا الإطار أكدت المحكمة العليا في الجزائر في أحد قراراتها أن العلامة التجارية رغم كونها مسجلة لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية و أنها مسجلة بناء على الاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر، فإن هذا التسجيل لا يمتد أثره إلى التراب الجزائري إلا بخضوع العلامة للتسجيل وفقاً للإجراءات التي ينص عليها الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات من قبل مالكيها. بمعنى إذا لم يثبت التسجيل الوطني للعلامة التجارية الدولية، فإن صاحبها لا يستفيد من الحماية المقررة قانوناً بموجب الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، وهنا نصت المحكمة العليا في قرارها على مبدأ مهم وهو: لا يمكن متابعة مواطن جزائري، من أجل ارتكابه جريمة تقليد علامة تجارية دولية، ما لم تكن مسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية. راجع قرار المحكمة العليا، غرفة الجنح و المخالفات، ملف رقم 1153659، بتاريخ 2017/03/30، قضية (ز.ك) ضد النيابة العامة و شركة مساهمة شابي، مجلة المحكمة العليا، العدد 1 سنة 2017، ص 373-380.



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

تاريخ التسجيل ورقمه، والتاريخ والرقم الخاص بالطلب الذي ترتب عليه التسجيل، وكذلك تاريخ الطلب الدولي<sup>1</sup>.

ضرورة أن يرد في طلب التسجيل الدولي (الطلب الدولي) تعيين الأطراف المتعاقدة المنضمة لاتفاق مدريد أو البروتوكول والتي يُراد تسجيل وحماية العلامة فيها<sup>2</sup>، ويجوز تعيين المزيد من الأطراف لاحقاً، ولا يجوز أن يرد في الطلب الدولي (طلب التسجيل الدولي) تعيين الطرف المتعاقد الذي يقع فيه مكتب المنشأ، ولا يجوز تعيين طرف متعاقد إلا إذا كان طرفاً في معاهدة أبرمها الطرف المتعاقد الذي لديه مكتب المنشأ، ولا يجوز تعيين هذا الأخير في الطلب الدولي كما ذكرناه سابقاً. بمعنى إذا كانت دولة مكتب المنشأ عضواً في اتفاق مدريد فقط، فلا يستطيع طالب التسجيل الدولي هنا أن يحدّد واحدة من الدول المنضمة للبروتوكول، وإنما له الحق فقط في تحديد الدول المنظمة لاتفاق مدريد<sup>3</sup>.

يجب أن يتضمن الطلب الدولي (طلب التسجيل الدولي)، من ضمن ما يتضمنه، نسخة من العلامة والتي يجب أن تكون مطابقة للعلامة الواردة في الطلب الأساسي أو التسجيل الأساسي<sup>4</sup>. يجب أن يحتوي الطلب الدولي أيضاً على قائمة بالسلع أو الخدمات التي يطالب بحماية علامتها، وأن تكون مصنفة تبعاً للتصنيف الموضوع بموجب اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - الفقرة (01) من المادة (03) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. الفقرة (01) من المادة (03) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 04.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 4. المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)، المرجع السابق، ص 01. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 309.

<sup>4</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 04.

<sup>5</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 4. وراجع كذلك الفقرتين (02) و(03) من المادة (03) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. وراجع أيضاً الفقرتين (02) و(03) من المادة (03) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

### ثانياً: فحص المكتب الدولي لطلب التسجيل الدولي للعلامة التجارية:

ذكرنا سابقاً أن طلب التسجيل الدولي المتعلق بتسجيل العلامة التجارية تسجيلاً دولياً يجب أن يودع لدى المكتب الدولي للويبو، بواسطة مكتب المنشأ، بمعنى أن طلب التسجيل الدولي للعلامة يجب تقديمه أولاً إلى مكتب العلامات في بلد المنشأ (البلد الأصلي للعلامة) ويقوم هذا المكتب بالمصادقة على صحة البيانات حيث يشهد بأن هذه البيانات الواردة في الطلب الدولي تتطابق مع البيانات الواردة في السجل الوطني (أي الواردة في الطلب الأساسي للعلامة أو التسجيل الأساسي للعلامة)، إضافة إلى كل ما يجب أن يتضمنه الطلب الدولي، كتقديم طلب التسجيل الدولي في استمارة، ويكون مرفقاً بنسخة من العلامة، وقائمة بالسلع والخدمات،... ثم يرسل مكتب المنشأ طلب التسجيل الدولي إلى المكتب الدولي.

يقوم المكتب الدولي بفحص طلب التسجيل الدولي عند تسلمه لكي يتحقق من استيفاء شروط ومقتضيات الاتفاق والبروتوكول واللائحة التنفيذية المشتركة بينهما، ولا يفحص إلا الشروط الشكلية بما فيها قائمة السلع والخدمات وتصنيفها، وأن الرسوم المطلوبة قد دُفعت، ويبلغ المكتب الدولي مكتب المنشأ ومودع الطلب بأي مخالفات تكون واردة في الطلب، ويجب تصحيح تلك المخالفات في غضون ثلاثة أشهر، وإلا يعد طلب التسجيل الدولي كما لو كان متخلى عنه<sup>1</sup>.

وإذا استوفى طلب التسجيل الدولي المقتضيات المطلوبة (إذا لم توجد أي مخالفات) يقوم المكتب الدولي بتسجيل العلامة ويدونها في السجل الدولي وينشر العلامة المسجلة (أي التسجيل الدولي) في إحدى نشراته الدورية أي في جريدة الويبو للعلامات الدولية، وعلى المكتب الدولي أن يُخطر (يبلغ) فوراً و دون تأخير كل الأطراف المتعاقدة (الإدارات أو المكاتب المعنية) والتي تم تعيينها أو تحديدها في الطلب الدولي، بهذا التسجيل التماساً للحماية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891)، وبروتوكول اتفاق مدريد لسنة (1989)، المرجع السابق، ص 02. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 06.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)، المرجع السابق، ص 02. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 06. الفقرة (04) من المادة (03) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

ثالثاً: الإجراءات المتخذة بشأن التسجيل الدولي للعلامة من طرف مكاتب الأطراف المتعاقدة المعيّنة:

بعد تلقيه الإخطار من المكتب الدولي، يلتزم مكتب كل طرف متعاقد معيّن بإصدار بيان منح الحماية بموجب القاعدة 18 (ثالثاً) من اللائحة التنفيذية المشتركة، لكن الأطراف المتعاقدة إذا قامت بفحص التسجيل الدولي للعلامة لكي تتحقق من مدى مراعاته للقانون المحلي وثبت لها عدم استيفائه لبعض الأحكام الأساسية فإنه يحق لها أن ترفض منح الحماية للعلامة على أراضيها<sup>1</sup>، ويدعى هذا الرفض بالرفض المؤقت.

يجب على مكاتب الأطراف المتعاقدة المعيّنة أن تُخطر (تبلغ) المكتب الدولي بأي رفض مؤقت لحماية العلامة مع بيان جميع الأسباب الداعية إلى هذا الرفض، وهذا خلال مدة لا تتجاوز 12 شهراً، اعتباراً من تاريخ الإخطار ويجوز للطرف المتعاقد في البروتوكول في حال تعيينه بناء على البروتوكول أن يعلن تطبيق مهلة مدتها 18 شهراً، بدلا من مهلة 12 شهراً، ويجوز لذلك الطرف المتعاقد أن يعلن عن إمكانية إبلاغ المكتب الدولي للويو بالرفض المؤقت لحماية العلامة الناجم عن اعتراض على منح الحماية حتى بعد انقضاء 18 شهراً<sup>2</sup>.

---

لسنة 1891، المشار إليه سابقاً . الفقرة (04) من المادة (03) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)، المرجع السابق، ص 02 . بمعنى أن مكتب العلامات التجارية لكل طرف متعاقد معين يقوم بفحص التسجيل الدولي للعلامة تماماً كما لو كان يفحص طلباً مودعاً لديه مباشرة، ويتولى البت في أي مسألة جوهرية كأهلية العلامة للحماية أو تضاربها مع علامة سابقة في هذا الطرف المتعاقد، وهذا حسب التشريع المحلي المعمول به، فإذا وجد تضارب و اختلاف مع القانون المحلي فله أن يرفض منح الحماية للعلامة على أراضيها . المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 06 . المنظمة العالمية للملكية الفكرية، "ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)"، المرجع السابق، ص 02 . الفقرة (01) من المادة (05) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً . الفقرة (01) من المادة (05) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً .

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)، المرجع السابق، ص 02 . الفقرة (02) من المادة (05) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

يتم تدوين الرفض المؤقت في السجل الدولي وينشر في جريدة الويبو وترسل نسخة منه إلى صاحب التسجيل الدولي<sup>1</sup>.

ويتم اتخاذ جميع الإجراءات اللاحقة للرفض، مثل إعادة الفحص أو الطعن أو الرد على اعتراض، في إطار العلاقات المباشرة بين صاحب التسجيل الدولي ومكتب الطرف المتعاقد المعني دون أي تدخل من المكتب الدولي للويبو<sup>2</sup>، بمعنى آخر أن إدارة الطرف المتعاقد المعني أو إحدى المحاكم الوطنية أو كليهما تتولى تنفيذ الإجراءات التالية للرفض (كالطعن أو إعادة النظر) مع صاحب التسجيل بصورة مباشرة دون تدخل من المكتب الدولي للويبو<sup>3</sup>.

يجب على المكتب المعني أن يرسل بيانا بقراره النهائي إلى المكتب الدولي بعد استكمال جميع الإجراءات لديه وبما خلص إليه من نتائج، فهذا البيان قد يؤكد أو يبين بأن حماية العلامة رفضت رفضا كلياً (تثبيت الرفض المؤقت الكلي)، أو أن الحماية قد منحت جزئياً أو كلياً للعلامة، وذلك بحسب الحالة (بيان منح الحماية بعد رفض مؤقت)، ويدون هذا البيان في السجل الدولي وينشر في جريدة الويبو وترسل نسخة منه إلى صاحب التسجيل الدولي<sup>4</sup>. ومن يقوم بالتدوين والنشر هنا هو المكتب الدولي<sup>5</sup>.

قبل انتهاء مهلة هذا الرفض إذا ما تم استكمال كافة الإجراءات الواجب اتخاذها أمام المكتب المعني، فإذا وجد المكتب أن لا سبب لرفض حماية العلامة، هنا يتعين على المكتب المعني أن يرسل إلى المكتب الدولي في أقرب وقت ممكن (وقبل انقضاء مهلة الرفض المطبقة) بيانا بقراره بأن الحماية ممنوحة للعلامة محل

---

للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً . الفقرة (02) من المادة (05) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً .

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 06.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 06.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 وبروتوكول اتفاق مدريد لسنة 1989، المرجع السابق، ص 02.

<sup>4</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 07 . المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 06.

<sup>5</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 وبروتوكول اتفاق مدريد لسنة 1989، المرجع السابق، ص 02.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

التسجيل (بيان بمنح الحماية في حالة عدم تبليغ أي إخطار بالرفض المؤقت)، ويتم تدوين هذا البيان في السجل الدولي وينشر في جريدة الويبو وترسل نسخة منه إلى صاحب التسجيل الدولي للعلامة<sup>1</sup>. ورغم ذلك ففي حالة عدم إرسال إخطار بالرفض المؤقت وعدم إرسال بيان بمنح الحماية، هنا تطبق الحماية من حيث المبدأ تلقائياً في الطرف المتعاقد المعني فيما يتعلق بجميع السلع والخدمات المعنية فور انتهاء مهلة الرفض بدون إرسال إخطار بالرفض المؤقت من المكتب المعني<sup>2</sup>.

**الفرع الثالث: آثار التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفقاً لنظام مدريد ومدة صلاحيته (مدة صلاحية حماية العلامة التجارية):**

يترتب على التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفقاً لنظام مدريد العديد من الآثار (أولاً)، كما أن مدة صلاحية التسجيل الدولي للعلامة التجارية أي مدة حماية العلامة، محددة بمدة معينة (ثانياً)، و نص نظام مدريد على إمكانية تحويل التسجيل الدولي للعلامة إلى طلبات وطنية أو إقليمية، و ذلك من أجل التخفيف من الآثار السلبية التي قد تترتب على إلغاء تسجيل العلامة نتيجة الطعن فيه (ثالثاً).

**أولاً: آثار التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفقاً لنظام مدريد:**

يكون للتسجيل الدولي للعلامة التجارية نفس الأثر في كل طرف متعاقد معيّن اعتباراً من تاريخ التسجيل الدولي<sup>3</sup> للعلامة التجارية كما لو كانت العلامة قد أودعت مباشرة لدى مكتب ذلك الطرف

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 06. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 07.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص ص06، 07.

<sup>3</sup> - يعتبر التاريخ الذي تسلّم فيه مكتب المنشأ طلب التسجيل الدولي، تاريخاً مهمّاً، لأنه يصبح بمثابة تاريخ التسجيل الدولي، بشرط أن يكون المكتب الدولي قد تسلّم طلب التسجيل الدولي في غضون الشهرين اللاحقين لذلك التاريخ (وبشرط توافر جميع العناصر الأساسية). المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 05. ودائماً حول " تاريخ التسجيل الدولي " أشارت إلى نفس المعنى: الفقرة (04) من المادة (03) من اتفاق مدريد و الفقرة (04) من المادة (03) من بروتوكول اتفاق مدريد المشار إليهما سابقاً، بأنّ المكتب الدولي يسجل العلامات المودعة ويذكر في التسجيل الدولي التاريخ الذي تسلّم فيه مكتب المنشأ الطلب الدولي ( وهو تاريخ طلب التسجيل الدولي في بلد المنشأ) شرط أن يكون المكتب الدولي قد تسلّم الطلب الدولي خلال شهرين اعتباراً من ذلك التاريخ، وإذا لم يتسلم المكتب الدولي الطلب الدولي خلال تلك المهلة، تعين عليه أن يذكر في التسجيل الدولي التاريخ الذي تسلّم فيه المكتب الدولي ذلك الطلب.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

المتعاقد، وإذا لم يصدر إخطار برفض حماية العلامة خلال المهلة المحددة أو إذا أصدر أحد الأطراف المتعاقدة إخطاراً بالرفض ثم سحبه، فإن حماية العلامة المذكورة تسري اعتباراً من تاريخ التسجيل الدولي كما لو كانت العلامة قد سجلت لدى مكتب ذلك الطرف المتعاقد<sup>1</sup>.

وقد تطرقت الفقرة (01) من المادة (04) من اتفاق مدريد، والفقرة (01) من المادة (04) من بروتوكول اتفاق مدريد إلى مسألة آثار التسجيل الدولي وأهمية تاريخ التسجيل الدولي بشكل واضح، حيث نصت الفقرة (01)/أ من المادة (04) من البروتوكول على ما يلي: (اعتباراً من تاريخ التسجيل أو القيد الذي يجري وفقاً لأحكام المادتين 03 و 03 (ثالثاً)، تكون حماية العلامة في أراضي كل طرف من الأطراف المتعاقدة المعنية هي ذاتها كما لو كانت تلك العلامة قد أودعت مباشرة لدى مكتب ذلك الطرف المتعاقد. وإذا لم يبلغ أي رفض للمكتب الدولي وفقاً للمادة (05) (1) و(2) أو إذا سحب لاحقاً أي رفض مبلغ وفقاً للمادة المذكورة، فإن حماية العلامة في أراضي الطرف المتعاقد المعني تكون اعتباراً من ذلك التاريخ هي ذاتها كما لو كانت تلك العلامة قد سجلت في مكتب ذلك الطرف المتعاقد).

فاعتباراً من تاريخ التسجيل الدولي للعلامة التجارية، أو اعتباراً من تاريخ التعيين في حالة تعيين طرف متعاقد لاحقاً، تكون حماية العلامة التجارية في كل طرف من الأطراف المتعاقدة المعنية هي ذاتها كما لو كان طلب تسجيل العلامة قد أودع مباشرة لدى مكتب ذلك الطرف المتعاقد. وإذا لم يبلغ المكتب الدولي بأي رفض مؤقت خلال المهلة المحددة، أو إذا بلغ برفض وسحب هذا الرفض لاحقاً، فإن العلامة تعتبر محمية في كل طرف متعاقد معني كما لو كانت تلك العلامة قد سجلت لدى مكتب ذلك الطرف المتعاقد<sup>2</sup>.

ومن خلال هذا العرض يتبين أن التسجيل الدولي للعلامة التجارية يعادل مجموعة من التسجيلات الوطنية، ولكن كونه تسجيلاً واحداً مدوناً في السجل الدولي فهذا لا يعتبر سبباً يمنع الأطراف المتعاقدة المعنية من أن ترفض حماية العلامة التجارية، ولا يحول دون قصر الحماية على عدد من تلك الأطراف أو التخلي عن الحماية فيها. وعلى نفس النحو، يجوز نقل ملكية تسجيل دولي لعلامة تجارية إلى مالك جديد

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) و بروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)، المرجع السابق، ص 02.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

فيما يخص بعض الأطراف المتعاقدة المعينة فقط، ويجوز أيضاً إبطال تسجيل دولي لعلامة تجارية (مثلاً بسبب عدم الانتفاع بالعلامة التجارية) فيما يتعلق بأحد الأطراف المتعاقدة المعينة أو أكثر، وهنا تجدر الإشارة إلى أن دعاوي التعدي على العلامة التجارية المسجلة تسجيلاً دولياً يجب أن ترفع في كل طرف متعاقد معني على انفراد<sup>1</sup>.

إذاً يمكن تمديد آثار التسجيل الدولي للعلامة لكي تشمل طرفاً متعاقدًا لم يُذكر أصلاً في طلب التسجيل الدولي للعلامة، وذلك من خلال تعيينه لاحقاً، وهذا ما يسمح لصاحب التسجيل الدولي للعلامة بإمكانية توسيع نطاق حماية علامته جغرافياً وفقاً لاحتياجاته التجارية، وطبعاً هذه الميزة في نظام مدريد تمثل فائدة بصفة خاصة للشركات، وبالتالي كما رأينا يمكن الاستعانة بالتعيين اللاحق لتمديد نطاق حماية العلامة لكي يشمل طرفاً متعاقدًا لم يكن طرفاً في الاتفاق أو البروتوكول عند إيداع طلب التسجيل الدولي للعلامة التجارية<sup>2</sup>.

ثانياً: مدة صلاحية التسجيل الدولي للعلامة التجارية " مدة حماية العلامة التجارية":

فيما يخص مدة صلاحية تسجيل العلامة التجارية تسجيلاً دولياً وهي مدة حماية العلامة، فيظل هذا التسجيل نافذاً لمدة 10 سنوات، ويجوز تجديد التسجيل الدولي لفترات إضافية مدة كل منها 10 سنوات اعتباراً من تاريخ انقضاء المدة السابقة مقابل دفع الرسوم المنصوص عليها، وهذا ما نص عليه بروتوكول اتفاق مدريد<sup>3</sup>. أما حسب اتفاق مدريد فإن مدة التسجيل الدولي للعلامة هي 20 سنة ويجوز تجديد التسجيل الدولي لفترات إضافية مدة كل منها 20 سنة مع دفع الرسوم<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07.  
<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 08.  
<sup>3</sup> - المادة (06) /1/ والمادة (07) /1/ من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 11. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)، المرجع السابق، ص 02.  
<sup>4</sup> - المادة (06) /1/ والمادة (07) /1/ من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المشار إليه سابقاً.



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

ويرسل المكتب الدولي إشعاراً (أي تذكير غير رسمي) إلى صاحب التسجيل الدولي ووكيله، إذا كان له وكيل قبل انقضاء مدة الحماية بستة أشهر (أي قبل استحقاق التجديد بستة أشهر) لتذكيرها بتاريخ انقضاء مدة الحماية بالضبط<sup>1</sup>.

يمكن لصاحب العلامة التجارية أن يجدد التسجيل الدولي للعلامة بالنسبة إلى جميع الأطراف المتعاقدة المعيّنة أو بعضها فقط، ولا يجوز أن يقتصر التجديد على بعض السلع والخدمات المدونة في السجل الدولي، وإذا أراد صاحب التسجيل الدولي أن يرفع (يسحب) بعض السلع والخدمات من التسجيل الدولي في موعد التجديد، تُعين عليه أن يقدم طلباً (التماساً) منفصلاً لشطبها، أو أن يقدم طلباً لتدوين انتقاص قبل تجديد التسجيل<sup>2</sup>.

أكد كل من اتفاق مدريد وبروتوكول اتفاق مدريد على أن العلامة الأساسية المسجلة في بلد المنشأ أو التي طلب تسجيلها لدى مكتب المنشأ تظل أساساً للتسجيل الدولي لمدة 05 سنوات اعتباراً من تاريخ التسجيل الدولي، ويصبح التسجيل الدولي للعلامة التجارية مستقلاً عن الطلب الأساسي أو التسجيل المترتب عن ذلك الطلب أو عن التسجيل الأساسي للعلامة، بعد انقضاء مهلة الخمس سنوات التالية لتاريخ التسجيل الدولي (أي يصبح التسجيل الدولي مستقلاً عن العلامة الوطنية السابق تسجيلها في بلد المنشأ أو التي سبق تقديم طلب تسجيل بشأنها في بلد المنشأ بعد انقضاء 5 سنوات)<sup>3</sup>.

يفقد التسجيل الدولي للعلامة التجارية حمايته، أي تفقد العلامة التجارية حمايتها الناتجة عن التسجيل الدولي، في حدود ما يبطل من أثر التسجيل الأساسي (العلامة المسجلة) إما نتيجة لشطبه بقرار من مكتب المنشأ أو بحكم من المحكمة أو شطبه الطوعي وإما نتيجة عدم تجديده خلال مهلة السنوات الخمس، وبالمثل يلغى (يشطب) التسجيل الدولي للعلامة التجارية الذي يستند إلى طلب مودع لدى

<sup>1</sup> - المادة (07) /4 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً. المادة (07) /3 من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 11.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 09.

<sup>3</sup> - المادة (06) /2 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً. المادة (06) /2 من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 08.



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

مكتب المنشأ في حال تم رفض الطلب الأساسي أو تم التخلي عنه خلال فترة السنوات الخمس أو إذا بطل أثر التسجيل الناتج عن ذلك خلال تلك الفترة<sup>1</sup>، هذا ما يقال عن أسباب فقدان العلامة التجارية للحماية الناتجة عن التسجيل الدولي خلال فترة الخمس سنوات، وهذا ما يتفق عليه اتفاق مدريد وبروتوكول اتفاق مدريد.

كما نص كل من اتفاق مدريد والبروتوكول على أسباب فقدان العلامة التجارية للحماية الناتجة عن التسجيل الدولي بعد انقضاء فترة الخمس سنوات<sup>2</sup>.

يجب على مكتب المنشأ أن يخطر المكتب الدولي بالوقائع والقرارات المتعلقة برفض الطلب أو ببطان أثر التسجيل الأساسي للعلامة في بلد المنشأ (إخطاره بجميع الوقائع والقرارات ذات الصلة بالمادة (06) 3/ من بروتوكول اتفاق مدريد)، وعند الاقتضاء، يطلب مكتب المنشأ من المكتب الدولي شطب التسجيل

<sup>1</sup> المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07.  
<sup>2</sup> وهنا تطرق اتفاق مدريد والبروتوكول إلى فقدان العلامة للحماية الناتجة عن التسجيل الدولي، قبل انقضاء فترة الخمس سنوات وبعد انقضاء هذه الفترة، حيث نصت المادة (06) 3/ من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989 على: ( لا يجوز التمسك بالحماية الناجمة عن التسجيل الدولي، سواء أكان محل نقل أم لا، إذا سحب الطلب الأساسي أو التسجيل المترتب عليه أو التسجيل الأساسي، حسب الحال، أو انقضى أجله أو كان موضع تخل أو قرار نهائي بالرفض أو بالإلغاء أو بالشطب أو بالإبطال بالنسبة إلى مجموع السلع والخدمات الواردة في التسجيل الدولي أو بعضها، وذلك قبل انقضاء خمس سنوات اعتبارا من تاريخ التسجيل الدولي. وينطبق ذلك أيضا إذا نجم عن:

"1" - أي استئناف لقرار برفض آثار الطلب الأساسي،

"2" - أو أي دعوى بهدف سحب الطلب الأساسي أو إلغاء التسجيل المترتب على الطلب الأساسي أو التسجيل الأساسي أو شطبه أو إبطاله،

"3" - أو اعتراض على الطلب الأساسي

بعد انقضاء فترة الخمس سنوات، قرار نهائي برفض الطلب الأساسي أو التسجيل المترتب عليه أو التسجيل الأساسي، حسب الحال، أو إلغائه أو شطبه أو إبطاله أو سحبه، شرط بدء الاستئناف أو الدعوى أو الاعتراض قبل انقضاء الفترة المذكورة. وينطبق ذلك أيضا إذا سحب الطلب الأساسي أو إذا كان التسجيل المترتب على الطلب الأساسي أو التسجيل الأساسي موضع تخل، بعد انقضاء فترة الخمس سنوات، شرط أن يكون الطلب أو التسجيل المذكوران موضع الإجراء المشار إليه في البند "1" أو "2" أو "3" وقت السحب أو التخلي، وشرط بدء ذلك الإجراء قبل انقضاء الفترة المذكورة). كما نصت المادة (06) 3/ من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 على: ( لا يجوز التمسك كليًا أو جزئيًا بالحماية الناجمة عن التسجيل الدولي، سواء أكان محل نقل أم لا، إذا أصبحت العلامة الوطنية السابق تسجيلها في بلد المنشأ وفقًا لأحكام المادة الأولى لا تتمتع كليًا أو جزئيًا بالحماية القانونية في هذا البلد خلال السنوات الخمس التالية لتاريخ التسجيل الدولي. وينطبق هذا الحكم أيضا إذا انتهت الحماية القانونية فيما بعد نتيجة لرفع أي دعوى قبل انقضاء مهلة الخمس سنوات).

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

الدولي في الحدود الممكنة، ويجب على المكتب الدولي أن يبلغ الأطراف المعنية بما أخطر به من مكتب المنشأ، وأن يجري كل نشر مطلوب (نشر قرار الشطب في جريدة الويبو)<sup>1</sup>.

### ثالثاً: تحويل التسجيل الدولي للعلامة إلى طلبات وطنية أو إقليمية:

ذكرنا سابقاً بأن التسجيل الدولي للعلامة التجارية يرتبط بالتسجيل الوطني لها أثناء فترة الخمس سنوات الأولى من تاريخ تسجيلها الدولي، وهذا الارتباط بينهما يتيح اللجوء إلى ما يسمى بالطعن المركزي في العلامة، وإن تم هذا الطعن فسيؤدي إلغاء التسجيل الوطني الأساسي أو انقضاؤه خلال الخمس سنوات المذكورة إلى إلغاء التسجيل الدولي للعلامة التجارية في جميع الدول التي تم التسجيل فيها بناء عليه، وقد يتم هذا الإلغاء نتيجة قرار صادر عن المحكمة أو إلغاء طوعي نتيجة عدم تجديد هذا التسجيل.

فنتيجة لما قد يترتب عن شطب التسجيل وإبطال آثاره، من ضياع للحقوق، وللتخفيف من آثار الطعن المركزي للتسجيل الوطني للعلامة، فقد تضمن بروتوكول اتفاق مدريد ميزة وهي أن صاحب العلامة يمكن له أن يحوّل التسجيل الدولي للعلامة الذي يملكه إلى طلبات وطنية أو إقليمية، وذلك بأن يودع صاحب التسجيل الدولي طلباً لتسجيل العلامة نفسها لدى أي طرف من الأطراف المتعاقدة التي سبق تعيينها بناء على البروتوكول، والتي كان التسجيل الدولي نافذاً في أراضيها، وبشرط أن يودع هذا الطلب في غضون ثلاثة أشهر من تاريخ شطب التسجيل، وأن تكون السلع والخدمات المذكورة في الطلب مشمولة فعلاً بقائمة السلع والخدمات الواردة في التسجيل الدولي بالنسبة إلى الطرف المتعاقد المعني<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المادة (06) /4 من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07.

وذهبت في نفس الاتجاه المادة (06) /4 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً، إذ نصت على: ( في حالة الشطب الطوعي أو التلقائي، على إدارة بلد المنشأ أن تطلب شطب العلامة إلى المكتب الدولي الذي يقوم بشطبها . وفي حالة رفع أي دعوى إلى القضاء، يتعين أيضاً على الإدارة المذكورة أن ترسل إلى المكتب الدولي إما تلقائياً أو بناءً على طلب المدعي صورة عن عريضة رفع الدعوى إلى القضاء أو أية وثيقة أخرى تثبت رفع الدعوى، وكذلك صورة عن الحكم النهائي. وينبغي للمكتب الدولي أن يقيد ذلك في السجل الدولي).

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07. المادة (09) (خامساً) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

وعند تحويل التسجيل الدولي إلى طلبات وطنية يتم الاحتفاظ بتاريخ الأولوية الأصلي<sup>1</sup>، ويعامل هذا الطلب كما لو كان قد أودع في تاريخ التسجيل الدولي أو في تاريخ التعيين اللاحق للطرف المتعاقد المعني (تاريخ قيد تمديد الحدود الإقليمية)، فهذه الطلبات تستفيد من التاريخ الذي تم فيه تقديم التسجيل الدولي، ولا يمكن الاستفادة من هذا الخيار إذا كان الطرف المتعاقد معيّنًا بناءً على اتفاق مدريد<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: تقييم نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات

لكي نصل إلى تقييم صحيح ودقيق لنظام مدريد بما فيه الاتفاق والبروتوكول، ومعرفة الدور الذي يمكن أن يؤديه هذا النظام تجاه مالك العلامة التجارية، الشركات التجارية، الاقتصاد الوطني خاصة عندما يتعلق الأمر بتسجيل العلامة التجارية وحمايتها في عدة دول، لذا سنتعرض بشيء من التفصيل لسليبات اتفاق مدريد الداعية لإبرام الاتفاق (الفرع الأول) وإلى الاختلافات الموجودة بين الاتفاق والبروتوكول (الفرع الثاني) لنصل في الأخير إلى المزايا أو الفوائد التي يقدمها نظام مدريد (الفرع الثالث).

### الفرع الأول: سليبات اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التي دعت لإبرام بروتوكول

#### اتفاق مدريد

امتنتعت العديد من الدول عن الانضمام إلى اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، وأهم هذه الدول: الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان و بريطانيا، فهذه الدول درست في ستينيات القرن الماضي إمكانية الانضمام لاتفاق مدريد، إلا أنها وجدت بأنه يتضمن نصوصاً ليست في مصلحة مالكي العلامات التجارية من مواطنيها، زيادةً على أنها لا تتوافق مع القوانين السارية فيها، وهذه النصوص تشمل ما يلي<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> – Jeffrey M. Samuels , Linda B. Samuels, op.cit, p 154.

أي يحتفظ صاحب الطلب بتاريخ الإيداع الفعلي للتسجيل الدولي الأصلي

– Timothy W.Blakely, op.cit, p 319.

<sup>2</sup> – المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07.

المادة (09) (خامساً) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> – Ash Nagdev, Statistical analysis of the United States's accession to The Madrid Protocol, Northwestern journal of technology and intellectual property, school of law, Northwestern university, volume 6, issue 2, Spring 2008, pp 214-217. Timothy W.Blakely, op.cit, p 317.

–Lu Bingbin, Madrid System for the International Registration of Marks : An Updated Overview. مشار إليه لدى عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 310، 312.

### أولاً: شرط تسجيل العلامة التجارية:

لكي يتمكن صاحب العلامة التجارية من التقدم بطلب دولي لتسجيل وحماية علامته، فإن اتفاق مدريد يشترط أن تكون العلامة مسجلة في بلد المنشأ، أي يشترط وجود تسجيل وطني للعلامة التجارية<sup>1</sup>، فلا يكفي وجود طلب تسجيل فقط. ونظراً لأن إجراءات تسجيل العلامات التجارية تختلف بشكل كبير من بلد إلى آخر، فإن تلك البلدان التي لديها عمليات تسجيل صارمة و طويلة الأمد فإن اتفاق مدريد لا يناسبها، مقارنة مع البلدان التي تكون عمليات التسجيل فيها أقل صرامة و قصيرة المدة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية نجد أن عملية و إجراءات تسجيل العلامات التجارية معقدة و تستغرق زمناً أطول مقارنة بالعديد من البلدان الأخرى، و بالتالي فشرط التسجيل هنا يشكل ضرراً للشركات و مالكي العلامات الأمريكية، لأن ذلك قد يتسبب في خسارتهم للعلامات لاحتمال أن يسبقهم إلى تسجيلها و ملكيتها مقدمي طلبات التسجيل من الدول الأخرى التي لديها إجراءات سهلة و تستغرق زمناً قصيراً<sup>2</sup>.

ثانياً: المهلة الزمنية المخصصة لدراسة طلب التسجيل الدولي للعلامة (الإطار الزمني لرفض التسجيل)

يمنح اتفاق مدريد لكل دولة متعاقدة مهلة اثني عشر (12) شهراً لرفض طلب التسجيل الدولي للعلامة<sup>3</sup>، وإذا لم يتم الرفض خلال هذه المهلة فإن طلب التسجيل الدولي يعد مقبولاً بصفة آلية. لكن هذه المهلة تعتبر قصيرة جداً بالنسبة للبلدان ذات إجراءات الفحص الطويلة<sup>4</sup>. وبما أن مهلة فحص طلب التسجيل في الولايات المتحدة تأخذ وقتاً أطول لقبول الطلب أو رفضه، فإن هذا النص يلزم مكتب تسجيل البراءات والعلامات التجارية في الولايات المتحدة عند فحص الطلبات و دراستها أن يمنح الأهمية و الأسبقية لطلبات التسجيل التي تقدم طبقاً لاتفاق مدريد من أجل الوفاء بمهلة الاثني عشر شهراً، وهذا

<sup>1</sup> - المادة 1 / 2 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - Ash Nagdev, op.cit, p 215.

<sup>3</sup> - المادة 5 / 2 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

<sup>4</sup> - Timothy W.Blakely, op.cit, p 317.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

سيؤدي حتماً إلى تأخير عملية تقديم وفحص طلبات التسجيل المحلية المقدمة في الولايات المتحدة الأمريكية<sup>1</sup>.

### ثالثاً: آثار الطعن المركزي في العلامة التجارية:

رأينا سابقاً بأن التسجيل الدولي للعلامة التجارية يرتبط بالتسجيل الوطني لها (تسجيلها في بلد المنشأ) خلال فترة السنوات الخمس الأولى اللاحقة لتسجيلها الدولي (أي ابتداءً من تاريخ تسجيلها الدولي)، هذه الخاصية في الاتفاق تسمح باللجوء إلى ما يسمى بالطعن المركزي في العلامة، إذ يترتب على إلغاء التسجيل الوطني أو انقضاؤه أثناء فترة السنوات الخمس المشار إليها نتائج هامة تتمثل في إلغاء (شطب) التسجيل الدولي للعلامة التجارية في جميع الدول المتعاقدة التي تم التسجيل فيها بالاستناد إليه، وسواءً تم ذلك نتيجة لقرار صادر من محكمة أو إلغاء طوعي أو نتيجة عدم تجديد لهذا التسجيل، فالإلغاء والتسجيل و إبطال أثره ينتج عنه ضياع الحقوق<sup>2</sup>. وهذا ما يشكل ضرراً للمالكين العلامات التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية لأن هناك أسباب كثيرة للطعن في صحة تسجيل العلامات التجارية في قانون العلامات التجارية الأمريكي بالمقارنة مع قوانين معظم الدول الأخرى<sup>3</sup>.

### رابعاً: لغة اتفاق مدريد:

يعتمد اتفاق مدريد على لغة رسمية وحيدة هي الفرنسية<sup>4</sup>، وهذا يتطلب أن تقوم مكاتب تسجيل العلامات للدول غير الناطقة بالفرنسية مثل بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية بترجمة جميع الوثائق المتعلقة

<sup>1</sup> - Ash Nagdev, op.cit, pp 216, 217. Marshall A.Leaffer, op.cit, p 13.

<sup>2</sup> - المادة (06) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07. إذا تم إلغاء التسجيل الأساسي لمالك العلامة التجارية في فترة الخمس سنوات من التسجيل الدولي، فسيتم أيضاً إلغاء التسجيل الدولي و جميع التسجيلات الوطنية المستندة إليه. Ash Nagdev, op.cit, p 216. فإبطال التسجيل بموجب الطعن المركزي سيؤدي إلى إلغاء جميع الحقوق، كما أن جميع تمديدات الحماية في البلدان المعنية ستلغى كذلك. Timothy W.Blakely, op.cit, p 317.

<sup>3</sup> - Ash Nagdev, op.cit, p 216.

<sup>4</sup> - المادة 1/17 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

بالتسجيلات والتي تقدم إلى مكاتبها، من الإنجليزية إلى الفرنسية، وهذا يتطلب وقتاً أكثر وتكاليف إضافية<sup>1</sup>، ما يمثل عقبات إجرائية أكبر للبلدان غير الناطقة بالفرنسية<sup>2</sup>.

خامساً: جدول الرسوم المنخفضة :

اعتماداً على وجهة نظر الأمريكيين فإن اتفاق مدريد يفرض جدول رسوم منخفضة مقارنة مع الرسوم التي يتم فرضها على مقدمي طلبات التسجيل الوطنية للعلامات، وبما أن مكتب تسجيل البراءات والعلامات الأمريكي يعتمد بصفة كلية في تمويله على هذه الرسوم، و بالتالي يفهم من ذلك أن مالكي العلامات التجارية الأمريكيين هم من سيقع على عاتقهم تمويل طلبات تسجيل العلامات الدولية، و الأكد أن هذا الأمر لا يقبله مكتب تسجيل البراءات والعلامات الأمريكي<sup>3</sup>.

الفرع الثاني: الاختلافات الموجودة بين اتفاق مدريد وبروتوكول اتفاق مدريد:

أبدت العديد من الدول رفضها للانضمام إلى اتفاق مدريد، وقدّمت اعتراضاتها بشأنه، لذا أخذت المنظمة العالمية للملكية الفكرية على عاتقها دراسة هذه الاعتراضات و إيجاد حلول توفيقية لها، لهذا رأت المنظمة أن في تعديل بعض الأحكام من شأنه أن يحفز الدول الراضية لكي تنضم إلى نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، لذا تم إقرار بروتوكول اتفاق مدريد، و من المنطقي أن تكون هناك اختلافات بين الاتفاق والبروتوكول و بسبب التعديلات الحاصلة وافقت العديد من الدول على الانضمام إلى البروتوكول منها الولايات المتحدة الأمريكية التي انضمت في 2 نوفمبر سنة 2003، إذاً فالبروتوكول تم تبنيه من أجل إدخال نصوص جديدة لنظام مدريد، وهذا لمعالجة الصعوبات التي تمنع بعض الدول من الانضمام إلى اتفاق مدريد، لهذا سنتناول الاختلافات بين البروتوكول والاتفاق كما يلي<sup>4</sup> :

<sup>1</sup> - Marshall A.Leaffer, op.cit, p 14. Ash Nagdev, op.cit, p 217. Peter Wilner, op.cit, p 24.

<sup>2</sup> - Timothy W.Blakely, op.cit, p 320.

<sup>3</sup> - Ibid, p 317.

-عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 312. المادة (08) من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

<sup>4</sup> - Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), Guide pour l'enregistrement international des marques en vertu de l'Arrangement de Madrid et du Protocole de Madrid (partie A), op.cit, pp 5, 6. Lu Bingbin, Madrid System for the International Registration of Marks : An Updated Overview. ص 313، 314. مشار إليه لدى عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 313، 314. Ash Nagdev, op.cit, p 217.

أولاً: أساس التسجيل الدولي للعلامة :

بحسب البروتوكول يمكن للمعني صاحب العلامة أن يقدم طلب التسجيل الدولي لعلامته بالاعتماد على مجرد طلب تسجيل وطني سابق فقط، أو بالاستناد إلى تسجيل وطني (أي أن تكون العلامة مسجلة)<sup>1</sup>، وهذا بخلاف اتفاق مدريد الذي يشترط القيام بتسجيل وطني (أن تكون العلامة مسجلة لدى مكتب المنشأ) لكي يتم قبول طلب التسجيل الدولي، لأن اتفاق مدريد لا يسمح بالاستناد إلى مجرد طلب تسجيل وطني سابق، لكي يتم قبول طلب التسجيل الدولي<sup>2</sup>.

ثانياً: المهلة الزمنية المخصصة لرفض تسجيل العلامة :

حسب اتفاق مدريد يجب على الإدارات الوطنية (المكاتب الوطنية) التي ترفض تسجيل العلامة ولا تقبل بمنح الحماية لهذه العلامة على أراضيها، أن تعلن عن رفضها خلال مهلة اثني عشر شهراً من تاريخ تقديم الطلب (من تاريخ التسجيل الدولي)<sup>3</sup>، لكن وفقاً لبروتوكول اتفاق مدريد، يجوز للطرف المتعاقد (الدولة) أن يمدد المهلة الممنوحة للرفض إلى 18 شهراً، ويجوز أيضاً إعلان الرفض بعد انقضاء مهلة 18 شهراً بشروط<sup>4</sup>. و التمديد بهذا الشكل للإطار الزمني المخصص لدراسة الطلبات، سيعطي الفرصة للبلدان التي لديها عمليات تسجيل صارمة و عدد كبير من إيداعات العلامات التجارية، مثل الولايات المتحدة الأمريكية و سيمنحها الوقت الكافي لمعالجة الطلبات الوطنية و طلبات الويبو دون الحاجة إلى إعطاء الأولوية بشكل غير عادل لطلبات الويبو<sup>5</sup>.

ثالثاً: تحصيل الرسوم و توزيعها :

وفقاً لاتفاق مدريد يتم تحصيل رسوم موحدة على طلب التسجيل الدولي للعلامة، وأن يتم توزيع هذه الرسوم بالتساوي على جميع البلدان الأطراف في الاتفاق<sup>6</sup>، بغض النظر عن عدد الطلبات الدولية التي

<sup>1</sup> - المادة 2 / 1 من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

<sup>2</sup> - المادة 1 / 2 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> - المادة 5 / 2 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

<sup>4</sup> - المادة 5 / 2 من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

<sup>5</sup> - Ash Nagdev , op.cit, p 218.

<sup>6</sup> - المادة 8 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

تمت معالجتها في كل بلد متعاقد أو مبلغ الموارد والنفقات التي تم تخصيصها لعملية فحص طلبات التسجيل من طرف البلدان المتعاقدة الأطراف في الاتفاق<sup>1</sup>.

إلا أن بروتوكول اتفاق مدريد ألغى التوزيع غير المنطقي للرسوم، إذ أصبح بإمكان البلدان الأعضاء في البروتوكول أن تفرض رسومها الوطنية الخاصة بها عند قيامها بفحص طلبات التسجيل الدولية<sup>2</sup>، وبذلك فمكاتب تسجيل العلامات وفق بروتوكول مدريد يمكن لها أن تحصل رسوم أكثر مقارنة باتفاق مدريد.

### رابعاً: اللغة المعتمدة:

فرض اتفاق مدريد على صاحب العلامة التجارية بأن يكون طلب التسجيل الدولي للعلامة محمراً باللغة الفرنسية فقط<sup>3</sup>، لكن بروتوكول مدريد عدّل هذه المسألة وسمح بأن يجرى الطلب الدولي باللغة الفرنسية أو الإنجليزية أو الإسبانية<sup>4</sup>.

### خامساً: آثار الطعن المركزي بالتسجيل الوطني للعلامة التجارية:

رغم أن بروتوكول اتفاق مدريد قد أبقى على خاصية الطعن المركزي بالتسجيل الوطني للعلامة التي نصّ عليها اتفاق مدريد<sup>5</sup>، لكنّه خفّف من الآثار المترتبة على هذا الطعن، فحسب البروتوكول إذا تم الطعن بالتسجيل الوطني (التسجيل الأساسي للعلامة أو الطلب الأساسي لها)، وتم إلغاؤه أو الإقرار بعدم صحته خلال مهلة الخمس سنوات من تاريخ التسجيل الدولي للعلامة، فلتجنب المزيد من ضياع الحقوق بسبب إبطال أو إلغاء التسجيل، حاول البروتوكول التخفيف من الآثار السلبية لهذا الطعن، فنص على ميزة وهي أنه يمكن لمالك العلامة التجارية أن يحوّل التسجيلات الدولية (التي كانت محل شطب أو إلغاء) إلى طلبات وطنية أو جهوية وذلك بتقديم طلب تسجيل للعلامة نفسها لدى مكتب أي طرف من الأطراف المتعاقدة التي كان التسجيل الدولي نافذاً في أراضيها، وهذا الطلب يعد كما لو كان قد أودع في تاريخ

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 314.

<sup>2</sup> - المادة 8 من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

<sup>3</sup> - المادة 17 / 1 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.

<sup>4</sup> - المادة 16 / 1 من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً.

<sup>5</sup> - المادة 6 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، المشار إليه سابقاً.



## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

التسجيل الدولي أو في تاريخ التعيين اللاحق للطرف المتعاقد المعني<sup>1</sup> (أي أن مقدم الطلب هنا يستفيد من مدة التسجيل الدولي، أي يحافظ على التاريخ الذي تم فيه تقديم طلب التسجيل الدولي الأول) وهذه الميزة لا توجد في اتفاق مدريد. فمالك العلامة هنا عندما يحول التسجيل الدولي إلى طلبات وطنية فهو يحتفظ بتاريخ الأولوية الأصلي<sup>2</sup>.

### الفرع الثالث: مزايا نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات

يعتبر نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات نظام فعال و بسيط و لا يستطيع مالكو العلامات الاستغناء عنه سواء كانوا أفراداً أو شركات (أولاً)، كما أن هذا النظام يعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني و على مكاتب العلامات (ثانياً)، و تستفيد أيضاً المؤسسات الاقتصادية من هذا النظام لأنه يسمح لها بحماية علاماتها في جميع الدول الأطراف بإجراءات بسيطة و بأقل تكلفة (ثالثاً).

### أولاً: مزايا نظام مدريد بالنسبة لمالكي العلامات التجارية:

يعود نظام مدريد بمزايا عديدة على مالكي العلامات التجارية سواء كانوا من الشركات أو الأفراد، فهو يسمح لهم بحماية علاماتهم في بلدان متعددة عن طريق إجراء سهل واقتصادي .

فبعد تسجيل العلامة الأساسية أو إيداع طلب تسجيلها لدى مكتب المنشأ، ليس على المالك إلا أن يودع طلباً دولياً واحداً (لدى المكتب الدولي عن طريق المكتب الوطني) بلغة واحدة وأن يسدّد رسماً واحداً بعملة واحدة، فهذا يعتبر إجراء بسيط يضمنه نظام مدريد، عوضاً عن إيداع طلبات منفصلة لدى مكاتب العلامات التجارية في مختلف الأطراف المتعاقدة والتي يرغب صاحب العلامة في حماية علامته لديها، باستعمال لغات مختلفة، وتسديد رسوم لكل مكتب بعملة مختلفة، وبالتالي فالإجراءات الوطنية

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عدة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 07. المادة 9 (خامساً) من بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، المشار إليه سابقاً . وقد تضمنت هذه المادة على ميزة تحويل التسجيل الدولي إلى طلبات وطنية أو إقليمية، وذكرت أن ذلك يتم بشروط محدّدة وذلك بأن يتم تقديم الطلب لدى مكتب أي طرف من الأطراف المتعاقدة وأن يتم في غضون 3 أشهر من تاريخ شطب التسجيل الدولي، وأن تكون السلع والخدمات المذكورة في الطلب مشمولة فعلاً بقائمة السلع والخدمات الواردة في التسجيل الدولي بالنسبة إلى الطرف المتعاقد المعني، وأن يراعى دفع الرسوم المطلوبة.

<sup>2</sup> - Jeffrey M. Samuels , Linda B. Samuels, op.cit , p 154.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

أو الإقليمية المختلفة التي تتضمن لغات متعدّدة وتسديد رسوم بعملات مختلفة تنجم عنها نفقات كبيرة تخص الترجمة وصرف العملات<sup>1</sup>.

هناك ميزة أخرى لنظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات وهي أنّ أي تغييرات لاحقة على التسجيل الدولي، كتغيير اسم مالك العلامة أو عنوانه، أو إذا حصل تغيير في ملكية العلامة التجارية (جزئياً أو كلياً) أو الترخيص باستعمالها، أو إذا كان هناك انتقاص من قائمة السلع والخدمات، هنا يمكن أن يتم قيد هذه التغييرات في جميع الدول المحددة في طلب التسجيل الدولي، وإنفاذها فيها من خلال اتخاذ إجراء واحد يتمثل في التقدم بطلب واحد لدى المكتب الدولي وتسديد رسم واحد بعملة واحدة<sup>2</sup>.

إضافة إلى هذه الميزات، فوفقاً لنظام مدريد فإنّ مالك العلامة التجارية لا يضطر إلى انتظار مكتب كل طرف متعاقد يلتزم لديه الحماية ريثما يبت في تسجيل العلامة، فإذا لم يتم المكتب بتبليغ رفضه خلال المهلة المحددة، تعتبر العلامة التجارية محمية بصفة تلقائية في أراضي الطرف المتعاقد المعني، بل إن مالك العلامة في بعض الحالات لا يضطر إلى انتظار هذه المهلة لكي يعلم أن العلامة محمية في الطرف المتعاقد، إذ يمكن له أن يحصل على بيان بمنح الحماية من مكتب ذلك الطرف المتعاقد قبل انقضاء المهلة المحددة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية: عدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 01. بمعنى آخر، إذا أراد صاحب العلامة التجارية المسجلة أو التي تم إيداع طلب تسجيلها لدى بلد المنشأ، أن يحمي علامته في عدة دول فبدلاً من إيداع عدة طلبات وطنية في جميع البلدان المعنية (أي التي يريد حماية علامته فيها) وتحريرها بلغات متعددة وفقاً للقواعد والأنظمة الإجرائية الوطنية والإقليمية المتباينة ودفع عدد معتبر من الرسوم المختلفة (غالباً ما تكون مرتفعة) بعملات مختلفة، هنا يأتي نظام مدريد بالبديل وهو أن يتم التسجيل الدولي (بغرض حماية العلامة) بمجرد إيداع طلب دولي واحد لدى المكتب الدولي عن طريق المكتب الوطني، محرّر بلغة واحدة (الإنجليزية أو الفرنسية أو الإسبانية) وتسديد مجموعة واحدة من الرسوم فقط بعملة واحدة. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول اتفاق مدريد (لسنة 1989)، المرجع السابق، ص 2.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 02.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، المرجع السابق، ص 11.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

ثانياً: فوائد نظام مدريد العائدة على الاقتصاد الوطني ومكاتب العلامات التجارية:

يعود نظام مدريد بالفائدة على الاقتصاد الوطني للبلد المنضم، فهو يدعم صادرات البلد ويشجعها من خلال تسهيل حماية علاماته التجارية في البلدان الأخرى، و زيادة على ذلك، فنظام مدريد يسمح للأفراد والشركات القائمة في أراضي الأطراف المتعاقدة الأخرى بموجب نظام مدريد، بالحصول على الحماية لعلاماتهم في أراضي البلد المنضم بسهولة أكبر، لأنه بإمكانهم التماس أو الحصول على الحماية لعلاماتهم في أي بلد من الأطراف المتعاقدة بمجرد تعيين هذا البلد في طلب التسجيل الدولي أو في تعيين لاحق، و هذه الوسيلة تساعد في توفير الجو الملائم للاستثمارات الأجنبية في البلد<sup>1</sup>.

يعتبر نظام مدريد نظاماً مفيداً لمكاتب تسجيل العلامات التجارية الوطنية، إذ يوفر عليها عناء التحقق من استيفاء الطلب للشروط الشكلية أو تصنيف السلع والخدمات أو نشر العلامات، بما أن المكتب الدولي للويبو هو الذي يتولى القيام بهذه الأمور الإدارية، وبالتالي فالمكاتب الوطنية تركز عملها فقط على الفحص الموضوعي، وهنا يقدم المكتب الدولي تعويضات للمكاتب الوطنية عن العمل الذي تؤديه بفضل الرسوم المسددة، وتمثل هذه الرسوم في الرسوم الفردية التي يقوم بتحصيلها المكتب الدولي وبحولها إلى الأطراف المتعاقدة التي سُددت تلك الرسوم بالنسبة إليها، أما فيما يخص الرسوم التكميلية والإضافية فتوزعها الويبو سنوياً على الأطراف المتعاقدة التي لا تحصل الرسوم الفردية، وذلك بحسب عدد التعيينات التي تهم كل طرف منها، وإذا أفلتت مصالح التسجيل الدولية المكتب الدولي حساباتها بالفائدة هنا تقوم بتوزيع هذه الفوائد على الأطراف المتعاقدة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، عُدّة الانضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المرجع السابق، ص 02. راجع أيضاً المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية، ندوة الويبو الإقليمية للدول العربية حول التشجيع على الانضمام إلى نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات نظمها الويبو، القاهرة، من 9 إلى 11 يولييه/ تموز 2007، ص 4. وثيقة منشورة بالموقع الإلكتروني للويبو:

[https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.wipo.int%2Fedocs%2Fmdocs%2Farab%2Far%2Fwipo\\_tm\\_cai\\_07%2Fwipo\\_tm\\_cai\\_07\\_1.doc&wdOrigin](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.wipo.int%2Fedocs%2Fmdocs%2Farab%2Far%2Fwipo_tm_cai_07%2Fwipo_tm_cai_07_1.doc&wdOrigin)

تحت رقم : WIPO/TM/CAI/07/1

تاريخ الاطلاع : 23 - 01 - 2023.

<sup>2</sup> - Bureau International de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), l'Arrangement de Madrid Concernant l'Enregistrement International des Marques et le Protocole relatif à cet Arrangement, Séminaire d'introduction à la propriété industrielle,

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقاً للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية تريبس

ثالثاً: فوائد نظام مدريد بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية (الشركات):

يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة أن تحمي علاماتها في جميع الدول الأعضاء اعتماداً على نظام مدريد، وتستفيد من مزايا هذا النظام، بالحد من الإجراءات الشكلية وتبسيطها، وتقليص النفقات والتكاليف إلى حد بعيد، فمودع الطلب يكفي بإيداع طلب دولي واحد (من أجل التسجيل والحماية في عدة دول) باستخدام لغة واحدة وتسديد مجموعة واحدة من الرسوم بعملة واحدة، ومراقبة تاريخ واحد للتجديد لأن تجديد التسجيل يتم بإجراء واحد، وأي تغييرات تحصل في ملكية العلامة (المملوكة للشركة) أو اسم صاحبها أو عنوانه تتم بإجراء واحد فقط، فتخفيض التكاليف وفق هذا النظام قد يزيد من فرص تحقيق الأرباح للشركات الصغيرة والمتوسطة، ومن المحتمل أن يشجعها ذلك على المضي قدماً إلى توسيع نطاق حماية علاماتها التجارية في الخارج<sup>1</sup>.

إذاً نظام مدريد هو نظام عالمي يسمح بحماية العلامات التجارية في عدد كبير من البلدان لعدّة شركات وخاصة الصغيرة والمتوسطة والتي لولا ذلك لما تيسر لها حماية علاماتها على الصعيد الدولي فهو يتيح إجراءات أقل تكلفة وأقل تعقيداً<sup>2</sup>.

فالشركة تستأثر بالحق في تسويق منتجاتها وسلعها في الأسواق الأجنبية (أسواق الدول الأخرى) اعتماداً على العلامة التجارية التي قامت بتسجيلها وبالتالي حمايتها في تلك الأسواق، وهذا ما يضمن لها كما سبق القول، الحق في احتكار (استئثار) تسويق منتجاتها بتلك الأسواق، وأن تضمن كذلك وقف تقليد علاماتها ومنتجاتها، كما يسمح تسجيل العلامة في الدول الأجنبية للشركة بالترخيص لأشخاص آخرين أو لشركات أخرى بالانتفاع بالعلامة التجارية<sup>3</sup>، فالاعتماد على نظام مدريد وفق ما ذكرناه، يترتب عنه أن الشركة لا تحتاج إلى وكيل خاص للعلامة التجارية في كل دولة تسعى الشركة إلى تسجيلها<sup>4</sup>.

Genève, document n° ISIP/97/5, 3-5 Septembre 1997, p 8. Disponible sur le site de : L'OMPI : <https://www.wipo.int>. Date de visite : 05/02/2019.

<sup>1</sup> - شعبة الإعلام والترويج، قطاع العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية، "مزايا نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات بالنسبة إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة"، المرجع السابق، ص 02.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 01.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>4</sup> - Ash Nagdev, op.cit, p 218.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب" اتفاقية تريبس " وما بعدها

رغم أن الاتفاقيات الدولية التي أبرمت قبل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب" اتفاقية تريبس " لعبت دورا كبيرا في تنظيم و حماية حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية، إلا أن التطور الحاصل زاد من سهولة انتقال البضائع و الخدمات بين الدول وتدفعها عبر مختلف الأسواق العالمية، وازدادت معها الاعتداءات على حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية و براءات الاختراع،... وهنا أصبحت الاتفاقيات السابقة لاتفاقية تريبس غير فعالة فيما يخص حماية هذه الحقوق، والسبب يرجع إلى أن هذه الاتفاقيات قد أهملت مسألة إنفاذ حقوق الملكية الفكرية.

لهذا دول العالم خاصة الدول الصناعية منها أمريكا ودول الاتحاد الاوروي اهتمت بفكرة إنشاء اتفاقية جديدة لتدارك العديد من النقائص في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية وخاصة مسألة الإنفاذ، لتوفير أكبر قدر من الحماية لهذه الحقوق، وهنا كانت الحاجة ماسة إلى إعادة تنظيم قواعد أو حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة، فتم توقيع الاتفاق في 15 أبريل سنة 1994 على إنشاء منظمة التجارة العالمية من خلال اتفاقية أبرمت في مدينة مراكش بالمغرب على ضوء مفاوضات جولة أوروغواي التي تم عقدها في إطار اتفاقية الغات وقد تولد عن اتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية العديد من الاتفاقيات من بينها اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب" اتفاقية تريبس"، و دخلت حيز التنفيذ في 1 جانفي 1995<sup>1</sup>، فهذه الاتفاقية أتت بالحلول المنتظرة، فإلى جانب أنها نصت على الأحكام والقواعد الموضوعية المتعلقة بتنظيم و حماية حقوق الملكية الفكرية في جميع الدول الأعضاء في منظمة

<sup>1</sup> - و نشير هنا إلى أن تاريخ توقيع الاتفاقيتين (اتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية ، و اتفاقية تريبس) هو نفس التاريخ المذكور أعلاه، و هو 15 أبريل 1994 و تاريخ دخول الاتفاقيتين حيز التنفيذ هو نفس التاريخ المذكور، و هو 1 جانفي 1995، لأن هذه الاتفاقيات أبرمت جميعها بموجب اتفاقية مراكش.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

التجارة العالمية، نصت كذلك على قواعد إنفاذ حقوق الملكية الفكرية<sup>1</sup> وهي إجراءات صارمة لضمان تنفيذ أحكام الحماية التي نصت عليها الاتفاقية وهذا في الدول الأعضاء (المبحث الأول).

ورغم ما وفرته اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب "اتفاقية تريبس" من قواعد حماية فعالة ، إلا أن نظام العلامات التجارية كان في حاجة إلى مراجعة من الجانب الإجرائي فيما يخص إجراءات تسجيل العلامات التي كانت إجراءات غير منسقة ومرهقة وتستغرق وقتا طويلا، لذا انصبت جهود الدول رفقة المنظمة العالمية للملكية الفكرية " الويبو " على بلورة معاهدة توحيد و تبسط إجراءات تسجيل العلامات وهذا ما حدث سنة 1994، كما أن تطور وسائل الاتصال الحديثة و ظهور أنواع جديدة من العلامات غير التقليدية التي لم تكن معروفة من قبل، أظهر الحاجة إلى معاهدة جديدة تعالج النقائص التي كانت موجودة في معاهدة 1994 وتستوعب التطورات الحاصلة في ميدان العلامات، لذا تم إبرام معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات عام 2006 (المبحث الثاني).

<sup>1</sup> - حول قواعد الإنفاذ : ذكرنا سابقا أن اتفاقيات حماية حقوق الملكية الفكرية التي سبقت اتفاقية تريبس كانت تضع قواعد عامة فيما يتعلق بتنظيم و حماية حقوق الملكية الفكرية و تعطي للبلدان الأعضاء في غالب الأحيان صلاحيات واسعة بأن تضع في تشريعاتها الوطنية القواعد و الإجراءات التفصيلية الخاصة بتنظيم و إنفاذ الحماية. بمعنى آخر، أن هذه الاتفاقيات قد أغفلت مسألة مهمة و هي إنفاذ حقوق الملكية الفكرية ، و اكتفت بوضع قواعد عامة لتنظيم حقوق الملكية الفكرية و توفير الحماية لها على المستوى الدولي، بدون أن تضع قواعد و إجراءات و وسائل حماية تضمن من خلالها تنفيذ نصوص هذه الاتفاقيات في البلدان الأطراف، و تركت للتشريعات الوطنية للدول الأطراف حرية وضع قواعد الإنفاذ الملائمة، و المتمثلة في وسائل الحماية و إجراءات تنفيذها و هذا ما أدى إلى اختلاف هذه القواعد من دولة لأخرى و بالتالي اختلاف مستويات حماية هذه الحقوق و منها العلامات التجارية.

أما اتفاقية تريبس فقد أولت اهتماما بالغا بمسألة إنفاذ حقوق الملكية الفكرية ، فإضافة إلى أنها وضعت أحكام و قواعد قانونية عامة و ملزمة (لتوفير الحد الأدنى من مستويات الحماية ) ، و التي تنظم كافة حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية ، فإنها لم تترك للبلدان الأعضاء الحرية في تنظيم مسألة الإنفاذ بل هي من تولت ذلك. حيث حددت وسائل حماية متعددة لهذه الحقوق ووضعت إجراءات عامة و تفصيلية دقيقة لتوفير هذه الحماية و كيفية إنفاذها، و تلتزم البلدان الأعضاء باتباعها عند إنفاذها لنظام حماية حقوق الملكية الفكرية ، و هنا الاتفاقية ألزمت الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بالأخذ بهذه القواعد و الإجراءات و أن تراعيها في تشريعاتها القانونية الداخلية (قوانين الملكية الفكرية) ، و من بين هذه الإجراءات و الوسائل: الحماية المدنية ( الإجراءات المدنية و الإدارية)، الحماية الجنائية ( الإجراءات الجنائية)، التدابير المؤقتة، التدابير الحدودية ( الحماية الجمركية)... راجع حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص ص672، 676.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

المبحث الأول: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب" اتفاقية تريبس"

أنشئت منظمة التجارة العالمية<sup>1</sup> بموجب اتفاقية أبرمت في مدينة مراكش المغربية بتاريخ 15 أبريل 1994، ودخلت حيز التنفيذ في 1 جانفي 1995، وتم إبرام هذه الاتفاقية بمناسبة الانتهاء من جولة مفاوضات أوروغواي وهي آخر جولة للمفاوضات التجارية متعددة الأطراف التي عقدت في إطار " اتفاقية الغات" ( الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة )، وهنا تم تحويل الغات إلى منظمة التجارة العالمية. وقد انبثق عن اتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية العديد من الاتفاقيات من بينها " اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس" وبالتالي فمنظمة التجارة العالمية واتفاقية تريبس أنشأتا في نفس الاتفاقية، وحلت اتفاقية مراكش بإنشاء منظمة التجارة العالمية محل " اتفاقية الغات"<sup>2</sup>. وفي إطار مفاوضات الغات التي جرت عبر العديد من الجولات، تم التطرق لأول مرة في مفاوضات

<sup>1</sup> - منذ نهاية الحرب العالمية الثانية شهد العالم تغيرات سياسية و اقتصادية أدت إلى بداية ظهور نظام اقتصادي قائم على الحرية الاقتصادية، إذ حاولت الدول المنتصرة و على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية وضع نظام اقتصادي يحمي مصالحها، خاصة و أن العالم شهد مشكلات اقتصادية بسبب الكساد الاقتصادي في السنوات التي سبقت الحرب العالمية الثانية، إضافة إلى تزايد ظاهرة التقليد و القرصنة على المستويين الوطني و الدولي و عدم كفاية الأنظمة الدولية الموجودة لحماية حقوق الملكية الفكرية و ما نتج عن ذلك من خسائر لأصحاب المشاريع و الشركات المالكة لحقوق الملكية الصناعية. عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، المرجع السابق، ص ص89، 90. سماح محمدي، المرجع السابق، ص 173. لذا ظهرت الحاجة إلى التعاون الدولي لإقامة نظام تجاري دولي يؤدي إلى زيادة التبادل التجاري ، و ترجم ذلك من خلال مفاوضات تجارية متعددة الأطراف و التي سميت ب " الاتفاقية العامة للتعريفات و التجارة " المعروفة بالجات GATT، و قد تطورت اتفاقية الجات من خلال عدة جولات من المفاوضات ، بدءا بمؤتمر أو اتفاقية بريتون وودز سنة 1944 بالولايات المتحدة الأمريكية، و آخرها و أكبرها هي جولة أوروغواي التي استمرت من 1986 إلى 1994. و في 15 أبريل 1994 تم التوقيع على الوثيقة الختامية في المؤتمر الوزاري الذي عقد في مدينة مراكش بالمغرب في الفترة بين 12-16 أبريل 1994. عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، المرجع السابق، ص ص89، 90. حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص ص11، 12. انتهت هذه الجولة بالتوصل إلى صيغة للوثيقة الختامية للجولة و التي تضمنت كافة نتائج الجولة حيث ضمت كل الاتفاقيات و الوثائق وعددها حوالي 28 اتفاقية، كان أهمها اتفاقية مراكش بإنشاء منظمة التجارة العالمية. و هذه الاتفاقية تعتبر الاتفاقية الأم أو الرئيسية لأنها تشمل على كافة الاتفاقيات الأخرى التي تضمنتها الوثيقة الختامية على شكل ملاحق تحمل أرقام (1)، (2)، (3)، (4)، و تتضمن الملحق رقم (1) ج اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب " اتفاقية تريبس". حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 12.

<sup>2</sup> - حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص ص11، 12. عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، المرجع السابق، ص ص118، 119.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

جولة أوروغواي إلى حقوق أو قواعد الملكية الفكرية المتعلقة بالنظام التجاري متعدد الأطراف، نظرا لزيادة أهمية الملكية الفكرية في التجارة<sup>1</sup>.

وقد جاءت اتفاقية تريبس بأحكام عامة و أخرى تفصيلية فيما يخص طبيعة و نطاق الالتزامات، إذ ألزمت الاتفاقية البلدان الأعضاء بضرورة تنفيذ أحكام هذه الاتفاقية و تركت لها الحرية في تحديد الطريقة الملائمة لتنفيذ أحكام هذه الاتفاقية في إطار أنظمتها و أساليبها القانونية. كما أجازت لها أن تضع في قوانينها ما يتيح حماية أوسع من التي تتطلبها الاتفاقية، بشرط عدم مخالفة هذه الحماية لأحكام الاتفاقية<sup>2</sup>. فالاتفاقية لم تفرض على البلدان الأعضاء قواعد موضوعية أو إجرائية موحدة بخصوص حقوق الملكية الفكرية وإنما ألزمتها بتوفير الحد الأدنى للحماية التي نصت عليها الاتفاقية وعدم النزول عنها<sup>3</sup>. و هذا بالنسبة لجميع فئات أو فروع الملكية الفكرية التي عالجتها اتفاقية تريبس في الأقسام من 1 إلى 7 من الجزء الثاني من الاتفاقية وهي كالتالي: حقوق المؤلف و الحقوق المتعلقة بها (القسم 1)، العلامات التجارية (القسم 2)، المؤشرات الجغرافية (القسم 3)، التصميمات الصناعية (القسم 4)، براءات الاختراع (القسم 5)، التصميمات التخطيطية (الرسومات الطبوغرافية) للدوائر المتكاملة (القسم 6)، حماية المعلومات السرية (القسم 7)<sup>4</sup>.

كما أوجبت اتفاقية تريبس على البلدان الأعضاء تطبيق المعاملة المنصوص عليها في الاتفاقية على مواطني البلدان الأخرى الأعضاء، و أشارت الاتفاقية إلى أنه فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية ذات الصلة فإنه يعتبر من "مواطني البلدان الأخرى" الأشخاص الطبيعيين و الاعتباريين الذين يتوفرون على مقاييس الأهلية اللازمة للحماية التي تنص عليها اتفاقية باريس و اتفاقية برن و اتفاقية روما و معاهدة

<sup>1</sup> - See site of World Trade Organization : <https://www.wto.org/> . view at date :23-02-2022

نص اتفاقية تريبس متوفر على هذا الموقع.

<sup>2</sup> - الفقرة 1 من المادة 1 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 13.

<sup>4</sup> - الفقرة 2 من المادة 1 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبيس" وما بعدها

واشنطن بشأن الملكية الفكرية فيما يتعلق بالدوائر المتكاملة، كما لو أن جميع البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية كانت من البلدان التي وقعت على هذه الاتفاقيات<sup>1</sup>.

أما فيما يتعلق بعلاقة اتفاقية تريبيس بالمعاهدات الدولية المبرمة في مجال الملكية الفكرية، فاتفاقية تريبيس لم تنسخ أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية التي سبق إبرامها في مجال الملكية الفكرية وإنما شملت وطورت أحكام هذه الاتفاقيات. وهنا أحالت اتفاقية تريبيس إلى القواعد التي قررتها الاتفاقيات الدولية الرئيسية المبرمة سابقا في مجال حقوق الملكية الفكرية وألزمت البلدان الأعضاء بمراعاة بعض أحكام هذه الاتفاقيات، فيما يتعلق بالاتفاقيات الدولية التي عاجلت الملكية الصناعية أو العلامات التجارية نجد اتفاقية باريس، فاتفاقية تريبيس ألزمت البلدان الأعضاء في الاتفاقية، فيما يخص الأجزاء 2 و 3 و 4 من الاتفاقية، بمراعاة أحكام المواد من 1 إلى 12 والمادة 19 من اتفاقية باريس<sup>2</sup>، وتتضمن هذه المواد الأحكام المتعلقة بتنظيم وحماية عناصر الملكية الصناعية ومنها العلامات التجارية.

ما يلاحظ هنا أن اتفاقية تريبيس قد جمعت العديد من أحكام الاتفاقيات الدولية المهمة في مجال الملكية الفكرية وألزمت جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتطبيق أحكام هذه الاتفاقيات التي أحالت إليها دون تفرقة بين الدول التي انضمت إلى هذه الاتفاقيات والدول التي لم تنضم إليها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - الفقرة 3 من المادة 1 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبيس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 2 من اتفاقية تريبيس ، المشار إليها سابقا. و من الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها اتفاقية تريبيس لدينا : أن تلتزم البلدان الأعضاء في اتفاقية تريبيس بالأحكام التي تنص عليها المواد من 1 إلى 21 من اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية و الفنية (لسنة 1971) و ملحقها،(علما أنه تم تعديل هذه الاتفاقية في سنة 1979 ) ما عدا المادة 6 مكرر من اتفاقية برن فهي تستثنى من هذه الاحالة. راجع المادة 9 من اتفاقية تريبيس، المشار إليها سابقا. و أيضا أن توافق البلدان الأعضاء في اتفاقية تريبيس على منح الحماية للتصميمات التخطيطية (الرسومات الطبوغرافية) للدوائر المتكاملة وفقا لأحكام المواد من 2 إلى 7 ( باستثناء الفقرة 3 من المادة 6)، و المادة 12 و الفقرة 3 من المادة 16 من معاهدة واشنطن بشأن الملكية الفكرية فيما يتعلق بالدوائر المتكاملة (لسنة 1989) و أن تلتزم بالأحكام المذكورة في المواد المشار إليها. راجع المادة 35 من اتفاقية تريبيس، المشار إليها سابقا. و كذلك فقد أحالت اتفاقية تريبيس إلى بعض الأحكام التي تضمنتها "اتفاقية روما بشأن حماية فاني الأداء ومنتحي التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة لسنة 1961 " . راجع المادة 6/14 من اتفاقية تريبيس، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 15.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

أكدت اتفاقية تريبس من خلال ما ورد في ديباجتها أن الغاية التي تصبو إلى تحقيقها هي حرية التجارة أي تحرير التجارة العالمية من خلال تخفيض التشوهات و العراقيل أو الحواجز التي تعوق التجارة الدولية ، مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة تشجيع الحماية الفعالة و الملائمة لحقوق الملكية الفكرية، و ضمان ألا تصبح التدابير و الإجراءات المتخذة لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية حواجز في حد ذاتها أمام التجارة المشروعة، و من أجل تحقيق هذه الرغبة وضعت اتفاقية تريبس مجموعة من القواعد ، الأحكام و المبادئ، تلتزم بها البلدان الأعضاء في الاتفاقية<sup>1</sup>.

كما وضحت اتفاقية تريبس الأهداف الرئيسية التي تسعى إلى تحقيقها فنصت على أن تسهم حماية و إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في تشجيع روح الابتكار التكنولوجي، ونقل و تعميم التكنولوجيا بما يحقق المنفعة المشتركة لمنتجي المعرفة التكنولوجية و مستخدميها، بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية، والتوازن بين الحقوق و الواجبات<sup>2</sup>.

وقد نصت اتفاقية تريبس على المبادئ الأساسية<sup>3</sup> التي ينبغي على البلدان الأعضاء أن تراعيها عند وضع أو تعديل قوانينها أو عند اتخاذها لبعض الإجراءات ومن هذه المبادئ، اتخاذ التدابير اللازمة لحماية الصحة العامة والتغذية، اتخاذ التدابير اللازمة لخدمة المصلحة العامة في القطاعات ذات الأهمية الحيوية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، وقد تكون هناك حاجة لاتخاذ إجراءات لمنع أصحاب حقوق الملكية الفكرية من إساءة استخدامها، أو اتخاذ إجراءات لمنع اللجوء إلى ممارسات قد تؤدي إلى تقييد غير معقول للتجارة أو قد تؤثر سلبا على النقل الدولي للتكنولوجيا<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 135. و راجع أيضا ديباجة اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 7 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - بخصوص مصطلحي المبادئ و الالتزامات، فالمبادئ قد حددتها المادة 8 من الاتفاقية تحت عنوان مستقل " المبادئ " ، أما الالتزامات فقد نصت عليها المادة 1 من الاتفاقية تحت عنوان " طبيعة و نطاق الالتزامات " ، و أيضا المادة 5 من الاتفاقية تسمى ما ورد في المادتين 3 و 4 بأنها التزامات رغم أن البعض يعتبر ما ورد في المادتين الاخيرتين أنهما مبدأين ، مبدأ المعاملة الوطنية ونصت عليه المادة 3 ، مبدأ المعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية و نصت عليه المادة 4 .

<sup>4</sup> - المادة 8 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

تتكون اتفاقية تريبس من ثلاثة وسبعين (73) مادة مقسمة إلى سبعة أجزاء كما يلي: أحكام عامة ومبادئ أساسية (الجزء الأول)، المعايير المتعلقة بتوفير حقوق الملكية الفكرية ونطاقها واستخدامها (الجزء الثاني)، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية (الجزء الثالث)، اكتساب حقوق الملكية الفكرية واستمرارها وما يتصل بها من الإجراءات فيما بين أطرافها (الجزء الرابع)، منع المنازعات و تسويتها (الجزء الخامس)، الترتيبات الانتقالية لتطبيق أحكام الاتفاقية والتزام البلدان الأعضاء بالتعاون الفني فيما بينها (الجزء السادس)، بعض الترتيبات والأحكام المتعلقة بمراقبة البلدان الأعضاء والتعاون الدولي فيما بينها (الجزء السابع)<sup>1</sup>. وفيما يخص العلامات فقد خصصت لها الاتفاقية 7 مواد ( من المادة 15 إلى المادة 21).

إذا فاتفافية تريبس تعالج كافة أنواع حقوق الملكية الفكرية الأدبية و الصناعية، و من هذه الحقوق العلامات التجارية، ومن المميزات الأساسية لاتفاقية تريبس أنها نصت على فصل خاص ( و هو الجزء الثالث) يتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية. لذا سأتناول في هذا المبحث، القواعد التي تحكم حماية العلامة التجارية في اتفاقية تريبس ( المطلب الأول) ، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية حماية للعلامة التجارية ( المطلب الثاني).

**المطلب الأول: القواعد التي تحكم حماية العلامة التجارية في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس "**

تناولت اتفاقية تريبس في الجزء الثاني منها أهم الأحكام المتعلقة بالعلامات التجارية في المواد من 15 إلى 21، وتعتبر بعض هذه الأحكام جديدة ومستحدثة مقارنة مع ما نصت عليه الاتفاقيات السابقة لها خاصة اتفاقية باريس، بل إن اتفاقية تريبس لم تمس أحكام ومبادئ اتفاقية باريس بالتغيير أو بالإلغاء، بل جاءت مكملة لها.

وهنا يجدر التذكير بأن اتفاقية تريبس في مادتها الثانية (الفقرة 1) نصت صراحة على أنه فيما يتعلق بالأجزاء الثاني والثالث والرابع من الاتفاق الحالي (أي اتفاقية تريبس)، تلتزم البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بمراعاة أحكام المواد من 1 إلى 12، والمادة 19 من معاهدة باريس (1967)، وبناء على

<sup>1</sup> - راجع اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية ترييس" وما بعدها

هذا فجميع الأحكام والقواعد المتعلقة بالعلامة التجارية التي تنص عليها اتفاقية باريس تعتبر ملزمة لجميع الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، سواء كانوا أعضاء في اتفاقية باريس أم لم يكونوا أعضاء فيها.

سنحاول في هذا المطلب التطرق لمضمون الأحكام أو القواعد التي تحكم حماية العلامة التجارية في اتفاقية ترييس، لذا سنعالج بالتفصيل العلامة التجارية القابلة للحماية من ناحية تعريفها وأنواع العلامات القابلة للحماية، الشروط المطلوبة لتسجيل العلامة التجارية، واستعمال العلامة التجارية (فرع أول)، الحقوق التي يتمتع بها صاحب العلامة التجارية والمترتبة على تسجيلها وفقا لاتفاقية ترييس (فرع ثاني)، مدى حماية العلامة المشهورة وفقا لاتفاقية ترييس (فرع ثالث).

**الفرع الأول: العلامة التجارية القابلة للحماية وتسجيلها وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية ترييس "**

جاءت اتفاقية ترييس بالعديد من الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية، منها الأحكام التي تخص العلامة التجارية القابلة للحماية (أولا)، الإجراءات المتبعة في تسجيل العلامة التجارية (ثانيا)، و استعمال العلامة التجارية (ثالثا).

**أولا: الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية القابلة للحماية:** تطرقت اتفاقية ترييس في الفقرة(1) من المادة 15 إلى تعريف العلامة التجارية التي تشملها الحماية وإلى أنواعها والأشكال التي يمكن أن تتخذها كما يلي: " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بال نظر، كشرط لتسجيلها".

يتبين من هذه المادة أن العلامة التجارية المؤهلة للتسجيل و التي تستفيد من الحماية القانونية وفقا لاتفاقية ترييس هي العلامة التي تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما، عن تلك

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

التي تنتجها منشأة أخرى، إذا فخاصية التمييز (تمييز السلع والخدمات) هي الأساس الذي تقوم عليه العلامة التجارية، وقد عدت المادة المذكورة على سبيل المثال لا الحصر الصور التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية، فذكرت أن الكلمات التي تكون هذه العلامات يمكن أن تشمل أسماء شخصية، حروف، أرقام، أشكال، مجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات.

وحسب نفس المادة، إذا كانت هذه العلامات ليس فيها ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، عندئذ يجوز للدول الأعضاء أن تشترط لصلاحية تسجيل العلامة بأن تكتسب العلامة التمييز من خلال استخدامها<sup>1</sup>.

يتضح جليا أن اتفاقية تريبس في المادة 15 جاءت لتوسع نطاق حمايتها للعلامات لتشمل علامة الخدمة، حيث أن الحماية المقررة في اتفاقية باريس لم تكن تشمل إلا العلامة التجارية أو العلامة الصناعية، وكلتا العلامتين لا تردان إلا على السلع وليس على الخدمات، فالمادة (6 مكررة سادسا) من اتفاقية باريس التي أضيفت إلى الاتفاقية وفق تعديل عام 1967، اقتصر على مجرد الإشارة الخالية من الجزاء على دول الاتحاد بحماية علامة الخدمة، دون إلزام دول الاتحاد بتسجيل تلك العلامة أو تقديم حماية محددة لها. في حين أن اتفاقية تريبس تلزم الدول الأعضاء بتسجيل علامة الخدمة وحمايتها بنفس ما تحمي به

<sup>1</sup> - هناك من يرى بأن معالجة المادة 1/15 من اتفاقية تريبس لخاصية " التمييز المكتسب" للعلامة، هي بمثابة معالجة لأحكام العلامة الوصفية (أو النوعية) بنصها "...وحيث لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام..."، فحسب هذا الرأي فإن التمييز المكتسب من شأنه أن يعطي للعلامة التجارية (الوصفية بأصلها)، معنى آخر في أذهان المستهلكين. وهو معنى مختلف الدلالة عن صفات أو خصائص المنتج الموسوم بهذه العلامة، وهذا المعنى هو الدلالة على المصدر الذي جاء منه هذا المنتج وتميزه عن المنتجات الأخرى المشابهة المتوافرة في الأسواق والتي تأتي من مصادر تجارية أخرى ويسمى هذا المعنى في الفقه التجاري الغربي "بالمعنى الثانوي". ويقصد بالعلامة الوصفية أنها إشارة شائعة الاستعمال والتي ليست لها القدرة على تمييز الأشياء بعضها عن البعض الآخر. وهنا اتفاقية تريبس أقرت بأن من حق الدول أن تقبل تسجيل العلامات الوصفية لكن بشرط أن يثبت صاحب طلب التسجيل وجود معنى آخر لها (المعنى الثانوي) أي أن يثبت صاحب الطلب بأن هذه الشارة لها القدرة على تمييز هذه السلعة بالذات في أذهان المستهلكين. أكرم فاضل سعيد قصير، النظام القانوني لمؤسسات وأنشطة منظمة التجارة العالمية-الجزء الثاني-الطبعة الأولى، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، مصر- القاهرة، 2017، ص 342.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية ترييس" وما بعدها

العلامة التجارية حسب ما أشارت له المادة 1/15 من اتفاقية ترييس<sup>1</sup>، فالاتفاقية لم تقصر العلامة التجارية على علامة السلعة فقط بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة، وبالتالي تسري على علامة الخدمة جميع المواد التي تعالج العلامة التجارية.

ومن العلامات التي تطرقت لها اتفاقية ترييس في المادة 1/15 وأغفلتها اتفاقية باريس هي العلامات غير البصرية، لذا فالعلامة المنظمة وفق أحكام اتفاقية ترييس سواء أكانت علامة تجارية أم علامة خدمية يمكن أن تكون مرئية أو غير مرئية بحسب الأحوال، والنوع الأخير من العلامات يمكن أن تكون علامات صوتية أو علامة حسية يتم ادراكها بالشم وتعرف بعلامة الرائحة، أما العلامات المنظمة وفق أحكام اتفاقية باريس لعام 1967 فهي علامات مرئية يدركها بصر الإنسان<sup>2</sup>، هذا ما يفهم من نص المادة 1/15 من اتفاقية ترييس "... كما يجوز لها (أي الدول الأعضاء) اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها"، وبما أن وضع الشرط هنا هو جوازي للدولة العضو، فقد يفهم منه ضمنا أن الاتفاقية تجيز تسجيل العلامات غير البصرية كعلامة، مع إعطاء الحق للدول الأعضاء في حظر تسجيل هذه العلامات في قوانينها الداخلية. ويعتبر تسجيل العلامة التي لا يمكن إدراكها بالبصر (علامة الصوت، علامة الرائحة) من الأمور الشائكة نظرا للصعوبات التي تواجهها مكاتب العلامات في قبول تسجيلها، لذا فالعديد من الدول تمنع تسجيلها، وذلك باشتراطها أن تكون العلامة مادية، ملموسة وقابلة للإدراك بالنظر<sup>3</sup>.

**ثانيا: تسجيل العلامة التجارية وفقا لاتفاقية ترييس:** جاءت اتفاقية ترييس بالعديد من الأحكام الجديدة فيما يخص تسجيل العلامة التجارية، رغم أنها تلزم الأطراف المتعاقدة بضرورة مراعاة أحكام المواد من 1 إلى 12 والمادة 19 من معاهدة باريس<sup>4</sup> و هذا ما سنراه فيما يلي:

<sup>1</sup> - أكرم فاضل سعيد قصير، المرجع السابق، ص 338.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 341.

<sup>3</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 193.

<sup>4</sup> - الفقرة 1 من المادة 2 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المعروفة اختصارا ب" اتفاقية ترييس"، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية ترييس" وما بعدها

- بخصوص شروط إيداع العلامات التجارية وتسجيلها في بلدان منظمة التجارة العالمية، هنا اتفاقية ترييس تحيلنا إلى اتفاقية باريس، ووفقا لذلك تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات الصناعية والتجارية في كل دولة عن طريق تشريعها الوطني<sup>1</sup>. وإضافة لذلك يجب مراعاة العديد من المبادئ والقيود في تسجيل العلامات التجارية والتي نصت عليها اتفاقية باريس منها، مبدأ استقلال العلامات، مبدأ حق الأسبقية،... وهنا يحق لأي مواطن أو أي شخص مقيم في بلد عضو في منظمة التجارة العالمية أو لأي شركة لها في ذلك البلد متجر، إيداع طلب تسجيل علامة تجارية في أي بلد عضو في منظمة التجارة العالمية<sup>2</sup>.
- المبدأ المتبع في اتفاقية ترييس هو عدم جواز رفض تسجيل العلامات التجارية طالما تتوفر فيها متطلبات الحماية القانونية<sup>3</sup>، فلا يجوز لأي دولة عضو في اتفاقية ترييس أن ترفض تسجيل علامة تجارية<sup>4</sup> مع مراعاة أحكام الفقرة (ب) من المادة 6 (خامسا) من اتفاقية باريس<sup>5</sup> التي نصت صراحة على بعض الحالات التي يجوز فيها للبلدان الأعضاء رفض تسجيل العلامات الصناعية أو التجارية أو إبطالها:
- إذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية.
- إذا كانت العلامات مجردة من أية صفة مميزة.
- إذا كانت العلامات مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة وخاصة إذا ترتب عليها تضليل الجمهور.
- أما عن موقف المشرع الجزائري من حالات رفض تسجيل العلامات، فقد كان صريحا، حيث استثنى من التسجيل كعلامات قائمة طويلة من الرموز، واعتبر وجود هذه الرموز من أسباب رفض تسجيل العلامات، ويعتبر ذلك مسائرا لما نصت عليه اتفاقية باريس<sup>6</sup>.

<sup>1</sup>- الفقرة 1 من المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup>- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 340.

<sup>3</sup>- المادة 15 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المعروفة اختصارا ب" اتفاقية ترييس" ، المشار إليها سابقا. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 338.

<sup>4</sup>- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 338.

<sup>5</sup>- أكدت هنا الفقرة (2) من المادة 15 من اتفاقية ترييس على ضرورة مراعاة أحكام اتفاقية باريس عندما يتعلق الأمر برفض تسجيل علامة تجارية.

<sup>6</sup>- المادة 7 من الأمر رقم 03-06، المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية ترييس" وما بعدها

- وأكدت اتفاقية ترييس بأنه لا يجوز بأي حال من الأحوال أن تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي يراد استخدام العلامة بشأنها عائقا أمام تسجيل هذه العلامة<sup>1</sup>. وهذا النص نفسه الذي نصت عليه اتفاقية باريس واتخذته أيضا المشرع الجزائري<sup>2</sup>.

ألزمت اتفاقية ترييس الدول الأعضاء بنشر كل علامة تجارية إما قبل تسجيلها أو بعد تسجيلها مباشرة، وتلتزم أيضا هذه الدول بإعطاء فرصة معقولة لتقديم الالتماسات بإلغاء تسجيل العلامة. كما يجوز للدول الأعضاء إتاحة الفرصة للاعتراض على تسجيل العلامة التجارية<sup>3</sup>. بالنسبة لاتفاقية باريس لم يرد فيها أي نص يعالج هذه المسألة، أما المشرع الجزائري فقد نص في الأمر المتعلق بالعلامات على ضرورة نشر العلامة ونص على إمكانية إبطال تسجيل العلامة وإلغائها.

**ثالثا: استعمال (استخدام) العلامة التجارية:** تناولت اتفاقية ترييس بعض القواعد المتعلقة باستعمال العلامة التجارية، حيث أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء جعل قابلية تسجيل العلامة تعتمد على استخدامها الفعلي، لكن لا يجوز اعتبار الاستخدام الفعلي للعلامة كشرط للتقدم بطلب تسجيلها<sup>4</sup>. وهذا يعني أن العلامة طالما كانت مستعملة، وهذا يتضمن بداية تسجيلها وبالتالي فإن تجديددها يكون جائزا ومقبولا، أما إذا كانت العلامة غير مستعملة في تمييز المنتجات أو السلع بعضها عن بعض، أو الخدمات بعضها عن بعض، فتجديدها لا يكون له أثر لأنه يقع باطلا. فالاستعمال الفعلي للعلامة ليس شرطا للتقدم بطلب التسجيل، ولكنه شرط يتوقف عليه تجديد القوة القانونية التي توفر الحماية للعلامة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>- الفقرة 4 من المادة 15 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب" اتفاقية ترييس " ، المشار إليها سابقا. وقد سبق لنا شرح محتوى هذه المادة عند معالجة اتفاقية باريس.

<sup>2</sup>- المادة 8 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا. والمادة 7 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup>- الفقرة 5 من المادة 15 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المعروفة اختصارا ب" اتفاقية ترييس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup>- الفقرة 3 من المادة 15 من اتفاقية ترييس، المشار إليها سابقا.

<sup>5</sup>- أكرم فاضل سعيد قصير، المرجع السابق، ص 354.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- وأضافت الاتفاقية أنه إذا كان استعمال العلامة التجارية شرطا لاستمرار تسجيلها أي شرطا لحماية صاحب العلامة، فهنا لا يجوز إلغاء تسجيل العلامة (أي شطب العلامة) لعدم الاستعمال إلا بعد مرور على الأقل ثلاث سنوات متواصلة على عدم الاستعمال الفعلي، تبدأ من يوم التسجيل، وهنا من حق الدول الأعضاء أن تحدد في قوانينها الوطنية مددا أطول من ذلك أي أكثر من 3 سنوات، ولا يجوز أن تقل المدة عن 3 سنوات<sup>1</sup>.

و بالتالي فمن أغلق محله أو أوقف نشاطه لسبب إرادي خاص به، وكنتيجة لذلك عدم استعمال علامته لمدة ثلاث سنوات أو أكثر لا يحق له أن يطالب بتحديد تسجيل علامته التجارية، بل يتم إلغاء تسجيل العلامة.

لكن يستمر تسجيل العلامة التجارية والاحتفاظ بملكيته، حتى ولو توقف صاحب العلامة عن استعمال علامته لثلاث سنوات أو أكثر، إذا أثبت صاحب العلامة أن هناك أسبابا وجيهة تستند إلى وجود عقبات منعه من استعمال علامته، كالأوضاع الناشئة بغير إرادة صاحب العلامة كما هو الحال في قيود الاستيراد التي تفرض على السلع والخدمات التي تحمل العلامة التجارية المعنية أو الشروط الأخرى التي تفرضها الحكومات عليها<sup>2</sup>.

وبالنسبة لموقف اتفاقية باريس من عدم استعمال العلامة التجارية فقد أكدت أنه لا يجوز إلغاء تسجيل العلامة لعدم استعمالها إلا بعد مرور مدة معقولة، وإذا لم يبرر صاحب الشأن الأسباب التي أدت إلى توقفه<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>-الفقرة 1 من المادة 19 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup>-الفقرة 1 من المادة 19 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. ومن شأن استمرار تسجيل العلامة التجارية على هذا النحو حتى ولو توقف استعمالها لثلاث سنوات أو أكثر، توفير حماية أكبر للعلامات التجارية المسجلة والمملوكة للشركات الدولية الكبرى والتي لا تستطيع استعمالها في أسواق معينة كأسواق بعض الدول النامية، فهذه الدول قد تفرض قيود معينة على الاستيراد للدفاع عن مصالحها الوطنية كاحترام النظام العام والآداب العامة. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 339.

<sup>3</sup>-الفقرة (ج-1) من المادة 5 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

أما المشرع الجزائري فقد نص على إلغاء العلامة إذا استغرق عدم الاستعمال أكثر من 3 سنوات دون انقطاع، ويمكن أن يمدد الأجل إلى سنتين إذا قدم مالك العلامة الحجج التي منعت من استعمال علامته<sup>1</sup>. ويجب أن نشير هنا إلى أن اتفاقية تريبس لم تشترط بأن يكون استعمال العلامة من طرف مالكيها شخصيا كشرط لاستمرار تسجيلها، لهذا يعتبر استعمال العلامة من طرف أي شخص آخر استعمالا لها لأغراض استمرار تسجيلها ما دام أن هذه العلامة التجارية واستعمالها خاضعة لسيطرة ورقابة صاحب العلامة<sup>2</sup>، مثل ما هو معمول به في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، بين صاحب العلامة وهو المرخص، والمرخص له باستعمالها.

أما عن موقف المشرع الجزائري هنا فقد سار في نفس الاتجاه، حيث اعتبر استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة (رخصة الاستغلال) بمثابة استعمال من قبل مالك العلامة<sup>3</sup>.

وأضافت اتفاقية تريبس متطلبات أخرى حول استخدام العلامة التجارية، حيث حظرت على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تقييد استعمال العلامة التجارية في المجال التجاري بشروط خاصة، وذكرت على الخصوص: تقييد استخدام العلامة التجارية من خلال اشتراط وجوب استخدامها إلى جانب علامة تجارية أخرى، كأن يشترط استخدام العلامة التجارية الأجنبية إلى جانب علامة المنتج المحلي مع الربط بين العلامتين.

وأيضا تقييد استخدام العلامة التجارية من خلال اشتراط استخدامها بشكل خاص كاشتراط استخدام اسم نوعية المنتجات، وخاصة المنتجات الدوائية إلى جانب العلامة التجارية، أو اشتراط استخدامها بأسلوب يقلل من قدرتها على التمييز بين السلع والخدمات التي تنتجها منشأة معينة وتلك التي تنتجها منشأة أخرى<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> -المادة 11 من الأمر رقم 03-06، المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> -الفقرة 2 من المادة 19 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> -المادة 12 من الأمر رقم 03-06، المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> -المادة 20 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. حسام الدين الصغير، الإطار القانوني الدولي لحماية الملكية الصناعية، ندوة الويبو الوطنية عن إنقاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، المنامة (البحرين)، 12 و13 يونيوه/ حزيران 2004، ص 15، وثيقة منشورة بالموقع الإلكتروني للويبو:

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

### الفرع الثاني: حقوق صاحب العلامة التجارية وفقا لاتفاقية تريبس

أكدت اتفاقية تريبس صراحة على الحقوق التي يمنحها التسجيل لصاحب العلامة التجارية المسجلة<sup>1</sup>، إذ يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع الغير الذي لم يحصل على ترخيص أو موافقة من صاحب العلامة من استخدام العلامة ذاتها أو أي علامة مشابهة لها في أعماله التجارية بالنسبة للسلع أو الخدمات ذاتها (المماثلة) أو المشابهة لتلك التي سجلت العلامة بشأنها وذلك عندما يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبس لدى المستهلكين حول مصدر السلعة، ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استعمال علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع أو خدمات مطابقة، (أي بالنسبة لنفس نوع السلع أو الخدمات التي تستعمل لعا العلامة المسجلة) وأضافت الاتفاقية بأنه يجب أن لا تضر تلك الحقوق الممنوحة لصاحب العلامة المسجلة بأي حقوق مكتسبة للغير من قبل، أو أن تؤثر في إمكانية منح البلدان الأعضاء حقوقا على العلامات التجارية على أساس الاستخدام (أو الاستعمال) الفعلي<sup>2</sup>.

https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\_ipr\_ju\_bah\_04/wipo\_ipr\_bah\_04\_1.pdf تحت رقم: WIPO/IPR/JU/BAH/04/01. تاريخ الاطلاع: 2020-12-05.

<sup>1</sup>- نصت الفقرة 1 من المادة 16 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا، على: " يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع جميع الأطراف..."، يتضح من هذا النص أن التسجيل وفق اتفاقية تريبس، كقاعدة عامة هو السبب المنشئ لحق ملكية العلامة التجارية، فالتسجيل هو الذي يمنح صاحب العلامة المنافع والحقوق المتولدة منها، والدليل على ذلك حسب ما يرى البعض هو أن الاتفاقية لم تجعل الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية شرطا للتقدم بطلب تسجيلها أو سببا لرفض هذا التسجيل. الفقرة 3 من المادة 15 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. وراجع أيضا أكرم فاضل سعيد قصير، المرجع السابق، ص 353. وهناك من يرى أن التسجيل هو السبب المنشئ لملكية العلامة التجارية، لكن مع عدم إهمال أثر الاستعمال الفعلي على ملكية العلامة كواقعة مادية. صلاح زين الدين، العلامات التجارية ووطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 341. ونصت العبارة الأخيرة من الفقرة 1 من المادة 16 من اتفاقية تريبس على أن حقوق صاحب العلامة المترتبة عن التسجيل لا يجب أن تؤثر على حقوق الغير المكتسبة من قبل، ولا يجب أن تؤثر أيضا على الحقوق التي قد تمنحها الدول الأعضاء بخصوص العلامات التجارية على أساس الاستخدام الفعلي للعلامة. وهنا لا يجب أن ننسى بأن العلامة المشهورة تتمتع بالحماية القانونية تلقائيا بدون أن تسجل في البلد الذي تطلب فيه حمايتها، فإذا قدم شخص آخر غير مالكيها طلب تسجيل، فيجب أن يرفض، وإذا حدث وتم تسجيلها فيجب أن يبطل التسجيل. راجع في ذلك المادة 6 ثانيا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المذكورة سابقا. وللمزيد راجع عنصر استعمال العلامة وفقا لاتفاقية تريبس الذي سبق معالجته في هذه الرسالة.

<sup>2</sup>- الفقرة 1 من المادة 16 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. صلاح زين الدين، العلامات التجارية ووطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 341.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

بالنسبة لاتفاقية باريس لم تتطرق بنص صريح ومحدد لحقوق صاحب العلامة المترتبة عن التسجيل، أما عن المشرع الجزائري فقد تبنى موقف اتفاقية تريبس ونص على نفس الحقوق، واعتبر أن تسجيل العلامة هو الذي يمنح لصاحبها ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها (أي التي سجلت العلامة من أجلها)<sup>1</sup>.

كما أن الحق في ملكية العلامة (المترتب عن تسجيلها)، يمنح صاحب العلامة الحق في الترخيص باستخدامها أو التنازل عنها، وهذا ما نصت عليه اتفاقية تريبس<sup>2</sup>، ونفس هذا الحكم تبناه المشرع الجزائري<sup>3</sup>.

وقد أجازت اتفاقية تريبس للبلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تمنح استثناءات محدودة من الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية، بشرط مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية والغير، ومن الأمثلة على هذه الاستثناءات هو جواز الاستخدام العادل للعبارات الوصفية للسلعة أو الخدمة، وقد تتضمن هذه العبارات الوصفية التعريف بالسلعة ومواصفاتها ودرجة جودتها، وكذلك استخدام الأسماء الشخصية والأسماء الجغرافية بحسن نية، كما يشترط لجواز النص على منح هذه الاستثناءات أن تكون محدودة<sup>4</sup>.

وقد حددت اتفاقية تريبس مدة التسجيل الأول للعلامة التجارية وهي مدة حماية العلامة، بمدة لا تقل عن سبع (7) سنوات، ويمكن تجديد التسجيل بنفس المدة لمرة غير محددة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>-المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup>-المادة 21 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup>-المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup>-المادة 17 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب" اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا. حسام الدين الصغير، الإطار القانوني الدولي لحماية الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 14.

<sup>5</sup>-المادة 18 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

و يلاحظ هنا أن اتفاقية باريس لم تنص على مدة محددة للحماية، في حين أن المشرع الجزائري نص صراحة على مدة تسجيل العلامة وهي 10 سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب، ويمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية مدة كل منها 10 سنوات<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: العلامة المشهورة في اتفاقية تريبس

ذكرنا سابقا بأن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية تضمنت في المادة 6 مكرر (ثانيا) أحكاما تتعلق بالعلامة المشهورة وأسبغت عليها الحماية حتى ولو كانت غير مسجلة، وقد جاءت اتفاقية تريبس لتعالج هي الأخرى العلامة المشهورة بأحكام مكملة لما تضمنته اتفاقية باريس، وقد تطرقت اتفاقية تريبس للعلامة المشهورة في الفقرتين (2)، (3) من المادة 16، وهنا تحيل المادة 16 الدول الأعضاء إلى تطبيق أحكام المادة 6 مكررة (ثانيا) من اتفاقية باريس والمتعلقة بأحكام العلامة المشهورة، وهنا سنرى كيف أن اتفاقية تريبس قد طورت وأثرت الأحكام المتعلقة بالعلامة المشهورة من عدة أوجه:

فاتفاقية باريس لا تحمي العلامات المشهورة إلا في مجال السلع، ولم تتطرق إلى مجال الخدمات أما اتفاقية تريبس فقد أضافت صراحة مجال الخدمات، وأصبحت بالتالي حماية العلامات المشهورة بموجب اتفاقية تريبس تشمل مجال السلع والخدمات<sup>2</sup>.

وبالنسبة للمعيار أو الضابط المتبع في مسألة اعتبار علامة ما أنها علامة مشهورة (معروفة جيدا)، فاتفاقية باريس اكتفت بما تراه السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال<sup>3</sup>، أما اتفاقية تريبس فأشارت هنا بأن على البلدان الأعضاء أن تراعي مدى معرفة العلامة التجارية لدى قطاع الجمهور المعني بما في ذلك الشهرة التي تكتسبها العلامة التجارية نتيجة ترويج هذه العلامة في البلد العضو المعني<sup>4</sup>.

كما توسعت اتفاقية تريبس في نطاق حماية العلامة المشهورة، إذ لم تشترط التماثل أو التشابه في السلع لكي تتم حماية العلامات المشهورة مثلما اشترطته اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، وهذا يعتبر

<sup>1</sup> -المادة 5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

<sup>2</sup> -الفقرة 2 من المادة 16 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> -المادة 6 (ثانيا) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المشار إليه سابقا.

<sup>4</sup> -الفقرة 2 من المادة 16 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

استثناء من مبدأ تخصيص العلامة، لذا فإنه حسب اتفاقية تريبس فالعلامة التجارية المشهورة تستفيد من الحماية سواء استعملت هذه العلامة على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابحة لتلك التي سجلت بشأنها هذه العلامة أو تم استعمال العلامة المشهورة على سلع أو خدمات غير مماثلة (أي مختلفة) لتلك التي سجلت بشأنها هذه العلامة المشهورة<sup>1</sup>.

إلا أن اتفاقية تريبس وضعت شروطا لكي تستفيد العلامة المشهورة من الحماية إذا تعلق الأمر بسلع أو خدمات غير مماثلة أولها أن يدل استخدام العلامة المشهورة على السلع أو الخدمات غير المماثلة على وجود صلة بين تلك السلع أو الخدمات غير المماثلة وصاحب العلامة التجارية المشهورة المسجلة، ويشترط أيضا أن يؤدي استعمال العلامة المشهورة على سلع أو خدمات غير مماثلة إلى احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المسجلة<sup>2</sup>. في حين أن اتفاقية باريس تشترط وجود تماثل أو تشابه في المنتجات لكي تتم حماية العلامات المشهورة.

وعن موقف المشرع الجزائري فقد جاء متوافقا مع ما نصت عليه كل من اتفاقية باريس واتفاقية تريبس فيما يتعلق بحماية العلامات التجارية المشهورة<sup>3</sup>.

**المطلب الثاني: إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب "اتفاقية تريبس" حماية للعلامة التجارية**

رغم الاهتمام الدولي بحماية حقوق الملكية الفكرية منذ وقت بعيد، إلا أن الاتفاقيات الدولية التي أبرمت قبل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب "اتفاقية تريبس" لم تهتم بقضية إنفاذ حقوق الملكية الفكرية واكتفت بوضع قواعد موضوعية لتوفير الحماية على المستوى الدولي بدون وضع أحكام وقواعد تضمن وضع نصوص هذه الاتفاقيات موضع التنفيذ في الدول الأعضاء في الاتفاقيات، فتركت الحرية للقوانين الوطنية لوضع قواعد الإنفاذ التي تراها مناسبة لها. لكن ذلك أدى إلى

<sup>1</sup> -الفقرة 3 من المادة 16 من اتفاقية تريبس ، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> -الفقرة 3 من المادة 16 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب "اتفاقية تريبس" ، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> -الفقرة 8 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06، المتعلق بالعلامات، المشار إليه سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

وجود اختلاف في هذه القواعد من دولة لأخرى، فاتفاقية باريس مثلا نصت على بعض الإجراءات أو التدابير التي يجب على الدول اتخاذها للتصدي للاعتداءات على العلامات التجارية وتقليدها، إلا أن هذه الإجراءات لم تكن كافية لمواجهة ظاهرة انتهاك حقوق أصحاب العلامات التجارية على المستوى الدولي، مع ملاحظة أن هذه الإجراءات تتعلق بالعلامات و الاسماء التجارية فقط دون غيرها من حقوق الملكية الفكرية الأخرى.

لكن اتفاقية تريبس تتميز عن الاتفاقيات الدولية الأخرى بأنها اهتمت بمسألة إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، فالاتفاقية لم تهتم بوضع قواعد موضوعية لتوفير حد أدنى من مستويات الحماية لحقوق الملكية الفكرية في الدول الأعضاء فقط، بل اهتمت أيضا بوضع قواعد إجرائية تفصيلية لضمان تنفيذ معايير الحماية التي نصت عليها في الدول الأعضاء، ولا وجود لمثل هذه القواعد الإجرائية في الاتفاقيات الدولية الأخرى<sup>1</sup>.

توسعت اتفاقية تريبس كثيرا في تحديد ووضع الوسائل والإجراءات القانونية الخاصة بحماية وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية باشتغالها على تنظيم قانوني شامل لجميع أنواع حقوق الملكية الفكرية و وضعها للعديد من وسائل وإجراءات الحماية القانونية<sup>2</sup>، لذا نصت اتفاقية تريبس على فصل خاص (وهو من المميزات الأساسية لاتفاقية تريبس) يتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية بشكل عام (الجزء الثالث من الاتفاقية)، وهذا الجزء يلزم الدول الأعضاء بأن توفر في تشريعاتها جميع هذه الوسائل والإجراءات (التدابير) لحماية حقوق الملكية الفكرية<sup>3</sup>، ومنها العلامات التجارية وهي تضم: الالتزامات العامة (الفرع الأول)،

<sup>1</sup> -حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية واجراءات تسوية المنازعات، حلقة (ندوة) الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، مسقط-سلطنة عمان، من 5 إلى 7 سبتمبر 2005، ص 2، وثيقة منشورة على موقع الويبو التالي:

[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_dipl\\_mct\\_05/wipo\\_ip\\_dipl\\_mct\\_05\\_2.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_dipl_mct_05/wipo_ip_dipl_mct_05_2.pdf)

تحت رقم: WIPO/IP/DIPL/MCT/05/2 . تاريخ الاطلاع : 09 /01/ 2021.

<sup>2</sup> -حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 527.

<sup>3</sup> -كنعان الأحمر، الحماية الدولية للملكية الصناعية: من اتفاقية باريس إلى اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس)، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، عمان، الأردن، من 6 إلى 8 أبريل/ نيسان 2004، ص 22، وثيقة منشورة بموقع الويبو التالي:

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

الحماية المدنية (الإجراءات و الجزاءات المدنية والإدارية) ( الفرع الثاني)، الحماية الجنائية (أو الإجراءات الجنائية) ( الفرع الثالث)، التدابير المؤقتة أو التحفظية ( الفرع الرابع)، التدابير (الإجراءات) الحدودية أو الجمركية ( الفرع الخامس)، هذا ما سنحاول التطرق له في فروع مستقلة.

### الفرع الأول: الالتزامات العامة

فرضت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب "اتفاقية تريبس" في المادة 41 على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، التزامات عديدة ومختلفة تتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية، وهذا من أجل ضمان توفير حماية كافية لحقوق الملكية الفكرية، وسنقسم هذه الالتزامات إلى الالتزام الأصلي (أولا)، والالتزامات التكميلية (الفرعية) (ثانيا).

أولا: الالتزام الأصلي "الأساسي": نصت الفقرة 1 من المادة 41 من اتفاقية تريبس على الالتزام الأصلي (الأساسي) كما يلي: "تلتزم البلدان الأعضاء بضمن قوانينها لإجراءات الإنفاذ المنصوص عليها في هذا الجزء لتسهيل اتخاذ تدابير فعالة ضد أي تعد على حقوق الملكية الفكرية التي تغطيها هذه الاتفاقية، بما في ذلك الجزاءات السريعة لمنع التعدييات و الجزاءات التي تشكل رادعا لأي تعدييات أخرى. وتطبق هذه الإجراءات بالأسلوب الذي يضمن تجنب إقامة حواجز التجارة المشروعة ويوفر ضمانات ضد إساءة استعمالها".

فحسب هذا النص، يقع على عاتق الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، الالتزام بأن تضمن في تشريعاتها الإجراءات و الجزاءات المتعلقة بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية والمنصوص عليها في الجزء الثالث من الاتفاقية، وذلك من أجل مواجهة أي تعد على حقوق الملكية الفكرية ومنع الانتهاكات التي تقع على هذه الحقوق وردع منتهكيها، والدولة العضو عندما تتخذ مثل هذه الإجراءات أو عندما تطبق الجزاءات يجب ألا تمثل هذه الإجراءات و الجزاءات في حد ذاتها عوائق أمام التجارة المشروعة<sup>1</sup> وحرية التبادل التجاري (تحرير التجارة) باعتبار أن هذه الأخيرة هدف أساسي من أهداف منظمة التجارة العالمية ، لأن بعض الدول قد

[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_uni\\_amm\\_04/wipo\\_ip\\_uni\\_amm\\_04\\_2.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_uni_amm_04/wipo_ip_uni_amm_04_2.pdf)  
تحت رقم : WIPO/IP/UNI/AMM/04/DOC.2 . تاريخ الاطلاع : 2021/01/09.

<sup>1</sup> -حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 532. الفقرة 1 من المادة 41 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

تضع بعض الإجراءات والتي من شأنها تقييد حركة التجارة الدولية فيما بينها وبين دولة أخرى أو حتى دول أخرى، بحجة أنها تحمي حقوق الملكية الفكرية، ومن بين الأغراض المهمة التي يحققها " الجزء الثالث" المتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية"، إضافة إلى أنه يوفر قدرا من الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية، هو تمكين أصحاب الحقوق سواء كانوا أشخاصا طبيعيين أو اعتباريين من أن يمارسوا كافة الإجراءات القانونية للدفاع عن حقوقهم في مواجهة الآخرين أمام القضاء.

و رغم أن نص المادة جاء بصيغة الإلزام للدول الأعضاء بتوفير الإجراءات، ولكن هذا لا يعني أن الدولة توفر هذه الإجراءات وتمارسها بنفسها فقط، بل أن تكون هذه الإجراءات متاحة أيضا وميسرة لأصحاب الحقوق المعتدى عليها ليمارسوها بأنفسهم في مواجهة أي اعتداء على حقوقهم المشروعة<sup>1</sup>.

ثانيا: **الالتزامات التكميلية "الفرعية"**: ذكرنا سابقا أنه يتعين على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية وهي بصدد وضع أو تنفيذ إجراءات إنفاذ حقوق الملكية الفكرية المنصوص عليها في الجزء الثالث من اتفاقية تريبس، الالتزام بالعديد من الالتزامات العامة، وقد تحدثنا فيها عن الالتزام الأساسي، وهنا سوف نتحدث عن الالتزامات التكميلية والتي هي جزء من الالتزامات العامة التي نصت عليها المادة 41 من اتفاقية تريبس.

1- فقد نصت اتفاقية تريبس على الالتزامات المتعلقة بالإجراءات وأكدت على أنه يجب أن تتصف إجراءات إنفاذ حقوق الملكية الفكرية بما يلي:

- أن تكون عادلة ومنصفة.
  - أن لا تكون معقدة أو باهظة التكاليف بصورة غير ضرورية.
  - أن لا تنطوي على مدد زمنية غير معقولة - أثناء سير الدعوى - أو تأخير لا داعي له<sup>2</sup>.
- 2- كما تطرقت اتفاقية تريبس إلى الالتزامات المتعلقة بالقرارات والأحكام، فهذا الالتزام يحدد الشكل

<sup>1</sup> -حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 532.

<sup>2</sup> -الفقرة 2 من المادة 41 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس"، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

الذي يجب أن تكون عليه القرارات التي يتخذها القضاء في نزاعات الملكية الفكرية كما يلي<sup>1</sup> :

- يفضل أن تكون القرارات مكتوبة ومعللة (أي مسببة)
- أن يتاح الحصول على القرارات والأحكام للأطراف المعنية بالقضية على الأقل، بدون أي تأخير لا لزوم له
- يجب أن تستند القرارات المتخذة بصدد أي من القضايا إلى الأدلة التي أعطيت للأطراف المعنية فرصة تقديمها للنظر فيها.

3- أن تتاح للأطراف في قضية ما، فرصة الطعن في القرارات لدى السلطة القضائية، وهذا ما أكدته الفقرة 4 من المادة 41 بنصها: "تتاح للأطراف محل دعوى في قضية ما فرصة لأن تعرض على سلطة قضائية القرارات الإدارية النهائية، ومع مراعاة الاختصاصات التي تنص عليها قوانين البلد العضو المعني فيما يتصل بأهمية تلك القضية، على الأقل الجوانب القانونية للأحكام القضائية الأولى المتخذة بصدد موضوع هذه القضية...".

هناك من يرى حول عبارة "القرارات الإدارية النهائية" التي جاءت في بداية الفقرة، أن تلك القرارات تتخذها السلطة الإدارية بما لها من سلطة اختصاص في اتخاذ القرارات التي تتصل بعملها، مثل القرار الذي تتخذه سلطات الجمارك في أحد المنافذ لمنع دخول منتج مزيف (مقلد) من منتجات الملكية الفكرية، أو منع دخول نسخ غير مشروعة، أو لفرض غرامة مالية بسبب مخالفة ما، فهذا القرار هو نابع من اختصاص السلطة الإدارية، وبالتالي فهذه الفقرة من المادة 41 تلزم الدولة العضو بأن تتيح في تشريعاتها للمتضرر من مثل قرارات كهذه بأن يطعن لدى السلطة القضائية المختصة بعدم قانونية هذا القرار<sup>2</sup>.

وقد نصت الفقرة 4 من المادة 41 المشار إليها سابقا على أن إتاحة فرصة الطعن للأطراف في القرارات المتخذة، يجب أن تكون مع مراعاة ما تنص عليه قوانين البلد العضو المعني فيما يتعلق بأهمية تلك القضية.

<sup>1</sup>-الفقرة 3 من المادة 41 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup>-حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 536.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

ونصت الفقرة 4 من المادة 41 من اتفاقية تريبس في آخرها على أمر مهم حيث نصت على: "...غير أنه لا تلزم البلدان الأعضاء بإتاحة فرصة لإعادة النظر في القضايا الجنائية التي صدرت أحكام ببراءة المتهمين فيها".

إذا فالبلدان الأعضاء لا يوجد عليها التزام بإتاحة فرصة الطعن في الأحكام الجنائية الصادرة ببراءة المتهمين في القضايا المتعلقة بانتهاكات حقوق الملكية الفكرية<sup>1</sup>.

4-أكدت اتفاقية تريبس بأن الجزء الثالث من الاتفاقية والمتعلق "بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية" لا ينشئ أي التزام على الدول الأعضاء بإقامة نظام قضائي خاص بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية منفصل عن النظام الخاص بإنفاذ القوانين بصفة عامة، ولا يؤثر على قدرة البلدان الأعضاء على إنفاذ قوانينها بصفة عامة، وأن هذا الجزء من الاتفاقية المذكور، لا ينشئ أي التزام على الدول الأعضاء بتوزيع الموارد بين إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإنفاذ القوانين بصفة عامة<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: الإجراءات والمدنية والإدارية " الحماية المدنية "

تضمنت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا ب "اتفاقية تريبس" مجموعة من الإجراءات و الجزاءات المدنية و الإدارية تمثل الحماية المدنية للعلامة التجارية ستتعرض لها في ما يلي :

<sup>1</sup>- يرى البعض بأن اتفاقية تريبس قد وفقت بنصها على هذا الاستثناء، لأنها راعت مصلحة الشخص المتهم بانتهاك حق من حقوق الملكية الفكرية، لأنه قد يكون الغرض الرئيسي من التهمة هو مجرد الإساءة أو تشويه سمعة هذا الشخص، وبالتالي فإن عدم استئناف الحكم الصادر ببراءته سيقطع الطريق أمام تشويه سمعة هذا الشخص، لأنه لو سمح بالطعن في الحكم واستئنافه، فإن ذلك قد يلحق أضرارا جسيمة بهذا الشخص وبمركزه القانوني، خاصة إذا كان شركة أو مؤسسة لها سمعة تجارية معروفة. نفس المرجع، ص 537.

<sup>2</sup>- الفقرة 5 من المادة 41 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. بمعنى أن ما يتضمنه الجزء الثالث من اتفاقية تريبس من قواعد وإجراءات وأحكام لا يجب أن تفهمه الدول الأعضاء على أنه يتطلب منها إقامة نظام قضائي جديد وخاص بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية مستقل ومنفصل عن النظام القضائي الخاص في البلد المتعلق بتنفيذ القوانين بصفة عامة ويجب أن لا يفهم أيضا بأنه يؤثر في قدرة هذه الدول على تنفيذ وتطبيق قوانينها في هذا الإطار. حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 537. فالالتزام بالإنفاذ الفعال لحقوق الملكية الفكرية لا يكون على حساب إنفاذ القوانين الأخرى في الدول الأعضاء. حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 4.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

أولاً: الإجراءات المنصفة والعادلة: تقضي اتفاقية تريبس بأنه على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تتيح لأصحاب حقوق الملكية الفكرية إجراءات قضائية مدنية، لإنفاذ أي حق من حقوق الملكية الفكرية التي تنص عليها هذه الاتفاقية<sup>1</sup>، بما فيها الحق في العلامة التجارية، بمعنى تلك الإجراءات التي تمكن أصحاب هذه الحقوق من اللجوء إلى القضاء وحماية حقوقهم<sup>2</sup>، وللمدعى عليهم كذلك الحق في تلقي إخطار مكتوب في الوقت المناسب يحتوي على قدر كاف من المعلومات والتفاصيل المتعلقة بالإجراء المتخذ أو بالدعوى المرفوعة في مواجهتهم، بما في ذلك الأساس الذي يستند إليه الادعاء (تستند إليه المطالبات)، كما يسمح للأطراف المتخاصمة بأن يمثلها محامون مستقلون<sup>3</sup>. كما لا يجوز أن تفرض هذه الدول في تشريعاتها إجراءات معقدة أو مرهقة أكثر مما ينبغي فيما يتعلق بإلزام أطراف الخصومة بالحضور شخصياً، وأكدت الاتفاقية بأنه يجب أن تعطى للأطراف المتخاصمة الحق في إثبات مطالباتهم (ما يدعونه) وتقديم كافة الأدلة المتصلة بالقضية. ويجب أن تتيح هذه الإجراءات وسائل تحديد المعلومات السرية وحمايتها، ما لم يكن ذلك مخالفاً لدستور الدولة<sup>4</sup>، أي ما لم يكن دستور الدولة يحظر السرية في المنازعات المدنية، خاصة في الحالات التي يكون هناك التزام قانوني على أحد الأطراف بعدم الإفصاح عن الأسرار<sup>5</sup>.

ثانياً: ضرورة تقديم الأدلة: تطرقت اتفاقية تريبس إلى مسألة صعوبة إثبات أصحاب حقوق الملكية الفكرية لواقعة الاعتداء على حق من حقوقهم و منها حقوق أصحاب العلامات، فحين يقدم طرف في خصومة أدلة معقولة تكفي لإثبات مطالباته ويدعي بأن هناك أدلة تثبت حقه، أو تثبت صحة ما يدعيه، تخضع لسيطرة الطرف الخصم، فهنا على الدول الأعضاء أن تخول للسلطات القضائية الصلاحية في أن تأمر

<sup>1</sup> -المادة 42 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقاً.

<sup>2</sup> -حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 5.

<sup>3</sup> -المادة 42 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقاً.

<sup>4</sup> -المادة 42 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقاً.

<sup>5</sup> -حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 5.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

الخضم بتقديم الأدلة التي في حوزته، بشرط مراعاة وضمان حماية سرية المعلومات<sup>1</sup>، أي ألا يترتب على إصدار الأمر الإفصاح عن أسرار الخضم الذي تكون الأدلة في حوزته.

كما أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء في حالة رفض أحد طرفي الخصومة بمحض إرادته دون أسباب وجيهة إتاحة الحصول على المعلومات التي يجوزها أو عدم تقديمها في غضون فترة زمنية معقولة أو عرقلة الإجراءات المتعلقة بإنفاذ إجراء قانوني بصورة جوهرية، أن تحول للسلطات القضائية صلاحية إصدار الأحكام الابتدائية و النهائية، إيجابا أو سلبا، بالاعتماد على المعلومات المقدمة إليها، بما في ذلك المزاعم أو الادعاءات التي يقدمها من الطرف المتضرر من رفض إتاحة الحصول على المعلومات، بشرط إتاحة الفرصة للأطراف المتخاصمة لكي تعرض وجهة نظرها فيما يخص المزاعم أو الأدلة<sup>2</sup> أو المعلومات التي تم تقديمها إلى المحكمة والتي سيتم الاستعانة بها لإصدار الحكم.

**ثالثا: الجزاءات المدنية جوهر الحماية المدنية:** نصت اتفاقية تريبس على مجموعة من القواعد والإجراءات القانونية المدنية والتي تمثل بحق، جوهر الحماية المدنية لحقوق الملكية الفكرية ومن هذه الحقوق، حقوق صاحب العلامة التجارية، لذا أكدت الاتفاقية أن على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تضع في تشريعاتها جزاءات مدنية بهدف ردع التعديلات على حقوق الملكية الفكرية، وتتمثل هذه

<sup>1</sup> -الفقرة 1 من المادة 43 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. من المعروف أن الأصل في الدعوى أن الإثبات يقع على عاتق المدعي عملا بمبدأ "البينة على من ادعى" وأن المدعي يثبت دعواه بكافة الوسائل والأدلة، لكن أحيانا قد يكون الدليل بيد المدعى عليه، خاصة في الكثير من الاعتداءات الحاصلة في مجال الملكية الفكرية، وغالبا ما يواجه القضاء صعوبات في مسألة إثبات الانتهاكات الحاصلة في مجال حقوق الملكية الفكرية، والتي تحتاج إلى أدلة واضحة وقوية وشهادة خبراء ومختصين. ويعتقد أنه من الصعب إلزام المدعى عليه (المتهم) بتقديم دليل إدانته الذي يكون في حوزته لإثبات دعوى خصمه، لأنه من الطبيعي أن هذا الشخص سيلجأ إلى تقديم أدلة مغايرة أو مضللة، لذا يفضل عدم الاعتماد كثيرا على هذه القاعدة، وينبغي الرجوع إلى القاعدة الأصلية التي تنص على أن عبء الإثبات يقع على عاتق المدعي وليس على المدعى عليه، ورغم هذا يبقى لكل دولة عضو أن تقر ما تراه في تشريعاتها. حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 538.

<sup>2</sup> -الفقرة 2 من المادة 43 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. هنا الاتفاقية أجازت للدول الأعضاء بأن تحول للسلطات القضائية إصدار الأحكام على هذا النحو في حالة رفض الخصوم تقديم المعلومات أو المماثلة في تقديمها، لأن من شأن ذلك أن يطيل أمد النزاع ويعرقل سير العدالة. حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 539.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

الجزاءات في الأوامر القضائية بالامتناع عن التعدي على حقوق الملكية الفكرية، إلزام المعتدي بدفع التعويضات، و جزاءات أخرى، وهذا ما سوف نتطرق له فيما يلي:

### 1/ الأوامر القضائية بالامتناع عن التعدي على حقوق الملكية الفكرية:

- يعتبر تدخل القضاء من خلال إصدار القرارات والأوامر القضائية التي تلزم طرف من أطراف النزاع بالقيام بعمل أو الامتناع عن عمل من أهم الوسائل المدنية لحماية حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية من الانتهاكات والاعتداءات التي لا يمكن إيقاف استمرارها أو إزالتها إلا بتدخل القضاء<sup>1</sup>.

- لهذا نصت الاتفاقية في الفقرة 1 من المادة 44 على أنه يحق للسلطات القضائية إصدار أوامر قضائية من خلالها تأمر أي طرف معين بالامتناع عن التعدي على أي حق من حقوق الملكية الفكرية ، وقد خصت الاتفاقية بالذكر إحدى الحالات التي تستدعي إصدار مثل هذه الأوامر لأهميتها وهي حالة استيراد سلع تنطوي على تعدد على حق من حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية ، حيث يتم إصدار الأوامر القضائية في هذه الحالة بغرض منع دخول هذه السلع المستوردة إلى القنوات التجارية بعد الإفراج أو التخليص الجمركي عليها مباشرة<sup>2</sup>.

فالسلطات القضائية عند إصدارها لهذه الأوامر فإنها تفعل ذلك في حالة وصول المنتجات التي تمثل تعديا إلى موانئ البلاد، لذا فإن السلطات القضائية يمكنها إصدار مثل هذه الأوامر أثناء سير إجراءات التخليص الجمركي في إحدى الموانئ وقبل دخول هذه المنتجات وتوزيعها وبيعها، وهذا ما سوف يخفف من الضرر الذي قد ينتج عن هذه المنتجات غير المشروعة<sup>3</sup>.

غير أن الاتفاقية أكدت صراحة في الفقرة 1 من المادة 44 على أن الدول الأعضاء غير ملزمة بأن تمنح للسلطات القضائية صلاحية إصدار تلك الأوامر ضد من يجوز بحسب نية سلعا تتمتع بالحماية لكنها تنطوي على تعدد على حق من حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية، والحائز حسن النية

<sup>1</sup>-حمدي محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 540.

<sup>2</sup>-الفقرة 1 من المادة 44 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 7.

<sup>3</sup>-حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 541. الفقرة 1 من المادة 44 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

حسب الاتفاقية هو الشخص الذي حصل على تلك السلع أو طلبها دون أن يعلم أو أن تكون لديه أسباب معقولة لكي يعلم بأن الاتجار في هذه السلع يشكل تعديا على حق من حقوق الملكية الفكرية<sup>1</sup>.

2/إلزام المتعدي بدفع التعويضات: أكدت اتفاقية تريبس في المادة (1/45) أن على البلدان الأعضاء أن تمنح للسلطات القضائية صلاحية بأن تأمر المتعدي بأن يدفع التعويض المناسب لصاحب الحق مقابل الضرر الذي لحق به بسبب التعدي العمدي على حقه في الملكية الفكرية، ومنها حقوق صاحب العلامة التجارية، ويشترط لإمكان الحكم بالتعويض أن يكون الاعتداء على حق من حقوق الملكية الفكرية عمديا، أي إذا كان المتعدي يعلم أو إذا توافرت لديه أسباب معقولة تجعله يعلم بأنه يعتدي على الحق، وهذا ما نصت عليه صراحة الفقرة (1) من المادة 45 من اتفاقية تريبس: "للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر المتعدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات مناسبة عن الضرر الذي لحق به بسبب التعدي على حقه في الملكية الفكرية من جانب متعدي يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي".

كما أكدت الفقرة (2) من المادة 45 من الاتفاقية أن على الدول الأعضاء أن تحول للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر المتعدي وتلزمه بأن يدفع لصاحب الحق المصروفات التي تكبدها، والتي يمكن أن تشمل الأتعاب المتعلقة بالمحاماة، وهذا ما نصت عليه بالضبط الفقرة (2) من المادة 45 من الاتفاقية: "وللسلطات القضائية أيضا صلاحية أن تأمر المتعدي بأن يدفع لصاحب الحق المصروفات التي تكبدها والتي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي المناسبة".

وقد أجازت أيضا اتفاقية تريبس للبلدان الأعضاء، بأن تحول للسلطات القضائية الصلاحية بأن تقضي بإلزام المتعدي برد ما حصل عليه من أرباح إلى صاحب الملكية الفكرية و/أو إلزامه بدفع تعويضات محددة سلفا<sup>2</sup>، وهنا حتى ولو كان الاعتداء على حق الملكية الفكرية بغير عمد، وقد ذكرنا سابقا بأن

<sup>1</sup> -الفقرة 1 من المادة 44 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 7.

<sup>2</sup> -عادة تحدد التعويضات سلفا بموجب نصوص القانون، ورغم ذلك فقد يتم تحديد التعويضات سلفا من خلال العقد (بين المرخص والمرخص له)، فإذا حدث وأن تجاوز المرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة، مدة العقد بدون قصد منه، هنا يتم احتساب التعويض الذي تلزم المحكمة المتعدي (المرخص له) بدفعه في هذه الحالة، بتطبيق قواعد حساب التعويض التي ينص عليها العقد. حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 8.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

الاعتداء يكون غير عمدي إذا لم يكن المتعدي يعلم، أو إذا لم تتوافر لديه أسباب معقولة تجعله يعلم بأن ما يقوم به يعتبر اعتداء على حق الملكية الفكرية، وهذا ما يفهم من نص الفقرة (2) من المادة 45 التي نصها: "وفي الحالات المناسبة يجوز للبلدان الأعضاء تحويل السلطات القضائية صلاحية أن تأمر باسترداد الأرباح و/أو دفع تعويضات مقررة سلفا حتى حين لا يكون المتعدي يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي".

**3/الجزاءات الأخرى:** إضافة إلى الجزاءات المدنية المذكورة وهي الأوامر القضائية بالامتناع عن التعدي، والتعويضات لفائدة صاحب الحق المتضرر، أقرت اتفاقية تريبس جزاءات أخرى بهدف إقامة نظام رادع وفعال ضد التعدي على حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية، فنصت على أنه للسلطات القضائية الصلاحية في أن تأمر بالتصرف في السلع التي تنطوي على تعد خارج القنوات التجارية بما يضمن تجنب إضرارها بصاحب الحق، بدون دفع أي تعويضات لأصحاب هذه السلع، أو إتلاف هذه السلع التي تشكل تعديا ما لم يكن ذلك متعارضا مع الدستور.<sup>1</sup>

كما يحق للسلطات القضائية أن تأمر بالتخلص من المواد والمعدات التي تستخدم بصورة رئيسية في صنع السلع المتعدية (تنطوي على تعدي)، خارج القنوات التجارية ودون دفع أي نوع من التعويضات، وذلك من أجل التقليل من حدوث المزيد من التعديات.<sup>2</sup> وعند دراسة الطلبات المقدمة إلى السلطات القضائية للقيام بهذه الإجراءات، من طرف أصحاب حقوق الملكية الفكرية ضد المعتدين على هذه الحقوق<sup>3</sup>، يجب مراعاة أن تتناسب درجة خطورة التعدي مع الجزاءات التي تأمر بها، ومراعاة مصالح الطرف الثالث.<sup>4</sup>

وفيما يتعلق بالسلع التي تلصق عليها علامات تجارية مقلدة، فلا يكفي مجرد إزالة العلامات التجارية الملصقة عليها، لكي يتم اتخاذ قرار بالإفراج عن السلع والسماح بمرورها وتداولها في القنوات التجارية، إلا في

<sup>1</sup> - المادة 46 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 46 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - عبد السلام حسين بن جاسم، حماية حقوق الملكية الفكرية - حسب اتفاقية "TRIPS" في منظمة التجارة العالمية والدول الأعضاء في مجلس التعاون لدول الخليج العربي، منشأة المعارف، الاسكندرية- مصر، 2013، ص 91.

<sup>4</sup> - المادة 46 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

حالات استثنائية<sup>1</sup>. ولعل الحكمة من هذا هو تجنب التحايل على أحكام القانون، إذ أنه من السهل نزع العلامة التجارية المقلدة الملتصقة على السلع التي تشكل تعديا، ثم إعادة لصق هذه العلامات عليها مرة أخرى بعد الإفراج عنها من طرف المصالح المختصة<sup>2</sup>.

رابعا: إساءة استعمال إجراءات إنفاذ حقوق الملكية الفكرية: تطرقت اتفاقية تريبس في المادة 48 لمسألة إساءة استعمال إجراءات إنفاذ حقوق الملكية الفكرية و منها حقوق أصحاب العلامات من طرف أصحاب هذه الحقوق والتي تتضمنها الاتفاقية، فقد يتهم صاحب حق، شخص آخر بالاعتداء على حقه، ليتضح في الأخير أن المدعى عليه لم يعتد على صاحب حق الملكية الفكرية، وهذا ما يسبب ضررا للمدعى عليه، لذا جاءت المادة 48 من اتفاقية تريبس لتحدد من تعسف أصحاب حقوق الملكية الفكرية في ممارسة حقوقهم<sup>3</sup>، فحسب المادة 1/48 من اتفاقية تريبس، للسلطات القضائية الصلاحية في أن تأمر الطرف الذي اتخذ إجراءات الإنفاذ بناء على طلبه بطريق الخطأ، بأن يدفع تعويضات كافية لجبر الضرر الذي أصاب المدعى عليه، باعتبار أن المدعي قد أساء استعمال حقه المقرر في إجراءات إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، ويمكن أيضا للسلطات القضائية أن تأمر هنا المدعي بدفع المصروفات والنفقات التي يكون المدعى عليه قد تكبدها، والتي يمكن أن تشمل أيضا الأتعاب المتعلقة بالمحاماة<sup>4</sup>.

قد يطلب صاحب علامة تجارية مسجلة من القضاء إصدار أمر بموجبه يتم منع دخول سلع مستوردة في حيازة المدعى عليه إلى القنوات التجارية بزعم أنها تحمل علامة تجارية بدون إذن من مالكيها، لكن بعد إصدار الأمر يتضح أن السلع المستوردة تحمل العلامة وفقا لعقد ترخيص باستغلال العلامة، وبهذا يكون إصدار الأمر بطريق الخطأ بناء على طلب صاحب العلامة قد أدى إلى وقوع أضرار جسيمة لحقت بالمدعى عليه<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 46 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 9.

<sup>3</sup> - عبد السلام حسين بن جاسم، المرجع السابق، ص 92.

<sup>4</sup> - الفقرة 1 من المادة 48 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>5</sup> - حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 10.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

ونصت صراحة اتفاقية تريبس على أن الدول الأعضاء لا تعفي سوى الهيئات العامة والمسؤولين الرسميين من التعرض للإجراءات الجزائية، كدفع التعويضات للمدعى عليه نتيجة اتخاذ أي إجراءات بحسن نية في إطار جهودهم المبذولة لتطبيق أي قانون يتعلق بحماية أو إنفاذ حقوق الملكية الفكرية<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: الإجراءات الجنائية

ألزمت اتفاقية تريبس بموجب المادة 61 البلدان الأعضاء بضرورة تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري. ويجب أن تشمل الجزاءات (أو العقوبات الجنائية) في حالة ارتكاب هذه الجرائم، الحبس و/أو الغرامات المالية بما يكفي لتوفير رادع بحيث يتناسب مع مستوى العقوبات المطبقة فيما يتعلق بالجرائم ذات الخطورة المماثلة.

و تشمل هذه الجزاءات (أو العقوبات) و التي قد تفرض أيضا، حجز السلع المخالفة أو أية مواد ومعدات يمكن أن تستخدم في ارتكاب الجريمة، ومصادرتها وإتلافها.

كما أجازت المادة 61 من الاتفاقية، للبلدان الأعضاء التوسع في فرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على حالات التعدي الأخرى على حقوق الملكية الفكرية، خاصة عندما ترتكب التعديات عمدا وفي النطاق التجاري.

### الفرع الرابع: التدابير المؤقتة

نصت اتفاقية تريبس صراحة على التدابير المؤقتة (الحماية الوقائية) في المادة 50 منها، فالاتفاقية تحاول أن توفر الحد الأدنى من الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية من التعدي والانتهاك، ومنها العلامة التجارية، وذلك بأن تمنع التعدي قبل وقوعه أو على الأقل التقليل من الآثار الناتجة عن حدوثه، لذا أكدت الاتفاقية في المادة 1/50، بأن السلطات القضائية في البلدان الأعضاء لها صلاحية الأمر باتخاذ تدابير مؤقتة فورية وفعالة، وأوضحت بأن هنالك حالتين تستوجبان اتخاذ هذه التدابير، ففي الحالة الأولى تتخذ هذه التدابير الوقائية لمنع حدوث أي تعد أو انتهاك لأي حق من حقوق الملكية الفكرية (منع التعدي قبل

<sup>1</sup> -المادة 2/48 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

وقوعه)، وقد أشارت نفس الفقرة (أي الفقرة 1 من المادة 50) إلى مثال على كيفية منع حدوث التعدي، حيث نصت على أن هذه التدابير تتخذ خاصة لمنع السلع بما فيها السلع المستوردة فور تخليصها جمركيا من الدخول إلى القنوات التجارية التي تقع في دائرة اختصاص القضاء في ذلك البلد<sup>1</sup>.

أما الحالة الثانية، فإن هذه التدابير تتخذ من أجل المحافظة على الأدلة التي تثبت وقوع التعدي المزعوم<sup>2</sup>. ففي حالة الاعتداء على العلامة بتقليدها، يتم اتخاذ التدابير من أجل ضبط العلامات المقلدة و الأدوات التي استعملت في التقليد.

أكدت الاتفاقية أنه عند اتخاذ التدابير التحفظية هناك العديد من الإجراءات والضوابط على السلطات القضائية مراعاتها، فلكي تتأكد وتتيقن السلطات القضائية بدرجة كافية من أن المدعي هو صاحب حق من حقوق الملكية الفكرية منها العلامات التجارية، وأن ذلك الحق متعرض للتعدي، أو أن الاعتداء عليه وشيك الوقوع، هنا السلطات القضائية لها الصلاحية بأن تأمر المدعي بأن يقدم أي أدلة معقولة تثبت ما يدعيه، وأن تأمره بتقديم ضمانات (تأمين) أو كفالة معادلة بما يكفي لحماية المدعى عليه من إساءة استعمال المدعي لحقوقه<sup>3</sup>.

ومن بين الضوابط المتبعة عند اتخاذ هذه التدابير، أن السلطات القضائية لها الصلاحية في اتخاذ تدابير مؤقتة أو تحفظية حتى دون علم الطرف الآخر أينما كان ذلك ملائما، وخاصة في حالتين ذكرتهما الاتفاقية: إذا كان من المرجح أن يسفر أي تأخير عن إلحاق أضرار بصاحب الحق يصعب تعويضها، وإذا

<sup>1</sup> -الفقرة 1 من المادة 50 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. وقد نصت الفقرة 1 المشار إليها إلى عبارة: "منع السلع بما فيها المستوردة"، فهذه العبارة تشير إلى أن الأمر يشمل بالإضافة إلى السلع المستوردة- السلع التي تمثل انتهاكا لحق فكرة جرى إنتاجها أو تصنيعها أو تقليدها في نفس البلد، فسواء كانت هذه السلع المتعدية مستوردة أو مصنفة داخل البلد المعني، فإن القضاء له سلطة اتخاذ قرار بمنع هذه السلع من التداول أو التوزيع والبيع في الأسواق التجارية داخل نفس البلد، فهذا القرار هو إجراء وقائي يستهدف منع تداول السلع التي تمثل تعديا على حق فكري محمي. حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 554.

<sup>2</sup> -الفقرة 1 من المادة 50 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس"، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> -الفقرة 3 من المادة 50 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

كان هناك احتمال واضح في إتلاف الأدلة<sup>1</sup>. و عندما تتخذ تدابير مؤقتة دون علم الطرف الآخر (المدعى عليه)، يجب إخطار الأطراف التي يمكن أن تتأثر جراء اتخاذ هذا التدبير، هنا قضت اتفاقية تريبس بضرورة إبلاغ (إخطار) هؤلاء الأطراف بدون أي تأخير عقب تنفيذ التدابير على أبعاد تقدير، و بناء على طلب المدعى عليه تجري مراجعة لهذه الإجراءات، مع حقه في إمكانية عرض وجهة نظره بهدف اتخاذ قرار في غضون فترة معقولة عقب الإخطار بالتدابير المتخذة فيما يتعلق بتعديل تلك التدابير أو إلغائها أو تثبيتها<sup>2</sup>. وما دام أن التدابير المؤقتة هي بطبيعتها "إجراءات مؤقتة" (محددة بمدة معينة تقدرها السلطة القضائية)، فإنها تنتهي بطرق حددتها اتفاقية تريبس، فتلغى هذه التدابير بناء على طلب المدعى عليه، أو يوقف مفعولها إذا لم تبدأ الإجراءات المؤدية لاتخاذ قرار بشأن موضوع الدعوى في غضون فترة زمنية معقولة تحددها السلطة القضائية التي أمرت باتخاذ التدبير المؤقت، بمعنى أن التدابير المؤقتة تلغى أيضا إذا لم يتم المدعي بإقامة دعواه الموضوعية بأصل الحق خلال مدة معقولة تحددها السلطة القضائية، لكن إذا لم تحدد السلطة القضائية تلك المدة المعقولة فيلغى التدبير في فترة أقصاها 20 يوم عمل أو 31 يوم من أيام السنة، أيهما أطول<sup>3</sup>.

وعندما تلغى التدابير المؤقتة التي تم اتخاذها أو تنقضي مدة سريانها نتيجة إهمال من جانب المدعي (عدم رفع الدعوى) أو حين يتضح لاحقا عدم حدوث أي تعد أو عدم وجود احتمال حدوث أي تعد على أي حق من حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية، هنا للسلطات القضائية الصلاحية في أن تأمر المدعي بناء على طلب المدعى عليه بدفع تعويضات مناسبة للمدعى عليه عن أي ضرر يكون قد لحق به نتيجة اتخاذ هذه التدابير<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - الفقرة 2 من المادة 50 من ، اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - الفقرة 4 من المادة 50 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - الفقرة 6 من المادة 50 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 11.

<sup>4</sup> - الفقرة 7 من المادة 50 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

أكدت اتفاقية تريبس بأن التدابير المؤقتة التي تتخذ نتيجة الإجراءات الإدارية يجب أن تتفق قدر الإمكان مع المبادئ والقواعد المتعلقة بالتدابير المؤقتة والتي تقدم ذكرها والمنصوص عليها في المادة 50 من اتفاقية تريبس<sup>1</sup>.

إذا السلطات الإدارية المختصة بحقوق الملكية الفكرية قد تتخذ بعض الإجراءات أو التدابير المؤقتة في الحدود التي يمنحها لها القانون، فعلى سبيل المثال مصالح الجمارك على مستوى مكاتبها المتواجدة ضمن الأقاليم البحرية، الجوية والبرية، لها أن تفرض بعض الإجراءات التحفظية أو الوقائية، كحجز سلعة معينة لفترة زمنية محددة، بسبب تلقيها إبلاغ بأنها تمثل انتهاك أو اعتداء على حق فكري أو أن مصالح الجمارك اشتبهت بأن هذه السلع مقلدة<sup>2</sup>.

### الفرع الخامس: التدابير الحدودية

تناولت اتفاقية تريبس نوعا آخر من أنواع الحماية القانونية التي تلتزم الدول الأعضاء بتوفيرها لحقوق الملكية الفكرية وأن تنص عليها في قوانينها، وتمثل هذه الحماية في التدابير الحدودية (الجمركية). التدابير الحدودية: "عبارة عن مجموعة من الإجراءات التي تتبعها السلطات الجمركية في حدود كل دولة لإنفاذ الحماية المقررة لحقوق الملكية الفكرية"<sup>3</sup>.

وتطرت اتفاقية تريبس للإجراءات أو التدابير الحدودية في القسم الرابع من الجزء الثالث منها، وذلك في المواد من 51 إلى 60، وتعتمد الدول الأعضاء في الاتفاقية هذه التدابير عندما يتعلق الأمر بالاعتداء على العلامات التجارية وحقوق المؤلفين، غير أن الاتفاقية أجازت (تركت لهم الخيار) للدول الأعضاء اتخاذ

<sup>1</sup> - الفقرة 8 من المادة 50 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 559. وبما أن السلطات الإدارية هنا التي تتخذ الإجراءات الوقائية قد ترتكب تجاوزات فيما يتعلق بسلع معينة قد لا تمثل أي اعتداء أو مساس على أي حق فكري مما قد يلحق الضرر بمالكها، لذا قررت المادة 8/50 من الاتفاقية، أنه في حالة اتخاذ السلطات الإدارية لبعض الإجراءات الوقائية أو التحفظية فيجب أن تكون إجراءاتها متفقة مع المبادئ أو القواعد التي يحددها القسم(3) من اتفاقية تريبس المتعلقة بالتدابير المؤقتة. نفس المرجع، ص 559.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 566.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

هذه التدابير فيما يتعلق بسلع تنطوي على تعديلات أخرى على حقوق الملكية الفكرية<sup>1</sup>. وستتطرق لهذه التدابير في ما يلي :

أولاً: إيقاف الإفراج عن السلع من جانب السلطات الجمركية (منع دخول البضائع المقلدة من الحدود) عن طريق طلب من صاحب الحق: بحسب اتفاقية تريبس تعتمد الدول الأعضاء في الاتفاقية إجراءات في تشريعاتها الوطنية، تمكن صاحب الحق الذي لديه أسباب مشروعة حول وجود شكوك في أنه قد يحدث استيراد سلع تحمل علامات تجارية مقلدة<sup>2</sup>، أو تمثل حقوق مؤلف منتحلة، بأن يقدم طلبا مكتوبا إلى السلطات المختصة فيه، سواء كانت هذه السلطة جهة قضائية أو إدارية لكي توقف السلطات الجمركية إجراءات الإفراج عن تلك السلع وتداولها<sup>3</sup>.

إن الهدف من إتاحة تقديم الطلبات من طرف صاحب الحق (صاحب العلامة التجارية)، لكي توقف السلطات الجمركية الإفراج عن تلك السلع المزيفة قبل دخولها إلى الأسواق الداخلية وتداولها بحرية، فالأكيد أن ضبط ووقف السلع المزيفة قبل تجاوزها للحدود الجمركية أيسر وأجدي بكثير من التعامل معها بعد تخطي الحدود الجمركية ودخولها إلى الأسواق، فالسلع المزيفة إذا تم الإفراج عنها يصعب ضبطها وتتبعها بعد تداولها وانتشارها في أماكن ومحلات متفرقة وأسواق متعددة داخل حدود الدولة<sup>4</sup>.

ثانياً: قواعد و إجراءات تتعلق بطلب إيقاف الإفراج الجمركي عن السلع: وضعت اتفاقية تريبس عدة قواعد إجرائية يجب مراعاتها بشأن طلبات إيقاف الإفراج عن السلع، سنتعرض لها فيما يلي:

<sup>1</sup> -المادة 51 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصاراً ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقاً.

<sup>2</sup> -"تعني عبارة " السلع التي تحمل علامات تجارية مقلدة" أي سلع بما في ذلك العبوات، تحمل دون إذن علامة تجارية مطابقة للعلامة التجارية المسجلة بصورة مشروعة فيما يتصل بمثل هذه السلع، أو التي لا يمكن تمييزها في جوانبها الأساسية عن تلك العلامة التجارية، والتي تعتدي بذلك على حقوق صاحب العلامة التجارية المعنية وفقاً لقوانين البلد المستورد"، الهامش رقم 14/أ من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقاً.

<sup>3</sup> -المادة 51 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقاً. فصاحب الحق يطلب من الجهات الإدارية أو القضائية في الدولة أن تصدر أمراً للسلطات الجمركية لإيقاف الإفراج عن السلع ومنع تداولها بحرية. عبد السلام حسين بن جاسم، المرجع السابق، ص 102.

<sup>4</sup> -حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 15.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- على كل صاحب حق يشرع في تقديم طلب إيقاف الإفراج عن السلع التي يعتقد بأنها مقلدة، أن يقدم أدلة كافية لإقناع السلطات المختصة بأنه، بحسب أحكام قوانين البلد المستورد، يوجد تعدد ظاهر على حقوق الملكية الفكرية لصاحب الحق، كصاحب العلامة التجارية أو حقوق التأليف والحقوق المجاورة<sup>1</sup>.
- يجب على مقدم الطلب أن يقدم وصفا تفصيليا للسلع التي يدعي أنها تنطوي على اعتداء على حقه (اعتداء على العلامة التجارية أو حق المؤلف والحقوق المجاورة)، لكي يسهل على السلطات الجمركية التعرف على هذه السلع<sup>2</sup>.
- يجب على السلطات المختصة (السلطات القضائية أو الإدارية) إبلاغ صاحب الحق (المدعي أو صاحب الطلب) في غضون مدة زمنية معقولة، فيما إذا كان طلبه قد تم قبوله، و بالمدة الزمنية التي تستغرقها الإجراءات التي تتخذها السلطات الجمركية،<sup>3</sup> حتى يتمكن من رفع دعوى أمام القضاء لإصدار حكم نهائي في هذا الخصوص<sup>4</sup>.
- يجب إخطار كل من المستورد وطالب وقف الإفراج عن السلع، بقرار وقف الإفراج عن السلع على الفور عند صدوره<sup>5</sup>.
- إذا لم يقدم مقدم الطلب بإبلاغ السلطات الجمركية خلال مهلة زمنية لا تتجاوز 10 أيام من تاريخ إخطاره بقرار وقف الإفراج عن السلع، بأنه قد شرع في إجراءات قضائية تؤدي إلى اتخاذ قرار حول موضوع الدعوى (أي قد شرع في رفع دعوى قضائية)، يتم الإفراج عن السلع بشرط أن يكون قد تم الالتزام بكافة الشروط الأخرى المتعلقة باستيرادها أو تصديرها، ويجوز تمديد هذه المهلة الزمنية مدة 10 أيام عمل أخرى، وذلك في الحالات المناسبة التي تقتضي ذلك<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 52 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 52 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> -المادة 52 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> -عبد السلام حسين بن جاسم، المرجع السابق، ص 104.

<sup>5</sup> -المادة 54 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>6</sup> -المادة 55 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- إذا كان المدعي قد شرع في إجراءات رفع دعواه الموضوعية، فإن المدعى عليه له الحق في طلب مراجعة قرار الإيقاف تشمل حقه في عرض وجهة نظره بهدف اتخاذ قرار في غضون فترة زمنية معقولة حول ما إذا كان سيتم تعديل هذه التدابير أو إلغاؤها أو تثبيتها<sup>1</sup>.

ثالثا: ضمانات لتعويض الأضرار الناتجة عن إيقاف الإفراج عن السلع بدون وجه حق: تجنبا لإساءة استخدام الحق في طلب إيقاف الإفراج عن السلع المزمع استيرادها، أكدت اتفاقية تريبس على أن للسلطات المختصة (السلطات القضائية) في الدول الأعضاء الصلاحية في أن تطلب من المدعي (مقدم الطلب) تقديم ضمانات (تأمين) أو كفالة معادلة، تكون كافية لحماية المدعى عليه والسلطات المختصة من الأضرار التي قد تنتج عن إساءة استعمال الحق في تقديم طلبات لإيقاف الإفراج عن السلع. ويجب ألا تكون الكفالة أو الضمانة (مبلغ التأمين) التي يطلب من المدعي (الطالب) تقديمها مبالغا فيها، أي رادعا غير معقول فيحول دون لجوئه إلى طلب وقف الإفراج عن السلع<sup>2</sup>، (أي يحول دون لجوئه إلى القيام بهذه الإجراءات).

وأكدت أيضا اتفاقية تريبس على أن للسلطات المختصة الصلاحية في أن تأمر مقدم طلب إيقاف الإفراج عن السلع بأن يدفع لمستورد هذه السلع وللمرسلة إليه و صاحبها التعويض المناسب عن أي أضرار قد تلحق بهم بسبب الاحتجاز الخاطئ لهذه السلع، أي إذا صدر قرار بإيقاف الإفراج عن السلع، ثم تبين فيما بعد أن القرار خاطئ وتقرر إلغاؤه، أو إذا تم الإفراج عن السلع بعد انقضاء الفترة التي كان يجب على المدعي أن يرفع فيها دعواه الموضوعية وفقا لحكم المادة 55 من الاتفاقية دون أن يفعل ذلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> -المادة 55 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. ونصت الفقرة الأخيرة من المادة 55 من نفس الاتفاقية على: "... وعلى الرغم من الأحكام المنصوص عليها أعلاه، تطبق أحكام الفقرة 6 من المادة 50 حين ينفذ وقف الإفراج عن السلع أو يتقرر استمراره في إطار تدبير قضائي مؤقت". حول هذه الفكرة الأخيرة أي إذا كان قرار وقف الإفراج الجمركي عن السلع قد اتخذ كتدبير (إجراء) مؤقت تطبيقا لحكم المادة 50 من اتفاقية تريبس. راجع حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 17.

<sup>2</sup> -الفقرة 1 من المادة 53 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> -المادة 56 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. وراجع أيضا حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 17. راجع أيضا المادة 56 من اتفاقية تريبس التي نصت على: "للسلطات المناسبة صلاحية



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

رابعا: الحق في معاينة السلع المحتجزة (المزيفة) والحصول على معلومات تخص السلع المزيفة: ألزمت اتفاقية تريبس الدول الأعضاء، دون إخلال بحماية المعلومات السرية، بأن تعطي الصلاحية للسلطات المختصة في أن تمنح صاحب الحق (طالب إيقاف الإفراج أو المدعي) فرصة كافية لمعاينة أي سلع قد تحتجزها السلطات الجمركية بغية تمكينه من إثبات ادعاءاته، كما للسلطات المختصة أيضا صلاحية منح المستورد فرصة عادلة لمعاينة أي من هذه السلع<sup>1</sup>.

وقد جاءت المادة 57 من اتفاقية تريبس بحكم هام وهو حكم جديد، إذ نصت على أنه يجوز للبلدان الأعضاء منح السلطات المختصة صلاحية إبلاغ وتزويد صاحب الحق (المدعي أو طالب الإيقاف) بالمعلومات الخاصة بأسماء وعناوين المرسل والمستورد والمرسلة إليه السلع المعنية (المزيفة) وكمياتها، وهذا بعد أن يصدر حكم إيجابي في موضوع الدعوى (أي لصالح المدعي)<sup>2</sup>.

خامسا: إيقاف الإفراج عن السلع من جانب السلطات الجمركية (منع دخول البضائع المقلدة من الحدود) وبدون تقديم طلب من صاحب الحق: بحسب اتفاقية تريبس أن للدول الأعضاء في الاتفاقية أن تمنح للسلطات المختصة فيها (الجمركية) الصلاحية بأن توقف من تلقاء نفسها الإفراج الجمركي عن السلع والتي يتضح من خلال أدلة ظاهرية أن هذه السلع تمثل تعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات ، والسلطة المختصة تقوم بذلك من تلقاء نفسها أي بدون تقديم طلب من أصحاب الشأن، وهنا يجب اتباع الإجراءات التالية:

---

أن تأمر مقدم طلب وقف الإفراج عن السلع بأن يدفع لمستوردها والمرسلة إليه وصاحبها التعويض المناسب عن أي أضرار تلحق بهم من خلال الاحتجاز الخاطيء للسلع أو احتجاز السلع المفرج عنها وفقا لأحكام المادة 55".

<sup>1</sup> -المادة 57 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> -المادة 57 من اتفاقية تريبس، المشار إليه سابقا. حسام الدين الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وإجراءات تسوية المنازعات، المرجع السابق، ص 18. ولعل هدف اتفاقية تريبس من هذا الحكم هو لمساعدة المدعي، صاحب الحق (حق من حقوق الملكية الفكرية بما فيها العلامة التجارية) في الحصول على المعلومات الهامة لكي يسهل عليه التعرف على الأشخاص المعتدين على حقه والمتورطين في صناعة وتجارة السلع المزيفة لملاحقتهم.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- يجوز للسلطات المختصة (السلطة الجمركية) أن تطلب في أي وقت من صاحب الحق (المدعي أو صاحب العلامة مثلا) تقديم أية معلومات يمكن أن تساعد في القيام بعملها.

- إخطار المستورد وصاحب الحق (المدعي أو صاحب العلامة مثلا) فورا بقرار وقف الإفراج الجمركي عن السلع، وإذا كان المستورد قد قدم التماسا للسلطات المختصة لاستئناف قرار الوقف، فإن قرار الوقف يخضع للشروط التي تنص عليها المادة 55 من اتفاقية تريبس مع ما يلزم من تعديل.

- لا تعفى الهيئات العامة في البلدان الأعضاء، والمسؤولون الرسميون فيها من التعرض للتدابير الجزائية، في حال وقوع اعتداء منهم على حقوق الملكية الفكرية، إلا إذا حدث ذلك عن حسن نية<sup>1</sup>. بمعنى إذا قام هؤلاء باستيراد بضاعة مقلدة فلا يجوز إعفاؤهم من المسؤولية إلا إذا قاموا بذلك بحسن نية<sup>2</sup>.

**سادسا: الجزاءات:** أكدت اتفاقية تريبس على أن للسلطات المختصة صلاحية الأمر بإتلاف السلع المتعدية أو التخلص منها بحسب المبادئ التي تنص عليها المادة 46 من اتفاقية تريبس، وذلك مع عدم الإخلال بالحق في رفع أي دعوى قضائية أخرى متاحة لصاحب الحق، ومع مراعاة حق المدعى عليه في أن يطلب من السلطات المختصة التي اتخذت قرار الإتلاف أو التخلص من السلع أن تعيد النظر في هذا القرار<sup>3</sup>.

وفيما يخص السلع التي تلصق عليها علامات تجارية مقلدة، هنا يجب على السلطات المختصة أن تلتزم بعدم السماح بإعادة تصدير السلع المتعدية دون تغيير في حالتها أو إخضاعها لإجراءات جمركية مختلفة، إلا في الحالات الاستثنائية<sup>4</sup>.

كما أجازت الاتفاقية للبلدان الأعضاء أن تستثني من تطبيق الأحكام السابقة، الكميات الضئيلة من السلع ذات الغرض غير التجاري التي تكون ضمن أمتعة المسافرين الشخصية أو التي ترسل في طرود صغيرة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-المادة 58 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة اختصارا ب " اتفاقية تريبس " ، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup>-عبد السلام حسين بن جاسم، المرجع السابق، ص 107.

<sup>3</sup>-المادة 59 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup>-المادة 59 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

وما يلاحظ أن الأحكام التي جاءت بها اتفاقية تريبس والمتعلقة بالتدابير والإجراءات الحدودية أنها لم تعط لصاحب حق الملكية الفكرية (صاحب العلامة) الفرصة في أن يقدم طلبا للحجز على السلع المتعدية عندما يكون مقيما في دولة والسلع المتعدية في دولة أو في دول أخرى (من دول منظمة التجارة العالمية)، ويفترض في حالة كهذه أنه يكفي أن يقدم طلبه في الدولة التي يقيم فيها ليتم تنفيذه في الدولة أو الدول التي تتواجد فيها السلع المتعدية<sup>2</sup>.

إن اكتفاء اتفاقية تريبس بالنص على التدابير أو الإجراءات التي تتضمن الحماية الحدودية في تشريع كل دولة على حدة يعد أمرا غير كاف، لذا يجب إيجاد آلية معينة بهدف إقامة تعاون بين جميع دول المنظمة لمواجهة حالات التعدي و انتهاك حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات عندما يكون صاحب الحق الفكري المعتدى عليه في بلد و السلع المتعدية في بلد آخر، بحيث تظهر جميع الدول و كأنها دولة واحدة في مواجهة الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات<sup>3</sup>، و ذلك ما تنادي به المادة 69 من اتفاقية تريبس المتعلقة ب "التعاون الدولي" إذ نصت على : "توافق البلدان الأعضاء على التعاون فيما بينها بغية إلغاء التجارة الدولية في السلع التي تتعدى على حقوق الملكية الفكرية. و لهذا الغرض، تقيم هذه البلدان نقاط اتصال في أجهزتها الإدارية و تحظرها بالمعلومات، و تكون على استعداد لتبادل المعلومات بشأن التجارة في السلع المتعدية، و تشجع البلدان الأعضاء بصورة خاصة تبادل المعلومات و التعاون بين السلطات الجمركية فيما يتعلق بتجارة السلع التي تحمل علامات مقلدة و السلع التي تنتحل حقوق المؤلف".

و كان على اتفاقية تريبس في هذا المجال أن تضع آلية للحماية الحدودية ( الجمركية ) و تلزم الدول الأعضاء بتنفيذها، و أن تضع كذلك آليات قانونية تساعد البلدان الأعضاء على إقامة تعاون قضائي و جمركي ، بحيث أن صاحب الحق الفكري ( كصاحب العلامة ) الذي تم الاعتداء على حقه يستطيع أن يباشر إجراءات وقف تداول و منع السلع من دخول الأسواق في أي دولة من الدول التي حدث فيها

<sup>1</sup> -المادة 60 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> -حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 570.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 571.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

التعدي أو وجدت فيها السلع المستوردة المتعدية، و منه تقوم السلطات المختصة في هذه الدول بمحاولة التنسيق فيما بينها لكي تتخذ إجراءات الإنفاذ التي نصت عليها الاتفاقية و التي رأيناها سابقا، كل فيما يخصه<sup>1</sup>.

و من أجل تسهيل تنفيذ أحكام اتفاقية تريبس أكدت الاتفاقية في المادة 67 المتعلقة ب "التعاون الفني" ، على أن البلدان الأعضاء المتقدمة تلتزم بأن تقدم التعاون الفني و المالي من أجل خدمة مصالح البلدان الأعضاء النامية و الأقل نموا، و يتمثل التعاون الذي تقدمه البلدان المتقدمة في المساعدة في إعداد القوانين و اللوائح التنظيمية الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية و إنفاذها، و يشمل التعاون الفني كذلك المساعدة في إنشاء أو تعزيز المكاتب و الهيئات المحلية التي لها صلة بالملكية الفكرية بما في ذلك تدريب الموظفين في هذا المجال، و نصت الاتفاقية على أن هذا التعاون الفني مشروط بأن يتم بناء على طلب من البلدان الأعضاء النامية و البلدان الأقل نموا، و أن يتم كذلك وفقا لأحكام و شروط متفق عليها بصورة تبادلية بين هذه البلدان و البلدان الأعضاء المتقدمة<sup>2</sup>.

أما عن موقف المشرع الجزائري من مسألة إنفاذ الحق في العلامة التجارية، فيبدو واضحا أن المشرع قد تبنى بصفة صريحة من خلال العديد من الأوامر و القوانين أغلب قواعد الإنفاذ التي نصت عليها اتفاقية تريبس والتي ألزمت الدول الأعضاء بالنص عليها في قوانينها الداخلية، و تتمثل قواعد الإنفاذ في إجراءات حماية متعددة و صارمة، إذ نص الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على إمكانية القيام بإجراءات تحفظية(حماية مؤقتة) وهي إجراءات مؤقتة فورية وفعالة، كما نص أيضا قانون الإجراءات المدنية والإدارية على هذه الإجراءات.

نص المشرع أيضا على الحماية المدنية فبموجب الأمر المتعلق بالعلامات المذكور، إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب، فإن الجهات القضائية المختصة تأمر بوقف أعمال التقليد وتقضي بالتعويضات المدنية أي إلزام المعتدي بدفع التعويضات. ونجد أيضا الحماية التي نص عليها القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث تتم حماية العلامة التجارية ضد

<sup>1</sup> - حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 572.

<sup>2</sup> - المادة 67 من اتفاقية تريبس، المشار إليها سابقا. حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 573.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

أفعال المنافسة غير المشروعة، ونص هذا القانون على العديد من العقوبات ضد مرتكب أفعال التقليد كالغرامة، حجز البضائع موضوع المخالفة، مصادرة السلع المحجوزة...

وفيما يخص الحماية الجزائية (الإجراءات الجنائية) تطبق على العلامات المسجلة و نص عليها الأمر 06-03، وهي تشمل عقوبات ضد من تعدى على العلامة، بالحبس و/أو الغرامة، و العقوبات التكميلية وهي غلق المؤسسة، مصادرة أدوات التقليد، إتلاف الأشياء محل المخالفة.

وفيما يتعلق بالتدابير الحدودية فهي الأخرى اهتم بها المشرع إذ نص عليها القانون رقم 79-07، المتضمن قانون الجمارك و خاصة المادة 22 منه المعدلة و المتممة، و المشار إليها سابقا، هنا أصدر المشرع القرار المؤرخ في 15 جويلية سنة 2002 الذي يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، ويحتوي هذا القرار على 17 مادة، حيث نص على تدابير حماية العلامة من أفعال التقليد التي يجب القيام بها من طرف مصالح الجمارك، وهذه التدابير هي بهدف حماية حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية عند الحدود أي عند عمليات الاستيراد والتصدير.

إن المشرع بنصه على إجراءات الحماية المذكورة يكون بذلك قد نص على الالتزامات التي فرضتها اتفاقية تريبس على الدول الأعضاء، وربما هذا التوافق بين نصوص اتفاقية تريبس و نصوص التشريع الجزائري في مجال حقوق الملكية الفكرية، والذي تحقق بفضل العديد من التعديلات في القوانين، يأتي في إطار الجهود التي تبذلها الجزائر لإزالة العقبات للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية و بالتالي العضوية في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية تريبس)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - إن انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية و بالتالي الانضمام إلى "اتفاقية تريبس"، أصبح ضرورة تفرضها بيئة التجارة الدولية الحالية، فقد كان للتقدم التكنولوجي و التوسع التجاري و الاقتصادي الذي شهده العالم في القرن العشرين أثر بالغ الأهمية على الملكية الفكرية التي لم تعد مرتبطة كثيرا بمسألة الفكر و الإبداع بقدر ما هي مرتبطة بمفهوم تجاري و اقتصادي يقوم على أساس اقتصاد السوق و تحرير التجارة الدولية ( لكون اتفاقيات الملكية الفكرية السابقة لم تعد تتماشى مع متطلبات العولمة الاقتصادية و التقدم التكنولوجي في العصر الحاضر)، لذا جاءت اتفاقية تريبس بمفهوم جديد للملكية الفكرية يقوم على أساس تجاري و اقتصادي و أنت بقواعد قانونية تتلاءم مع هذا المفهوم، و أصبحت هذه الاتفاقية هي المنظمة لكافة أنواع حقوق الملكية الفكرية الأدبية و الصناعية. حميد محمد علي اللهي، المرجع السابق، ص 674. و رغم أن الدول النامية لا تستفيد كثيرا من انضمامها إلى اتفاقية تريبس، مقارنة بالدول المتقدمة كون هذه الأخيرة تمتلك القدر الأكبر من حقوق الملكية الفكرية منها براءات الاختراع و العلامات التجارية... إلا أن اتفاقية تريبس لها بالتأكيد آثار ايجابية على الدول النامية، ففي مجال حقوق الملكية

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

المبحث الثاني: معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 لتبسيط و توحيد إجراءات تسجيل العلامة التجارية و معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 كإطار دولي لتحديث نظام العلامات.

لتسجيل علامة تجارية لدى مكاتب التسجيل الوطنية كان أصحاب العلامات التجارية سواء كانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين كالشركات، يضطرون إلى تلبية العديد من المتطلبات الإجرائية والموضوعية والتي تختلف في كل بلد<sup>1</sup>، منها التعامل مع تشكيلات بلغات مختلفة، دفع رسوم متباينة بعملات متنوعة، استغراق الإجراءات لأوقات طويلة، هذا ما انعكس بالسلب على تسجيل وحماية العلامات التجارية على المستوى الدولي وأصبح يشكل عائقا للتجارة الدولية، لذا بذلت الدول رفقة الويبو جهودا لإيجاد اتفاق يضمن تبسيط إجراءات تسجيل العلامات ويكفل توحيدها وتعميمها على أغلب الدول، فكانت الفكرة في إبرام معاهدة قانون العلامات لسنة 1994.

لكن التطور الحاصل في المجال التكنولوجي وخاصة مجال الاتصالات، و ظهور الابتكارات الجديدة نتج عنه ظهور أنواع جديدة من العلامات التجارية لم تكن معروفة من قبل، لكنها فرضت نفسها في مجال التعامل التجاري خاصة في مجال تسويق السلع أو عرضها للبيع، لذا فإن الاتفاقيات السابقة أصبحت غير قادرة على مواكبة التطورات الحاصلة والتي تأثر بها نظام العلامات التجارية ككل، لذا بحثت الدول عن اتفاقيات أخرى تسائر التطورات الحاصلة، فتم الاتفاق على إبرام معاهدة جديدة، رغم أنها تستند إلى معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، وهي معاهدة سنغافورة لسنة 2006<sup>2</sup>.

---

الفكرية فإن الحماية التي توفرها لها هذه الاتفاقية، من شأنها تشجيع المستثمرين الأجانب على الاستثمار في الأسواق الوطنية للدول النامية، و بالتالي إقامة المشاريع المنتجة و إنشاء الشركات و هذا ما يوفر مناصب عمل و يحقق الأرباح ، و توجيه السلع للتصدير.

<sup>1</sup> - و هذا الاختلاف في إجراءات التسجيل بين قوانين الدول يرجع إلى أن اتفاقية باريس تركت الحرية للدول المتعاقدة في تنظيم هذه الإجراءات رغم أنها وضعت بعض الاستثناءات .

<sup>2</sup> - حسب رأي البعض أن معاهدة سنغافورة لسنة 2006 تعتبر بمثابة مراجعة وتعديل لمعاهدة قانون العلامات لسنة 1994، وهذا للتعامل مع العديد من قضايا العلامات التجارية التي لم تتناولها معاهدة قانون العلامات لسنة 1994.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

لذا سنتطرق إلى معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 لتبسيط و توحيد إجراءات تسجيل العلامة التجارية (المطلب الأول). ومعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 كإطار لتحديث نظام العلامات (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 لتبسيط و توحيد إجراءات تسجيل العلامة التجارية

قبل إبرام معاهدة قانون العلامات كان نظام تسجيل العلامات التجارية يتضمن إجراءات تسجيل تختلف من دولة لأخرى نظرا لاختلاف قوانين العلامات التجارية لكل بلد، ونتج عن هذا الاختلاف زيادة كبيرة في الجهود والتكاليف والأوقات اللازمة لتسجيل العلامة التجارية وحمايتها على المستوى الدولي، وهذا ما اعتبر بدون شك حاجزا أو عائقا للتجارة الدولية باعتبار أن العلامة التجارية إحدى أهم أدوات الترويج والتسويق للتجارة الدولية في عصرنا الحالي.

لذا حاولت الدول ومعها المنظمة العالمية للملكية الفكرية إيجاد اتفاق أو معاهدة دولية لكي تشمل جميع جوانب حماية العلامة التجارية، لكن في الأخير تم إبرام المعاهدة وهي تتضمن حلولاً للمشكلات المتعلقة بالجانب الإجرائي فقط دون الجانب الموضوعي.

إذا كيف عاجلت معاهدة قانون العلامات، المتطلبات التي تقتضيها إجراءات تسجيل العلامات، وتجديد تسجيلها؟ ما الجديد الذي أتت به أحكام المعاهدة والذي يمكن اعتباره عنصرا إيجابيا بالنسبة لأصحاب العلامات؟

تضم المعاهدة 25 مادة، وهي مرفقة بلائحة تنفيذية تتضمن شرح تفصيلي لبعض إجراءات التسجيل.

---

- Samay Gheewala, Singapore Sling: WIPO passes the buck on meaningful reform of international trademark law, DePaul journal of art, technolog & intellectual property law ,college of law, DePaul university, volume 17, issue 2, Spring 2007, pp 309, 310.

وفي نفس الاتجاه راجع، مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 155.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- ويجوز أن تصبح أطراف في هذه المعاهدة، الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للملكية الفكرية وبعض المنظمات الدولية الحكومية<sup>1</sup>.

لمعالجة مضمون هذه المعاهدة سنحاول التطرق لما يلي: الخلفية التاريخية لمعاهدة قانون العلامات (الفرع أول)، الغرض من معاهدة قانون العلامات ومجال تطبيقها (الفرع الثاني)، القواعد (أو المتطلبات) المتعلقة بإجراءات تسجيل العلامة التجارية (الفرع الثالث)، أحكام أخرى في تبسيط إجراءات تسجيل العلامة (الفرع الرابع) مزايا معاهدة قانون العلامات (الفرع الخامس).

### الفرع الأول: الخلفية التاريخية لمعاهدة قانون العلامات لسنة 1994

بدأت الويبو في عام 1987 بإجراء مناقشات ومبادرات بهدف إعداد معاهدة دولية جديدة للعلامات التجارية، وتم تكليف لجنة من الخبراء في العلامات التجارية، والتي عقدت اجتماعاتها حول هذا الموضوع بين عامي 1989 و1993، وكان الهدف الرئيسي لهذه الاجتماعات هو التوصل إلى اتفاق "يشمل جميع جوانب حماية العلامة التجارية"، وبعد الاجتماعات الأولى اتضح للويبو والدول المشاركة بأن هناك أمل ضئيل في التوفيق بين الاختلافات في الجوانب الموضوعية الموجودة في قوانين العلامات التجارية لمختلف دول العالم<sup>2</sup>، ونظرا لعدم وجود حل يمكن أن يغطي جميع الصعوبات المتعلقة بحماية العلامة التجارية<sup>3</sup>، وبناء عليه تم حذف الجوانب الموضوعية لقانون العلامات من المحادثات، وكرست اللجنة وقتها ومحادثاتها لمحاولة تنسيق وتبسيط الجوانب الإجرائية في قانون العلامات التجارية<sup>4</sup>.

بعد ذلك نجحت المحادثات وعقد المؤتمر الدبلوماسي في 27 أكتوبر 1994، واعتمد المؤتمر معاهدة قانون العلامات (TLT)، ولم تدخل المعاهدة حيز التنفيذ إلا في 1 أوت 1996<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 19 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. نشير هنا إلى أن الجزائر لم تنظم إلى معاهدة قانون العلامات.

<sup>2</sup> - Timothy W.Blakely, op.cit, pp 320, 321.

<sup>3</sup> - Joanna Schmidt- Szalewski, op.cit, p 205.

<sup>4</sup> - Timothy W.Blakely, op.cit, p 321 . Marshall A.Leaffer, op.cit, p 20.

<sup>5</sup> - Joanna Schmidt- Szalewski, op.cit p 205. Timothy W.Blakely, op.cit, p 321.

معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المبرمة في 27 أكتوبر سنة 1994، متوفرة على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12678>



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

### الفرع الثاني: الغرض من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 ومجال تطبيقها

سنتعرض هنا للغرض الذي تهدف معاهدة قانون العلامات إلى تحقيقه (أولاً)، و العلامات التي تطبق عليها هذه المعاهدة (ثانياً)، خاصة وأن هذه المعاهدة نصت على أنها تطبق على علامات معينة و أنها لا تطبق على علامات أخرى.

### أولاً: الغرض من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994

تهدف معاهدة قانون العلامات إلى تبسيط وتوحيد إجراءات تسجيل العلامات التجارية (وعلامات الخدمة) لدى مكاتب تسجيل العلامات التجارية الوطنية في الأطراف المتعاقدة المنضمة إلى المعاهدة وتعميم هذه الإجراءات<sup>1</sup>. لأن إجراءات تسجيل العلامات التجارية تختلف من دولة لأخرى، ويؤدي هذا الاختلاف إلى زيادة التكاليف اللازمة لتسجيل وحماية العلامات التجارية على المستوى الدولي، وهذا ما يشكل في حد ذاته عائقاً أو حاجزاً للتجارة الدولية، خاصة مع تعدد الأسواق التجارية وانتشارها عبر مختلف الدول.

فإجراءات ومتطلبات تسجيل العلامات التجارية المكلفة والمرهقة أصبحت تمثل عائقاً أمام حماية العلامة التجارية للأشخاص سواء كانوا الطبيعيين أو المعنويين كالشركات، ويمكن اعتبارها عائقاً أمام التجارة كذلك<sup>2</sup>.

لذا عملت المعاهدة على تحقيق الانسجام أو التنسيق الإجرائي من خلال تحديد قائمة بالمتطلبات القصوى التي يمكن للأطراف المتعاقدة فرضها بخصوص الإجراءات المختلفة<sup>3</sup>، كما منعت الأطراف المتعاقدة

---

والمعاهدة متوفرة مباشرة على موقع الويبو التالي باللغة العربية :

<https://wipolex.wipo.int/ar/text/294356>، تاريخ الاطلاع على الموقعين : 01 جوان 2020.

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، منشورات الويبو، جنيف - سويسرا ، ص 1. متوفر على الموقع: [https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/tlt/summary\\_tlt.html](https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/tlt/summary_tlt.html) ، تاريخ الاطلاع : 01 جوان 2020.

<sup>2</sup> - Marshall A. Leaffer, op.cit, p 19.

<sup>3</sup> - Timothy W.Blakely, op.cit, p 321.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

من فرض العديد من المقتضيات والإجراءات الشكلية والتي غالبا ما تكون مرهقة<sup>1</sup>. إذا هذه المعاهدة تعالج الجوانب الإجرائية في قانون العلامات التجارية دون التطرق إلى الجوانب الموضوعية<sup>2</sup>.

تهدف المعاهدة إلى تبسيط عمليات تسجيل العلامات التجارية لدى مكاتب تسجيل العلامات الوطنية وإدارة تسجيلها في دول ذات أنظمة قضائية وإدارية متعددة (مختلفة)، وهذا في مراحل محددة بدأ بمرحلة طلب التسجيل ثم التغييرات بعد التسجيل، وتمديد تسجيل العلامة<sup>3</sup>. حيث تم في جميع هذه المراحل تحديد المتطلبات التي يجوز للأطراف المتعاقدة فرضها وتلك التي يمنع فرضها.

### ثانيا: العلامات التي تطبق عليها معاهدة قانون العلامات لسنة 1994

فيما يخص أنواع العلامات، نصت المعاهدة صراحة على أن تطبق معاهدة قانون العلامات على العلامات المتعلقة بالسلع (العلامات التجارية) أو الخدمات (علامات الخدمة) أو على السلع والخدمات على حد سواء<sup>4</sup>، وهذا ما يظهر أيضا في جميع نصوص المعاهدة، ففي جميع مراحل إجراءات التسجيل التي تطرقت لها المعاهدة، سواء مرحلة طلب التسجيل أو إجراء التغييرات أو تمديد التسجيل، دائما تتم الإشارة إلى السلع والخدمات.

كما أن المعاهدة أكدت صراحة بأنه يجب على الأطراف المتعاقدة أن تسجيل علامات الخدمة وأن تطبق عليها أحكام اتفاقية باريس المتعلقة بالعلامات<sup>5</sup>.

ولا تطبق المعاهدة على العلامات الجماعية وعلامات الرقابة (التصديق) وعلامات الضمان<sup>6</sup>.

أما عن طبيعة العلامات فإن هذه المعاهدة تطبق على العلامات التي تتألف من إشارات مرئية، وهنا الأطراف المتعاقدة التي تقبل تسجيل العلامات المجسمة (ثلاثية الأبعاد) تكون ملزمة وحدها بتطبيق هذه

<sup>1</sup> - Marshall A.Leaffer, op.cit, p 20.

<sup>2</sup> - Timothy W.Blakely, op.cit, p 321.

رغم أن هناك من يرى بأن المعاهدة تحتوي على بعض الأحكام الموضوعية العامة منها الشرط المتعلق بالتوكيل الرسمي، وشرط التصديق على الوثائق. Marshall A.Leaffer, op.cit, pp 20, 21.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1.

<sup>4</sup> - المادة 2 (2) (أ) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>5</sup> - المادة 16 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>6</sup> - المادة 2 (2) (ب) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

المعاهدة على تلك العلامات<sup>1</sup>. كما أن هذه المعاهدة لا تطبق على العلامات الهولوجرافية (الصور الضوئية المجسمة) وعلى العلامات غير المؤلفة من إشارات مرئية، ولا سيما العلامات السمعية والعلامات الخاصة بحاسة الشم<sup>2</sup>.

وقد تم النص على هذه الاستثناءات المتمثلة في استبعاد بعض أنواع العلامات من نطاق تطبيق المعاهدة وهي العلامات غير التقليدية (non standard marks)، العلامات غير القياسية)، للحفاظ على طابع توحيد الأحكام والإجراءات الذي تبناه المعاهدة، نظرا لأن هذه العلامات كانت نادرة ولم تعترف بها العديد من الدول<sup>3</sup>.

### الفرع الثالث: المتطلبات المتعلقة بطلب تسجيل العلامة التجارية

تتعلق معظم أحكام معاهدة قانون العلامات<sup>4</sup> بالإجراءات المباشرة على مستوى مكتب تسجيل العلامات التجارية الوطني، ويمكن تقسيم هذه الإجراءات إلى ثلاث مراحل رئيسية كالتالي: طلب التسجيل (أولاً)، التغييرات بعد التسجيل (ثانياً)، ومرحلة تجديد التسجيل (ثالثاً)، وكل مرحلة تتضمن الشروط والمتطلبات التي يجب توافرها وتلك التي يحظر على الأطراف المتعاقدة فرضها على أصحاب العلامات وهذا ما سنراه فيما يلي:

<sup>1</sup> - المادة 2 (1) (أ) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. أشارت المعاهدة في المادة 2 المذكورة، إلى مصطلح العلامات المجسمة، أما نص المعاهدة باللغة الإنجليزية يعبر عنها بمصطلح: three- dimensional marks ، وهي العلامات ثلاثية الأبعاد.

<sup>2</sup> - المادة 2 (1) (ب) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> -Samay Gheewala, op.cit, p 313.

قد تشمل العلامات غير التقليدية، العلامات المرئية مثل العلامات الهولوجرافية، العلامات المجسمة، علامات اللون، علامات المكان وعلامات الحركة. وقد تشمل العلامات غير التقليدية أيضا، العلامات غير المرئية كعلامات الصوت (السمع)، الرائحة، الطعم، الملمس. أما العلامات التقليدية فهي العلامات المعتادة و المؤلف. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>4</sup> - « The TLT's provisions affect the application stage in acquiring rights,the post registration stage in maintaining rights,and the renewal stage in extending rights . The TLT includes certain substantive provisions as well . ». Marshall A.Leaffer, op.cit, p 21.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

### أولاً: المرحلة الأولى: طلب تسجيل العلامة التجارية

عند القيام بطلب تسجيل العلامة هناك إجراءات و قواعد يجب مراعاتها، و هذا ما سوف نراه في ما يلي:

**1- البيانات أو العناصر التي يتضمنها الطلب أو المرفقة به:** أجازت معاهدة قانون العلامات للأطراف المتعاقدة<sup>1</sup>، أن تشترط بأن يتضمن طلب تسجيل العلامة بعض البيانات والعناصر أو كلها، والمحددة على سبيل الحصر في المعاهدة<sup>2</sup>، أي أن المعاهدة جعلت حد أقصى للبيانات التي يمكن اشتراطها، ومن هذه البيانات، التماس التسجيل، البيانات المتعلقة بمودع الطلب ومثله إن وجد، كالاسم، العنوان، اسم الدولة التي يكون مودع طلب التسجيل من مواطنيها، إذا كان من مواطني دولة ما، أو اسم الدولة التي يكون له فيها محل إقامة إن وجد، أو اسم الدولة التي يكون لمودع الطلب فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية، إن وجدت،... وأيضا مختلف البيانات المتعلقة بالعلامة، بما فيها عدد من الأشكال التي تظهر بها العلامة، كالبيانات المتعلقة باللون، فإذا كان مودع الطلب يرغب في المطالبة بلون كسمة مميزة للعلامة، يجب أن يكون هناك بيان يفيد ذلك، وتسمية اللون المطالب به أو الألوان المطالب بها وبيان الأجزاء من العلامة التي يكون فيها ذلك اللون أو الألوان،...<sup>3</sup>.

يجوز أيضا اشتراط أن يتضمن الطلب، أسماء السلع أو الخدمات المطلوب التسجيل من أجلها وأن تكون مجموعة وفقا لأصناف تصنيف نيس، وأن تكون كل مجموعة مسبقة برقم الصنف الذي تنتمي إليه تلك المجموعة من السلع أو الخدمات في ذلك التصنيف وأن تكون مقدمة بحسب ترتيب أصناف التصنيف المذكور<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> -الطرف المتعاقد هو كل دولة أو منظمة دولية حكومية تكون طرفا في هذه المعاهدة. المادة 1 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - أنور محمد تيسير المري، الحماية القانونية للعلامة التجارية-دراسة مقارنة، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في القانون، كلية القانون، جامعة النيلين، جمهورية السودان، 2011، ص 167.

<sup>3</sup> - الفقرة (1) (أ) من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1.

<sup>4</sup> - الفقرة (1) (أ) من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

ومن البيانات التي يمكن اشتراطها، أنه إذا كان طالب التسجيل يرغب في الاستفادة من أولوية طلب سابق، عليه أن يطلب ذلك من خلال إعلان يطالب فيه بأولوية ذلك الطلب السابق، مع البيانات والاثباتات المساندة لإقرار الأولوية، وهنا يجوز اقتضاؤها (أو اشتراطها) وفقا للمادة (4) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية<sup>1</sup>. ويجوز أن يشترط أيضا على طالب التسجيل أن يقدم إعلان عن نية الانتفاع بالعلامة وفقا لمتطلبات قانون الطرف المتعاقد<sup>2</sup>. أيضا إذا كان طالب التسجيل يرغب في حماية سلع أو خدمات عند عرضها في معرض ما، عليه أن يقدم إعلانا بذلك، وفقا لمتطلبات قانون الطرف المتعاقد<sup>3</sup>.

إذا معاهدة قانون العلامات أجازت لأي طرف متعاقد في المعاهدة أن يشترط تضمين طلب التسجيل بعض البيانات أو كلها أو أن تكون مرفقة به، وفقا لما سبق بيانه.

من جانب آخر، أجازت المعاهدة لطالب تسجيل العلامة التجارية، بأن يقدم إعلانا يتضمن الانتفاع الفعلي و أن يكون مرفقا بإثبات لذلك، وفقا لمتطلبات قانون الطرف المتعاقد، بدلا من إعلان نية الانتفاع بالعلامة، المشار إليه أعلاه (سابقا)، أو بالإضافة إليه<sup>4</sup>.

كما أكدت الاتفاقية بأنه يجوز لكل طرف متعاقد بأن يسمح بأن يتعلق طلب واحد بذاته بعدة سلع أو خدمات، أو بعدة سلع وخدمات، سواء تنتمي إلى صنف واحد أو عدة أصناف من تصنيف نيس<sup>5</sup>، كما أجازت المعاهدة لأي طرف متعاقد أن يقتضي (يشترط) دفع رسوم عن طلب التسجيل

<sup>1</sup> - الفقرة (1) (أ) من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1.

<sup>2</sup> - الفقرة (1) (أ) (17) من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. وبالإضافة إلى هذا، أجازت المعاهدة في الفقرة 6 من المادة 3 لأي طرف متعاقد أن يشترط في حالة إيداع إعلان نية الانتفاع بالعلامة من طرف المودع، بأن يقدم المودع للمكتب ما يثبت الانتفاع الفعلي بالعلامة، وفقا لمتطلبات قانونه خلال مهلة محددة في ذلك القانون، وبشرط مراعات المهلة الدنيا التي تنص عليها اللائحة التنفيذية للمعاهدة.

<sup>3</sup> - الفقرة (1) (أ) (8) من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - الفقرة (1) (ب) من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>5</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1. الفقرة 5 من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. لكن هناك استثناء نصت عليه المادة (22) (1) (أ) كما

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

للمكتب، وفيما يتعلق باللغة المستعملة أجازت المعاهدة لأي طرف متعاقد بأن يشترط تقديم الطلب باللغة أو بإحدى اللغات التي يقبلها المكتب، غير أنه لا يجوز مطالبة مودع الطلب بتقديم الطلب بأكثر من لغة واحدة<sup>1</sup>.

**2- تاريخ إيداع طلب التسجيل:** عاجلت معاهدة قانون العلامات مسألة قانونية مهمة وهي تاريخ إيداع طلب تسجيل العلامة، ونظرا لأهمية هذا التاريخ في تحديد العديد من المسائل الجوهرية التي تنشأ عن واقعة الإيداع وتاريخها، كسريان حق الأولوية في مواجهة الغير<sup>2</sup>، حيث أجازت المعاهدة للطرف المتعاقد بأن يمنح تاريخا لإيداع طلب التسجيل وهو التاريخ الذي يتسلم فيه مكتب التسجيل، البيانات والعناصر المطلوبة للتسجيل، والمذكورة باللغة المشترطة في المادة 3/3 من المعاهدة، ومن هذه البيانات:

- البيان الصريح أو الضمني بما يفيد طلب تسجيل العلامة، بيانات تسمح بإثبات هوية صاحب طلب التسجيل، بيانات تسمح بالاتصال بصاحب الطلب أو بممثله إذا كان قد اختار ممثله عن طريق البريد، نسخة واضحة عن العلامة التجارية المطلوب تسجيلها، قائمة السلع والخدمات التي يطلب التسجيل لأجلها<sup>3</sup>.

- وما يلفت النظر أن المعاهدة أجازت للطرف المتعاقد أن يمنح كتاريخ لإيداع الطلب التاريخ الذي يكون فيه المكتب قد تسلم بعض البيانات والعناصر المشار إليها أعلاه، بدلا من كلها، أو تسلمها بلغة غير اللغة التي تشترطها المادة 3/3 من المعاهدة<sup>4</sup>.

**3- الشروط أو المتطلبات التي يحظر على الأطراف المتعاقدة مطالبة المودع بها:** أكدت صراحة معاهدة قانون العلامات على أنه لا يمكن لأي طرف متعاقد بأن يطالب مودع الطلب بأي شروط أو متطلبات خلاف الشروط التي نصت عليها المعاهدة في المادة 3 والتي ذكرناها سابقا، وعلى وجه الخصوص، لا يجوز اشتراط ما يلي فيما يتعلق بالطلب:

يلي: "يجوز لأي دولة أو منظمة دولية حكومية أن تعلن أنه لا يجوز إيداع طلب لدى المكتب إلا بالنسبة إلى السلع أو الخدمات التي تنتمي إلى صنف واحد من تصنيف نيس، بالرغم من المادة (3) (5)".

<sup>1</sup> - الفقرة (1) (ج)، و الفقرة 3 من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - أنور محمد تيسير المري، المرجع السابق، ص 168.

<sup>3</sup> - المادة (5) / (1) (أ) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - المادة (5) / (1) (ب) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- تقديم أي شهادة أو مستخرج من السجل التجاري.
- تقديم بيان بأن صاحب طلب التسجيل يمارس نشاط تجاري أو صناعي، أو تقديم ما يثبت ذلك.
- تقديم بيان بأن صاحب طلب التسجيل يمارس نشاط ذا صلة بالسلع والخدمات الموضحة في طلب التسجيل، أو تقديم إثبات بذلك.
- تقديم إثبات بأن العلامة مسجلة في سجل العلامات التجارية الخاص بطرف متعاقد آخر، أو دولة طرف في اتفاقية باريس بدون أن تكون طرفا متعاقدا، إلا إذا كان صاحب طلب التسجيل يطالب بتطبيق المادة 6 (خامسا) من اتفاقية باريس<sup>1</sup>.

ثانيا: المرحلة الثانية: المقتضيات المتعلقة بالتغييرات بعد التسجيل التي تمس اسم أو عنوان صاحب العلامة وملكية تسجيل العلامة

تتناول هذه المرحلة حسب ما ورد في نصوص المعاهدة، الإجراءات الواجب اتباعها في حالة التغييرات التي تمس اسم صاحب تسجيل العلامة أو عنوانه، وملكية التسجيل (أي التغيير في شخص صاحب التسجيل).

وهنا وضعت المعاهدة قائمة حصرية وشاملة بالمقتضيات (المتطلبات) الشكلية والبيانات التي يجب مراعاتها والمسموح بها في حال حصول التغييرات المذكورة<sup>2</sup>.

### 1- التغييرات التي تطرأ على اسم صاحب تسجيل العلامة أو عنوانه:

- إذا لم يحصل التغيير في شخص صاحب التسجيل (أي في ملكية التسجيل)، لكن التغيير حصل في اسم صاحب التسجيل أو عنوانه، أو في كلاهما، هنا أوجبت المعاهدة على كل طرف متعاقد أن يقبل التماسا

<sup>1</sup> - الفقرة (7) من المادة 3 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1. أنور محمد تيسير المري، المرجع السابق، ص 168.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطينا ودوليا، المرجع السابق، ص 311. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

موجها إلى المكتب بغرض قيد التغيير في سجل علاماته، على أن يتم تقديم الالتماس في شكل تبليغ موقع من صاحب التسجيل أو من ممثله القانوني، ويبين فيه رقم التسجيل والتغيير المطلوب قيده<sup>1</sup>.

- وأجازت المعاهدة لأي طرف متعاقد أن يشترط بيان بعض البيانات في الالتماس منها: اسم صاحب التسجيل وعنوانه، اسم ممثل صاحب التسجيل وعنوانه، إذا كان له ممثل، كما أجازت المعاهدة لأي طرف متعاقد أن يقتضي تقديم الالتماس باللغة أو بإحدى اللغات التي يقبلها مكتب التسجيل، كما أجازت لأي طرف متعاقد أن يقتضي دفع رسم عن الالتماس للمكتب<sup>2</sup>.

- كما نصت المعاهدة على إجراء شكلي مهم من شأنه تسهيل الإجراءات حيث أنه يكفي تقديم التماس واحد فقط حتى إذا تعلق الأمر بالتغيير بأكثر من تسجيل واحد، وهنا يجب أن تبين أرقام كافة التسجيلات المعنية في الالتماس<sup>3</sup>.

- أما إذا مست التغييرات اسم مودع الطلب أو عنوانه، فإن جميع الأحكام السابق ذكرها في الفقرة (1) من المادة 10 من المعاهدة والمطبقة على التغييرات في حالة تسجيل العلامة، تطبق أيضا على التغييرات في طلب تسجيل العلامة<sup>4</sup>.

وفي هذه الحالة فإن الإجراء الشكلي المتعلق بإمكانية تقديم التماس واحد فقط في حالة حصول تغيير بأكثر من تسجيل واحد، المذكور في المادة (10) (1) (هـ) من المعاهدة، يطبق كذلك على التغييرات التي تمس اسم مودع طلب تسجيل العلامة أو عنوانه، ففي حالة حصول التغييرات بأكثر من طلب تسجيل يمكن الاكتفاء بالتماس واحد فقط<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - الفقرة (1) (أ) من المادة 10 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - الفقرة (1) (ب) (ج) (د) من المادة 10 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1. راجع الفقرة

(1) (هـ) من المادة 10 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - الفقرة (2) من المادة 10 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. نصت الفقرة (2) من المادة 10

من نفس المعاهدة على: "تسري أحكام الفقرة (1) مع ما يلزم من تعديل، إذا تعلق التغيير بطلب واحد أو أكثر...".

<sup>5</sup> - نصت الفقرة (1) (هـ) من المادة (10) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 على: "يكفي تقديم التماس واحد حتى في

الحالات التي يتعلق فيها التغيير بأكثر من تسجيل واحد، شرط بيان أرقام كافة التسجيلات المعنية في الالتماس". كما يفهم من

نص الفقرة (2) من نفس المادة أنه يكفي تقديم التماس واحد فقط في حالة التغييرات التي تمس أكثر من طلب، بل يمكن تقديم



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- إذا يمكن الاكتفاء بتقديم التماس واحد فقط إذا تعلق التغيير بالعديد من الطلبات أو التسجيلات، بشرط أن يرتبط التغيير بجميع الطلبات أو التسجيلات المعنية<sup>1</sup>.

- كما تسري نفس الأحكام المذكورة سابقا في الفقرة (1) من المادة 10 والمطبقة على التغييرات التي تمس تسجيل العلامة إذا تعلق الأمر بالتغيير في الاسم والعنوان، تطبق كذلك في حالة التغيير في اسم الممثل أو عنوانه، أو في عنوان المراسلة إذا كان صاحب العلامة قد اختار من يمثله وحصل التغيير المذكور<sup>2</sup>.

- كما حظرت المعاهدة على الأطراف المتعاقدة وضع أي شروط أو متطلبات أخرى، خلاف المقترحات التي تمت الإشارة إليها سابقا والمنصوص عليها في الفقرات (1)، (2)، (3) من المادة 10 والمتعلقة بالالتماس، وبصفة خاصة لا يجوز اشتراط تقديم أي شهادة ترتبط بالتغييرات<sup>3</sup>.

**2-التغييرات التي تمس ملكية تسجيل العلامة:** إذا ما حصل تغيير في شخص صاحب التسجيل، أي في ملكية تسجيل العلامة، هنا يجب على كل طرف متعاقد أن يقبل التماسا موجها الى مكتب التسجيل بهدف قيد هذا التغيير في سجل علاماته، بشرط أن يقدم هذا الالتماس في شكل تبليغ موقع من قبل صاحب تسجيل العلامة أو ممثله القانوني أو من الشخص الذي اكتسب ملكية العلامة، أي المالك الجديد أو من يمثله ويجب أن يبين رقم تسجيل العلامة والتغيير المطلوب قيده<sup>4</sup>.

- كما أكدت المعاهدة على أنه إذا نجم التغيير في ملكية تسجيل العلامة عن عقد، أو عن عملية انضمام (شركة إلى أخرى)، أو حدث تغيير في شخص واحد أو أكثر من الشركاء في الملكية دون أن يشملهم كلهم ونجم ذلك التغيير في الملكية عن عقد أو عملية انضمام، أو إذا نجم التغيير في الملكية عن سبب آخر، مثل

---

الالتماس في حالة ما إذا مس التغيير أكثر من طلب و أكثر من تسجيل. وهنا نصت الفقرة (2) من المادة (10) من نفس المعاهدة على: "تسري أحكام الفقرة (1) مع ما يلزم من تعديل، إذا تعلق التغيير بطلب واحد أو أكثر، أو بتسجيل واحد أو أكثر وطلب واحد أو أكثر، على أن رقم أي طلب معني إذا لم يكن صادرا بعد أو معروفا من مودع الطلب أو ممثله، تعيين ذلك الطلب في الالتماس بأي طريقة أخرى، وفقا لما هو مقرر في اللائحة التنفيذية".

<sup>1</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1.

<sup>2</sup> - الفقرة (3) من المادة 10 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - الفقرة (4) من المادة 10 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - المادة (11) (1) (أ) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

سريان القانون أو قرار من المحكمة، هنا أجازت المعاهدة لأي طرف متعاقد أن يشترط بيان هذه التغييرات في الالتماس، وأن يرفق الالتماس بوثائق أو سندات محددة على رأسها الوثائق التي تثبت التغيير الحاصل<sup>1</sup>.

- أجازت المعاهدة لكل طرف متعاقد في المعاهدة، أن يقتضي بيان ما يلي في الالتماس:

اسم صاحب التسجيل وعنوانه، اسم مالك العلامة الجديد وعنوانه، اسم الدولة التي يكون المالك الجديد من مواطنيها إذا كان من مواطني أي دولة، اسم الدولة التي يكون للمالك الجديد فيها محل إقامته إن وجد، اسم الدولة التي يكون للمالك الجديد فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية إن وجدت، إذا كان المالك الجديد شخص معنوي، يذكر الطابع القانوني لذلك الشخص، والدولة التي نظم بناء على قانونها الشخص المعنوي المعني، إذا كان لصاحب تسجيل العلامة ممثل، يذكر اسمه وعنوانه، إذا كان لصاحب تسجيل العلامة عنوان للمراسلة، يذكر العنوان، إذا كان للمالك الجديد للعلامة ممثل، يذكر اسم الممثل وعنوانه، عنوان المراسلة للمالك الجديد إن وجد، كما يمكن لأي طرف متعاقد أن يشترط دفع رسوم عن الالتماس للمكتب<sup>2</sup>.

- كما أكدت المعاهدة إجراء شكلي مهم والذي من دون شك سيساهم في تسهيل الإجراءات، بحيث يكفي تقديم التماس واحد فقط إذا تعلق الأمر بالتغيير في أكثر من تسجيل واحد، بشرط أن يكون صاحب تسجيل العلامة، والمالك الجديد لها هما نفسهما بالنسبة إلى كل تسجيل، وأيضا أن تكون أرقام كافة التسجيلات المعنية موضوعة في الالتماس المقدم<sup>3</sup>.

- إذا تعلق الأمر بالتغيير في ملكية طلب التسجيل فإن جميع الأحكام السابقة والمتعلقة بالتغيير في الملكية التي نصت عليها الفقرتان (1)، (2) من المادة (11) من المعاهدة، تطبق في هذه الحالة، ولاسيما الاكتفاء بتقديم التماس واحد فقط حتى وإن تعلق الأمر بالتغيير في ملكية طلب واحد أو أكثر، أو تسجيل واحد أو أكثر وطلب واحد أو أكثر<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المادة (11) (1) (ب) (ج) (د) (هـ) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة (11) (1) (و) (ز) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - المادة (11) (1) (ح) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - المادة (11) (3) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- كما حظرت (منعت) المعاهدة على أي طرف متعاقد أن يطالب باستيفاء أي متطلبات أخرى، خلاف المتطلبات المشار إليها في هذه المادة والمذكورة سابقا ، وخاصة لا يجوز اشتراط ما يلي:

تقديم أي شهادة أو مستخرج من السجل التجاري، بيان بأن المالك الجديد للعلامة يمارس نشاط تجاري أو صناعي، بيان بأن المالك الجديد للعلامة يمارس نشاط له صلة بالسلع والخدمات التي يمسها التغيير في الملكية، وتقديم إثبات لذلك، بيان بأن صاحب التسجيل قد نقل مشروعه أو السمعة التي اكتسبها إلى المالك الجديد<sup>1</sup>.

### ثالثا: المرحلة الثالثة: المتطلبات المتعلقة بتجديد تسجيل العلامة التجارية

تتضمن هذه المرحلة المتعلقة بتجديد تسجيل العلامة التجارية، العديد من المتطلبات يمكن حصرها في ما يلي :

#### 1/البيانات أو العناصر الواردة في التماس التجديد أو المرفقة به:

- أجازت معاهدة قانون العلامات لأي طرف متعاقد أن يشترط لأغراض تجديد تسجيل العلامة، إيداع التماس وأن يتضمن هذا الالتماس كل أو بعض البيانات المذكورة على سبيل الحصر في المادة 1/13 من معاهدة قانون العلامات، ومن أهمها:

-الإشارة إلى أن تجديد التسجيل مطلوب، اسم صاحب التسجيل وعنوانه، رقم التسجيل المعني، تاريخ إيداع الطلب الذي أدى إلى التسجيل المعني أو تاريخ التسجيل المعني، إذا كان لصاحب التسجيل ممثل أن يذكر اسم هذا الممثل وعنوانه، عنوان المراسلة لصاحب التسجيل إن وجد، وإذا كان الطرف المتعاقد يسمح بتجديد التسجيل فيما يخص بعض السلع أو الخدمات المقيدة في سجل العلامات وكان ذلك التجديد ملتصقا، تذكر أسماء السلع والخدمات المقيدة والتي يلتمس لها التجديد، أو أسماء السلع أو الخدمات المقيدة والتي لا يلتمس لها التجديد، وأن تكون مجموعة ومرقمة ومقدمة بحسب تصنيف نيس، وإذا كان الطرف المتعاقد يسمح بأن يقدم الالتماس المتعلق بالتجديد، شخص آخر غير صاحب التسجيل أو ممثله، وقام

<sup>1</sup> - المادة (11) (4) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

هذا الشخص بإيداع الالتماس ، فيجب ذكر اسم الشخص وعنوانه و توقيع صاحب التسجيل أو ممثله القانوني، أو توقيع الشخص المشار إليه أعلاه<sup>1</sup>.

كما يجوز لأي طرف متعاقد أن يشترط دفع رسوم عن التماس التجديد للمكتب، وأن يشترط تقديم التماس التجديد باللغة أو إحدى اللغات التي يقبلها المكتب<sup>2</sup>.

- كما حددت معاهدة قانون العلامات مدة الفترة الأولى لتسجيل العلامة ومدة كل فترة للتجديد بعشر سنوات<sup>3</sup>.

### 2/المتطلبات المحظورة بموجب المعاهدة:

لا يجوز لأي طرف من الأطراف المتعاقدة بأن يطالب باستيفاء أي متطلبات خلاف المتطلبات التي أشارت لها المعاهدة في الفقرات (1)، (2)، (3) من المادة 13 والتي أشرنا إليها أعلاه، فيما يخص التماس التجديد، وبصفة خاصة لا يجوز اشتراط ما يلي:

- أي استنساخ أو تعريف آخر للعلامة.
- تقديم ما يثبت بأن العلامة قد سبق تسجيلها أو أن تسجيل العلامة قد تم تجديده في سجل علامات أي طرف متعاقد آخر.
- تقديم إعلان أو إثبات فيما يتعلق بالانتفاع بالعلامة أو تقديم كليهما<sup>4</sup>.

وما يعتبر ملفتا أن المعاهدة قد نصت على حظر الفحص الموضوعي، حيث أكدت بأنه لا يمكن لأي مكتب من مكاتب الأطراف المتعاقدة أن يقوم بفحص موضوعي لتسجيل العلامة لغرض إجراء التجديد<sup>5</sup>.

### الفرع الرابع: أحكام أخرى في تبسيط إجراءات تسجيل العلامة

<sup>1</sup> - المادة (13) (1) (أ) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.  
<sup>2</sup> - المادة (13) (1) (ب) المادة 13 (3) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.  
<sup>3</sup> - المادة (13) (7) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.  
<sup>4</sup> - المادة (13) (4) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.  
<sup>5</sup> - المادة (13) (6) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. لكن هناك استثناء نصت عليه المادة (22) (6) من نفس المعاهدة و مضمونه ، أن الأطراف المتعاقدة يجوز لها أن تعلن بأنه يجوز لمكتب التسجيل بأن يباشر فحصا موضوعيا بالنسبة لتسجيل الخدمات بشروط محددة أشارت لها المادة المذكورة.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

يعتبر التوكيل الرسمي من بين الإجراءات التي سمحت المعاهدة بالاستعانة بها<sup>1</sup>، حيث يمكن لصاحب الحق في تسجيل العلامة، أن يوكل شخص آخر ليمثله لأغراض تسجيل العلامة، وفي إطار مبدأ تسهيل الإجراءات الذي تتبناه المعاهدة، أجازت هذه الأخيرة بأن يتعلق التوكيل الرسمي بعدة طلبات وتسجيلات لنفس الشخص (صاحب العلامة)<sup>2</sup>.

وفي إطار تبسيط الإجراءات فرضت المعاهدة بنودا هامة منها، "حظر اقتضاء التصديق" حيث أكدت المعاهدة بأنه لا يمكن لأي طرف متعاقد أن يشترط أي شكل من أشكال التصديق على أي توقيع أو أي وسيلة أخرى من وسائل تعريف الذات التي تمت الإشارة إليها في هذا الإطار، إلا في حالة ما إذا كان التوقيع يتعلق بالمتنازل عن التسجيل ونص قانون الطرف المتعاقد على ذلك<sup>3</sup>.

ومن البنود الهامة أيضا والتي تضمنتها المعاهدة لتسهيل الإجراءات، أنه في الحالات التي تتلقى فيها مكاتب تسجيل العلامات التجارية طلب تسجيل للعلامة يتضمن سلع وخدمات تنتمي إلى عدة أصناف من تصنيف نيس (أي إذا تم في هذا الطلب تحديد أكثر من فئة من فئات التصنيف الدولي للبضائع " نيس ")، فيجب أن يؤدي هذا الطلب إلى تسجيل واحد فقط. أي رغم أن طلب التسجيل يتضمن سلع وخدمات تندرج ضمن عدة أصناف أو فئات، فإنه يترتب على ذلك الطلب، تسجيل واحد فقط، حيث

<sup>1</sup> تطرقت المادة (4) (3) (أ) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا، إلى التوكيل الرسمي بنصها: "متى سمح طرف متعاقد بأن يكون مودع الطلب أو صاحب التسجيل أو أي شخص معني آخر ممثلا بممثل لدى المكتب أو متى اقتضى ذلك، جاز له أن يقتضي أن يكون الممثل معيناً في تبليغ منفصل (يشار إليه فيما يلي بعبارة "توكيل رسمي") يبين اسم مودع الطلب أو صاحب التسجيل أو الشخص الآخر، حسب الحال، ويكون موقعا منه".

<sup>2</sup> المادة (4) (3) (ب) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. لكن هناك استثناء نصت عليه المادة (22) (2) من نفس المعاهدة، كما يلي: "يجوز لأي دولة أو منظمة دولية حكومية أن تعلن أن التوكيل الرسمي لا يجوز أن يتعلق إلا بطلب واحد أو تسجيل واحد، بالرغم من المادة (4) (3) (ب)".

<sup>3</sup> المادة (8) (4) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. كمنع اشتراط توثيق وتصديق التوقيع للأوراق اللازمة لتسجيل العلامة، كالوكالة الخاصة بتقديم طلب التسجيل، إذ يكفي مجرد توقيع الشخص عليها. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 49. لكن هناك استثناء نصت عليه المادة 3/22 من نفس المعاهدة وهو إمكانية اشتراط أي شكل من أشكال التصديق، وهذا ما تؤكدته المادة 3/22 بنصها: "يجوز لأي دولة أو منظمة دولية حكومية أن تعلن أنه يجوز اشتراط أي شكل من أشكال التصديق على توقيع التوكيل الرسمي أو توقيع المودع لطلب ما، بالرغم من المادة (8) (4)".

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

أنه جرت العادة عمليا في أكثر دول العالم أن مكتب تسجيل العلامات التجارية يلزم طالب التسجيل بتقديم طلب مستقل لكل فئة من الفئات<sup>1</sup>.

وفي حالة وقوع اعتراض على طلب التسجيل المقدم الذي يتضمن أكثر من فئة، هنا أجازت المادة 7 من معاهدة قانون العلامات لطالب التسجيل، تقسيم طلبه إلى عدد من الطلبات، بحيث ينحصر الاعتراض فقط على الطلب الخاص بالفئة (أو التصنيف) المرتبطة بموضوع الاعتراض<sup>2</sup>. وإذا تعلق الأمر بالطعن في صحة تسجيل العلامة، فيمكن أيضا اتباع نفس الإجراء وذلك بتقسيم التسجيل<sup>3</sup>.

### الفرع الخامس: مزايا معاهدة قانون العلامات لسنة 1994

- عملت معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 من خلال نصوصها على توحيد وتنسيق إجراءات التسجيل الوطني للعلامات التجارية بالنسبة لأطراف المعاهدة، وهذا لا يسمح فقط بأن يسري التسجيل على المستوى الدولي ويصبح نافذا، بل أيضا للقيام بذلك بسرعة<sup>4</sup>.

- تحقق المعاهدة تنسيقا إجرائيا أكبر لقانون العلامات التجارية، من خلال وضعها لقائمة بالمتطلبات

<sup>1</sup> - نصت المادة (6) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا على: "في الحالات التي يتضمن فيها طلب واحد بذاته سلعا وخدمات تدرج في عدة أصناف من تصنيف نيس، فإنه يترتب على ذلك الطلب تسجيل واحد بالذات". وراجع أيضا عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 49. ورغم ذلك فقد نصت معاهدة قانون العلامات على استثناء على هذا الإجراء، نصت عليه المادة (22) (1) (ب): "يجوز لأي دولة أو منظمة حكومية دولية أن تعلن أنه إذا وردت في الطلب ذاته السلع والخدمات تنتمي إلى عدة أصناف من تصنيف نيس، تعين أن يؤدي ذلك الطلب بالرغم من المادة 6، إلى تسجيلين أو أكثر في سجل العلامات، على أن يحمل كل تسجيل من تلك التسجيلات إشارة إلى سائر التسجيلات الناجمة عن الطلب المذكور".

<sup>2</sup> - المادة 7 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا. وراجع أيضا عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 49. ورغم هذا فهناك استثناء نصت عليه المادة (22) (1) (ج)، من نفس المعاهدة كما يلي: "يجوز لأي دولة أو منظمة دولية حكومية قدمت إعلانا بناء على الفقرة الفرعية (أ) أن تعلن أنه لا يجوز تقسيم أي طلب، بالرغم من المادة (7) (1)".

<sup>3</sup> - المادة (7) (2) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقا.

<sup>4</sup> - Joanna Schmidt- Szalewski, op.cit, p 206.

راجع أيضا، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

القصوى التي يجوز للأطراف المتعاقدة فرضها بخصوص الإجراءات المختلفة المتعلقة بكل ما يخص تسجيل العلامة التجارية<sup>1</sup>.

وعلاوة على ذلك، المعاهدة تحظر (تمنع) فرض أي إجراءات شكلية إضافية والتي غالبا تكون مرهقة من قبل المكاتب الوطنية المختلفة، والتي جعلت نظام التسجيل غير عملي<sup>2</sup>، ففي السابق وقبل هذه المعاهدة كان تسجيل العلامات التجارية في سجلات مختلفة حول دول العالم يتضمن إجراءات مرهقة<sup>3</sup> و مكلفة وتستغرق وقتا طويلا، وقد عاجلت المعاهدة تلك المشكلات<sup>4</sup>.

لذا فالمعاهدة لكي تجعل نظام تسجيل العلامة عملي و ملموس، عملت على توفير وإصدار استمارات نموذجية "Model Forms"، ومن خلالها يتم توحيد طلبات تسجيل العلامات، التوكيلات الرسمية، الإجراءات المتعلقة بالتغييرات في الاسم، العنوان، وملكية تسجيل العلامة<sup>5</sup>، ويتم تشجيع الدول المتعاقدة على اعتماد هذه الاستمارات لمكاتب العلامات التجارية الوطنية التابعة لها، باعتبار أن الدول الأعضاء عليها الالتزام بكل ما تتضمنه المعاهدة بما فيها هذه النماذج<sup>6</sup>.

أيضا ألغت معاهدة قانون العلامات شرط تصديق الوثائق الذي كان من بين المتطلبات الواجب توافرها لكي يتم قبولها من طرف بعض مكاتب العلامات التجارية الوطنية، وهي إحدى أكبر الصعوبات الإجرائية<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> - Timothy W.Blakely, op.cit, p 321. « As such, it is not merely an agreement providing for international registration of ,or application for , trademark rights . Instead, it is an agreement that seeks true harmonization of the procedural guidelines for trademark protection ».Ibid, p 321.

<sup>2</sup> - Marshall A.Leaffer, op.cit, p 20.

<sup>3</sup> - E. Brooke Brinkerhoff, op.cit, p 116.

<sup>4</sup> - Marshall A.Leaffer, op.cit, p 20.

<sup>5</sup> - Ibid, P20. E.Brooke Brinkerhoff, op.cit, p 116.

تضمنت معاهدة قانون العلامات، استمارة نموذجية تتفق مع أقصى الشروط أو المتطلبات التي يمكن أن يفرضها طرف متعاقد فيما يخص إجراء ما أو وثيقة ما، ورغم ذلك يمكن لطرف متعاقد أن يعد استمارة دولية مخصصة خاصة به، بشرط ألا تفرض هذه الاستمارة عوامل أو متطلبات إلزامية تضاف إلى العناصر التي نصت عليها الاستمارة النموذجية الدولية المقابلة. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المرجع السابق، ص 1.

<sup>6</sup> - Joanna Schmidt- Szalewski, op.cit, p 205 . E. Brooke Brinkerhoff, op.cit, p 116.

<sup>7</sup> - Joanna Schmidt- Szalewski, op.cit, p 205.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- كما أقرت المعاهدة ميزة أخرى وهي أن التوكيل الرسمي قد يتعلق بالعديد من الطلبات أو التسجيلات التي تخص مالك العلامة نفسه<sup>1</sup>، فهو لا يضطر لأن يضع لكل طلب أو تسجيل توكيل مستقل.
- ومن الميزات الأخرى للمعاهدة أنها سمحت بأن يتعلق طلب تسجيل واحد للعلامة، بعدة سلع أو خدمات، أو بعدة سلع وخدمات، سواء تنتمي إلى صنف واحد أو عدة أصناف من تصنيف نيس، وأن يترتب على ذلك الطلب تسجيل واحد بذاته، كما يمكن تقسيم هذا الطلب إلى عدد من الطلبات في حالة وجود اعتراض على طلب التسجيل لكي يبقى الاعتراض منحصرا فقط بالطلب المعارض عليه<sup>2</sup>.
- وبتبسيطها لنظام تسجيل العلامات وتوحيده في دول ذات أنظمة قضائية وإدارية متعددة، بدأ بمرحلة إيداع طلب التسجيل، مروراً بمرحلة التغييرات التي تطرأ بعد التسجيل، و وصولاً إلى مرحلة تجديد تسجيل العلامة، تكون معاهدة قانون العلامات قد وفّرت على مالكي العلامات التجارية سواء كانوا أشخاصاً طبيعيين أو معنويين كالشركات التجارية، الوقت، الجهد والمال، لأن مالكي العلامات سيتمكنون من القيام بالإجراءات المتعلقة بتسجيل علاماتهم وإدارة تسجيلها في وقت أقل وبتكلفة منخفضة، وهذا سينعكس بالإيجاب أيضاً على الإدارة المحلية لمكاتب التسجيل.
- كما ساوت هذه المعاهدة بين علامة الخدمة، والعلامة التجارية عند القيام بإجراءات التسجيل، حيث أن العديد من الدول كانت تميز بينهما عند التسجيل<sup>3</sup>. بل إن المعاهدة تلزم جميع الأطراف المتعاقدة بتسجيل علامات الخدمة وبأن تطبق عليها أحكام اتفاقية باريس المتعلقة بالعلامات<sup>4</sup>.
- وأكدت أيضاً على توحيد مدة صلاحية التسجيل الأولى للعلامة وتوحيد مدة تجديد التسجيل في كل فترة، بعشر سنوات<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - Marshall A.Leaffer, op. cit, p 20.

<sup>2</sup> - راجع المواد: 5/3، 6، 7 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقاً.

<sup>3</sup> - أنور محمد تيسير المري، المرجع السابق، ص 174. المادة (2) من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقاً.

<sup>4</sup> - المادة 16 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقاً.

<sup>5</sup> - المادة 5/13 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المشار إليها سابقاً.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

المطلب الثاني: معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 كإطار دولي لتحديث نظام العلامات

تعتبر معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات، أحدث الاتفاقيات الدولية التي تنظم العلامات التجارية، والتي جاءت كنتيجة لتأثر نظام العلامات التجارية بالتطورات الحاصلة في ميدان العلامات بالذات، نتيجة ظهور أنواع جديدة من العلامات غير التقليدية منها المرئية وغير المرئية، وتطور وسائل الاتصال الحديثة بعد ظهور الإنترنت، فالاتفاقيات السابقة التي تنظم العلامات التجارية لم تعد تستوعب التطورات الحاصلة، خاصة معاهدة قانون العلامات لسنة 1994.

لذا بدأ المشرعون في أغلب الدول في سماع دعوات لإجراء تغييرات وإضافات على المعاهدات القائمة، وفي ربيع عام 2006، اجتمعت شخصيات مرموقة من أكثر من مائة دولة عضو في الويبو في سنغافورة لإنشاء إطار دولي حديث لتنسيق الإجراءات الإدارية لتسجيل العلامات التجارية، وهنا كانت الفكرة في إنشاء معاهدة جديدة وهي معاهدة سنغافورة<sup>1</sup> التي أبرمت في 27 مارس 2006، ودخلت حيز التنفيذ في 16 مارس 2009<sup>2</sup>.

وتضم معاهدة سنغافورة 32 مادة، ولائحة تنفيذية لهذه المعاهدة تتكون من 10 قواعد تفصيلية (تفصيل الإجراءات)، كما أن هذه المعاهدة مرفقة أيضا بما يسمى بقرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي للمعاهدة واللائحة.

<sup>1</sup> - Samay Gheewala, op.cit, p 306.

<sup>2</sup> - معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المبرمة في 27 مارس 2006، متوفرة على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12668>

و المعاهدة متوفرة مباشرة على موقع الويبو التالي باللغة العربية :

<https://wipolex.wipo.int/ar/text/290012> ، تاريخ الاطلاع على الموقعين : 01 جوان 2021.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

ويجوز أن تصبح أطرافا في هذه المعاهدة، الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للملكية الفكرية وبعض المنظمات الدولية الحكومية<sup>1</sup>، ويياشر المكتب الدولي "للويسو" المهمات الإدارية المتعلقة بمعاهدة سنغافورة<sup>2</sup>. وبما أن هذه المعاهدة قد عاجلت التطورات الحاصلة في ميدان العلامات التجارية، فما هي الأحكام الجديدة التي تضمنتها هذه المعاهدة فيما يخص نظام العلامات التجارية؟ وهنا سنحاول التطرق إلى: الغرض من إبرام المعاهدة ونطاق تطبيقها (الفرع الأول)، الأحكام الإجرائية الجديدة التي تضمنتها المعاهدة (الفرع الثاني) تكوين جمعية للأطراف المتعاقدة (الفرع الثالث)، مضمون قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي لمعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات ولائحتها التنفيذية (الفرع الرابع).

### الفرع الأول: الغرض من إبرام معاهدة سنغافورة ونطاق تطبيقها

في محاولة لمسايرة التطورات الحاصلة في ميدان العلامات على مستوى دول العالم، و خاصة مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة التي تتيح للأطراف المتعاقدة إمكانية استعمال وسائل الاتصال الإلكترونية في مجال تسجيل العلامات، و نظرا أيضا لظهور أنواع جديدة من العلامات لم تنظمها المعاهدات السابقة، لذا عملت الدول على إبرام معاهدة جديدة لمعالجة هذه المسائل، ومنه سنرى الغرض من إبرام معاهدة سنغافورة (أولا)، العلامات التي تطبق عليها معاهدة سنغافورة (ثانيا).

### أولا: الغرض من إبرام معاهدة سنغافورة

إن الغرض من إنشاء معاهدة سنغافورة هو وضع إطار دولي حديث وديناميكي لتنسيق وتوحيد الإجراءات الإدارية لتسجيل العلامات التجارية على مستوى دول العالم<sup>3</sup>، لكي تتماشى هذه الإجراءات الجديدة مع التطورات الحديثة الحاصلة في ميدان العلامات التجارية<sup>4</sup>، ومن حيث المبدأ، تتخذ معاهدة سنغافورة من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 أساسا لها، إلا أن معاهدة سنغافورة من جهة تتميز بنطاق تطبيق أوسع، حيث تتضمن آخر التطورات الحاصلة في قانون العلامات التجارية حول دول العالم،

<sup>1</sup> -المادة 26 (1) من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. ونشير هنا إلى أن الجزائر لم تنظم إلى معاهدة سنغافورة.

<sup>2</sup> - المادة 24 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>4</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 155.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

حيث يمكن تطبيق هذه المعاهدة على جميع أنواع العلامات القابلة للتسجيل بموجب قانون الطرف المتعاقد المعني، إذ أنها تقر وتعالج تسجيل العلامات غير التقليدية المرئية وغير المرئية، كالعلامات الهولوجرافية، علامات اللون، وعلامة الصوت...

ومن جهة أخرى تتميز معاهدة سنغافورة بأنها تعالج آخر التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، حيث أنها تتيح للأطراف المتعاقدة إمكانية استعمال وسائل الاتصال الإلكترونية (الاتصال بمكاتب تسجيل العلامات عن طريق الاستمارة الإلكترونية أو وسائل الإرسال الإلكترونية) عند تقديم طلبات تسجيل العلامات التجارية أو أي تعديلات عليها.

ورغم أن معاهدة سنغافورة تتخذ من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 كأساس لها، إلا أن ذلك لا يعني أنها تعديل لها، بل تبقى المعاهدتين منفصلتين، ويجوز الانضمام أو الالتزام بأي منهما بصفة مستقلة عن الأخرى<sup>1</sup>.

ومنه نستطيع القول بأن هناك عاملين رئيسيين دفعا إلى إبرام هذه المعاهدة:

1- التطور الكبير للوسائل الإلكترونية واستخدامها على نطاق واسع من طرف دوائر التسجيل، واستحداث أنظمة التسجيل الإلكتروني، ومنه لم تعد آليات التسجيل السابقة التي وضعتها "الويبو" ملائمة وآخرها مدريد 1994، حيث لم تكن الوسائل التكنولوجية على هذا القدر من الانتشار، وهنا دعت الحاجة إلى استيعاب هذه التطورات من خلال إعادة تنظيم إجراءات التسجيل.

2- كانت العلامات المرئية في ميدان العلامات التجارية هي السائدة والمسيطرة غير أن ظهور وسرعة انتشار العلامات غير المرئية والعلامات غير التقليدية بصفة عامة، استلزم ضرورة مراجعة إجراءات التسجيل لكي تتلاءم مع هذا النوع الجديد من العلامات<sup>2</sup>.

إضافة إلى التغييرات الجوهرية التي أحدثتها معاهدة سنغافورة والتي مست آليات الاتصال حيث أصبح بالإمكان الاعتماد على وسائل الاتصال الإلكترونية والقيام بالتبليغات اعتمادا على الشكل الإلكتروني في

<sup>1</sup> - عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص 50. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>2</sup> - مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص 156.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

علاقة الاتصال بين أصحاب العلامات التجارية ومكاتب تسجيل العلامات، كما أن هذه التغييرات الجوهرية كما سبق القول مست أيضا، مجال الاعتراف بالأنواع الجديدة غير التقليدية من العلامات والتي أصبحت تدخل ضمن العلامات التي تطبق عليها المعاهدة<sup>1</sup>.

جاءت معاهدة سنغافورة بأحكام جديدة أخرى<sup>2</sup>، منها ما يخص الجانب الإجرائي، ونظرا لأهمية جانب المواعيد نصت المعاهدة على إمكانية القيام بتدابير معينة لوقف الإجراءات (تدابير الإغاثة أو الإنقاذ) في حالة عدم احترام أصحاب العلامات التجارية للمهل المحددة للقيام بأحد الإجراءات لدى مكاتب التسجيل، ومن الأحكام الجديدة التي عاجلتها المعاهدة تلك المتعلقة بتدوين (أو تسجيل) تراخيص العلامات التجارية أو تعديلها أو إلغاؤها<sup>3</sup>، وآخر الأمور المهمة التي تطرقت لها المعاهدة هو إنشاء جمعية للأطراف المتعاقدة، مهمتها معالجة جميع المسائل المتعلقة بتطوير المعاهدة ولها صلاحية تعديل اللائحة التنفيذية المرفقة بالمعاهدة، وممارسة أية وظائف أخرى ضرورية لتنفيذ أحكام المعاهدة، بل ومعالجة المسائل المرتبطة بالتطورات المستقبلية للمعاهدة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المادتين 2، 8 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>2</sup> - << NEW ELEMENTS TO THE TREATY : There are five major ways in which the Singapore Treaty differs from the 1994 Treaty. All five of these changes were included in the proposed draft by the Standing Committee. First, the scope of the treaty was expanded. While the 1994 Treaty only covered visible two-dimensional marks (and allowed for limited coverage of three-dimensional marks), the Singapore Treaty covers all forms of marks, including holograms, motion marks, and non-visible (audible and olfactory) marks. Second, the treaty revises the rules governing communications made by mark holders, applicants, or other interested persons (hereinafter, "interested persons") to the trademark offices with which those interested persons must work. Most notably, the regulations governing electronic communications have been expanded and modernized. Third, the treaty now requires and specifies appropriate relief measures when an interested party fails to comply with certain time limits. Fourth, guidelines governing official recording (referred to in the treaty as "recordal") of trademark licenses were included in the treaty. Lastly, the treaty created a Trademark Law Treaty Assembly (hereinafter "Trademark Assembly") within WIPO to oversee future changes to the treaty and to issue new accompanying regulations or modify those already in place.>>. Samay Gheewala, op.cit, pp 310, 311.

<sup>3</sup> - المواد 14، و من 17 إلى 20 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>4</sup> - Samay Gheewala, op.cit, p 322.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

ثانيا: العلامات التي تطبق عليها معاهدة سنغافورة

فيما يتعلق بأنواع العلامات، أكدت معاهدة سنغافورة بأن هذه المعاهدة تطبق على العلامات المتعلقة بالسلع (العلامات التجارية أو الصناعية) أو الخدمات (علامات الخدمة) أو على السلع والخدمات على حد سواء. كما لا تطبق هذه المعاهدة على العلامات الجماعية وعلامات الرقابة (التصديق) وعلامات الضمان<sup>1</sup>.

أما فيما يخص طبيعة العلامات وبخلاف معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، فإن معاهدة سنغافورة تطبق على جميع العلامات التي تتألف من إشارات والتي يمكن تسجيلها كعلامات بموجب قانون الطرف المتعاقد المعني<sup>2</sup>. وتعتبر معاهدة سنغافورة أول وثيقة دولية تعترف صراحة بالعلامات غير التقليدية، إذ أن هذه المعاهدة قابلة للتطبيق على كل أنواع العلامات، بما فيها العلامات المرئية غير التقليدية مثل العلامات الهولوجرافية والعلامات المجسمة وعلامات اللون وعلامات المكان وعلامات الحركة، وأيضا العلامات غير المرئية (علامات غير تقليدية) مثل علامات الصوت، علامات الرائحة وعلامات الذوق (الطعم)<sup>3</sup>.

كما نصت اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة على كيفية تمثيل و وصف هذه العلامات في الطلبات المقدمة لتسجيلها<sup>4</sup>.

---

المادة 23 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>1</sup> - المادة 2/2 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - المادة 1/2 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. إذ نصت المادة 1/2 المذكورة، على: >> العلامات التي تُطبَّق عليها المعاهدة : (1) [ طبيعة العلامات ] يُطبَّق كل طرف متعاقد هذه المعاهدة على العلامات التي تتألف من إشارات يُمكن تسجيلها كعلامات بناء على قانونه.<<.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>4</sup> - نصت على هذه الأنواع من العلامات، القاعدة 3 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة، وأعطت تعريفا لكل علامة وكيفية تمثيلها ووصفها في طلبات التسجيل عند القيام بعمليات إيداع طلبات التسجيل، لكن لم تقدم اللائحة ولا المعاهدة أي قواعد خاصة أخرى يمكن اتباعها في عمليات تسجيل هذه العلامات.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

إذا من خلال نص الفقرة (1) من المادة 2 من معاهدة سنغافورة التي نصت على: "يطبق كل طرف متعاقد هذه المعاهدة على العلامات التي تتألف من إشارات يمكن تسجيلها كعلامات بناء على قانونه". هذه الفقرة تبسط القواعد الإجرائية من خلال ضمان تطبيق المعاهدة على جميع أنواع العلامات مهما كانت طبيعتها والتي يقبل تسجيلها وحمايتها الطرف المتعاقد بموجب قوانين العلامات التجارية الخاصة به، وهذا بدلا من تعداد أنواع العلامات التي يتم تضمينها أو استبعادها أو التي يمكن تضمينها في ظل ظروف معينة، وهذا من شأنه أن يقلل من أي تداخل أو تناقض قد يكون بين المعاهدة وقانون العلامات التجارية الموضوعي لأي طرف متعاقد<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: الأحكام الإجرائية الجديدة التي تضمنتها معاهدة سنغافورة

حاولت معاهدة سنغافورة معالجة النقائص المسجلة في المعاهدات السابقة و خاصة معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 في مجال العلامات، إذ جاءت معاهدة سنغافورة بأحكام جديدة منها ما يتعلق بوسائل الاتصال الإلكترونية التي أصبح بإمكان الأطراف المتعاقدة الاعتماد عليها في علاقة الاتصال بمكاتب تسجيل العلامات (أولا)، و أحكام أخرى تتعلق بالجانب الإجرائي، ففيما يخص جانب المواعيد نصت المعاهدة على إمكانية القيام بتدابير معينة لوقف الإجراءات (تدابير الإغاثة أو الإنقاذ) في حالة عدم احترام أصحاب العلامات التجارية للمهل المحددة للقيام بأحد الإجراءات لدى مكاتب التسجيل (ثانيا)، ومن الأحكام الجديدة التي عالجتها المعاهدة تلك المتعلقة بتدوين (أو تسجيل) تراخيص العلامات التجارية أو تعديلها أو إلغاؤها (ثالثا).

أولا: حرية الأطراف المتعاقدة في اختيار وسائل الاتصال بمكاتب التسجيل بما فيها الوسائل الإلكترونية

نظرا للتطور السريع في استخدام الاتصالات الإلكترونية بعد سنة 1994، بما فيها البريد الإلكتروني والتسجيل عبر الإنترنت، لذا اهتمت معاهدة سنغافورة الجديدة بمجال الاتصالات أكثر لكون المبادئ والأحكام في هذا المجال والتي كانت تتضمنها معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 أصبحت قديمة ولا

<sup>1</sup> - Samay Gheewala, op.cit, p 314.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

تتماشى مع التطور الحاصل، كالتوقيعات (بما فيها التبليغ على الورق الذي يتطلب التوقيع)، واتصالات الفاكس<sup>1</sup>. أكدت معاهدة سنغافورة صراحة على حرية الأطراف المتعاقدة في اختيار وسائل الاتصال بمكاتب تسجيل العلامات التجارية التابعة لها<sup>2</sup>، بما فيها الاتصال عن طريق الاستمارة الإلكترونية أو وسائل الإرسال الإلكترونية، حيث أجازت المادة 8 من المعاهدة لأي طرف متعاقد أن يختار وسيلة إرسال التبليغات، وإن كان يجوز أو يقبل التبليغات على الورق أو التبليغات في شكل إلكتروني أو في أي شكل آخر للتبليغ<sup>3</sup>. وينعكس هذا على الشروط الشكلية الواجب توافرها في الطلبات و الالتماسات و غيرها، مثل التوقيع على التبليغات المقدمة لمكتب التسجيل<sup>4</sup>.

وفي حالة ما إذا أجاز الطرف المتعاقد إيداع التبليغات في شكل إلكتروني أو بوسائل إلكترونية للإرسال، يجوز له أن يشترط بأن تستوفي هذه التبليغات الشروط التي تقرها اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة<sup>5</sup>، ومن بين هذه الشروط ما يتعلق بتوقيع هذه التبليغات، إيداع نسخ للتبليغات، التصديق على التبليغات، تاريخ تسلم هذه التبليغات، وهذا ما سنراه فيما يلي:

1- توقيع التبليغات الورقية المودعة بوسائل إلكترونية للإرسال: إن أي طرف متعاقد في معاهدة سنغافورة، والذي ينص في قوانينه على إيداع التبليغات الورقية بوسائل إلكترونية للإرسال، يعتبر هذا النوع من

<sup>1</sup> - Samay Gheewala, op.cit, p 314.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>3</sup> - المادة 1/8 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. في حين نصت المادة 8 من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 على أحكام تفصيلية تتعلق بالتوقيعات على المستندات أو الوثائق الورقية، ولكنها لم تتضمن سوى إشارة عابرة للاتصالات الإلكترونية، وحملت المادة 8 عنوان " التوقيع"، مما يعكس أهمية الوثائق الورقية والتوثيق المصاحب لها، وهذا طبعاً كان عالم ما قبل الإنترنت، أما المادة 8 الجديدة أي التي تتضمنها معاهدة سنغافورة لسنة 2006، المشار إليها سابقا، فهي تحمل عنوان الاتصالات أو التبليغات (Communications) ونجد فيها تركيزاً أقل على النماذج الورقية.

-Samay Gheewala, op.cit, p 314.

<sup>4</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>5</sup> - المادة 3/8 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

التبليغات موقعا في حالة ظهور صورة بيانية لتوقيع يقبله هذا الطرف المتعاقد وفقا للفقرة 3 (الفقرة 3 من القاعدة 6 من اللائحة) على التبليغ كما تسلمه<sup>1</sup>.

2- إيداع النسخة الأصلية للتبليغات الورقية المودعة بوسائل إلكترونية للإرسال: أجازت معاهدة سنغافورة في لائحته التنفيذية للطرف المتعاقد الذي ينص في قوانينه على إيداع التبليغات الورقية بوسائل إلكترونية للإرسال أن يشترط إيداع النسخة الأصلية عن أي من هذه التبليغات، لدى مكتب التسجيل مرفقا بخطاب يتضمن تعريف ما سبق وإرساله، وذلك خلال مهلة لا تقل عن شهر من التاريخ الذي يتسلم فيه مكتب التسجيل التبليغ بوسائل إلكترونية للإرسال<sup>2</sup>.

3- التصديق على التبليغات في شكل إلكتروني: كما أجازت المعاهدة لأي طرف متعاقد والذي يسمح بإيداع التبليغات في شكل إلكتروني بأن يكون أي تبليغ من هذه التبليغات مصدقا عليه عن طريق نظام إلكتروني للتصديق كما يقره هذا الطرف المتعاقد<sup>3</sup>.

4- الإيداع الإلكتروني للتبليغ وتاريخ تسلمه: في حالة ما إذا نص الطرف المتعاقد في قوانينه على إمكانية إيداع تبليغ في شكل إلكتروني أو بوسيلة إلكترونية للإرسال، وتم إيداع التبليغ على هذا النحو، فإن التاريخ الذي يتسلم فيه مكتب ذلك الطرف المتعاقد التبليغ في ذلك الشكل أو بتلك الوسيلة يكون هو تاريخ تسلم التبليغ<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - الفقرة 4 من القاعدة 6 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة لسنة 2006، ويمكن الاطلاع على الفقرة 3 من القاعدة 6 من اللائحة، والتي تطرقت إلى الحالات التي يكون فيها التبليغ الموجه إلى مكتب الطرف المتعاقد على ورق ويكون التوقيع مطلوبا.

<sup>2</sup> - الفقرة 5 من القاعدة 6 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - الفقرة 6 من القاعدة 6 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة، المشار إليها سابقا. لكن بالنسبة للتصديق على توقيع التبليغات على الورق نجد أن معاهدة سنغافورة قد أبتت على واحد من أهم أحكام معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 وهو عدم اشتراط توثيق أي توقيع على التبليغ الورقي أو التصديق عليه أو إثبات صحته. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1. ومع ذلك ومثلما أشارت له الفقرة 6 من القاعدة 6 أعلاه، تتمتع الأطراف المتعاقدة بجرية تحديد ما إذا كانت تريد تنفيذ نظام لتوثيق التبليغات الإلكترونية وكيفية تنفيذه. راجع أيضا نفس المرجع، ص 1.

<sup>4</sup> - الفقرة 8 من القاعدة 6 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا.



## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

إن المادة 8 من معاهدة سنغافورة تسمح كما رأينا لأي طرف متعاقد باختيار شكل الاتصال الذي سيقبله، ومع الأحكام الجديدة التي أتت بها المعاهدة، فمكاتب تسجيل العلامات لها الحرية في التحول إلى جميع العمليات الإلكترونية، وهنا أكد قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي للمعاهدة، بأن هذه الأحكام الجديدة التي نصت عليها المعاهدة لا تلزم أي طرف متعاقد بتنفيذ " أنظمة الإيداع الإلكترونية "، أو أي أنظمة آلية أخرى، وهذا يضمن أن البلدان الأصغر والأفقر، التي لا تمتلك حتى الآن الموارد التكنولوجية الضرورية، لن تكون مجبرة على تنفيذ مثل هذه الأنظمة<sup>1</sup>.

### ثانيا: اتخاذ تدابير لوقف الإجراءات في حالة عدم الامتثال للمهل

تطرت معاهدة سنغافورة لبعض الأحكام التي تخص جانب المواعيد، نظرا لأهميتها في المجال القانوني عموما وبصفة خاصة في مجال إجراءات تسجيل العلامات.

تضمنت معاهدة سنغافورة في المادة 14 منها، و في القاعدة رقم 9 من اللائحة التنفيذية المرفقة بالمعاهدة، مجموعة من التدابير المتعلقة بوقف الإجراءات في حالة عدم امتثال مودع طلب التسجيل أو صاحب تسجيل العلامة، أو الشخص المعني الآخر، للمهل الزمنية المقررة لاتخاذ أي إجراء من الإجراءات المتعلقة بتسجيل العلامة لدى أي مكتب تسجيل تابع لأحد الأطراف المتعاقدة<sup>2</sup>.

عاجت هذه المعاهدة حالتين بصفة صريحة، بالنسبة للأولى، هي وقف الإجراءات قبل انقضاء المهلة، وهنا يجوز لأي طرف متعاقد أن ينص في قوانينه على تمديد مهلة محددة من أجل القيام بأحد الإجراءات المتعلقة بطلب أو تسجيل علامة لدى مكتب التسجيل، بشرط أن يكون قد تم إيداع التماس بذلك لدى مكتب التسجيل قبل انقضاء المهلة. أما الحالة الثانية وهي وقف الإجراءات بعد انقضاء المهلة، فإذا لم يمثل مودع الطلب أو صاحب تسجيل العلامة أو الشخص المعني الآخر لمهلة محددة والمتعلقة بأحد الإجراءات المتخذة لدى مكتب تسجيل طرف متعاقد فيما يتعلق بطلب أو تسجيل، فعلى الطرف المتعاقد أن ينص في قوانينه على تدابير محددة في إطار وقف الإجراءات وفقا للمتطلبات التي تنص عليها اللائحة التنفيذية، إذا تم إيداع التماس بذلك لدى مكتب التسجيل، وهذه التدابير هي كالتالي:

<sup>1</sup> - Samay Gheewala, op.cit, pp 315, 317.

<sup>2</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

- تمديد المهلة المعنية للفترة المقررة في اللائحة التنفيذية.
  - مواصلة أو الاستمرار في الإجراءات فيما يتعلق بالطلب أو التسجيل.
  - رد حقوق مودع الطلب أو صاحب التسجيل أو الشخص المعني الآخر فيما يخص الطلب أو التسجيل إذا كان التخلف عن المهلة المعنية قد حدث بالرغم من بذل العناية المطلوبة، أو أن هذا التخلف لم يكن مقصودا<sup>1</sup>.
- ويبدو من خلال معاهدة سنغافورة أن هناك فئتين فقط تستفيدان من تدابير وقف الإجراءات (تدابير الإغاثة أو الإنقاذ) وهما، الطلبات والتسجيلات فقط، حيث لم تذكر التغييرات في الأسماء أو العناوين، أو التغييرات في الملكية أو تصحيح الأخطاء أو تراخيص العلامات<sup>2</sup>.

### ثالثا: الأحكام المتعلقة بتدوين تراخيص العلامات التجارية أو تعديلها أو إلغاؤها

تطرق معاهدة سنغافورة للأحكام المتعلقة بتدوين أو تسجيل تراخيص العلامات التجارية، حيث وضعت الشروط أو المتطلبات القصوى التي يجوز لأي طرف متعاقد في المعاهدة أن يشترطها في التماسات تدوين الترخيص أو تعديل تدوين الترخيص أو إلغاؤه، وفصّلت في هذه الأحكام اللائحة التنفيذية للمعاهدة<sup>3</sup>.

ومن بين المتطلبات التي يجوز للطرف المتعاقد أن يشترط بأن يحتوي التماس تدوين الترخيص عليها، جميع البيانات الشخصية كالاسم، العنوان، عنوان المراسلة التي تخص صاحب التسجيل وهو المرخص، والمرخص له، وممثليهم في حالة وجود ممثل، الطابع القانوني لصاحب التسجيل أو المرخص له إذا كان شخص معنوي، رقم تسجيل العلامة التي تكون موضع الترخيص، أسماء السلع والخدمات التي تكون موضع

<sup>1</sup> - المادة 14 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. راجع أيضا القاعدة 9 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة، التي نصت على المقتضيات المتعلقة بالتدابير المتخذة في هذه الحالات، لأن معاهدة سنغافورة في المادة 14 نصت على أن اتخاذ هذه التدابير المتعلقة بعدم الامتثال للمهل، يجب أن يتم وفقا للمقتضيات التي تنص عليها اللائحة التنفيذية، وفعلا للقاعدة 9 من اللائحة التنفيذية تنص على هذه المقتضيات. راجع كذلك الاستثناءات الواردة في المادة 3/14 من معاهدة سنغافورة، المشار إليها سابقا، وتلك التي تطرقت لها الفقرة 4 من القاعدة 9 من اللائحة التنفيذية للمعاهدة، المشار إليها سابقا، وهذه الاستثناءات تخص المهل.

<sup>2</sup> - Samay Gheewala, op.cit, p 318.

<sup>3</sup> - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

الترخيص الممنوح وأن تكون مجموعة و مينة وفقا لتصنيف نيس، وإن كان الترخيص استثنائيا أو غير استثنائي أو حصري، مدة سريان الترخيص<sup>1</sup>. كما نصت كل من المعاهدة واللائحة التنفيذية على أن الطرف المتعاقد يجوز له أن يشترط أن يكون التماس تدوين الترخيص مرفقا (مشفوعا) ببعض المستندات المؤيدة، و الطرف الملتزم له أن يختار أحد الأمرين :

إما إرفاق مستخرج من عقد الترخيص يبين الأطراف والحقوق المرخص بها، ويكون محررا على يد موثق للعقود، أو أي هيئة عامة مختصة أخرى، وإما إرفاق بيان غير مصدق بالترخيص، ويكون مضمونه، زيادة على استمارة بيان الترخيص المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية، موقعا من صاحب التسجيل والمرخص له<sup>2</sup>.

كما أجازت المعاهدة لأي طرف متعاقد أن يشترط دفع رسوم لمكتب التسجيل مقابل تدوين الترخيص. ويكون تقديم التماس واحد فقط حتى وإن كان الترخيص يتعلق بعدة تسجيلات، بشرط أن يكون المالك (صاحب التسجيل) والمرخص له هو نفسه بالنسبة إلى جميع التسجيلات، وأن تكون أرقام كافة التسجيلات المعنية مبنية في الالتماس، وأن يرد في الالتماس كذلك بيان نطاق الترخيص بالنسبة لجميع التسجيلات<sup>3</sup>.

وقد حظرت المادة 4/17 من المعاهدة على الأطراف المتعاقدة أن تفرض أي متطلبات أخرى خلاف المتطلبات التي تفرضها المعاهدة والتي ذكرناها سابقا، عندما يتعلق الأمر بتدوين الترخيص لدى مكاتب التسجيل الوطنية، وخاصة لا يجوز أن يشترط تقديم :

شهادة تسجيل العلامة موضوع الترخيص، عقد الترخيص أو ترجمة له، بيان الشروط المالية في عقد الترخيص، إلا في حالة ما إذا شك المكتب في صحة أي بيان، هنا يمكن للمكتب طلب إثبات عن ذلك.

<sup>1</sup>-الفقرة 1 من المادة 17 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. الفقرة 1 من القاعدة 10 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup>-الفقرة 1 من المادة 17 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. الفقرة 2 من القاعدة 10 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup>-المادة 2،3/17 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

أما فيما يخص التماس تعديل تدوين تسجيل الترخيص أو التماس إلغائه، فأكدت اللائحة التنفيذية بأنه يجوز للطرف المتعاقد أن يشترط بأن يحتوي الالتماس هنا: البيانات الشخصية المذكورة أعلاه والمتعلقة بصاحب التسجيل والمرخص له، وممثليهم إن وجدوا، الطابع القانوني لصاحب التسجيل أو المرخص له إن كان شخص معنوي ورقم تسجيل العلامة التي تكون موضع الترخيص، ومن المتطلبات أيضا طبيعة التعديل أو الإلغاء المطلوب تدوينه ونطاقه إذا كان التعديل أو الإلغاء يتعلق بأي من البيانات أو العناصر المذكورة أعلاه (البيانات الشخصية لصاحب التسجيل، المرخص له، ممثليهم، الطابع القانوني لصاحب التسجيل أو المرخص له إن كان شخص معنوي، رقم تسجيل العلامة، أسماء السلع أو الخدمات التي تكون موضع الترخيص، إن كان الترخيص استثنائي أو غير استثنائي أو حصري، مدة سريان الترخيص)<sup>1</sup>.

كما يمكن للطرف المتعاقد أن يشترط إرفاق كل من التماس تعديل تدوين الترخيص، والتماس إلغاء تدوين الترخيص، بالمستندات المؤيدة لتعديل أو إلغاء تدوين الترخيص<sup>2</sup>.

### الفرع الثالث: تكوين جمعية للأطراف المتعاقدة

يعتبر التغيير الأكثر أهمية الذي أحدثته معاهدة سنغافورة، هو إنشاء جمعية للأطراف المتعاقدة، فجمعية العلامات التجارية وعلى غرار جمعية معاهدة قانون براءات الاختراع، مخرولة لعقد مؤتمرات المعاهدة، وتعديل اللائحة التنفيذية وتحديد شروط تطبيق تلك التعديلات وأداء الوظائف التي تلائم تنفيذ أحكام المعاهدة<sup>3</sup>.

ونصت معاهدة سنغافورة على تكوين جمعية للأطراف المتعاقدة، ويكون كل طرف متعاقد في المعاهدة ممثلا بمندوب واحد<sup>4</sup>، ويجوز أن يساعده مندوبون ومستشارون وخبراء، ولا يمثل كل مندوب إلا طرف

<sup>1</sup> - المادة 18 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. الفقرة 1 ب من القاعدة 10 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة لسنة 2006، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> - الفقرة 1 من المادة 18 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. الفقرتين 3، 4 من القاعدة 10 من اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup> - Samay Gheewala, op.cit, p 322.

<sup>4</sup> - المادة 1/23 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا. أما عن كيفية عقد اجتماعات الجمعية وكيفية اتخاذ قراراتها، راجع نص المادة 23 من نفس المعاهدة.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

متعاقد واحد. إذا تمارس الجمعية العديد من المهام منها، معالجة جميع المسائل المتعلقة بتطوير المعاهدة خاصة مع التطور الكبير والمتسارع الذي نشهده اليوم في مجال الإنترنت والذي له تأثير مباشر على مجال العلامات التجارية، وللجمعية الصلاحية في ممارسة أية وظائف أخرى لتنفيذ أحكام هذه المعاهدة، وبما أن للجمعية سلطة تعديل اللائحة التنفيذية، فلها أن تعدل الاستمارات الدولية النموذجية<sup>1</sup>.

ومن شأن تكوين جمعية للأطراف المتعاقدة إضفاء بعض المرونة على تحديد تفاصيل الإجراءات الإدارية التي يجب على مكاتب العلامات التجارية الوطنية تنفيذها<sup>2</sup>.

### الفرع الرابع: مضمون قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي لمعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات ولائحتها التنفيذية

اعتمد المؤتمر الدبلوماسي قرارا تكميليا لمعاهدة سنغافورة ولائحتها التنفيذية، وتضمن هذا القرار عدة أحكام، وهو يهدف إلى إعلان تفاهم بين الأطراف المتعاقدة في المعاهدة فيما يخص العديد من المجالات التي تتناولها المعاهدة<sup>3</sup>. وينص القرار على أنه رغم كون المعاهدة توفر للأطراف المتعاقدة إجراءات شكلية فعالة وناجعة فيما يخص العلامات، فإنها لا تفرض أية التزامات على الأطراف المتعاقدة (وفقا للمادتين 2، 8 من المعاهدة) فيما يتعلق ب :

تسجيل أنواع جديدة من العلامات، لأن كل طرف متعاقد له الحرية في اختيار فيما إذا كان يريد السماح بتسجيل أنواع جديدة من العلامات، أو استعمال أنظمة الإيداع الإلكتروني أو أنظمة آلية أخرى<sup>4</sup>. ويحتوي القرار على أحكام في فائدة البلدان النامية والبلدان الأقل نموا، ومن أجل تسهيل تنفيذ أحكام معاهدة سنغافورة في هذه البلدان، يطلب المؤتمر الدبلوماسي من المنظمة العالمية للملكية الفكرية والأطراف المتعاقدة أن تمد هذه البلدان بالمساعدة التقنية والدعم التكنولوجي والقانوني، بهدف مساعدة

<sup>1</sup> -المادة 2/23 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المشار إليها سابقا.

<sup>2</sup> -المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

<sup>3</sup> -نفس المرجع، ص 1. قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي لمعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات ولائحتها التنفيذية، المرفق بالمعاهدة .

<sup>4</sup> -العنصر 3 من قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي لمعاهدة سنغافورة، المشار إليه سابقا. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المرجع السابق، ص 1.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب"اتفاقية تريبس" وما بعدها

---

وتتمكين هذه البلدان من الاستفادة الكاملة من أحكام المعاهدة<sup>1</sup>، كما أكد القرار على أن البلدان الأقل نمواً تمنح لها معاملة خاصة وتفاضلية في تنفيذ المعاهدة، حيث تكون هذه البلدان هي المستفيد الأول والرئيسي من المساعدة التقنية المقدمة، كمساعدتها على إنشاء الإطار القانوني لتنفيذ المعاهدة، والمساعدة على تكوين القدرات البشرية المؤهلة والمرافق اللازمة لمكاتب الملكية الفكرية، كتوفير الوسائل التكنولوجية، ووسائل الاتصالات من أجل تنفيذ المعاهد ولائحتها التنفيذية<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>-العنصر 4 من قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي لمعاهدة سنغافورة ، المشار إليه سابقا.  
<sup>2</sup>-العنصر 7 من قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي لمعاهدة سنغافورة، المشار إليه سابقا.

## خلاصة الباب الثاني:

تناولنا في هذا الجزء من الدراسة بعض الاتفاقيات الدولية المهمة المتعلقة بحماية العلامة التجارية، إذ تعد اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 الاتفاقية الدولية الأولى التي وضعت نظاما يسمح باكتساب الحق في العلامة التجارية و حمايتها في العديد من الدول، و لتحقيق ذلك جاءت هذه الاتفاقية بالعديد من المبادئ التي تعتبر بمثابة ضمانات لمالك العلامة لحماية علامته في جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية، فهذه المبادئ تضمن للأجنبي التمتع بنفس حقوق العلامة التي يتمتع بها المواطنون، بل و بحق الأسبقية عليهم. كما تضمنت هذه الاتفاقية مجموعة من الأحكام الموضوعية لتوفير حماية خاصة بالعلامات التجارية، لكن ما يلاحظ هنا أن الاتفاقية وضعت الأحكام بصفة عامة نوعا ما، و تركت للدول الأعضاء صلاحية وضع القواعد و الإجراءات التفصيلية المتعلقة بتنظيم و إنفاذ الحماية عن طريق قانونها الوطني، ونتج عن ذلك اختلاف قواعد تسجيل و حماية العلامة حسب قانون كل بلد، كما وجدنا أن المشرع الجزائري من خلال قانون العلامات تبني معظم الأحكام التي جاءت بها هذه الاتفاقية.

و نتيجة لرغبة بعض الدول في توحيد نظام العلامات التجارية، تم الاتفاق على إبرام أول اتفاقية دولية تتناول موضوع التسجيل الدولي للعلامات وهي اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 ، و تم حديثا إبرام معاهدة أخرى هي بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989 ، و شكلت هاتان الاتفاقيتان ما يسمى بنظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، و يعتبر البروتوكول نقطة تحول ايجابية في نظام مدريد لأنه تضمن مزايا عديدة وعالج جميع النقائص التي كان يتضمنها اتفاق مدريد و التي كانت تمنع العديد من الدول المهمة و المالكة لأكثر عدد من العلامات التجارية من الانضمام إلى الاتفاق.

يسمح نظام مدريد لمالك العلامة التجارية بأن يسجل علامته في العديد من الدول و التي يرغب في حماية علامته فيها، في آن واحد، بمجرد تقديم طلب دولي واحد، إلا أن مالك العلامة ملزم بأن يقوم أولا بإجراءات حماية علامته و طنيا قبل مباشرة الحماية الدولية، عن طريق إما إيداع طلب تسجيل علامته لدى مكتب التسجيل في بلد المنشأ أو أن تكون العلامة مسجلة فعلا لدى هذا المكتب، بعد ذلك يمكن له الاستفادة من الحماية الدولية بإيداع طلب دولي واحد بلغة واحدة لدى المكتب الدولي للويو عن طريق مكتب التسجيل في بلد المنشأ و أن يسدد رسما واحدا بعملة واحدة ، و هذا إجراء بسيط و قليل التكلفة

عوضاً عن إيداع طلبات منفصلة في مكاتب العلامات التجارية في الدول الأطراف و التي يرغب صاحب العلامة في حماية علامته فيها، بتحريرها بلغات مختلفة وتسديد رسوم متعددة لكل مكتب بعملات مختلفة ونفقات الترجمة، فهذه الإجراءات مكلفة، معقدة وتستغرق وقتاً طويلاً.

و بسبب القصور المسجل في الاتفاقيات السابقة ليس فقط فيما يتعلق بتنظيم و حماية العلامة بل في جميع جوانب حقوق الملكية الفكرية الأخرى ، لذا كان الحل في إبرام اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة بـ " اتفاقية ترييس " و التي تعتبر حالياً أهم اتفاقية دولية في مجال حقوق الملكية الفكرية، فقد جاءت بأحكام جديدة لم تنظمها الاتفاقيات الدولية السابقة بهدف تدعيم حقوق الملكية الفكرية وتناولت تنظيم وإنفاذ حماية حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية، فالملكية الفكرية لم تعد كما في السابق مرتبطة فقط بالفكر والإبداع، بل أصبحت وفقاً لاتفاقية ترييس مرتبطة بالمفهوم التجاري والاقتصادي وما فرضته العولمة الاقتصادية والتقدم التكنولوجي في العصر الحديث.

وتختلف اتفاقية ترييس عن الاتفاقيات السابقة لها ومن أهمها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، فاتفاقية باريس جاءت بقواعد قانونية عامة تتعلق بتنظيم وحماية حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية، بدون أن تنطرق لقواعد إنفاذ حماية هذه الحقوق بل أعطت صلاحيات واسعة للدول الأعضاء بأن تضع في قوانينها القواعد والإجراءات التفصيلية الخاصة بتنظيم و إنفاذ الحماية، بينما اتفاقية ترييس جاءت بقواعد عامة مشددة وملزمة تتعلق بتنظيم حقوق الملكية الفكرية من بينها العلامات التجارية، لكنها لم تعطي الدول الأعضاء الصلاحيات المهمة في وضع الإجراءات التفصيلية لإنفاذ الحماية، بل تولت الاتفاقية بذاتها وضع وسائل حماية متعددة و حددت إجراءات عامة و تفصيلية دقيقة لتوفير هذه الحماية و كيفية إنفاذها، و ألزمت الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة بأن تنص في تشريعاتها على هذه القواعد و وسائل الحماية و الإجراءات وأن تحرص على تنفيذها. ومن أهم إجراءات ووسائل حماية العلامة التي نصت عليها الاتفاقية هي : الإجراءات المدنية و الإدارية، الحماية المدنية، الحماية الجزائية، الحماية المؤقتة(الإجراءات التحفظية)، التدابير الحدودية( الحماية الجمركية). تحديد صلاحيات الأجهزة القضائية و الجمركية فيما يتعلق بتطبيق وإنفاذ حماية العلامة التجارية.

من خلال قانون العلامات وجدنا أن المشرع الجزائري قد أخذ بالقواعد و الإجراءات المتعلقة بتنظيم و حماية العلامات التجارية وكيفية إنفاذ هذه الحماية ، التي نصت عليها اتفاقية ترييس.



كما تطرقت اتفاقية تريبس لمسألة مهمة وهي التعاون الدولي، فنظرا للنقائص التي تشوب عملية تطبيق أحكام اتفاقية تريبس المتعلقة بوسائل حماية العلامة التجارية وإنفاذ هذه الحماية، نصت الاتفاقية على ضرورة التعاون الدولي بين دول المنظمة بهدف إلغاء و محاربة التجارة في السلع التي تحمل علامات تجارية مقلدة، لكنها لم تنص على آليات محددة و لم تلزم الدول الأعضاء بضرورة وضع آليات محددة لتفعيل التعاون الدولي.

ومن الاتفاقيات التي تم إبرامها في مجال العلامات بعد اتفاقية تريبس تطرقنا لمعاهدتين، الأولى هي معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، وهنا يجب أن نشير إلى أن نظام تسجيل العلامات التجارية في قوانين الدول، قبل إبرام هذه المعاهدة كان يتضمن إجراءات مكلفة، مرهقة وتأخذ وقتا طويلا، وهي تختلف من دولة لأخرى نظرا لاختلاف قوانين العلامات التجارية لكل بلد ( لأن اتفاقية باريس لم تضع إجراءات تسجيل موحدة بل أعطت الحرية لكل دولة طرف بأن تضع الإجراءات التي تناسبها )، ونتج عن هذا الاختلاف الزيادة في التكاليف والجهود في عملية التسجيل وقد شكلت عائقا حقيقيا أمام تسجيل وحماية العلامات، بل وعائقا أمام التجارة، لذا تكلفت جهود الدول بإبرام هذه المعاهدة التي جاءت بالحلول، إذ عملت على تبسيط وتوحيد إجراءات تسجيل العلامات بل وتعميمها لدى مكاتب تسجيل العلامات التجارية الوطنية في الأطراف المتعاقدة، ومن مظاهر تبسيط الإجراءات أن المعاهدة ألغت شرط تصديق الوثائق، والذي كان من أكبر الصعوبات الإجرائية، كم أن التوكيل الرسمي قد يتعلق بالعديد من الطلبات أو التسجيلات التي تخص مالك العلامة نفسه، فالمالك ليس عليه أن يضع لكل طلب أو تسجيل وكالة رسمية مستقلة، كما سمحت المعاهدة بأن يتعلق طلب تسجيل واحد للعلامة، بعدة سلع أو خدمات، سواء تنتمي إلى صنف واحد أو عدة أصناف من تصنيف نيس.

أما المعاهدة الثانية فهي معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 والتي أبرمت نتيجة للتطور الحاصل في ميدان الاتصالات والذي تأثرت به العلامات، وظهر أنواع جديدة من العلامات نتيجة للتطور الحاصل في التجارة، لذا ظهرت الحاجة لإبرام معاهدة جديدة وهي معاهدة سنغافورة التي تتخذ من معاهدة 1994 كأساس لها وعالجت نقائصها.

عملت معاهدة سنغافورة على تنسيق الإجراءات الإدارية لتسجيل العلامات التجارية و على تحديث أحكام العلامات التجارية وأهم هذه الأحكام، اعتماد وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في علاقة

الاتصال والتعامل بين أصحاب العلامات ومكاتب التسجيل، توسيع نطاق تطبيق المعاهدة ليشمل جميع أنواع العلامات التقليدية وغير التقليدية، المرئية وغير المرئية، والمعاهدة هنا تعترف بالعلامات التي قد يتم ابتكارها مستقبلا، مع أن هذا مشروط باعتراف الطرف المتعاقد في قانونه بهذه العلامات. كما تناولت هذه المعاهدة بعض الجوانب الإجرائية التي أغفلتها معاهدة قانون العلامات لسنة 1994. وما يعتبر جديدا أيضا في المعاهدة هو إنشاء جمعية للأطراف المتعاقدة مهمتها معالجة جميع المسائل المتعلقة بتطوير المعاهدة، أي تحديث نظام العلامات قدر الإمكان.

ووجدنا أن هاتين المعاهدتين تعالجان في معظم أحكامهما الجانب الإجرائي فقط دون الجانب الموضوعي لقانون العلامات، وأن جميع الأحكام التي تضمنتها المعاهدتين هي بقصد تقليل الاختلافات الموجودة بين قوانين العلامات التجارية الوطنية للدول المتعاقدة.

الخاتمة

تطرقنا في هذا البحث لموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، وتوصلنا إلى أن العلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري تتمتع بحماية قانونية متعددة، كما تتمتع أيضا بحماية دولية توفرها الاتفاقيات الدولية المبرمة في مجال العلامات، وأهم هذه الاتفاقيات هي اتفاقية تريبس والتي تتميز عن كل الاتفاقيات ذات العلاقة، بكونها تحاول وضع قواعد قانونية موحدة على المستوى الدولي لكي تكون بمثابة دستور دولي لحماية حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية، وتلزم الدول الأعضاء بالنص عليها في تشريعاتها و الالتزام بتنفيذها، لذا نصت على قواعد وإجراءات قانونية ملزمة عامة ومفصلة، وعلى اختصاصات الأجهزة القضائية و الجمركية،...، ومن أهم ما تضمنته الاتفاقية أنها نصت على العديد من وسائل حماية العلامات التجارية.

ونرى أن تكامل الحماية الوطنية للعلامة التجارية و الحماية التي توفرها الاتفاقيات الدولية، مع إنفاذ هذه الحماية على المستوى الوطني، ما من شك في أنه سيوفر حماية فعالة للعلامة التجارية. ويبقى أن التعاون الدولي والتنسيق بين الدول في سبيل محاربة التجارة في السلع التي تحمل علامات تجارية مقلدة، ضرورة يجب أن تراعيها الدول في أي اتفاقات مستقبلية في هذا المجال، لكون تواجد صاحب العلامة التجارية في بلد و تواجد السلع التي تحمل علامات تجارية مقلدة في بلد آخر يطرح العديد من الإشكاليات، حول الآليات التي تمكن صاحب العلامة من إيقاف وحجز السلع المقلدة وحماية علامته بصورة فعالة في أي دولة. ولعل ما نراه حاليا من رواج للسلع المقلدة في دول العالم راجع لعدم تفعيل التعاون والتنسيق الدوليين ولغياب هذه الآليات.

من خلال دراستنا لهذا الموضوع توصلنا إلى النتائج التالية :

النتائج :

- أخذ المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات بمبدأ إلزامية العلامة و فرض عقوبات على مخالفتها، حيث اعتبر كل من علامة السلعة و علامة الخدمة إلزامية بينما في التشريع السابق للعلامات الملغى كان يعتبر علامة المصنع فقط إلزامية، أما العلامة التجارية و علامة الخدمة فقد اعتبرهما اختياريين، والهدف من ذلك هو حماية المستهلك أكثر منه حماية لأصحاب العلامات وأصحاب السلع والخدمات.
- تبنى المشرع الجزائري مفهوم مصطلح السلع الذي نصت عليه اتفاقية باريس، حيث نص على أن السلعة هي كل منتج سواء كان طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي، و سواء كان هذا المنتج خاما أو مصنعا.
- بسط المشرع الجزائري الحماية القانونية على العلامة التجارية المشهورة ، وقد تبنى المشرع ما نصت عليه اتفاقية باريس من حيث حماية العلامة المشهورة في إطار تخصيص العلامة، و نص على هذه الحماية في الفقرة 8 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، حيث منع تسجيل أي رمز أو أي علامة مماثلة أو مشابهة لعلامة تجارية مشهورة في الجزائر، أو أي علامة تمثل ترجمة للعلامة المشهورة، و وتم استخدامها على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي خصصت لها العلامة المشهورة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث الالتباس مع العلامة المشهورة، لكن ما يلاحظ هنا أن المشرع لم يضع نصا صريحا يشترط فيه التسجيل ( في الجزائر) للعلامة المشهورة لكي تتمتع بالحماية ، إلا أنه نص على حق صاحب العلامة المشهورة في الجزائر في الحماية و ذلك في الفقرة 4 (الأخيرة) من المادة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، و ذلك بمناسبة تطرقه إلى الحقوق الناتجة عن تسجيل العلامات (الآثار المترتبة عن التسجيل)، إذ نص على أن صاحب العلامة المشهورة في الجزائر ( أي التي اكتسبت شهرة في الجزائر) له الحق في منع الغير من استعمال علامته بدون رضاه وفقا للشروط في الفقرة 8 من المادة 7. في حين نجد أن العديد من التشريعات المقارنة نصت صراحة على حق صاحب العلامة المشهورة في الحماية برغم عدم تسجيلها في البلد الذي تطلب فيه حمايتها.
- تبنى المشرع أيضا ما نصت عليه اتفاقية تريبس و ذلك في نص الشق الثاني من الفقرة 8 من المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، من حيث تمديده لنطاق حماية العلامة المشهورة، حيث لم

يكتف بما نصت عليه اتفاقية باريس وهو أن الحماية تشمل السلع المماثلة والمشابهة فقط، بل نص إضافة إلى ذلك بأن الحماية تشمل السلع و الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة المشهورة (أي المخصصة لها)، فالعلامة المشهورة تتمتع هنا بالحماية خارج نطاق تخصيص العلامة، حيث يمنع على الغير تسجيل أو استعمال العلامة المشهورة حتى بالنسبة للسلع و الخدمات المختلفة (غير المماثلة) عن تلك التي سجلت من أجلها العلامة المشهورة (المخصصة لها).

- المشرع أيضا مدد نطاق الحماية للعلامة المشهورة حيث أصبحت تشمل السلع والخدمات، وفق ما نصت عليه اتفاقية تريبس، لأن الحماية كانت محصورة في السلع فقط بحسب اتفاقية باريس.

- رغم أن المشرع تبنى ما جاءت به اتفاقيتي باريس وتريبس فيما يتعلق بحماية العلامة المشهورة ونطاق هذه الحماية، إلا أنه لم يضع معيار واضح لتحديد شهرة العلامة، مع العلم أن اتفاقية تريبس تضمنت معيارا أساسيا لتحديد هذه الشهرة، وهو مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني، إلا أن المشرع وضع شرطا وهو أن تكون العلامة ذات شهرة في الجزائر.

- أكد قانون العلامات أن من بين شروط تسجيل العلامة التجارية أن تكون العلامة قابلة للتمثيل الخطي أي واضحة ومدركة بالنظر، وهذا يعني استبعاد من التسجيل ومن الحماية أي رمز أو أي علامة غير قابلة للإدراك بالبصر والتي فرض التطور التكنولوجي وجودها، منها علامات الصوت (السمع) مثل النغمات الصوتية أو الموسيقية التي توضع على الهواتف النقالة، علامات التدوق، علامات الرائحة مثل العطور. في حين نجد أن بعض التشريعات المقارنة واتفاقية تريبس تجيز تسجيل هذه الأنواع من العلامات.

- لاكتساب الحق في ملكية العلامة التجارية، اشترط المشرع الجزائري ضرورة تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة بالتسجيل، كما نص صراحة على أن تسجيل العلامة يسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع طلب التسجيل، وهذا يعني أن مدة تسجيل العلامة يبدأ حسابها من تاريخ الإيداع.

- بحسب قانون العلامات الجزائري فإن التسجيل يعتبر منشئا للحق في ملكية العلامة وليس كاشفا له (أي ليس مقرر له)، فتسجيل العلامة يعتبر كدليل قاطع على ملكيتها، وأن ملكية العلامة تثبت لمن لديه الأسبقية في التسجيل (أي تثبت الملكية للشخص الأول الذي قام بإجراءات الإيداع) وليس في

- الإستعمال، حتى ولو كان استعمالها من طرف الغير سابقا على تسجيلها. بخلاف العديد من القوانين المقارنة التي تؤسس ملكية العلامة على استعمالها وأن التسجيل ما هو إلا قرينة بسيطة على ملكية العلامة يمكن إثبات عكسها.
- فيما يخص حماية العلامة التجارية من أي تعدي ، فقد أقر المشرع بالحماية المدنية و الجزائية للعلامة المسجلة فقط من خلال ممارسة دعوى التقليد التي نص عليها قانون العلامات، و هذا يعني أن العلامة غير المسجلة لا تستفيد من هذه الحماية.
- في حالة غياب شروط أو أركان دعوى التقليد أو انتفاء القصد الجنائي لدى مقلد العلامة والحكم عليه بالبراءة، هنا يمكن اعتبار فعل الاعتداء على العلامة فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة ، و منه يمكن لصاحب العلامة الاستفادة من الحماية بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة، و هذا اعتمادا على القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نص فيه المشرع على أن فعل تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي أو تقليد منتوجاته أو خدماته هو من الممارسات التجارية غير النزيهة، و هذا ما يعتبر فعلا من أفعال المنافسة غير المشروعة.
- أخذ المشرع الجزائري في التشريع الحالي للعلامات ( الأمر رقم 03-06) بالمعنى الواسع لجريمة تقليد العلامة، حيث جمع كافة أفعال الاعتداء على العلامة التجارية تحت مصطلح واحد وهو جنحة التقليد، أي اعتبرها نفس الجريمة وقرر لها نفس العقوبة، سواء تعلق الأمر بأفعال الاعتداء المباشر أو غير المباشر على العلامة، إذ اعتبر أن أي عمل يرتكبه الغير خرقا للحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة المسجلة هو بمثابة جنحة تقليد. بخلاف التشريع السابق للعلامات الملغى (الأمر رقم 66-57)، فقد عدّ الأفعال التي تمثل اعتداء على العلامة و ميّز بينها، كما ميّز بين جريمة تقليد العلامة و جريمة تشبيهها(أي التديس).
- أحاط المشرع الجزائري العلامة التجارية بحماية إجرائية مزدوجة تتمثل في إجراءات تحفظية تتخذ داخل إقليم الدولة، و إجراءات جمركية تتخذ عند حدود الدولة، و هي حماية مؤقتة، سريعة و فورية تسبق جميع أنواع الحماية المذكورة، تم النص عليها في قوانين متفرقة و هي قانون العلامات ، قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وقانون الجمارك، و قوانين المالية.

- توصلنا من خلال بحثنا إلى أن العلامة التجارية إضافة إلى تمتعها بالحماية وفقا لما تضمنه التشريع الجزائري، فإنها تستفيد أيضا من الحماية الدولية بموجب الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر والتي تتمثل في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، و هنا وجدنا أن المشرع الجزائري قد أخذ في قانون العلامات بأغلب القواعد المتعلقة بتسجيل و حماية العلامة التجارية التي تضمنتها اتفاقية باريس. ولدينا كذلك نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات الذي يتألف من اتفاقيتين انضمت إليهما الجزائر وهما اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891، وبروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989، حيث يمكن لصاحب العلامة التجارية التي سبق إيداع طلب تسجيلها لدى مكتب التسجيل ببلد المنشأ أو المسجلة فعلا لدى هذا المكتب أن يستفيد من مزايا هذا النظام، بتسجيل علامته و حمايتها دوليا أي في العديد من الدول الأعضاء في الاتفاقيتين و التي يرغب في حماية علامته فيها من خلال القيام بإجراء واحد و هو إيداع طلب دولي واحد لتسجيل علامته لدى المكتب الدولي للويو عن طريق مكتب التسجيل في بلد المنشأ، وهذا عوضا عن تقديم طلبات متفرقة في كل دولة يريد أن يحمي علامته فيها.
- بروتوكول اتفاق مدريد هو في الأساس نفس اتفاقية مدريد لكنه أضاف العديد من المزايا و بعض التعديلات التي تهدف إلى تلبية اعتراضات الدول المعارضة لاتفاقية مدريد للأسباب الخمسة التي تطرقنا لها سابقا، و على رأس هذه الدول الولايات المتحدة الأمريكية ، اليابان و بريطانيا التي لم توقع على اتفاقية مدريد رغم الثقل الكبير الذي تحتله هذه الدول في مجال العلامات ، فهي تمتلك أكبر عدد من العلامات خاصة المشهورة، ورأت أن الاتفاق يضر بمصالحها و كان البروتوكول حلا مناسباً لانضمامها.
- من يريد تسجيل علامته التجارية و حمايتها في العديد من الدول فما عليه سوى اتباع نظام مدريد و الاستفادة من مزاياه، وتعتبر الشركات هي المستفيد الأكبر من هذا النظام الذي يشجعها على توسيع نطاق حماية علاماتها التجارية في الخارج، خاصة وأن أغلب الشركات لديها فروع في العديد من الدول، وتعمل عقود تراخيص لأطراف أخرى، فهي تحتاج إلى تسجيل و حماية علاماتها في الخارج.
- نظام مدريد الذي تديره الويو، يتيح لأصحاب العلامات إمكانية تسجيل و بالتالي حماية علاماتهم في عدة بلدان بإجراء بسيط واحد وهو إيداع طلب دولي واحد، إلا أنه لا يحل محل الحقوق الوطنية



- المتصلة بالعلامات التجارية، بل يعد همزة وصل قانونية بين السوق الوطنية و السوق العالمية بتيسير حماية العلامات التجارية في الخارج.
- نظام مدريد هو حل مريح وفعال من حيث التكلفة و ربح الوقت لتسجيل العلامات و إدارتها في جميع الدول الأعضاء في هذا النظام، فإذا تعلق الأمر بتسجيل العلامة دولياً، أو تجديد تسجيلها، أو عند إجراء تغييرات لاحقة أو أي تعديلات تخص العلامة و بياناتها، فهنا يتخذ إجراء واحد هو الطلب الدولي.
- فيما يخص الاتفاقيات الأخرى التي لم تنضم إليها الجزائر، أهمها اتفاقية تريبس، هنا وجدنا أن نصوص قانون العلامات الجزائري تتطابق مع معظم الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية و الالتزامات التي نصت عليها اتفاقية تريبس وفرضتها على الدول التي ترغب في الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة، و بالتالي هذا القانون لا يمثل عائقاً أمام انضمام الجزائر لهذه المنظمة.
- الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية و منها العلامات التجارية، و التي سبقت اتفاقية تريبس، وضعت قواعد عامة لتنظيم و حماية العلامات التجارية، و لم تتطرق إلى مسألة إنفاذ حماية العلامة، بل تركت ذلك للدول الأعضاء لكي تنظمها و تنص عليها في قوانينها، بينما اتفاقية تريبس نصت هي الأخرى على قواعد قانونية عامة ملزمة تتعلق بتنظيم و حماية العلامة التجارية، إلا أنها لم تترك الحرية و الصلاحيات للدول الأعضاء لكي تنظم مسألة الإنفاذ، بل نصت على وسائل حماية متعددة، وحددت الإجراءات العامة و التفصيلية لتوفير هذه الحماية و كيفية إنفاذها، فاتفاقية تريبس نصت على كل هذه القواعد و وسائل الحماية و الإجراءات و ألزمت الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة بأن تنص عليها في تشريعاتها و أن تحرص على تنفيذها.
- للتغطية على النقائص المتعلقة بعملية إنفاذ أحكام اتفاقية تريبس فيما يخص تطبيق الأحكام الخاصة بوسائل حماية العلامة التجارية، أكدت اتفاقية تريبس على ضرورة إقامة تعاون دولي بين دول المنظمة العالمية للتجارة، بهدف إلغاء التجارة في السلع التي تحمل علامات تجارية مقلدة، لكن اتفاقية تريبس لم تحدد أية آلية معينة يمكن للدول اتخاذها للتعاون فيما بينها، لمنع تداول السلع المتعدية.

- من بين الاتفاقيات التي أبرمت بعد اتفاقية تريبس و التي لم تنضم إليها الجزائر، هناك معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، التي ساهمت في تبسيط و توحيد إجراءات تسجيل العلامات التجارية لدى مكاتب التسجيل في الأطراف المتعاقدة، و هذا من شأنه أن يسهل تسجيل العلامات التجارية و بالتالي تسهيل حمايتها.
- أيضا تم إبرام معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 من أجل تحديث نظام العلامات وتدارك نقائص معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 ، وتناولت معاهدة سنغافورة بعض الجوانب الإجرائية التي أغفلتها معاهدة 1994 ، كما نصت على أحكام جديدة حيث عاجلت مسائل تتماشى مع التطورات الحديثة التي تأثر بها نظام العلامات التجارية، نتيجة ظهور أنواع جديدة من العلامات غير التقليدية منها المرئية وغير المرئية، و أيضا نتيجة لتطور وسائل الاتصال الحديثة بعد ظهور الإنترنت و التي فرضت أشكال و طرق اتصال جديدة لم تكن معروفة من قبل.
- إن نص معاهدة سنغافورة بأن المعاهدة تطبق على جميع أنواع العلامات بلا استثناء ، بشرط قبول تسجيلها لدى قانون العلامات للطرف المتعاقد هذا من شأنه أن يساهم في التقليل من أي تعارض أو تناقض قد يحصل بين المعاهدة وقوانين العلامات التجارية للأطراف المتعاقدة ، بل إن هذا يتيح المجال لظهور أنواع جديدة من العلامات و التي يمكن أن تتطور نتيجة الابتكارات التكنولوجية المتزايدة، و هذا دون الحاجة إلى إعادة تعديل المعاهدة.
- حققت كل من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، و معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، تنسيقا ، تبسيطا، و توحيدا لإجراءات تسجيل العلامات التجارية التي تتضمنها قوانين العلامات للدول الأطراف المتعاقدة في المعاهدتين، و لتحقيق ذلك حددت المعاهدتين في جميع أحكام التسجيل ، المتطلبات القصوى التي يجوز للأطراف المتعاقدة أن تشترطها في الإجراءات، كما حظرتنا على الأطراف المتعاقدة أن تفرض أي إجراءات شكلية أخرى أو أي متطلبات أخرى غير التي فرضتها المعاهدة و التي قد تكون مرهقة. و ما يعتبر كذلك ضمانا لتوحيد الإجراءات المنصوص عليها في المعاهدتين، أن المعاهدتين نصتا على ضرورة استعمال الاستثمارات النموذجية التي توفرها المعاهدتين عند القيام بإجراءات تسجيل العلامات التجارية.

الاقتراحات:

- يجب تفعيل وتعزيز السلطات الممنوحة للجمارك في الكشف عن البضائع التي يشتهب في انتهاكها لحقوق الملكية الفكرية، فالاكتشاف المبكر عند الحدود قد يمنع السلع المقلدة من الوصول إلى المستهلكين.
- ضرورة إعادة تفعيل نظام حماية العلامات التجارية عن طريق التدابير الحدودية، من خلال الاستعانة بالأساليب الإلكترونية للمراقبة و التأكد من مدى تقليد العلامة بطريقة مباشرة، عوض الطريقة التقليدية بتقديم طلب خطي و الانتظار ... و هذا اقتداء بالدول المتقدمة التي تبنت هذا النظام الإلكتروني الحديث، أي بإجراء مقارنة إلكترونية للعلامة التجارية الأصلية مع صور العلامات الموضوعة على السلع المستوردة.
- إن تدخل إدارة الجمارك لمحاربة تقليد العلامات، يتطلب من جهاز الجمارك ضرورة الاطلاع بصفة دقيقة على كل ما يتعلق بمضمون هذه الحقوق ، و ضرورة معرفة المعلومات المتعلقة بتسجيلات هذه الحقوق و الترخيص بها.
- ضرورة انضمام الجزائر إلى معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 ، و معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 ، نظرا لما توفره المعاهدتان من تبسيط و توحيد للإجراءات المتعلقة بتسجيل العلامات التجارية وتحديث لنظام العلامات وفقا للتطورات الحديثة، و هذا من شأنه أن يسهل من حماية العلامات التجارية خاصة المملوكة للمستثمرين الأجانب، و هذا يعتبر عامل مشجع لجلب المستثمرين نظرا لحماية حقوقهم بدون عراقيل.
- إن التطور الحاصل في ميدان العلامات فرض التعامل بأنواع جديدة من العلامات لم تكن معروفة من قبل كالعلامات غير التقليدية المرئية و غير المرئية، لذا يجب إعادة النظر في تعريف العلامات الذي نصت عليه المادة 2 من قانون العلامات، لكي يسمح بتسجيل و بالتالي حماية هذه العلامات الجديدة.
- ضرورة رفع مدة عقوبة الحبس في قانون العلامات المطبقة على مرتكب جنحة تقليد العلامة، لأن المشرع قام بخفضها في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

- بالنسبة لعقوبة الغرامات المالية التي يفرضها المشرع في حالة ارتكاب جنحة تقليد العلامة، من الأحسن أن تتناسب هذه العقوبات مع قيمة و أهمية السلع التي وضعت عليها العلامات المقلدة.
- ضرورة الاهتمام أكثر بتنظيم العلاقة بين العلامات التجارية و المنافسة، لأن حماية العلامة بدعوى المنافسة غير المشروعة يتلاءم مع التطور المستمر الذي تعرفه التجارة من خلال التعامل بأساليب تجارية حديثة.
- في حالة بطلان الإجراءات التحفظية فإن المدعي وهو من طالب باتخاذ هذه الاجراءات، يلزم بدفع تعويض لصالح المدعى عليه المتضرر من هذه الاجراءات، لكن هذا الحكم لوحده يعتبر غير كاف، فوفقا لما يتم العمل به في العديد من التشريعات المقارنة ووفقا للمنطق القانوني من المفروض أن يتم أيضا نشر قرار عدم أحقية المدعي باتخاذ تلك الإجراءات لأننا نتعامل هنا مع سمعة المدعى عليه التجارية و بثقة الزبائن بسلعه و بمعاملاته مع التجار الآخرين، بالتالي ضرورة أن يتضمن قانون العلامات نصا يقضي بنشر قرار عدم أحقية المدعي باتخاذ الإجراءات التحفظية.

الملاحق

ملحق رقم 01: تقرير أعدته مؤسسة براند فاينانس " Brand Finance " (و هي من كبرى المؤسسات حول العالم الرائدة و المتخصصة في مجال تقييم العلامات التجارية والاستشارات)، حول تصنيف أفضل 500 علامة تجارية عالميا لعام 2022



المصدر:

<https://brandfinance.com/insights/global-500-2023-report-published#>

ملحق رقم 02: مقارنة بين العلامات التجارية الأصلية والمقلدة



المصدر: <https://www.google.dz/search?q>

قائمة المصادر

والمراجع



أولاً- المراجع باللغة العربية:

1- النصوص القانونية:

1-1- النصوص القانونية الجزائرية:

1-1-1- الدستور:

- دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 7 ديسمبر سنة 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996، ج.ر. العدد 76 الصادر بتاريخ 8 ديسمبر سنة 1996. المعدل و المتمم بالقانون رقم 02-03 المؤرخ في 10 أبريل سنة 2002، يتضمن تعديل الدستور، ج.ر. العدد 25 الصادر بتاريخ 14 أبريل سنة 2002. المعدل و المتمم بالقانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر سنة 2008، يتضمن التعديل الدستوري، ج.ر. العدد 63 الصادر بتاريخ 16 نوفمبر سنة 2008. المعدل و المتمم بالقانون رقم 16-01 المؤرخ في 06 مارس سنة 2016، يتضمن التعديل الدستوري، ج.ر. العدد 14 الصادر بتاريخ 07 مارس سنة 2016. المعدل و المتمم بموجب المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2020، يتعلق بإصدار التعديل الدستوري، المصادق عليه في استفتاء أول نوفمبر سنة 2020، ج.ر. العدد 82 الصادر بتاريخ 30 ديسمبر سنة 2020.

1-1-2- الاتفاقيات الدولية:

- الأمر رقم 66-48، المؤرخ في 25/02/1966، يتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس سنة 1883، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 16، الصادر بتاريخ 25 فبراير 1966.

- الأمر رقم 72-10، المؤرخ في 22 مارس سنة 1972، المتضمن انضمام الجزائر إلى بعض الاتفاقيات الدولية، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 32، الصادرة في: 21/04/1972. بموجب هذا الأمر إنضمت الجزائر إلى اتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات المبرمة في مدريد بتاريخ 14 أبريل سنة 1891 و التي أعيد النظر فيها في استوكهولم بتاريخ 14 جويلية سنة 1967.

- الأمر رقم 75-02، المؤرخ في 09 جانفي سنة 1975، يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس سنة 1883، و المعدلة ببروكسل بتاريخ 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 2 جوان 1911، و لاهاي في 6 نوفمبر 1925، و لندن في 2 جوان 1934، و لشبونة في 31 أكتوبر 1958، و استوكهولم في 14 جويلية 1967، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 10، الصادر في 04 فيفري 1975.

-الأمر رقم 75-02 مكرر، المؤرخ في 09 جانفي سنة 1975، يتضمن المصادقة على " اتفاقية انشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية " الموقعة باستوكهولم الموقعة في 14 جويلية سنة 1967، ج.ر.ج.د.ش، العدد 13، الصادر في 14 فيفري سنة 1975.

-المرسوم الرئاسي رقم 13-420، المؤرخ في 15 ديسمبر سنة 2013، يتضمن انضمام الجزائر إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المعتمد بمدريد في 27 يونيو سنة 1989، والمعدل في 03 أكتوبر سنة 2006، و في 12 نوفمبر سنة 2007، ج.ر.ج.د.ش، العدد 21، الصادر بتاريخ 26 أبريل سنة 2015.

### 1-1-3-القوانين والأوامر:

- الأمر رقم 66-57، المؤرخ في 19 مارس سنة 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر.ج.د.ش، العدد 23، الصادر بتاريخ 22 مارس 1966. (ملغى).

- الأمر رقم 66-155، المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون الاجراءات الجزائية، ج.ر.ج.د.ش، العدد 49، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966. (معدل و متمم).

- الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، ج.ر.ج.د.ش، العدد 49، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966. ( معدل و متمم).

- الأمر رقم 73-62، المؤرخ في 21 نوفمبر 1973، المتعلق بإنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، ج.ر.ج.د.ش، العدد 95، الصادر بتاريخ 27 نوفمبر 1973. (ملغى).

-الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.د.ش، العدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975. (معدل و متمم).

- القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979، يتضمن قانون الجمارك، ج.ر.ج.د.ش، العدد 30، الصادر بتاريخ 24 يوليو سنة 1979. (معدل و متمم).

- القانون رقم 82-03، المؤرخ في 13 فبراير سنة 1982، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155، المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الاجراءات الجزائية، ج.ر.ج.د.ش، العدد 7، الصادر بتاريخ 16 فبراير سنة 1982.

- الأمر رقم 95-06، المؤرخ في 25 يناير 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش، العدد 09، الصادر بتاريخ 22 فبراير 1995. (ملغى).

- القانون رقم 98-10، المؤرخ في 22 أوت سنة 1998، يعدل ويتمم القانون رقم 79-07، المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979، المتضمن قانون الجمارك، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 61، الصادر بتاريخ 23 أوت 1998.
- الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 43، الصادر بتاريخ 20 يوليو سنة 2003. (معدّل و متمّم).
- الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 41، الصادر بتاريخ 23 يوليو سنة 2003.
- القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 41، الصادر بتاريخ 27 يونيو سنة 2004. (معدّل و متمّم).
- القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو سنة 2005، يعدل و يتمم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 و المتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 44، الصادر بتاريخ 26 يونيو سنة 2005.
- القانون رقم 06-23، المؤرخ في 20 ديسمبر سنة 2006، يعدل و يتمم الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 و المتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 84، الصادر بتاريخ 24 ديسمبر 2006.
- القانون رقم 07-12، المؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2007، يتضمن قانون المالية لسنة 2008، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 82، الصادر بتاريخ 31 ديسمبر 2007.
- القانون رقم 08-09، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 21، الصادر بتاريخ 23 أبريل سنة 2008.
- القانون رقم 08-12، المؤرخ في 25 جوان 2008، يعدل و يتمم الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 36، الصادر بتاريخ 02 يوليو 2008.
- القانون رقم 10-05، المؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل و يتمم الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.
- القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، يعدل و يتمم القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت سنة 2010.

- القانون رقم 04-17، المؤرخ في 16 فبراير سنة 2017، يعدل و يتمم القانون رقم 07-79، المؤرخ في 21 يوليو سنة 1979، يتضمن قانون الجمارك، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 11، الصادر بتاريخ 19 فبراير سنة 2017.

- القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 28، الصادر بتاريخ 16 مايو سنة 2018.

- القانون رقم 13-22، المؤرخ في 12 يوليو سنة 2022، يعدل و يتمم القانون رقم 08-09، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 48، الصادر بتاريخ 17 يوليو سنة 2022.

#### 1-1-4- المراسيم والقرارات:

- المرسوم التنفيذي رقم 68-98 ، المؤرخ في 21 فيفري سنة 1998 ، يتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية و يحدد قانونه الأساسي ، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 11 ، الصادر بتاريخ 01 مارس 1998.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-277 ، المؤرخ في 02 أوت 2005 ، يحدد كفاءات إيداع العلامات و تسجيلها ، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 54 ، الصادر بتاريخ 07 أوت 2005، ص 11. (معدّل و متمم).

- المرسوم التنفيذي رقم 08-346 ، المؤرخ في 26 أكتوبر 2008 ، يعدل و يتمم المرسوم التنفيذي رقم 05-277 ، المؤرخ في 02 أوت 2005 ، يتعلق بكفاءات إيداع العلامات و تسجيلها ، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 63 ، الصادر بتاريخ 16 نوفمبر 2008.

- القرار المؤرخ في 15 يوليو سنة 2002، يحدد كفاءات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 56، الصادر بتاريخ 18 أوت 2002.

- القرار المؤرخ في 12 مايو سنة 2009 ، يحدد كفاءات منح الاعتماد للوكلاء في مجال الملكية الصناعية ، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 37 ، الصادر بتاريخ 24 يونيو 2009.

- القرار المؤرخ في 02 فيفري 2011 ، يتضمن إنشاء فروع المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، ج.ر.ج.ج.د.ش، العدد 24 ، الصادر بتاريخ 20 أبريل 2011.

1-2- النصوص القانونية الأجنبية:

- قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999 ، المنشور في الجريدة الرسمية الأردنية ، الصفحة 4299، العدد 4389 ، بتاريخ 1999/11/01. و متوفر على موقع الويبو التالي : <https://wipolex.wipo.int/ar/legislation/details/2600> . تاريخ الاطلاع : 2022-03-12.

- قانون التجارة المصري رقم (17) لسنة 1999 ، منشور في الجريدة الرسمية، العدد 19 مكرر، بتاريخ 17 ماي 1999.

- قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000.

- قانون العلامات والأسرار التجارية العماني، رقم 38 لسنة 2000.

- قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002، المنشور في الجريدة الرسمية المصرية ، العدد 22 مكرر ، بتاريخ 2002/06/22. و متوفر على موقع الويبو التالي : <https://wipolex.wipo.int/ar/legislation/details/1301> . تاريخ الاطلاع: 2022-03-12.

1-3- النصوص القانونية الدولية: الاتفاقيات الدولية:

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة (المؤرخة) في 20 مارس سنة 1883 ، متوفرة على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12633>

تاريخ الاطلاع على الموقع : 01 جوان 2021.

- اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) المبرم في 14 أفريل سنة 1891، متوفر على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12599>

تاريخ الاطلاع على الموقع : 01 افريل 2021

- بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1989) المبرم في 27 جوان عام 1989، متوفر على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12603>

تاريخ الاطلاع على الموقع : 01 افريل 2021.

- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة ب اختصارا ب " اتفاقية تريبس " أبرمت في 15 أبريل سنة 1994، متوفرة على موقع المنظمة العالمية للتجارة باللغة الانجليزية:

[https://www.wto.org/english/rese/publicationse/ai17\\_e/trips\\_e.htm](https://www.wto.org/english/rese/publicationse/ai17_e/trips_e.htm)

و اتفاقية تريبس متوفرة باللغة العربية على الموقع :

[https://nlk.gov.kw/Upload/Bibliogra/Trips\(1\)831201621700PM.pdf](https://nlk.gov.kw/Upload/Bibliogra/Trips(1)831201621700PM.pdf)

تاريخ الاطلاع : 4 أكتوبر 2020.

- معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، المبرمة في 27 أكتوبر سنة 1994 ، متوفرة على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12678>

تاريخ الاطلاع على الموقع : 01 جوان 2020.

- معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، المبرمة في 27 مارس 2006، متوفرة على موقع الويبو التالي بالعديد من اللغات :

<https://wipolex.wipo.int/ar/treaties/textdetails/12668>

تاريخ الاطلاع على الموقع : 01 جوان 2021.

### 2-الكتب:

#### - الكتب العامة:

1)أكرم فاضل سعيد قصير، النظام القانوني لمؤسسات وأنشطة منظمة التجارة العالمية-الجزء الثاني-الطبعة الأولى، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، مصر- القاهرة، 2017.

2)حميد محمد علي اللهبي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، الطبعة الثانية، المركز القومي للاصدارات القانونية، القاهرة، 2016.

3)سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية- حقوق الملكية الصناعية، الجزء الثاني، مكتبة القاهرة الحديثة، 1976.

4)سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون ذكر سنة الطبع.

5)سمير فرنان بالي و نوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة و المؤشرات الجغرافية و الرسوم والنماذج الصناعية: دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2007.

- 6) سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الأجزاء ( 2-3-4 )، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2003.
- 7) عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، حقوق الملكية الفكرية وأثرها الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2009.
- 8) عبد السلام حسين بن جاسم، حماية حقوق الملكية الفكرية- حسب اتفاقية "TRIPS" في منظمة التجارة العالمية والدول الأعضاء في مجلس التعاون لدول الخليج العربي، منشأة المعارف، الاسكندرية- مصر، 2013.
- 9) عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية- مصر، 2007 .
- 10) عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الاردن، 2008.
- 11) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري- الحقوق الفكرية- حقوق الملكية الصناعية والتجارية- حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- 12) لويس هارمس، انفاذ حقوق الملكية الفكرية - كتاب قضايا- الطبعة الثالثة، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2012.
- 13) محمد حسني عباس، التشريع الصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1967.
- 14) محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985 .
- 15) مصطفى كمال طه ، القانون التجاري، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية-مصر، 1989.
- 16) مصطفى كمال طه ، الوجيز في القانون التجاري، الجزء الأول، المكتب المصري الحديث للطباعة والنشر، 1971.
- 17) مصطفى كمال طه و وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري - الأعمال التجارية- التجار- الشركات التجارية- المحل التجاري- الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006.
- 18) مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الدار الجامعية، القاهرة، 1991.
- 19) نسرین بلهوارى، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري- بحث في الإطار المؤسساتي لمكافحة التقليد، دار بلقيس للنشر، الدار البيضاء - الجزائر، بدون ذكر سنة الطبع.
- 20) نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية "الملكية الصناعية"، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الاردن، 2010.

### -الكتب المتخصصة:

- 1- أحمد أنور محمد، المحل في عقد الامتياز التجاري- دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت- لبنان، 2010.
- 2- حمادي زوير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت- لبنان، 2012.
- 3- حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية- الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها- الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، 2012.
- 4- صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة الأولى، الاصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الاردن، 2009.
- 5- صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية- براءات الاختراع-الرسوم الصناعية-النماذج الصناعية- العلامات التجارية -البيانات التجارية، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2012.
- 6- عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية -دراسة مقارنة- الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012.
- 7- عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2012.
- 8- محمد بن براك الفوزان، النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2012.
- 9- محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا- "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة- مصر، 2011.
- 10- مصطفى موسى العطيّات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية -حماية العلامة التجارية إلكترونيا، الطبعة الأولى دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الاردن، 2011.
- 11- يسار فواز الحنيطي ، الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015.



3- الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ-رسائل الدكتوراه:

- 1) حسين نواره، الحماية القانونية للملكية المستثمر الأجنبي في الجزائر، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم ، التخصص : القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.
- 2) حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.
- 3) راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.
- 4) زواوي الكاهنة، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015/2014.
- 5) سماح محمدي ، الحماية القانونية للعلامة التجارية- دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، 2016/2015.
- 6) مقدم ياسين، تنازع القوانين في الملكية الفكرية- دراسة مقارنة بين القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في الحقوق قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 - بن يوسف بن خدة، 2018/2017.
- 7) ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، اطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2012-2011.
- 8) وليد كحول ، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014.

### ب- مذكرات الماجستير:

- 1- أنور محمد تيسير المري، الحماية القانونية للعلامة التجارية-دراسة مقارنة، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في القانون، كلية القانون، جامعة النيلين، جمهورية السودان، 2011.
  - 2- آيت شعلال لياس، حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع: القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.
  - 3- زواني نادية، الإعتداء على حق الملكية الفكرية- التقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2003/2002 .
  - 4- محاد ليندة، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الفكرية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق (فرع القانون الجنائي)، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2014/2013.
- ### 4- المقالات:
- 1) بيوت نذير، مساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية (ترجمة أمقران عبد العزيز)، المجلة القضائية للمحكمة العليا، العدد 2، 2002.
  - 2) حمادي زويير، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم والعقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟ المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، عدد 01، 2010.
  - 3) راشدي سعيدة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، العدد 01، 2012.
  - 4) رمزي حوحو و كاهنة زاوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، تصدر عن قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الخامس، مارس 2008.
  - 5) زينة حازم خلف ، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، مجلة الرافدين للحقوق، كلية الحقوق، جامعة الموصل، العراق، المجلد 17، العدد 54، 2012.
  - 6) سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، العدد15، جوان 2016.
  - 7) سماح حسين علي ، الحماية الإجرائية للعلامة التجارية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، المجلد22، العدد 3، 2015.

8) صادق زغير محيسن و سعود عويد عبد، الحماية المدنية والدولية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة الكوفة، العراق، المجلد 2014، العدد 21، 2014.

9) صلاح سلمان أسمر زين الدين، حماية العلامات التجارية المشهورة في ظل اتفاقية باريس وترس والقانون الأردني، مجلة المنارة للبحوث و الدراسات ، جامعة آل البيت، الاردن ، المجلد 4، العدد 3، 2001.

10) علواش نعيمة، الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب، البليدة، العدد الخامس، 2013.

11) كريمة نعمة حسن ، الولاء للعلامة التجارية، مجلة التقني، صادرة عن هيئة التعليم التقني في العراق (مؤسسة إدارية تابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية، كانت تشرف على الكليات والمعاهد التقنية في العراق)، العراق، المجلد 20، العدد 2، 2007.

12) محمد عبد طعيس و علي فوزي الموسوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، المجلد 26، العدد 2، 2011.

13) مصطفى راتب حسن، المسؤولية المدنية عن الاعتداء الإلكتروني على العلامات التجارية، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، البليدة - الجزائر، العدد 13، أبريل 2017.

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

15) وجدي راغب فهمي، نحو فكرة عامة للقضاء الوقي في قانون المرافعات، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر، المجلد 15، العدد الأول، يناير 1973.

#### 5- الاجتهاد القضائي:

- قرار المحكمة العليا، الغرفة التجارية و البحرية، ملف رقم 261209، بتاريخ 05 فبراير 2002، قضية (ش.ج) ضد (م.ب)، (علامة برانس / علامة برانس)، المجلة القضائية، العدد 01 سنة 2003، ص 265-268.

- قرار المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، ملف رقم 350164، بتاريخ 05/10/2005، قضية ( الشركة ذات المسؤولية المحدودة لإنتاج مواد التجميل كوسميساف ) ضد ( شركة بارفان قي لاروش )، مجلة المحكمة العليا، العدد 1 سنة 2006، ص 337-341.

- قرار المحكمة العليا، الغرفة الجنائية، ملف رقم 418564، بتاريخ 19 سبتمبر سنة 2007، قضية النيابة العامة ضد (م.ب) ، مجلة المحكمة العليا، العدد 02 سنة 2008، ص 323-328.

- قرار المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، ملف رقم 404570، بتاريخ 04 أبريل 2007، قضية شركة (باكتري) ضد (ق.خ)، بشأن علامة (TAOS) وعلامة (TAOUS)، مجلة المحكمة العليا، ملخص عن القرار موجود ضمن ملحق يتضمن ملخصا عن القرارات المذكورة في مداخلة السيد محمد مجبر، عدد خاص حول (التقليد في ضوء القانون و الاجتهاد القضائي)، سنة 2012، ص ص 23-24.
- قرار المحكمة العليا، الغرفة التجارية و البحرية، ملف رقم 599047، بتاريخ 04 فيفري 2010، قضية (ح.ع) ضد شركة ذ.م.م (أ) و أبنائه، مجلة المحكمة العليا، ملخص عن القرار موجود ضمن ملحق يتضمن ملخصا عن القرارات المذكورة في مداخلة السيد محمد مجبر، عدد خاص حول (التقليد في ضوء القانون و الاجتهاد القضائي)، سنة 2012، ص ص 45-47.
- قرار المحكمة العليا، غرفة الجناح و المخالفات، ملف رقم 0784923، بتاريخ 25 ديسمبر سنة 2014، قضية (خ.أ) ضد المؤسسة ذات الشخص الوحيد و ذات المسؤولية المحدودة " ابرازيف رفلاكس " و النيابة العامة، مجلة المحكمة العليا، العدد 1 سنة 2015، ص ص 449-452.
- قرار المحكمة العليا، غرفة الجناح و المخالفات، ملف رقم 1153659، بتاريخ 2017/03/30، قضية (ز.ك) ضد النيابة العامة و شركة مساهمة شاي، مجلة المحكمة العليا، العدد 1 سنة 2017، ص ص 373-380.

## 6- الندوات:

- 1) وائل بوعلاي، دور القضاء والنيابة العامة في حماية الملكية الفكرية، أعمال الندوة الإقليمية حول جرائم الملكية الفكرية التي جرت ضمن "إطار برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية - مشروع تحديث النيابة العامة"، 2008، ملكة البحرين، منشور بالموقع الإلكتروني [www.academia.edu](http://www.academia.edu) أطلع عليه بتاريخ: 20-04-2021.
- 2) حسام الدين الصغير، الإطار القانوني الدولي لحماية الملكية الصناعية، ندوة الويبو الوطنية عن إنقاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، المنامة (البحرين)، 12 و 13 يونيو/ حزيران 2004، وثيقة منشورة بالموقع الإلكتروني للويبو: [https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ipr\\_ju\\_bah\\_04/wipo\\_ipr\\_bah\\_04\\_1.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ipr_ju_bah_04/wipo_ipr_bah_04_1.pdf) تحت رقم WIPO/IPR/JU/BAH/04/01: تاريخ الاطلاع: 05-12-2020.
- 3) حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) والمعهد الوطني

- للملكية الصناعية (فرنسا) بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، الدار البيضاء، 7 و8 ديسمبر/ كانون الأول 2004، وثيقة منشورة بالموقع الإلكتروني لليويو:  
[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/ompi\\_tm\\_cas\\_04/ompi\\_tm\\_cas\\_04\\_1.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/ompi_tm_cas_04/ompi_tm_cas_04_1.pdf) تحت رقم WIPO/TM/CAS/04/1: تاريخ الاطلاع : 2021-01-22.
- 4) حسام الدين الصغير ، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، ندوة الويو دون الاقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد والمنظمة في الدار البيضاء (المغرب) في الفترة 7-8 ديسمبر كانون الأول 2004.
- 5) حسام الدين الصغير ، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية واجراءات تسوية المنازعات، حلقة (ندوة) الويو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (اليويو)، مسقط-سلطنة عمان ، من 5 إلى 7 سبتمبر 2005، وثيقة منشورة على موقع الويو التالي:  
[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_dipl\\_mct\\_05/wipo\\_ip\\_dipl\\_mct\\_05\\_2.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_dipl_mct_05/wipo_ip_dipl_mct_05_2.pdf) تحت رقم WIPO/IP/DIPL/MCT/05/2
- تاريخ الاطلاع : 2021 /01/ 09.
- 6) كنعان الأحمر، التقاضي في مجال الملكية الفكرية: العلامات التجارية، ندوة الويو الوطنية عن انقاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين والمنظمة في عمان (الأردن) في الفترة 4 و5 ابريل/ نيسان 2004 . وثيقة منشورة على موقع الويو التالي:  
[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04\\_5b.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ipr_ju_amm_04/wipo_ipr_ju_amm_04_5b.pdf) تحت رقم WIPO/IPR/JU/AMM/04/DOC.5B أو أدخل على الرابط مباشرة :  
[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04\\_5b.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ipr_ju_amm_04/wipo_ipr_ju_amm_04_5b.pdf)
- 7) كنعان الأحمر ، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، ندوة الويو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين، نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (اليويو) بالتعاون مع المجلس القضائي الاردني، عمان، الاردن، 4-5 ابريل/نيسان، 2004. وثيقة منشورة على موقع الويو التالي [https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04/wipo\\_ipr\\_ju\\_amm\\_04\\_4b.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ipr_ju_amm_04/wipo_ipr_ju_amm_04_4b.pdf) تحت رقم WIPO/IPR/JU/AMM/04/DOC.4B تاريخ الاطلاع: 2021-04-20.
- 8) كنعان الأحمر ، الحماية الدولية للملكية الصناعية: من اتفاقية باريس إلى اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريس)، ندوة الويو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (اليويو)، عمان، الأردن، من 6 إلى 8 أبريل/ نيسان 2004، وثيقة منشورة بموقع الويو التالي:

[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_uni\\_amm\\_04/wipo\\_ip\\_uni\\_amm\\_04\\_2.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_uni_amm_04/wipo_ip_uni_amm_04_2.pdf)

تحت رقم . WIPO/IP/UNI/AMM/04/DOC.2 : تاريخ الاطلاع : 2021/01/09.  
9) جان فرنسوا هنروت، نقل الاتفاق المتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريس) على مستوى القانون الأوروبي، اعمال الندوة الاقليمية حول جرائم الملكية الفكرية التي جرت ضمن اطار "برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية - مشروع تحديث النيابات العامة"، 2008، مملكة البحرين، منشور بالموقع الالكتروني: [www.academia.edu](http://www.academia.edu). أطلع عليه بتاريخ: 2019/09/23.

10) المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية، ندوة الويبو الإقليمية للدول العربية حول التشجيع على الانضمام إلى نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات نظمتها الويبو، القاهرة، من 9 إلى 11 يولييه/ تموز 2007، وثيقة منشورة بالموقع الإلكتروني للويبو:

[https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.wipo.int%2Fedocs%2Fmdocs%2Farab%2Far%2Fwipo\\_tm\\_cai\\_07%2Fwipo\\_tm\\_cai\\_07\\_1.doc&wdOrigin](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.wipo.int%2Fedocs%2Fmdocs%2Farab%2Far%2Fwipo_tm_cai_07%2Fwipo_tm_cai_07_1.doc&wdOrigin)

تحت رقم : WIPO/TM/CAI/07/1 ، تاريخ الاطلاع : 2023-01-23 .

#### 7- التقارير:

- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (م.ع.م.ف)، التقرير العالمي للملكية الفكرية " التوسيم-بناء السمعة والصورة في السوق العالمية"، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، جنيف- سويسرا، 2013. متوفر على الموقع:

<https://www.wipo.int/publications/ar/details.jsp?id=384>

تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2019/03/22 .

- مؤسسة براند فاينانس " Brand Finance " (و هي من كبرى المؤسسات حول العالم الرائدة و المتخصصة في مجال تقييم العلامات التجارية والاستشارات)، أعدت تقريراً حول تصنيف أفضل 500 علامة تجارية عالمياً لعام 2022 ، متوفر على موقع المؤسسة التالي:

<https://brandfinance.com/press-releases/tiktok-est-la-marque-dont-la-croissance-est-la-plus-rapide-au-monde>

- تاريخ الاطلاع على الموقع: 01 ديسمبر 2022.
- 8- مواقع إلكترونية:**
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، ملخص عن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 ، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا. متوفر على الموقع:  
https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris/summary\_paris.html ، تاريخ الاطلاع : 01 جوان 2021 .
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، "ملخص عن إتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1891) وبروتوكول إتفاق مدريد (لسنة 1989)"، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا. متوفر على موقع الويبو التالي:  
https://www.wipo.int/treaties/ar/registration/madrid/summary\_madrid\_marks.htm  
تاريخ الاطلاع : 20 ديسمبر 2020 .
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، ملخص عن معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا. متوفر على الموقع:  
https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/tlt/summary\_tlt.html ، تاريخ الاطلاع : 01 جوان 2020 .
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، ملخص عن معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا. متوفر على الموقع:  
https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/singapore/summary\_singapore.html ، تاريخ الاطلاع : 01 جوان 2021 .
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) ، ملخصات الاتفاقيات والمعاهدات والاتفاقيات التي تديرها الويبو، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا، سنة 2013، متوفر على الموقع : https://www.wipo.int ، تاريخ الاطلاع : 05-12-2020 .
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات - أهدافه وسماته الرئيسية ومزاياه، منشورات الويبو، جنيف- سويسرا ، تحت رقم A 418، 2016، متوفر على موقع الويبو التالي:  
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo\_pub\_418 ، تاريخ الاطلاع : 20 ديسمبر 2019 .

- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، منشور (دليل) متعلق بمنهجية إعداد استراتيجيات وطنية للملكية الفكرية 'الأداة الثالثة: المؤشرات المرجعية'، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، جنيف-سويسرا، 2016. متوفر على الموقع: [www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo\\_pub\\_958\\_3](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo_pub_958_3).  
https:// تم الإطلاع عليه يوم: 2019/03/23 .

- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، ( المكتب الدولي للويبو)، مذكرة حول عُدة الإنضمام: نظام مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، منشورات الويبو، جنيف-سويسرا، نوفمبر 2017، متوفر على موقع الويبو التالي :  
https://www.wipo.int ، تاريخ الاطلاع : 05 جانفي 2021 .

- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، التوصية المشتركة بشأن الأحكام المتعلقة بحماية العلامات شائعة الشهرة ، تم اعتمادها خلال اجتماعات الويبو التي تمت بين جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، سلسلة اجتماعات جمعيات الدول الأعضاء في الويبو من 20 إلى 29 سبتمبر 1999 ، منشورات الويبو ،جنيف -سويسرا، 2000.متوفر على الموقع التالي للويبو:

: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/marks/833/pub833.pdf>

- براهيم محمد ، الجديد في إجراءات التقاضي، ص 1، مقال منشور على الموقع التالي:

<https://www.brahimi-avocat.com/pages/billets-en-langue-arabe/1-23.html>

تاريخ الاطلاع: 01-05-2023 .

- شعبة الإعلام والترويج، قطاع العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية، "مزايا نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة"، منشورات الويبو، جنيف-سويسرا، متوفر على الموقع:

.[https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/ar/docs/madrid\\_smes.pdf](https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/ar/docs/madrid_smes.pdf)

تاريخ الاطلاع : 10 أوت 2018 .



**1-ARTICLES :**

- Ash Nagdev , Statistical analysis of the United States's accession to The Madrid Protocol, Northwestern journal of technology and intellectual property, school of law, Northwestern university, volume 6, issue 2, Spring 2008.
- E. John Krumholtz, The United States customs service's approach to the granny market :does it infringe on the purposes of trademark protection, journal of comparative business and capital market law( journal of international law), university of Pennsylvania ,volume 8, issue 1, 1986.
- E.Brooke Brinkerhoff, International protection of the United States trademarks: a survey of major international treaties, Richmond journal of global law and business, university of Richmond ,volume 2 ,issue 1, 2001.
- Jeffrey M. Samuels , Linda B. Samuels , International trademark prosecution streamlined: The Madrid Protocol comes into force in the United States , journal of intellectual property law, school of law, university of Georgia, volume 12, issue 1, October 2004.
- Joanna Schmidt- Szalewski, The international protection of trademarks after the TRIPS Agreement, Duke journal of comparative & international law, volume 9, issue 1, 1998.
- Marshall A.Leaffer, The new world of international trademark law, Marquette intellectual property law review, law school, Marquette university, volume 2, issue 1, 1998.
- Mohammad Amin Naser, Reexamining the functions of trademark law, Chicago-Kent journal of intellectual property, Chicago-Kent college of law, volume 8, issue1, 2008.
- Nicola Bottero, Andrea Mangani, Marco Ricolfi, The extended protection of « strong » trademarks, Marquette intellectual property law review, law school, Marquette university, volume 11, issue 2, 2007.
- Peter Wilner, The Madrid Protocol: a voluntary model for the internationalization of trademark law, DePaul journal of art, technology &

intellectual property law, college of law, DePaul university ,volume 13, issue 1, Spring 2003.

- Samay Gheewala, Singapore Sling: WIPO passes the buck on meaningful reform of international trademark law, DePaul journal of art, technolog & intellectual property law ,college of law, DePaul university ,volume 17, issue 2, Spring 2007.

- Timothy W.Blakely, Beyond the international harmonization of trademark law: the community trade mark as a model of unitary transnational trademark protection , law review, university of Pennsylvania , volume 149, issue 1, 2000.

- Xuan- Thao Nguyen, The world's trademark powerhouse : a critique of china's new trademark law, Seattle university law review, school of law, Seattle university, vol 40, issue 3, 2017.

## **2- THESIS :**

- Khadijah Mohamed, Trademark counterfeiting: comparative legal analysis on enforcement within Malaysia and The United Kingdom and at their borders, thesis submitted in fulfilment of the requirement for the degree of doctor of philosophy in law, Newcastle law school, Newcastle university, June 2012.

## **3- REPORTS AND DOCUMENTS:**

- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Report of the economic impact of counterfeiting, 1998, available on the site : [www.oecd.org](http://www.oecd.org). view at date: 20/03/2019.

-World Intellectual Property Organization ,WIPO Intellectual property handbook: policy, law and use, wipo publication n°: 489 (E) , Geneva-Switzerland,2004, available on the site :

[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo\\_pub\\_489.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf).

browsing history:10/01/2021.

## **4-SEMINARS :**

-The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO), The protection of industrial property rights, wipo national seminar on intellectual property organized by the World Intellectual Property Organisation

(WIPO) in cooperation with the government of Jamaica, Kingston, October 13 and 14, 1998, number of document : WIPO/IP/KIN/98/1, available on the site : [https://www.wipo.int/meeting/en/details.jsp? Meeting \\_id=3578](https://www.wipo.int/meeting/en/details.jsp?Meeting_id=3578). Browsing history : 20/05/2019

- The International Bureau of the World Intellectual Property Organisation (WIPO), wipo national seminar on the use of technological information contained in patent documentation as a tool for development, « International framework for the protection of industrial property », prepared by The International Bureau of WIPO Tehran, August 16 to 18, 2004, N° : WIPO/IP/THR/04/1 ,available on the site :

<https://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp>. Browsing history :2021-01-18 .

## 5- WEB SITES :

- [https:// www.wto.org](https://www.wto.org). World Trade Organization (WTO).

- <https://www.oecd.org>. Organisation for Economic Co-operation and Development ( OECD).

- <https://www.wipo.int>. World Intellectual Property Organization (WIPO).

ثالثا: المراجع باللغة الفرنسية:

## 1- OUVRAGES :

-Azema Jacques et Galloux Jean Christophe, Droit de la propriété industrielle, 6<sup>ème</sup> édition, Dalloz, Paris, 2006.

- Gerd Kunze, Introduction au droit et à la pratique en matière de marques « Notions Fondamentales- Manuel de Formation de L'OMPI », publication OMPI n°653 F, Geneve, 1994, p10, disponible sur le site web :

[https://www.wipo.int /edocs/pubdocs/fr/wipo\\_pub\\_653](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_653). La date de visite :18/04/2019 .

- Ali Haroun, La protection de la marque au Maghreb, o.p.u, Alger,1979.

-Jérôme Passa, Droit de la propriété industrielle, édition Alpha, 2009.

-Patrick Tafforeau ,Droit de la propriété intellectuelle ,2<sup>ème</sup> édition ,Gualino éditeur, Paris ,2007.

## 2- THESES :

-Iony Randrianirina, Le droit de marque, Thèse pour le doctorat en droit privé, faculté de droit et des sciences sociale, université de Poitiers, 2013.

-Naim Sabik, Le rôle de la propriété industrielle dans la protection du consommateur, Thèse de doctorat en droit privé, école doctorale : droit, université Jean Moulin Lyon 3, 2010.

### 3- ARTICLES :

- Aimilios -Artemios Stragalinos, Le cadre juridique actuel des marques non-traditionnelles en Australie, Revue Francophone de la Propriété Intellectuelle, Strasbourg -France, n°4, Juillet 2017.

- Azema Jacques, Marques, brevets d'invention, dessins et modèle, Lamy droit commercial, Paris, 2007.

- Catherine Jewell, Développer l'image de marque des parfums d'orient : à la découverte d'Amouage, OMPI Magazine, n°5, 2016. Disponible sur le site : [https:// www. wipo.int/wipo-magazine](https://www.wipo.int/wipo-magazine). Vue à la date : 25/03/2019.

- Chavanne Albert et Salomon Claudine, Marque de fabrique de commerce ou de service, encyclopédie juridique Dalloz, répertoire de droit commercial, tome IV, Dalloz, Paris, 2003.

- Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (O.M.P.I), Le rôle des marques dans la commercialisation des produits, revue de l'OMPI, n°2, Février 2002. Disponible sur le site :

<https://www.wipo.int/export/sites/www/wipo-magazine/fr/>. La date de visite : 02/06/2019.

- Miroslav Cerny, Martin Bali -Jencik , et Katerina Fukova, La protection de la propriété intellectuelle vue par SKODA, OMPI Magazine, n°6, Décembre, 2015. Disponible sur le site : [https:// www.wipo.int/wipo-magazine](https://www.wipo.int/wipo-magazine) . Vue à la date : 21/03/2019 .

### 4- SITES INTERNET :

- Bureau International de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), l'Arrangement de Madrid Concernant l'Enregistrement International des Marques et le Protocole relatif à cet Arrangement, Séminaire d'introduction à la propriété industrielle, Genève, document n° ISIP/97/5 , 3-5 Septembre 1997. Disponible sur le site de L' OMPI : <https://www.wipo.int>. Date de visite : 05/ 02/ 2019.

-Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) , Le système de Madrid Concernant l'Enregistrement International des Marques - objectifs, principales caractéristiques, avantages , publication par OMPI , sous le n 418 f , 2016 . Disponible sur le site :

[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/marks/418/wipo\\_pub\\_418.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/marks/418/wipo_pub_418.pdf) .

Date de visite : 2021/ 02 /18 .

-Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) ,Guide pour l'enregistrement international des marques en vertu de l'Arrangement de Madrid et du Protocole de Madrid ( partie A), publication par OMPI, Genève, Suisse ,2018. Publier sur le site :

[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo\\_pub\\_455\\_2018.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_455_2018.pdf) .

Date de visite : 15 / 02 / 2021 .

-<https://www.joradp.dz>

## **5- TEXTES JURIDIQUES :**

-Code Civil Français, disponible sur le site:

<https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006070721/>, date de visite : 18-01-2023.

- Code Français de la Propriété Intellectuelle, disponible sur le site:

<https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006069414/> , date de visite : 18-01-2023.

## **6- LES SITES DE TRADUCTION :**

- Google Traduction.

- Reverso Context.

الفهرس

الفهرس

التشكرات

الإهداء

قائمة المختصرات

01.....	مقدمة:
<u>13.....</u>	<u>الفصل التمهيدي: ماهية العلامة التجارية ومبررات حمايتها</u>
15.....	المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية
15.....	المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية
15.....	الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية
24.....	الفرع الثاني: أنواع العلامات
34.....	المطلب الثاني: اكتساب الحق في العلامة التجارية
34.....	الفرع الأول: الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة التجارية
41.....	الفرع الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية (الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية)
46.....	الفرع الثالث: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية و أسباب انقضاءها
56.....	المبحث الثاني: مبررات الحماية القانونية للعلامة التجارية
56.....	المطلب الأول: الوظائف المتعددة للعلامة التجارية
56.....	الفرع الأول: الوظائف الأساسية للعلامة التجارية
62.....	الفرع الثاني: الوظائف الثانوية للعلامة التجارية
72.....	المطلب الثاني: أسباب حماية العلامة التجارية
72.....	الفرع الأول: أسباب حماية العلامة التجارية المتعلقة بالجانب الاقتصادي
78.....	الفرع الثاني: أسباب حماية العلامة التجارية المتعلقة بحقوق مالك العلامة والدولة والمستهلك
<u>84.....</u>	<u>الباب الأول: الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري</u>
88.....	الفصل الأول: الحماية الجزائرية للعلامة التجارية
90.....	المبحث الأول: جرائم الاعتراف (التقليد) على العلامة التجارية
90.....	المطلب الأول: الاعتراف المباشر على العلامة التجارية
91.....	الفرع الأول: تقليد العلامة التجارية بالنقل

101	الفرع الثاني: تقليد العلامة التجارية بالتشبيه
114	المطلب الثاني: الاعتداء غير المباشر على العلامة التجارية
114	الفرع الأول: استعمال علامة مقلدة أو مشبهة
119	الفرع الثاني: وضع علامة مملوكة للغير (أو اغتصاب علامة مملوكة للغير)
123	الفرع الثالث: بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع
127	المبحث الثاني: أحكام دعوى تقليد العلامة التجارية
128	المطلب الأول: القواعد المتبعة في رفع دعوى تقليد العلامة التجارية
128	الفرع الأول: شروط ونطاق الحماية الجزائية للعلامة التجارية
135	الفرع الثاني: إجراءات دعوى التقليد
148	المطلب الثاني: الجزاءات المترتبة عن رفع دعوى التقليد
149	الفرع الأول: العقوبات الجزائية
156	الفرع الثاني: الجزاءات المدنية
158	الفصل الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية
161	المبحث الأول: الحماية الإجرائية للعلامة التجارية
161	المطلب الأول: حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية (التدابير المؤقتة)
162	الفرع الأول: مفهوم الإجراءات التحفظية وخصائصها
166	الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها للقيام بالإجراءات التحفظية
169	الفرع الثالث: محتوى الإجراءات التحفظية المتخذة من طرف صاحب العلامة
172	الفرع الرابع: بطلان الإجراءات التحفظية وتعويض المدعى عليه المتضرر
175	المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات الجمركية (التدابير الحدودية)
176	الفرع الأول: دور إدارة الجمارك في حماية العلامة التجارية وشروط تدخلها لقمع التقليد (شروط التدخل الجمركي)
184	الفرع الثاني: أشكال (طرق) تدخل إدارة الجمارك لقمع تقليد العلامة التجارية
189	الفرع الثالث: تبعات التدخل الجمركي
192	المبحث الثاني: حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة
193	المطلب الأول: أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة
194	الفرع الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة و الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة
200	الفرع الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة والجزاءات المترتبة عنها



المطلب الثاني: دور دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة التجارية ومدى توافر هذه الحماية وفقا لنصوص التشريع الجزائري	210
الفرع الأول: تمييز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى التقليد	210
الفرع الثاني: تنوع أدوار دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة التجارية	214
الفرع الثالث: مدى حماية العلامة التجارية بدعوى المنافسة غير المشروعة وفقا لنصوص التشريع الجزائري	217
الفرع الرابع: القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية	232
خلاصة الباب الأول	240
<a href="#">الباب الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية</a>	241
الفصل الأول: حماية العلامة التجارية وفقا للاتفاقيات الدولية السابقة لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة اختصارا بـ "اتفاقية تريبس"	246
المبحث الأول: اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية كبادرة لتنظيم و حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي	247
المطلب الأول: التعريف باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ومبادئها	248
الفرع الأول: التعريف باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية	248
الفرع الثاني: مبادئ اتفاقية باريس	249
المطلب الثاني: مضمون حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية	257
الفرع الأول: القواعد التي تحكم تسجيل العلامة التجارية وفقا لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية	257
الفرع الثاني: حماية العلامة التجارية من الأعمال غير المشروعة "مصادرة المنتجات الحاملة لعلامات تجارية بطريقة غير مشروعة"	261
الفرع الثالث: التزام دول اتحاد باريس بضمان حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة	263
الفرع الرابع: التزام دول الاتحاد بحماية أنواع معينة من العلامات	265
الفرع الخامس: إنشاء المصالح الإدارية الخاصة للملكية الصناعية	267
الفرع السادس: نظام تسوية المنازعات	268
المبحث الثاني: نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات كآلية فعالة و سريعة لتسجيل و حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي	269
المطلب الأول: آلية تسجيل و حماية العلامة التجارية وفقا لنظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات	271
الفرع الأول: الأطراف المعنية باستخدام نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات	272

274	الفرع الثاني: إجراءات التسجيل الدولي للعلامة (الطلب الدولي).....
280	الفرع الثالث: آثار التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفقا لنظام مدريد ومدة صلاحيته (مدة صلاحية حماية العلامة التجارية).....
286	المطلب الثاني: تقييم نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات.....
286	الفرع الأول: سلبيات اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التي دعت لإبرام بروتوكول اتفاق مدريد.....
289	الفرع الثاني: الاختلافات الموجودة بين اتفاق مدريد وبروتوكول اتفاق مدريد.....
292	الفرع الثالث: مزايا نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات.....
296	الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة باختصارا بـ "اتفاقية ترييس" وما بعدها.....
298	المبحث الأول: حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة باختصارا بـ "اتفاقية ترييس".....
302	المطلب الأول: القواعد التي تحكم حماية العلامة التجارية في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة باختصارا بـ "اتفاقية ترييس".....
303	الفرع الأول: العلامة التجارية القابلة للحماية وتسجيلها وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية" المعروفة باختصارا بـ "اتفاقية ترييس".....
310	الفرع الثاني: حقوق صاحب العلامة التجارية وفقا لاتفاقية ترييس.....
312	الفرع الثالث: العلامة المشهورة في اتفاقية ترييس.....
313	المطلب الثاني: إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة باختصارا بـ "اتفاقية ترييس" حماية للعلامة التجارية.....
315	الفرع الأول: الالتزامات العامة.....
318	الفرع الثاني: الإجراءات و الجزاءات المدنية والإدارية " الحماية المدنية ".....
325	الفرع الثالث: الإجراءات الجنائية.....
325	الفرع الرابع: التدابير المؤقتة.....
328	الفرع الخامس: التدابير الحدودية.....
337	المبحث الثاني: معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 لتبسيط و توحيد إجراءات تسجيل العلامة التجارية و معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 كإطار دولي لتحديث نظام العلامات.....
338	المطلب الأول: معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 لتبسيط و توحيد إجراءات تسجيل العلامة التجارية.....
339	الفرع الأول: الخلفية التاريخية لمعاهدة قانون العلامات لسنة 1994.....
340	الفرع الثاني: الغرض من معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 ومجال تطبيقها.....

342	الفرع الثالث: المتطلبات المتعلقة بطلب تسجيل العلامة التجارية
352	الفرع الرابع: أحكام أخرى في تبسيط إجراءات تسجيل العلامة
353	الفرع الخامس: مزايا معاهدة قانون العلامات لسنة 1994
356	المطلب الثاني: معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة 2006 كإطار دولي لتحديث نظام العلامات
357	الفرع الأول: الغرض من إبرام معاهدة سنغافورة ونطاق تطبيقها
361	الفرع الثاني: الأحكام الإجرائية الجديدة التي تضمنتها معاهدة سنغافورة
367	الفرع الثالث: تكوين جمعية للأطراف المتعاقدة
368	الفرع الرابع: مضمون قرار المؤتمر الدبلوماسي التكميلي لمعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات ولائحتها التنفيذية
370	خلاصة الباب الثاني
373	الخاتمة
383	الملاحق:
387	قائمة المصادر والمراجع

## المخلص:

يُحظى موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية بأهمية بالغة نظرا للوظائف المهمة التي تؤديها العلامة التجارية في مجال المعاملات التجارية و في الميدان الاقتصادي بصفة عامة، و لا يقف هذا الدور المهم للعلامة عند حدود الدولة و أسواقها الداخلية فقط بل يتعداها إلى الدول الأخرى، و نظرا للأرباح التي تحققها العلامة فهي عرضة دوما للاعتداء عليها للاستفادة منها بطرق غير مشروعة، لذا اهتمت معظم التشريعات الداخلية للدول ومنها الجزائر بحماية العلامة التجارية إذ وضعت قوانين لهذا الغرض، كما أن هذا الاهتمام تجسد أيضا على المستوى الدولي من خلال توفير الحماية عبر الاتفاقيات الدولية.

لهذا تطرقت في هذه الأطروحة إلى مبررات حماية العلامة و إلى الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا لما تضمنه التشريع الجزائري حيث وجدنا أنه قد وفر العديد من أشكال الحماية، فهناك الحماية الجزائية، الحماية المدنية بما فيها الحماية الإجرائية التي تضم الحماية عن طريق الإجراءات التحفظية و الحماية الحدودية و أيضا الحماية وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة. كما تناولت آليات تسجيل و حماية العلامة التجارية طبقا لما تضمنته أهم الاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا المجال، ووجدت في الأخير أن نصوص القانون الجزائري بصفة عامة جاءت متوافقة مع ما تضمنته هذه الاتفاقيات. الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، الحماية القانونية، الاتفاقيات الدولية. القانون الجزائري.

## Abstract

*The issue of legal protection of the trademark is of great importance due to the important functions that the trademark performs in the field of commercial transactions and in the economic field in general, and this important role of the brand not only stands at the borders of the state and its internal markets but also goes beyond it to other countries, and due to the profits achieved by the brand it is always vulnerable to attack to benefit from it illegally, so most of the internal legislation of countries, including Algeria, has taken care of the protection of the trademark, as laws have been established for this purpose, This interest is also reflected at the international level by providing protection through international conventions.*

*That is why I discussed in this thesis the justifications for the protection of the mark and the legal protection of the trademark in accordance with the content of the Algerian legislation, where we found that it has provided many forms of protection, there is penal protection, civil protection, including procedural protection that includes protection through conservatory procedures and border protection And also protection according to the claim of unfair competition.*

*We also examined the mechanisms of registering and protecting the trademark in accordance with the contents of the most important international agreements concluded in this field, and finally we found that the provisions of Algerian law in general were consistent with the contents of these agreements. Keywords: trademark, legal protection, international agreements, algerian law.*

## Résumé

*La question de la protection juridique de la marque commerciale est d'une grande importance en raison des fonctions importantes exercées par la marque dans le domaine des transactions commerciales et dans le domaine économique en général, et ce rôle important de la marque ne se tient pas seulement aux frontières de l'état et de ses marchés intérieurs, mais le dépasse également à d'autres pays, et en raison des bénéfices réalisés par la marque, elle est toujours vulnérable aux attaques pour usage illégal, de sorte que la plupart de la législation interne des pays, y compris l'Algérie, a pris soin de la protection de la marque car des lois ont été mises en place pour cela, et cet intérêt se reflète également au niveau international par la fourniture d'une protection par le biais de conventions internationales.*

*C'est pourquoi j'ai abordé dans cette thèse les justifications de la protection de la marque et de la protection juridique de la marque commerciale conformément au contenu de la législation algérienne, où nous avons constaté qu'elle a fourni de nombreuses formes de protection, il y a la protection pénale, la protection civile, y compris la protection procédurale qui comprend la protection par des procédures conservatoires et la protection des frontières Et aussi la protection selon la revendication de concurrence déloyale.*

*Nous avons également abordé les mécanismes d'enregistrement et de protection de la marque commerciale conformément aux accords internationaux les plus importants conclus dans ce domaine, et nous avons finalement constaté que les dispositions du droit algérien en général étaient conformes aux dispositions de ces accords. Mots Clés: marque commerciale, protection juridique, accords internationaux, loi algérien.*