



عين تموشنت بلحاج بو شعيب



كلية الحقوق

قسم الحقوق

## الإعتداء علي العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق \_ تخصص :قانون خاص

تحت اشراف:

من اعداد الطالبين:

سي بو عزة ايمان

• خريبات كوثر

• مجاهدي نصر الدين

### لجنة المناقشة

جامعة بلحاج بو شعيب	أستاذ محاضر - أ-	صديق سهام	الرئيس
جامعة بلحاج بو شعيب	أستاذة محاضر - أ-	سي بو عزة ايمان	المشرف
جامعة بلحاج بو شعيب	أستاذة محاضر - ب-	زعزوعة نجاهة	الممتحن

السنة جامعية: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الشكرو العرفان

الحمد لله وفقنا لإنهاء هذا العمل المتواضع

ثم الشكر لكل من ساعدنا من قريب أو بعيد

أتقدم بداية بالشكر الجزيل إليالأستاذة سي بو عزة إيمان

على تفضلها بقبول الإشراف على هذه المذكرة

وتتبعها إياها من خلال توجيهاتها القيمة .

كما نشكر جميع أساتذة قسم الحقوق لجامعة بلحاج بو شعيب

ولاية عين تموشنت .

ويكون من واجب العرفان بالجميل والإشادة بالمساعدات المقدمة

من طرف الموظفين في مكتبة الحقوق بلحاج بو شعيب .

كما نشكر أعضاء اللجنة العلمية.

## الإهداء:

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على اشرف المرسلين حبيبنا ونبينا محمد

الحمد لله الذي وفقنا لهذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته

تعالى مهداة إلى من قال فيها الله عز وجل :

"وحفص لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا".

إلى لوالدين الكريمين خفضهما الله وأدامهما نور الدرب بنا .

لكل العائلة الكريمة التي ساندتنا ولا تزال من إخوة إلى الأقباب

و الأصدقاء الأوفياء والزملاء والزميلات .....والى كل من له اثر في حياتنا

نهديهم هذا العمل المتواضع سائلين المولى عز وجل أن ينفعنا به ويمدنا بتوفيقه.

خريبات كوثر

## إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

### قال تعالى

( يرفع الله الذين امنوا منكم و الذين أوتوا العلم درجات )  
اهدي هذا النجاح و بكل فخر إلي والدي، من حصد الأشواك عن دربي و إلي من  
علمني العطاء و الذي لن أجد له عبارات تسره أو تغنيه إلا الدعاء.  
و إلي أمي نبض قلبي بسمة الحياة و سر الوجود التي علمتني أن الدنيا كفاح و سلاحها  
العلم و المعرفة، أتمني أن تصلك مشاعري و تفتخرين بمن حمل اسمك و اثبت انك خير  
مربي و معلم.  
إلى إخوتي و أصدقائي وكل من ساهم في هذا النجاح من قريب أو بعيد.

مجاهدي نصرالدين

## قائمة مختصرات بالعربية

ق.م : قانون المدني الجزائري.

ج ر : الجريدة الرسمية.

ص : الصفحة.

ص ص : من الصفحة الى... الصفحة.

## قائمة مختصرات بالفرنسية

**INAPI** : Institut National Algérien de la Propriété Industrielle.

مقدمة

مرت العلامة التجارية بعدت مراحل عبر العصور ومن بين هذه الحضارات نذكر الحضارات القديمة التي أرجعت أصل استخدام العلامات إلى العصور القديمة ، حيث كانت تستخدم من قبل الحرفيين و التجار في الحضارات مثل مصر الفرعونية ، اليونان، والصين لتحديد مصدر السلع ، وخاصة المصنوعات الفخارية والمنسوجات. إلا انه لم تكن أنداك مفهوم العلامة التجارية بالمعني القانوني، بل كانت رموزا أو إشارات تستعمل للتمييز فقط. أما في العهد الروماني فقد عرفت روما القديمة استخدام بعض العلامات على الخبز لتمييز صانعها، وكان هذا بمثابة بداية لفكرة الربط بين المنتج والمنتج.

إما في العصور الوسطى، فقد ظهره استخدام لعلامات بشكل أوسع في إطار تنظيم الحرف المهنية . حيث كانت نقابات الحرفيين تفرض على الأعضاء وضع علامات معينة تدل على مصدر المنتجات، وتستخدم لضمان الجودة وتحديد المسؤولية. لم تكن أنداك هناك حماية قانونية واضحة للعلامات، لكنها كانت تحظى باعتراف في نطاق المدن والنقابات. وكان الاعتداء على علامة زميل في النقابة يعد مخالفة أخلاقية أو مهنية ويعاقب عليها ضمن إطار مهني أكثر من كونه قانونيا.

وفي مرحلة التشريعات الحديثة مع بروز الثورة الصناعية في القرن الثامن من عشر وتوسع الأسواق، أصبح للعلامات أهمية اقتصادية كبيرة . بدا التجار في استخدام العلامات لتمييز بضائعهم وسط كم الكبير من السلع المماثلة. في بريطانيا عام 1875، بدا الاعتراف القانوني بالعلامات التجارية يظهر وكان أول تشريع ينظم تسجيل العلامة التجارية ومنحها حماية قانونية . وفي فرنسا عام 1857 حيث اعتبر ذلك نقطة تحول في التشريعات الأوروبية<sup>1</sup>. أما في ألمانيا والولايات المتحدة فقد بدأت في نهاية القرن 19 ، مع ظهور قوانين تنظم حقوق الملكية الصناعية والتجارية.

<sup>1</sup> عبد العزيز احمد، العلامة التجارية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2010، ص45.

ثم تأتي مرحلة التدويل والتعاون الدولي ، حيث ظهرت في هذه المرحلة اتفاقيتان . اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية(1883)<sup>1</sup> ، فقد اعتبره أول اتفاقية دولية نظمت حماية العلامات التجارية وكرست مبدأ المعاملة الوطنية والحق في تسجيل العلامات في الدول الأعضاء. واتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات(1891)<sup>2</sup> ، حيث مكنت هذه الاتفاقية من تسجيل العلامة في عدة دول من خلال إجراء موحد، و اتفاقية تريبس التي تعد جزء من اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، تلزم الدول الأعضاء بحماية حقوق الملكية الفكرية بما في ذلك العلامات التجارية.

أما بالنسبة للتشريع الجزائري فقد أصدره الجزائر أول قانون بعد الاستقلال بموجب الأمر رقم 57-66 لسنة 1966<sup>3</sup>، والذي استمر لفترة طويلة دون تحديث كبير. لاحقا تم إصدار القانون 06-86 المتعلق بالعلامات التجارية، لكنه لم يكن شاملا في معالجة قضايا التقليد والاعتداء بشكل الكافي. بعدها جاء الأمر 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003<sup>4</sup> وهو المعمول به حاليا ، يمثل هذا الأخير النقطة المفصلية في تطور الحماية القانونية للعلامات التجارية في الجزائر. فقد نص على تعريفها وشروط تسجيلها وإجراءات الطعن والإلغاء و حالات الاعتداء والعقوبات المقررة لها.

لما حديثا فقد أصدرت الجزائر في السنوات الأخيرة على منظومة الملكية الصناعية لتعزيز حماية العلامات التجارية، خصوصا مع انفتاح السوق الجزائرية على التجارة الدولية . ثم إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI)<sup>5</sup> كهيئة رسمية لتسجيل العلامات ومتابعة الاعتداءات.

---

<sup>1</sup>اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883، المتعلقة بحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية، صادقت عليها الجزائر في 9 يناير 1975، بموجب الامر التنفيدي 75-02 المؤرخ في 09 يناير 1975 المتعلق بالاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

<sup>2</sup> اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات 1891. صادقت عليها الجزائر فعليا في 24 مارس 1972. <sup>3</sup> الامر رقم 57-66 المؤرخ في 1966 المتعلق بالعلامات التجارية، قبل الالغاء. بموجب الامر 06-03 المتعلق بالعلامة، يوليو 2003.

<sup>4</sup> الامر رقم 06-03، المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

<sup>5</sup> المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI)، الموقع الرسمي.

الاعتداء على العلامة التجارية هو كل تصرف غير مشروع يقوم به شخص طبيعي او معنوي، ممثل في استعمال علامة تجارية مملوكة لذا لغير والمسجلة لذا المعهد الوطني للملكية الصناعية وثم الاعتداء عليها سواء بالتزوير او التقليد او وضع علامة مشابهة لها دون ادن او ترخيص من صاحب الحق، مما يؤدي بالمساس بحقوق هذا الاخير.

في التشريع الجزائري نضم القانون هذه المسألة في اطار الامر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003<sup>1</sup> المتعلق بالعلامة التجارية، والذي يهدف الى حماية حقوق اصحاب العلامة من كل اشكال الاعتداء، كالتزوير والتقليد والاستعمال غير المرخص.

ويعتبر هذا الفعل من الاعمال التجارية غير المشروعة، ويعاقب عليه سواء مدنياعن طريق التعويض عن الضرر، او جزائيا عن طريق العقوبات الجنائية مثل الغرامة او الحبس في بعض الحالات، وذلك لحماية حق الملكية الصناعية وطمانة المستثمرين.

ومن هنا تبرز أهمية هذا الموضوع والذي هو الاعتداء على العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري من خلال حماية الحق في الملكية الفكرية ، بحيث يندرج ضمن حقوق الملكية الفكرية التي يكفلها الدستور الجزائر والقوانين الدولية التي صادقت عليها الجزائر، مثل اتفاقية باريس تريس .ووجود نصوص قانونية تحمي العلامات من التقليد أو التزوير ويشجع المستثمرين المحليين والأجانب على العمل دخل الجزائر ، كما جرمت الأفعال المخالفة من خلال تتبع المعتدين قضائيا وردعهم.

وأهمية اقتصادية تكمن في تشجيع المنافسة الشريفة من خلال الحماية القانونية للعلامة التجارية تضمن عدم استغلال سمعة مؤسسة أو منتج من قبل منافسين غير نزيهين. وجلب الاستثمار الأجنبي من خلال منظومة قانونية قوية وواضحة في حماية الملكيات التجارية، زادت ثقة المستثمر الأجنبي في دخول السوق الجزائرية. بالإضافة إلي محاربة السوق الموازية والتقليد ، بحيث يؤدي إلى ترويج سلع مزورة وريئة ، ما يضر بالاقتصاد الوطني . حماية القانونية تحد من هذه الظواهر.

<sup>1</sup> الامر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامة ، ج 44، صادرة بتاريخ 20 يوليو 2003.

كما انه لمسالة الاعتداء على العلامة التجارية أهمية اجتماعية متمثلة في حماية المستهلك في جعله يميز بين المنتجات الأصلية من المقلدة وضمان جودة المنتجات فتحافظ المنتجات على سمعتها من خلال تقديم منتجات عالية الجودة مرتبطة باسمها التجاري.

ومن أهمية، علمية، وأكاديمية في دراسة موضوع الاعتداء على العلامة التجارية يعد من المواضيع الحديثة نسبيًا ، ويشكل أرضية خصبة للباحثين وطلبة القانون لتقديم أطروحات ومذكرات ذات بعد تطبيقي.

يتمثل موضوع الاعتداء على العلامة التجارية بعد كل سلوك غير مشروع ، يتم فيه استعمال أو تقليد أو تزوير علامة تجارية محمية قانونًا دون إذن أو حق من ملكها مما يشكل خرقًا للحقوق المعنوية والمادية لصاحب العلامة ، ويمثل مساسًا بالنظام العام الاقتصادي ، من خلال الأضرار بالمنافسة المشروعة وخداع المستهلك<sup>1</sup>.

و في ظل التشريع الجزائري ، خاصة في إطار الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات ، يعتبر هذا الفعل من مظاهر المنافسة غير المشروعة ويعاقب عليه قانونًا ، سواء عن طريق إجراءات مدنية كالمطالبة بالتعويض والمنع، أو جزائية كالغرامات والعقوبات السالبة للحرية في بعض الحالات.

من بين الدراسات السابقة لهذا الموضوع نذكر: كتب ، للكاتب العافية صالح مسعود النقراط ، التنظيم القانوني لحماية العلامة التجارية ، الطبعة الأولى ، دار النشر الإسكندرية ، سنة 2020 . و أطروحة الدكتوراة ، ل وليد كحول ، المسؤولية القانونية عن الجرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري ، أطروحة دكتوراة ، جامعة محمد خيضر ، بلد بسكرة ، سنة 2015/2014 .

اما بالنسبة لمقالات ، نجد بسكري رفيقة ، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري ، المجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، المجلد 06 ، العدد 02 ، جامعة باتنة 1 ، البلد الجزائر ، سنة 2019 .

<sup>1</sup> ابن عبو عبد القادر، الوجيز في الملكية الصناعية و التجارية، دار الهومة الجزائر، 2014، ص145.

حيث تبين من هذه الدراسات ان تسعى التشريعات الجزائرية يهدف إلى حماية العلامة التجارية من الاعتداءات التي قد تؤثر سلبا على حقوق المالكين وحماية الأسواق ، الأهداف الرئيسية لهذه التشريعات تشمل تعزيز الثقة بين المستهلكين والمنتجات المقدمة في السوق ، من خلال ضمان عدم التضليل في ما يتعلق بجودة السلع . كما تهدف إلى تشجيع الابتكار والإبداع في البيئة التجارية ، حيث إن حماية العلامات التجارية تمنح الشركات حوافز للاستثمار في تطوير منتجات جديدة .

بالإضافة إلى ذلك، تسعى القوانين لحماية المنافسة العادلة من خلال الحد من الممارسات غير المشروعة مثل التقليد و الغش ، مما يساهم في تحقيق توازن في السوق ويدعم الاقتصاد الوطني بشكل عام .

وخلال الدراسة واجهتنا عدة صعوبات كبعتره النصوص القانونية رغم صدور الأمر 06-03 ألا أن حماية العلامة تتقاطع مع نصوص أخرى مثل قانون العقوبات قانون المنافسة الاتفاقية الدولية، مما يخلق تشتتا في القواعد القانونية. ووجود بعض الغموض أو العموم في تعريف بعض المفاهيم مثل التقليد و الاستعمال غير المشروع ، ما يصعب أثبات الاعتداء.

ومن خلال هذا نطرح الأشكال التالي ، إلى إي مدى نجاح التشريع الجزائري في توفير حماية فعالة للعلامة التجارية ضد مختلف إشكال الاعتداء خاصة في ظل تطور أساليب التقليد والتزوير؟

وللاجابة على هذه الاشكالية ومعالجة الموضوع بطريقة علمية دقيقة ، اعتمدنا على المنهج التحليلي في تحليل النصوص القانونية الوطنية المتعلقة بالعلامة التجارية ، وعلى رأسها الأمر رقم 06-03 ويهدف إلى توضيح المفاهيم القانونية المتعلقة بالعلامة ، والتميز بين صور الاعتداء وطرق الحماية.

ومن هذا المنطلق قسمنا هذا البحث الذي بين أيدينا إلى فصلين رئيسين :

### الفصل الأول: اكتساب العلامة التجارية في القانون الجزائري

الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل القانون الجزائري.

## الفصل الأول

اكتساب العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

في القانون الجزائري ، يعد اكتساب العلامة التجارية من المسائل الأساسية التي تنظمها الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامة التجارية ، حيث يشكل هذا القانون الذي يحدد كيفية حماية واستعمال العلامات التجارية في الجزائر. كما يتم اكتساب الحق في العلامة التجارية من خلال التسجيل الرسمي لها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI)<sup>1</sup>، ويعتبر هذا التسجيل شرطا جوهريا لاكتساب الحماية القانونية للعلامة. فبمجرد تسجيل العلامة ، يمنح لصاحبها حصريا في استعمالها وتمييز منتجاته أو خدماته عن غيرها ، مما يعزز من مكانة المؤسسة في السوق ويمنع الغير من تقليد أو استعمال العلامة بدون إذن.<sup>2</sup> ويشترط القانون الجزائري أن تكون العلامة مميزة وقابلة للتمثيل البياني، وإلا تتعارض مع النظام العام أو الآداب العامة، كما يجب إلا تكون مطابقة أو مشابهة لعلامة سابقة مسجلة لنفس الفئة من المنتجات او الخدمات<sup>3</sup>. ومن الجدير بالذكر إن التسجيل يمنح حماية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد، ويمنح لصاحب العلامة اللجوء إلى القضاء في حالة حدوث تقليد أو استعمال غير مشروع . كما يمنح القانون لصاحب العلامة إمكانية التنازل عنها أو الترخيص للغير باستعمالها وفق ضوابط قانونية دقيقة. وتجدر الإشارة إلى إن عدم استعمال العلامة لمدة ثلاث سنوات متتالية يعرضها للإلغاء بطلب من ذي إي مصلحة<sup>4</sup>، وفقا لما نص عليه القانون. ويأتي هذا التنظيم بهدف حماية مصالح المنتجين والمستهلكين على حد سواء، وضمان الشفافية والمنافسة الشريفة داخل السوق. كما يترتب على اكتساب العلامة التجارية مجموعة من الآثار القانونية التي تمنح لصاحبها حق استثنائي، كحق الاستعمال الحصر للعلامة التجارية على المنتجات أو الخدمات التي تم تسجيلها من اجلها، مما يمنح صاحبها الحماية من التقليد او التزوير من قبل الغير. كما يتيح له الحق في منع إي طرف ثالث من استخدام علامة مشابهة قد تثر اللبس في ذهن المستهلك . ويترتب عن اكتساب العلامة أيضا إمكانية التصرف فيها عن طريق البيع أو الترخيص أو التنازل عنها، ما يجعلها من عناصر الذمة المالية للمشروع .

<sup>1</sup> الامر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، ج 44، الصادرة بتاريخ 20 يوليو 2003.

<sup>2</sup> بن عبو عبد القادر، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الهومة، الجزائر، 2014، ص 112.

<sup>3</sup> خلاف عبد الغني، شرح العملي لقانون العلامات التجارية في ضوء التشريع الجزائري، دار الجامعة الجديدة، 2019، ص 89.

<sup>4</sup> المادة 20 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية.

بالإضافة إلى ذلك، فإن تسجيل العلامة يمنح قرينة قانونية على ملكيتها ، مما يسهل إثبات الحق عند المنازعة أمام القضاء أو الجهات المختصة. ومن هذا المنطلق قمنا بتقسيم هذا الفصل الي مبحثين رئيسيين فقد خصصنا الأول إلي الإطار المفاهيم للعلامة التجارية. إما المبحث الثاني فقد خصصناه إلى اثار اكتساب العلامة التجارية.

## المبحث الأول:

### الإطار المفاهيم للعلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من ابرز عناصر الملكية الفكرية ذات الطابع الصناعي والتجاري، وقد اولى لها المشرع الجزائري اهتماما بالغاً من خلال تكريس حماية قانونية لها ضمن التشريعات المتعلقة بالملكية الصناعية ، لاسيما في الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات ، والمعدل والمتمم لاحقاً<sup>1</sup> . وتعرف العلامة التجارية في هذا السياق بأنها إشارة يمكن إدراكها بصريا تستخدم لتمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن منتجات أو خدمات غيره<sup>2</sup> ، سواء كانت هذه الإشارة تتخذ شكل كلمات ، رموز، رسومات ، ألوان ، أو حتى تصاميم معينة .

ويسعى التشريع الجزائري من خلال هذا الإطار المفاهيمي إلى تحقيق التوازن بين مصلحة مالك العلامة وحماية المستهلك من التضليل، كما يعزز مناخ المنافسة المشروعة<sup>3</sup>. ويشترط القانون لتمتع العلامة بالحماية القانونية إن تكون مميزة وجديدة وغير مضللة وإلا تتعارض مع النظام العام أو الآداب العامة. كما تنشأ هذه الحماية من خلال ايداع العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI) ، حيث يمنح للمالك شهادة تسجيل تمنحه الحق الاستثنائي في استعمال العلامة ومنع الغير من تقليدها أو استخدامها دون ترخيص. بناء على هذا قسمنا بحثنا هذا إلي مطلبين أساسيين :

<sup>1</sup> الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية،

العدد 43، الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>3</sup> عبد القادر بلعابد، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار هومة، الجزائر، 2015، ص. 87.

تناولنا في المطلب الأول مفهوم العلامة التجارية. إما المطلب الثاني فقد خصصناه إلى كيفية اكتساب العلامة التجارية .

## المطلب الأول :

### مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي كل إشارة أو رموز يستخدم لتمييز منتجات أو خدمات مشروع معين عن غيره من المشاريع . وتعتبر وسيلة لضمان الجودة وبناء الثقة لدى المستهلك ، كما تعد أداة تسويقية هامة للشركات<sup>1</sup> .

طبقا للتشريعات التجارية ، العلامة التجارية هي : " كل إشارة قابلة للتمثيل الكتابي أو الرسوم، تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره<sup>2</sup> . "ومن أمثلة عن العلامات التجارية نجد ، أسماء مثل "Coca-Cola" ، شعارات<sup>3</sup> مثل "Nike" .

إما بالنسبة لطبيعة العلامة التجارية، فقد تميزه بطابع الازدواج فهيا تندرج ضمن طبيعة قانونية خاصة (حق عيني معنوي). يمنح صاحبه سلطة استثنائي لاستعمال العلامة وتمييز منتجاته أو خدماته عن غيره<sup>4</sup> . ويمكن التصرف فيها (بالبيع أو الترخيص) ، وهي جزء من الذمة المالية لصاحبها. بالإضافة إلي (طبيعة تجارية اقتصادية) ، حيث أن العلامة أداة تسويق واستثمار، وتساهم في تحقيق الأرباح، وتوسيع النشاط التجاري.

وتأسيسا على ما سبق ، ولفهم الإطار العام لهذا المطلب بصورة أوضح ،ارتأينا تقسيمه إلى فرعين ،نتناول في الفرع الأول تعريف العلامة التجارية من مختلف الجوانب، في حين نخصص الفرع الثاني لبيان طبيعة العلامة التجارية.

<sup>1</sup> أحمد حسن، العلامات التجارية والبيانات التجارية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2010، ص 15.

<sup>2</sup> المادة 2 من قانون العلامات التجارية.

<sup>3</sup> محمد حسين منصور، الملكية الفكرية والعلامات التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 97.

<sup>4</sup> عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الثامن، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص

الفرع الاول :

تعريف العلامة التجارية

تعرف العلامة التجارية في اللغة بأنها الرمز أو الإشارة التي تميز شيئاً عن غيره ، إما في الفقه القانوني، فهي تعد وسيلة لتمييز منتجات أو خدمات مشروع معين عن غيره من المشاريع ، وتمنح صاحبها الحق الحصري في استعمالها . ووفقاً للتشريع الجزائري، نصت المادة 6 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات على أن "العلامة هي كل إشارة يمكن إدراكها عن طريق<sup>1</sup>

البصر، مثل الكلمات، الأسماء، الرسوم، الحروف، الأرقام، الألوان، الأشكال أو غيرها، قابلة لان تميز سلعا أو خدمات"<sup>2</sup>. وهذا ما سنراه بالتفصيل في ما يلي :

أولاً: تعريف العلامة التجارية لغة

قال ابن منظور: «اعلم الفارس جعل له علامة الشجعان. فهو معلم وقدر معلم : فيه علامة، والعلامة سمة، والجمع علام "<sup>3</sup>.

إذا فالعلامة مشتقة من الفعل بمعنى المعرفة ، وهي كل اثر في شيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره ، بمعنى الأثر الذي يستدل به على الطريق ، وما يعلم به بشيء وما ينصب في الطريق فيستهدى به .مثال علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها .

إذا فالعلامة مشتقة من العلم ، حيث عرفه أيضا : " العلامة وما ينصب في الطريق فيهدى به ، والفصل بين ارضين والعلامة ما يستدل به على الطريق.

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الامر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الجزائر، العدد 44..

<sup>2</sup> عافية صالح مسعود النقراط، التنظيم القانوني لحماية العلامة التجارية( دراسة مقارنة)، الطبعة الاولى، دار النشر مكتبة الوفاء القانونية الاسكندرية، سنة 2022، ص 75.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 75.

### أما التجارية في اللغة:

فقد قال ابن منظور فيها: "تجر يتجر تجرا وتجارة ، باع وشري، وقال ابن الإعرابي: تقول العرب: انه لتاجر بذلك الأمر إي حاذق، ويقال ربح فلأنفي تجارته إذا أفضل وربح إذا صادف سوقا ذات ربح"<sup>1</sup>

والعلامة التجارية هي أي كلمة أو أداة مميزة تضمن للسلعة البيع كمنتج لأي فرد من الشركة ،التغليف والملحقات ممكن أن تكون علامة تجارية .

والعلامة المسجلة هي إشارة يشار بها إلى البضائع على أنها نوعية ومميزة دليل أو إشارة لوجه شيء في زمن سالف وتستخدم لتعريف نتائج العملاء المختلفين

وبعد الوقوف على المعنى اللغوي للمصطلح ، تبرز الحاجة إلى التطرق إلى معناه في الاصطلاح الفقهي ، حيث يكتسب دلالة أكثر الذي استعمل فيه، مما يستدعي بيان كيفية تناوله من قبل الفقهاء ومقاصدهم من استعماله.

### ثانيا: تعريف الفقهي للعلامة التجارية

اختلف الفقه في تعريف العلامة التجارية ، فقد ذهب البعض إلى تعريفها على أساس أنها كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة ،ومن أهداف تمييز بين هذه العلامات في السمة الاشهارية ، حيث يسهل على جمهور المستهلكين التفريق بين المنتجات الراغبين في اقتنائها .

كما تعد العلامة التجارية إحدى الوسائل القانونية التي تمكن من تمييز المنتجات أو السلع أو حتى الخدمات الخاصة بتاجر معين عن تلك التي يقدمها غيره من التجار أو المنتجين، سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين أم اعتباريين . وتعد العلامة التجارية عنصرا جوهريا في النشاط التجاري،

<sup>1</sup>ابن منظور، لسان العرب، مادة "تجر"، دار صادر، بيروت، 1990م.

حيث تلعب دورا محوريا في تسويق المنتجات والخدمات ، وتسهم في كسب ثقة المستهلكين ، لا سيما عند ارتباطها بالجودة أو السمعة الطيبة للمنتج<sup>1</sup>.

وعرفت أيضا بأنها تأخذ عدة أشكال ، فقد تكون عبارة عن اسم معين ، أو رمز ، أو توقيع ، أو حروف ، أو أرقام ، أو رسم ، أو شكل سلعة ، أو مزيج من هذه العناصر بشرط إن تكون قابلة للإدراك الحسي ، كالسمع أو البصر أو اللمس. ومن بين الاستخدامات الأكثر شيوعا للعلامات التجارية نجد إنها تستخدم لتحديد مصدر السلعة أو الخدمة ، ومن ثم تمكن المستهلك من التمييز بينها وبين ما يقدمه المنافسون في نفس السوق.

تمنح العلامة التجارية لكل من يرغب في استخدامها على بضائعه أو خدماته بشرط إن تكون مميزة بطبيعتها أو بطريق استعمالها ، وهذا يعني أن العلامة يجب أن تكون قادرة على تمييز المنتج أو الخدمة عن غيرها في السوق، سواء من حيث الشكل أو التصميم أو الاسم أو اللون أو غير ذلك من عناصر التمييز. ومن الشروط التي يجب أن تتوفر في العلامة حتى تعتبر صالحة قانونا : ان تكون واضحة وغير مضللة، إلا تكون متطابقة أو مشابهة لعلامة أخرى مسجلة، كما ينبغي ألا تحتوي على رموز محظورة أو مخالفة للنظام العام والآداب العامة.<sup>2</sup>

كما تنقسم العلامة إلى أنواع ، فقد تكون علامة فردية يستخدمها شخص طبيعي أو معنوي لتمييز المنتجات الخاصة ،وقد تكون علامات جماعية تستخدم من طرف مجموعة من الأشخاص ،كما هو الحال بالنسبة للمنظمات المهنية التي تستخدم علامة واحدة للدلالة على انتماء أعضائها إليها . وهناك أيضا ما يعرف بعلامات الخدمات ،وهي تلك التي تستخدم لتمييز خدمات معينة ،مثل خدمات السياحة أو النقل أو التعليم.

في الختام ، فإن العلامة التجارية لا تقتصر أهميتها على الجانب التجاري فحسب ،بل تمتد لتشمل جوانب قانونية واقتصادية واجتماعية ،كونها أداة لحماية حقوق المنتج والمستهلك على حد سواء ،فهي تعزز التنافس الشريف وتسهم في رفع جودة المنتجات والخدمات في السوق.

<sup>1</sup> عبد رحمان جزيري، فقه علي مذاهب اربعة، دار كتب عملية، بيروت ، ج.2، ص.412

<sup>2</sup> عافية صالح مسعود النقراط، المرجع السابق، ص.76.

بالانتقال من التعريف الفقهي الذي يركز على الجوانب النظرية والوظيفية للعلامة التجارية، نجد انه من الضروري التطرق إلى التعريف التشريعي الذي يقدمه المشرع ضمن النصوص القانونية، والذي يحدد من خلاله الشروط والضوابط التي تضيف على العلامة طابع الحماية القانونية والتنظيم الرسمي.

### ثالثا : التعريف التشريعي

تشكل الاتفاقيات الدولية والقوانين الداخلية مصدرين أساسيين لتنظيم العلاقات القانونية، سواء على المستوى الدولي أو الوطني. فالاجتماع بين هذين المفهومين يعكس التفاعل بين أرادة الدول في تنظيم شؤونها المشتركة عبر الاتفاقيات، وبين سلطتها السيادية في سن تشريعات داخلية تنظم الأوضاع داخل حدودها. ومن هذا المنطلق، يعد فهم كل من الاتفاقيات الدولية والقانون الداخلي ضرورة لفهم المنظومة القانونية المتكاملة.

#### 1. تعريف الاتفاقيات:

اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة المتعلقة بالملكية الفكرية (اتفاقية التريبس- TRIPS)، عرفت العلامة التجارية في المادة 15 الفقرة 1 على النحو التالي:

"تعتبر إي علامة أو مجموعة علامات قادرة على تمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات منشآت أخرى، علامة تجارية. ويجب أن تكون مثل هذه العلامات قابلة للتمثيل في السجل بطريقة تكفل وضوح وجلاء موضوع الحماية الممنوحة لصاحب الحق".<sup>1</sup>

وتشمل العلامات التجارية الكلمات، بما في ذلك الأسماء الشخصية، والحروف، والأرقام، والرسوم، والألوان، وأي مزيج من هذه العناصر، شريطة أن تكون قادرة على تمييز السلع أو الخدمات.

<sup>1</sup> المادة 15 فقرة 01، اتفاقية تريبس، منظمة التجارة العالمية 1994. تم تقديم طلب الانضمام في يوليو 1987، تاسسة لجنة الانضمام في 7 يوليو 1987.

## 2. تعريف المشرع الجزائري:

قنن المشرع الجزائري العلامة التجارية بهدف صون حقوق التجار والصناع، وضمان وضوح المنتجات والخدمات وتمييزها في السوق ، بما يمنع وقوع إي لبس أو خلط لدى المستهلك. وقد تم ذلك من خلال سن مجموعة من القوانين التي تحدد بدقة الشروط والمعايير الواجب توفرها في العلامة حتى تستفيد من الحماية القانونية. ومن بين هذه النصوص القانونية، نجد الأمر 03-06، الذي تطرق في مادته الثانية، الفقرة الأولى بنصه على أنها :

"العلامة كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ،لاسيما الكلمات بما فيها الأسماء الأشخاص والأحرف والأرقام ،والرسومات أو الصور والإشكال المميزة للسلع أو توضيبيها ،والألوان بمفردها أو المركبة ،التي تستعمل كله لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".<sup>1</sup>

وقد نصت مادة الأولى الفقرة الثالث من الأمر 03-06 على أنه :تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني"<sup>2</sup>

كما أوردت المادة الثانية الفقرة الأولى من نفس الأمر على شكل العلامة التجارية فعرفتھا على إنها : "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ،لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص أو الحروف أو الأرقام والرسومات أو الصور والإشكال المميزة للسلع أو توضيبيها ،والألوان بمفردها أو مركبة....."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>2</sup> المادة الأولى، من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>3</sup> المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة.

الفرع الثاني:

طبيعة العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من ابرز عناصر الملكية الصناعية، اذ تؤدي دورا جوهريا في الحياة الاقتصادية والتجارية، من خلال تمييز المنتجات او الخدمات التي يقدمها شخص طبيعي او معنوي عن غيرها في السوق. ومع تطور التجارة وازدياد المنافسة، اصبح من الضروري وضع اطار قانوني ينظم هذا الجانب، بما يضمن الحماية القانونية لأصحاب الحقوق ويصون مصالح المستهلكين.

وفي هذا السياق، اولى المشرع الجزائري اهتماما بالغا بتنظيم العلامة التجارية، حيث كرس لها مجموعة من الاحكام ضمن القانون رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة التجارية،<sup>1</sup> بما يتوافق مع التزامات الجزائر الدولية، لاسيما الاتفاقيات المتعلقة بالملكية الفكرية كاتفاقية باريس واتفاقية تريبس (TRIPS).<sup>2</sup>

ويثير موضوع طبيعة العلامة التجارية عدة اشكالات قانونية، لكونها تتميز بازدواج طبيعتها، اذ تعتبر من جهة مالا منقولاً معنوياً قابلاً للتداول و التصرف، ومن جهة اخرى وسيلة لحماية مصالح اقتصادية وتجارية، ما يفرض دراسة دقيقة لطبيعتها القانونية في ظل النصوص التشريعية الجزائرية والاجتهاد القضائي المقارن. وهو ما سنراه من خلال النقاط التالية:

أولاً: طبيعة العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية في التشريع الجزائري حقا من حقوق الملكية الصناعية، وتتمتع بطبيعة مزدوجة فهي من جهة حق معنوي يمنح لصاحبه ميزة استغلال علامة مميزة تفرق منتجاته أو خدماته عن غيرها، ومن جهة أخرى حق مالي يمكن التصرف فيه، سواء بالتنازل، الترخيص، أو

<sup>1</sup> الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة الصادر بتاريخ 19 يوليو 2003، ج ر 2003، 44.

<sup>2</sup> الجزائر طرف في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، والمعدلة في بروكسل 1967، وكذلك في اتفاقية تريبس (TRIPS)، الملحقه باتفاق مراكش المؤسس لمنظمة التجارة العالمية سنة 1994.

ادخله في المعاملات التجارية. مما يمنح لصاحبها حقا حصريا في استعمالها ومنع الغير من تقليدها أو استعمالها بدون إذن.

ينظم القانون الجزائري العلامة التجارية بموجب الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة التجارية، حيث تعتبر العلامة وسيلة قانونية لحماية المنتج أو الخدمة من الغش والتقليد، كما تساهم في تنشيط المنافسة الاقتصادية.<sup>1</sup>

بالتالي، فالعلامة التجارية في القانون الجزائري تتمتع بطبيعة قانونية ومالية تجعلها قابلة للحماية القانونية، وللتداول كعنصر من عناصر الذمة المالية للمؤسسة.

بعد استعراض طبيعة العلامة التجارية باعتبارها من عناصر الملكية الفكرية التي تهدف الى تمييز المنتجات أو الخدمات، ننتقل الآن إلى دراسة الحقوق الخاصة بالأطراف، والتي تعد من الجوانب القانونية الهامة في تنظيم العلاقة بين مالك العلامة والإطراف الأخرى، سواء كانوا مستهلكين، منافسين، أو مستعملين محتملين للعلامة، حيث تثار عدة مسائل قانونية تتعلق بحقوق الاستعمال، الترخيص، والحماية من التعدي .

### ثانيا: الحقوق الخاصة بالأطراف

للعلامة التجارية ثلاثة إطراف ولكل طرف العديد من الحقوق التي تختلف عن الأخرى. وهذا الاختلاف لحق حتى طبيعة العلامة التجارية. وهو ما سنوجزه فيما يلي:

#### 1 / مصمم العلامة التجارية:

مصمم العلامة التجارية هو الشخص المتخصص في إنشاء الهوية البصرية والتصميمية لعلامة تجارية معينة بهدف إيصال الرسائل والقيم الخاصة بها بطريقة جذابة.

ويعتبر المصمم هو الفنان الذي ابتكر العلامة، وهذا الشخص يعمل مقابل مبلغ معين، وهذا يعني انه باع الشكل المادي للعلامة التجارية وانتقلت إلى صاحب البضاعة أو المنتج أو

<sup>1</sup> الامر رقم 06-03 المتعلق بالعلامة المؤرخ في 19 يوليو 2003، ج ر 44، الصادرة في 20 يوليو 2003.

الخدمة، ورغم أنه باعها إلا أنه يبقى محتفظاً بالحقوق المعنوية لهذا المنتج دون انتقال هذا الحق إلى من دفع ثمن العلامة التجارية، فلا يجوز تحريف هذه العلامة أو إضافة عليها أو مسح جزء منها.

## 2/ مشتري العلامة التجارية

مشتري العلامة التجارية هو الطرف الذي يحصل على ملكية قانونية أو ترخيص باستخدام العلامة التجارية من مالكيها الأصليين، ويمكن أن يكون شركة تستحوذ على علامة تجارية معروفة، أو مستثمر يسعى للاستثمار في قيمة العلامة التجارية، أو رائد أعمال يشتري علامة تجارية لمنتج أو خدمة موجودة سابقاً.

يتمتع المشتري بالحقوق المالية للعلامة التجارية، باعتبار هذا الأخير هو الشخص المالك للبضاعة والمنتج أو الخدمة وإذا باعها فأنها تنتقل إلى المشتري مع البضاعة، وبالتأكيد عند استهلاك البضاعة تستهلك العلامة معها وينتزع منه حق التصرف بها كالبيع والاستئجار.

ويجوز لمالك البضاعة أو المنتج أو الخدمة إن يبيع حق مالي للعلامة التجارية مع المتجر وتنتقل إلى الغير غير أن الذي ينتقل هو حق مالي فقط. إما الحق المعنوي يبقى لمبتكر العلامة.

## 3/ المستهلك:

المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري أو يستخدم سلعة أو خدمة لتلبية حاجاته الشخصية أو العائلية وليس لأغراض تجارية أو صناعية أو مهنية. وقد نضمه القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009. المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.<sup>1</sup>

يدخل حق المستهلك في العلامة التجارية إذا كان قد اشترى ذلك بناء على علامة التي تحملها البضاعة أو المنتج أو الخدمة ووجد أن العلامة كانت مزورة وليست حقيقية فإن من حقه الطعن بالغش أو التديس.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المادة 2 متعلق بالامر 03-06، بالعلامة التجارية.

<sup>2</sup> القانون رقم 03-09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير 2009، تعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وبناء على ذلك فإن طبيعة العلامة التجارية بالنسبة لمن قام بتصميمها يتمتع بحقين معنوي ومالي وبالنسبة لمن يشتري فإنه يتمتع بحق إن استخدمها على بضاعته وخدماته وله الحق في منع الغير من استعمالها وله حق بيعها مع المتجر أو المصنع إي بالنسبة للمستهلك فإن له الحق إن يمنع الغير من استغلال العلامة التجارية عن طريق الغش أو التدليس.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني:

#### كيفية اكتساب العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أهم الأصول غير الملموسة التي تملكها المؤسسات والشركات، فهي الوسيلة التي تميز منتجاتها أو خدماتها عن غيره في السوق، وتكسبها ثقة العملاء وولاءهم. واكتساب العلامة التجارية يتم وفقا لإجراءات قانونية وتنظيمية تحددها التشريعات الوطنية والدولية، وتهدف إلى حماية الحقوق المادية والمعنوية لأصحابها. ويعد تسجيل العلامة التجارية لدى الهيئات المختصة الخطوة الأساسية لاكتساب الحماية القانونية، كما يمكن اكتسابها عن طريق استخدام الفعلي والمستمر في بعض الأنظمة القانونية .

وقبل الانتقال إلى دراسة شروط وإجراءات اكتساب العلامة التجارية، يجدر التنكير بان هذا الاكتساب لا يتم بصورة تلقائية، بل يخضع لجملة من الضوابط القانونية والتنظيمية التي تهدف ألي ضمان الجدية والشرعية في استعمال العلامة. وتختلف طرق الاكتساب بين ما هو ناتج عن الاستعمال الفعلي وما هو قائم على التسجيل القانوني، إلا إن التشريع الجزائري، وعلى غرار العديد من الأنظمة، يعطي الأفضلية للتسجيل كوسيلة أساسية للاعتراف بالعلامة ومنحها الحماية القانونية . وانطلاقا من هذا الأساس، سنتناول في الفرع الأول شروط اكتساب العلامة التجارية ثم ننتقل في الفرع الثاني إلى الإجراءات المعتمدة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية.

<sup>1</sup> زياد محمد ربيع، حماية الملكية الفكرية في قوانين الوطنية و الدولية، دار النشر الثقافة، الاردن، سنة 2020، ص106.

الفرع الأول:

شروط اكتساب العلامة التجارية

تشكل شروط اكتساب العلامة التجارية الإطار القانوني الذي يحدد مدى إمكانية الاعتراف بعلامة ما ومنحها الحماية القانونية اللازمة. فالمرشح لم يترك الأمر مطلقاً، بل وضع مجموعة من الشروط الموضوعية والشكلية التي يجب توافرها في العلامة حتى تعتبر قابلة للتسجيل والاكتساب<sup>1</sup>. وتكمن أهمية هذه الشروط في تحقيق التوازن بين حرية الأفراد في اختيار علاماتهم، وبين حماية المصلحة العامة ومنع إي تعسف في استخدام العلامات التي قد تخلق تضليلاً للمستهلكات تمس بالنظام العام والآداب العامة.<sup>2</sup>

ومن أبرز هذه الشروط إن تكون العلامة ذات طابع مميز، قابلة للتمثيل البياني، وإلا تكون مشابهة أو مطابقة لعلامات سابقة مسجلة لنفس المنتجات أو الخدمات، إلى جانب شروط تتعلق بعدم مخالفة التشريعات المعمول بها، لاسيما ما يتعلق بالأسماء الرسمية أو الرموز الوطنية أو الدينية.<sup>3</sup> كما أن توافرها هذه الشروط يعتبر مرحلة أولى وأساسية في مسار اكتساب العلامة، والتي يبنى عليها لاحقاً الحق في التسجيل والحماية.<sup>4</sup>

وانطلاقاً من ذلك، سنستعرض في هذا الفرع مختلف الشروط القانونية التي ينبغي أن تتوفر لاكتساب العلامة التجارية، وفقاً لما نص عليه التشريع الجزائري والمعايير المعتمدة من قبل المعهد الوطني للملكية الصناعية.

<sup>1</sup> الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامة التجارية، ابجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 44، سنة 2003.

<sup>2</sup> محمد بوشناق، الملكية الصناعية والتجارية في القانون الجزائري، دار الهومة، الجزائر، 2016، ص 85.

<sup>3</sup> المادة 6 من القانون رقم 06-03. المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>4</sup> كمال عبادي، شرح القانون التجاري الجزائري - الملكية الصناعية و التجارية، ط. 2، دار المعرفة، سنة 2020، ص 122.

أولاً : الشروط الموضوعية

تعد الشروط الموضوعية من الركائز الأساسية التي يجب توافرها لاكتساب العلامة التجارية صفة الحماية القانونية. فهي تحدد المعايير التي ينبغي إن تتوفر في العلامة حتى تعتبر صالحة للتسجيل والاستعمال، وتحقق الغرض منها في تمييز المنتجات أو الخدمات عن غيرها. ويهدف المشرع من خلال هذه الشروط إلى ضمان وضوح العلامة وتميزها، ومنع الالتباس أو التضليل لدى المستهلك، إضافة إلى حماية النظام العام والآداب. وهذا ما سنراه بالتفصيل من خلال النقاط التالية:

1- أن تكون العلامة مميزة:

أوضحت المادة الثانية من التشريع ام العلامة يجب ان تتصف بالقدرة على تمييز المنتجات او الاشياء او الخدمات الخاصة بكل مؤسسة . كما بينت المادة الثانية العشرون ان العلامات التي تخلو من طابع التميز تعتبر باطلة.

وينضح من هذه النصوص ان كل علامة لا تنتم بالتميز تعتبر غير صالحة للتسجيل. ويمكن ان تكون العلامة متجسدة في اشكال مألوفة وعادية، لكنها لا تعد علامة تجارية بالمعنى القانوني ما لم تؤدي الى تمييز المنتجات او السلع. فالوظيفة الاساسية للعلامة هي تمكين الجمهور من التفرقة بين منتجات مؤسسة اخرى منافسة، حتى وان تنعدم فيها خاصية الذاتية والتفرد المنصوص عليهما في المادة(24).<sup>1</sup>

2- أن تكون العلامة جديدة:

لا يكفي إن تكون العلامة مميزة بل يجب إن تكون جديدة أيضا ورغم إن المشرع لم يشترط ذلك في الأمر المتعلق بالعلامات ولكن يمكن إن نستخلصه من خلال المادة السابعة فقرة 09 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات بنصها : " تستثنى من التسجيل..... الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل".

<sup>1</sup>فاضلي ادريس، المدخل الى الملكية الفكرية\_الملكية الفنية و الادبية، الطبعة الثانية، دار النشر ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، ص287.

بمعنى إذا كانت الغاية من تمييز السلع أو الخدمات هو وجود علامة تميز السلعة عن الأخرى فإن لابد إن تكون هذه العلامة جديدة لان استعمال علامة مسجلة من قبل في السلع والخدمات متشابهة يؤدي إلى المنافسة غير المشروعة.

إلا انه لا يعني إن العلامة الجديدة هي علامة لم يتم قد استعمالها بل حتى لو كانت العلامة قد تم استعمالها من قبل إلا إن صاحبها القديم قد تنازل عن حقه فيها. والتنازل عن الحق في العلامة يتم إدراجه حتى ولم يقم صاحب العلامة بتجديد علامته خلال المدة المقررة.

كما إن شرط الجدة يبقى متوفر في العلامة إذا ما استعملت في السلع أو الخدمات المختلفة وهذا ما يفهم من نص المادة 9 الفقرة 1 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامة، بقولها يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع أو الخدمات التي يعينها لها.

ومن هذا المنطلق، يمكن استعمال العلامة من قبل الغير بشرط استخدامها في السلع وخدمات مختلفة عن سلع وخدمات صاحب العلامة الذي قام بتسجيلها.<sup>1</sup>

### 1- إن تكون العلامة مشروعة:

من شروط العلامة التجارية إن تكون غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة وإلا أعدت باطلاً، فحسب نص المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بعلامات وضع، القيود والاستثناءات على العلامات التي يتم إيداع طلب تسجيلها التي تحمل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة، وأيضاً الرموز التي يحضر استعمالها بموجب قانون وطني ثنائية أو متعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفاً فيه.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، اطروحة الدكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص 30.

<sup>2</sup> رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني لعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، جامعة خيضر، بسكرة، ص 38.

### ثانياً: شروط الشكلية

تعد العلامة التجارية من أهم وسائل التمييز بين المنتجات والخدمات في السوق، ولأجل حمايتها قانوناً، يجب أن تتوفر فيها مجموعة من الشروط الشكلية التي نص عليها المشرع. وتتمثل هذه الشروط في التسجيل لدى الهيئة المختصة، ثم النشر على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية في النشرة الرسمية للعلامات. وهو ما سنوجزه في ما يلي:

#### 1- التسجيل:

لقد شهد نظام تسجيل العلامة التجارية تطوراً ملحوظاً مع مرور الزمن، حيث انتقل من الأساليب التقليدية التي كانت تعتمد على الإجراءات الورقية والبيروقراطية، إلى أساليب حديثة تتم بالسرعة والفعالية بفضل الرقمية والتقنيات الحديثة. وهذا ما سنلخصه فيما يلي

#### أ/ التسجيل الإلكتروني:

يقصد بالتسجيل التقليدي، إيداع الطلب بشكل ورقي أو مادي، حيث يقوم صاحب الطلب أو من ينوب عنه قانوناً بتقديم الملف والمستندات مرفقة بنموذج معد لهذا الغرض، أو يرسله عن طريق البريد العادي. وتنص المادة 13 من الأمر 03/06 على تحديد إجراءات إيداع العلامة التجارية، مع الإشارة إلى أنه يمكن القيام بذلك مباشرة أو عبر البريد.

وفقاً لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005، والمتعلق بكيفيات إيداع العلامات التجارية وتسجيلها يتم تقديم طلب تسجيل العلامة مباشرة إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI)، وذلك عن طريق ملء النموذج المخصص والمعد لهذا الغرض، ويرفق بصورة عن العلامة التي يرغب المعني بتسجيلها. ويجب أن يكون هذا النموذج مستوفياً لكافة الشروط الشكلية، بحيث يتضمن العناصر الأساسية التي تميز العلامة.

وتنص المادة 5 من المرسوم ذاته على أن كل شخص يرغب في إيداع علامته، عليه أن يدفع رسماً مقابل ذلك، مع ضرورة استلام وصل رسمي بالإيداع في أجل لا يتجاوز 3 أشهر من تاريخ تقديم الطلب.

ويجب على صاحب العلامة تسليم طلبه ومرفقاته إما شخصيا او عن طريق من ينوب عنه، إما إذا أرسل عن طريق البريد، فان مدير معهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية هو من يستلم الطلبات ويدرجها ضمن السجل المخصص، بعد التأكد من استيفاء الشروط الشكلية ودفع الرسوم المطلوبة، مع تقديم نسخة من العلامة وإرفاقها بالنموذج.

إذا تبين وجود نقص في الشروط الشكلية أو الموضوعية، يمكن إن يرفض التسجيل. ويكون هذا الرفض مبررا بموجب المادة 6 من الأمر 03/06 ، ويبلغ صاحب الطلب بالأسباب التي أدت إلى ذلك. كما يجوز له تقديم طعن أمام المحكمة خلال 10 سنوات من تاريخ ايداع الطلب، وذلك وفقا للقواعد المعمول بها محليا أو دوليا.

إما إذا تبين للإدارة المختصة إن أسباب الرفض ليست موضوعية بل شكلية أو قابلة للتدارك، فانه يمكن للمعني تصحيحها خلال أجل محدد، وإلا يتم إصدار قرار نهائي برفض الطلب. وفي حالة تم الاعتراض على الطلب، فان المصلحة المختصة تدرس هذا الاعتراض، وفي حالة قبوله، يرفض الطلب، ويمكن الطعن في هذا الرفض أمام الجهة القضائية المختصة.<sup>1</sup>

### ب/ الأساليب حديثة لتسجيل العلامة التجارية

يعد هذا النظام من الطرق المستحدثة في مكاتب تسجيل العلامات التجارية، حيث يتيح تقديم الطلبات الكترونيا واستكمال مختلف الإجراءات المطلوبة من خلال الوسائل الرقمية المرتبطة بشبكة الانترنت، مما يؤدي إلى تسريع العملية وتسهيلها.

ويعتبر التسجيل الالكتروني وسيلة فعالة مقارنة بالأساليب التقليدية التي تتطلب وقتا طويلا في المعالجة ومراقبة المعنيين للملف بشكل شخصي، مع ما قد يتخلل ذلك من احتمالات ضياع الملفات او تلفها، ناهيك عن مخاطر النقل والتخزين.

ومن مزايا هذا النظام كذلك، إتاحة التسجيل الالكتروني على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع، دون التقيد بمواعيد العمل الرسمية.

<sup>1</sup> نصر الدين علوق، الحماية المدنية للعلامة التجارية المعتدي عليها الكترونيا، المجلة الافريقية للدراسات القانونية والاساسية، جامعة احمد دراية \_ ادرار، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، جوان 2017، ص 108.

وقد حدد المشرع الجزائري شروط وضوابط التوقيع والتصديق الإلكتروني بموجب القانون 15/04 الصادر بتاريخ 1 فيفري 2015، إلا إن التسجيل الإلكتروني للعلامات لا يزال في الجزائر غير مفعول فعليا بشكل تام، ولا يزال غير معتمد إلى حد بعيد.

وفيما يخص التوقيع الإلكتروني في الجزائر، فإن تطبيقه يتطلب توفر بنية تحتية تكنولوجية متقدمة، تشمل شبكات الاتصال، وقواعد البيانات، وخبرات تقنية متخصصة. كما انه ينبغي وضع نظام لاحتساب الرسوم الخاصة بالإيداع والنشر الإلكتروني، ويكون ذلك من خلال معهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.<sup>1</sup>

### 3/ النشر

يعد النشر في النشرة الرسمية للعلامات، التي تصدر عن المعهد الوطني للملكية الصناعية، خطوة أساسية ومركزية في إجراءات تسجيل العلامة التجارية في الجزائر. فبمجرد إيداع طلب تسجيل العلامة لدى المعهد، يتم نشر هذا الطلب في النشرة الرسمية، وذلك بغرض إعلام الجمهور وجهات المعنية بوجود علامة جديدة تحت طلب التسجيل. وتعتبر هذه النشرة وسيلة قانونية لإشهار رسمي أدا تدون فيها جميع البيانات المتعلقة بالعلامة التجارية، سواء تعلق الأمر بالتسجيل العلامات لأول مرة، أو التجديد فترة حمايتها بعد انقضاء المدة صلاحيتها القانونية كما تسجل ضمان هذه النشرة كافة الإجراءات التي تمس الوضع القانوني للعلامة، مثل قرارات الإلغاء أو الإبطال التي قد تصدر عن جهات القضائية أو الإدارية المختصة، وذلك لأسباب قانونية كعدم الاستعمال أو التعارض مع علامة سابقة.

ويهدف هذا النشر إلى تحقيق مبدأ الشفافية القانونية وإتاحة الفرصة لأي طرف ذي مصلحة للاعتراض على تسجيل العلامة خلال فترة محددة، مما يضمن حماية حقوق الملكية الصناعية ويمنع حالات التعدي أو التزاحم بين العلامات المتشابهة. كما يشكل النشر في النشرة الرسمية وسيلة من وسائل الإعلام القانوني، حيث يترتب أثرا قانونية مهمة، منها احتساب بدء سريان حماية

<sup>1</sup> نصر الدين علوقة، المرجع السابق، ص 109.

العلامة من تاريخ النشر، فضلا عن كونه أداة لتوثيق المعاملات والإجراءات التي تخص العلامات التجارية المعترف بها في الإطار القانوني الجزائري.

### الفرع الثاني:

#### إجراءات الحصول على العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من ابرز وسائل التمييز في النشاطات التجارية والصناعية، وهي تحظى بحماية قانونية خاصة ضمن منظومة الملكية الصناعية. ولضمان هذه الحماية، وضع المشرع الجزائري مجموعة من الإجراءات والضوابط التي تنظم عملية تسجيل العلامة التجارية، بدءا من تحديد الجهة المختصة باستقبال ودراسة طلبات التسجيل، وصولا إلى استكمال مختلف المراحل الإدارية والقانونية المتعلقة بالإيداع، الفحص، النشر، ثم منح شهادة التسجيل. ويعد التسجيل الوسيلة القانونية الأساسية التي تضمن لصاحب العلامة لحق أحصري لها، وتمكنه من التصدي لأي اعتداء أو تقليد قد يطل. ومن هذا المنطلق، سنعالج في هذا الفرع أولا الهيئة المختصة قانونا بتسيير عمليات تسجيل العلامات التجارية، ثم نتطرق ثانيا إلى الإجراءات المعتمدة في عملية التسجيل وفقا للتشريع الجزائري.

#### أولا: الهيئة المختصة قانونا بتسيير عمليات تسجيل العلامات التجارية

نص المشرع الجزائري على إجراءات دقيقة في مجال إيداع العلامة بأخص، تسجيلها ونشرها. على مستوى هيئة مختصة، وهذه الهيئة تتمثل في المعهد الوطني للملكية الصناعية. الذي إنشائه بمقتضى الامر 63-248 ، وكانت صلاحيته تشمل كافة الملكية الصناعية والتجارية. وثم أنشئ المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية بناء على الامر 73-62، لتتحول اختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية في ميدان الملكية الصناعية الى معهد الجديد. اما المكتب الوطني للملكية الصناعية، فأصبح يسمى بالمركز الوطني للسجل التجاري. وانحصرت اختصاصاته في كل ما يتعلق بالسجل التجاري. إلا إن المشرع الجزائري لم يتوقف عن هذا القدر

بل قام بتحويل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية المتعلقة بالعلامة و الرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشئ إلى مركز الوطني للسجل التجاري.<sup>1</sup>

لكن بعد صدور المرسوم التنفيذي 98-68، الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي اختلف الأمر. وأصبح على كل من يرغب في إيداع علامة إن يكمل الإجراءات المطلوبة قانونا لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، لأنها هيئة المكلفة للملكية الصناعية ماعدا أليس.<sup>2</sup>

ويمارس هذا المعهد صلاحياته تحت وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة في أطار المهام الموكلة إليه. يقوم بدراسة طلبات إيداع العلامات ثم ينشرها، ويسجل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية وعقود الترخيص، وعقود بيع هذه الحقوق. ويعتبر المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي. وهذا ما نصت عليه المادة الثانية من المرسوم التنفيذي، 98-68.<sup>3</sup>

### ثانيا: إجراءات المعتمدة في عملية التسجيل

على كل من يرغب في تسجيل العلامة التجارية سواء كان شخص طبيعي أو معنوي التوجه إلى المركز الوطني الجزائري للملكية الصناعية، لإيداع طلبه سواء كان جزائريا أو أجنبيا، وفي حالة عدم إقامة صاحب طلب تسجيل العلامة في الجزائر، عليه إن يمثله لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وكيل، وان يصحب طلبه بوكالة. وهذا ما نصت عليه مادة 6 و7 فقرة 01، من المرسوم التنفيذي 05-277.<sup>4</sup> وتتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:

<sup>1</sup> أوليد كحول، المرجع ص34

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ونفس الصفحة.

<sup>3</sup> المادة الثانية، من المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21/02/1998، متضمن انشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ويحدد القانون الاساسي، الجريدة الرسمية، الصادرة في 01 مارس 1996، عدد 11.

<sup>4</sup> المرسوم التنفيذي 05-277، المؤرخ في 02 اوت 2005، الذي يحدد كفيات ايداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية لجزائرية، العدد 52، صادر بتاريخ 7 اوت 2005، ص 11.

### 1/ إيداع طلب التسجيل:

يعتبر هذا العنصر شرط أولى، فيتم من خلاله الراغب في تسجيل العلامة التجارية إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أو يرسل إليه عن طريق البريد أو بأية طريقة أخرى مناسبة. وتسلم للمودع بعدها نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة ويشترط أن يحتوي هذا الطلب على بيانات إجبارية منها خاصة: (اسم المودع، عنوانه، بيان السلع أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة، أو الأصناف المقابلة للتصنيف المحدد قانوناً). يتطلب طلب تسجيل العلامة ما يلي:

- طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل.
- صورة من العلامة، على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية (9\*9سم). وإذا كان اللون عنصراً مميزاً للعلامة، ويشكل ميزة للعلامة، على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة.
- قائمة واضحة وكاملة للسلع و الخدمات.
- وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة.

وحسب ما ورد في نص مادة 4 من المرسوم التنفيذي 05-277 تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة طلب مذکور. بالإضافة إلى إرفاق الطلب بالوكالة المسلمة إلى وكيل في حتمثيل أصحاب طلبات التسجيل المقيمين في الخارج، طبقاً لنص مادة 6 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر.<sup>1</sup>

### 2/ فحص الإيداع:

بعد تقديم طلب الإيداع إلى المصلحة المختصة يتم النظر فيه من الناحية الشكلية ومن الناحية الموضوعية. فمن الناحية الشكلية يتم فحص إذا كان مستوفي الشروط القانونية المحددة في المواد من 04 إلى 07 من المرسوم التنفيذي 05-277 المتمثل فيما يلي:

<sup>1</sup> وليد كحول، المرجع السابق، ص36.

- طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل.
  - صورة من العلامة على إن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية وإذا كان اللون عنصرا جوهريا، يجب إرفاق العلامة بصورة ملونة.
  - قائمة واضحة كاملة للسلع و الخدمات.
  - وصل يثبت دفع الرسوم في حالة تمثيل المودع من قبل وكيل يجب ان يرفق طلب التسجيل بنسخة من الوكالة عند تقديم طلب الإيداع إمام المصلحة المختصة يسم فحصه من الناحية الشكلية إي مستوفي للشروط الشكلية.
- وعند عدم استيفاء هذه الشروط تطلب المصلحة المختصة من صاحب الإيداع تسوية طلبه في اجل شهرين أو رفض طلبه.

بعد الإنهاء من الفحص من الناحية الشكلية ويتم قبول طلب الإيداع تم الانتقال إلى فحص طلب من الناحية الموضوعية حول مدى تطابق العلامة مع القانون وإنها غير مستثنية من التسجيل للأسباب المنصوص عليها في مادة 07 من الأمر 03-06 المؤرخ في 2003/07/19، إي فحص مدى توفر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية تحت طائلة قبول أو رفض الطلب. ففي حالة الرفض يتم تبليغ المعني بالأمر وتطلب منه تقديم ملاحظاته في اجل شهرين ابتداء من تاريخ التبليغ، مع إمكانية تمديد هذه المدة بطلب من صاحب المصلحة.<sup>1</sup>

### 3/ التسجيل:

هو إجراء يقوم به المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، قصد قيد العلامة في السجل الخاص الذي يمسكه المعهد. ولهذا نجد تاريخ الإيداع إجراء سابق على إجراء التسجيل، غير إن المشرع الجزائري جعل للتسجيل اثر رجعي، أي مدة التسجيل يتم حسابها من تاريخ الإيداع بهدف حماية مصالح غير سيء النية.

<sup>1</sup> وليد كحول، مرجع السابق، ص 37.

كما يمكن تجديد تسجيل العلامة التجارية لان المشرع الجزائري حدد ملكية حقوق العلامة التجارية بعشرة سنوات من تاريخ ايداع طلب إلا انه أجاز تجديد تسجيل العلامة التجارية من حين إلى آخر كلما انتهت مدة الحماية في مدة 6 اشهر التي تلي لا انقضاء التسجيل ويتم إرفاق طلب التجديد بالوسائل التي تثبت بان العلامة استعملت استعمالا جديا خلال السنة التي سبقت انقضاء التسجيل مع مراعاة إحكام مادة 11 من الامر 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 . ومن شروط تجديد العلامة:

- إلا يتضمن طلب التجديد تغيير جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات.
- دفع رسوم التجديد في مهلة ستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل.
- تقديم أثبات بان العلامة استعملت خلال سنة التي تسبق انقضاء التسجيل.

يترتب على تسجيل العلامة التجارية انه يخول لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها وله حق التنازل عنها ومنح رخص باستعمالها ومنع الغير من استغلال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع وخدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من اجلها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عائشة شابي، مرورة بن مديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر، قانون الاعمال، جامعة الجزائر 1، سنة 2014، ص 30 .

المبحث الثاني:

آثار اكتساب العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

تعد العلامة التجارية احد أهم عناصر الملكية الفكرية، حيث تحتل مكانة محورية في الحياة الاقتصادية والتجارية المعاصرة، لما توفره من وسائل تمييز السلع والخدمات التي يقدمها منتج أو تاجر معين عن غيرها من السلع والخدمات المماثلة.<sup>1</sup> فالعلامة التجارية لم تعد مجرد إشارة تستخدم للدلالة على مصدر منتج أو خدمة فحسب، بل أصبحت أداة تسويقية واستراتيجية فعالة تعكس سمعة المؤسسة وقيمتها في السوق، وتعزز من ولاء المستهلكين وثقتهم.<sup>2</sup>

إن اكتساب العلامة التجارية لا يعد غاية في حد ذاته، بل هو بداية لمجموعة من الآثار القانونية التي تترتب لصالح مالك العلامة، بل هو بداية لمجموعة من الآثار القانونية التي تترتب لصالح مالك العلامة، والتي تمكنه من التمتع بحقوق استثنائية واستعمال حصري، كما تمنحه وسائل قانونية للدفاع عن علامته في حال الاعتداء عليها.<sup>3</sup> تتمثل هذه الآثار في عدة جوانب منها ما هو متعلق بالحق في الاستعمال والانفراد ومنها ما يتعلق بالتصرف القانوني في العلامة، بالإضافة إلى الحق في اللجوء إلى القضاء لردع كل من ينتهك هذا الحق.<sup>4</sup>

وفي هذا الإطار يكتسي موضوع آثار اكتساب العلامة التجارية أهمية نظرية وعملية كبيرة، إذ يعكس مدى فعالية الحماية القانونية المقررة بموجب التشريع الجزائري، كما يطرح إشكاليات متعددة تتعلق بمدى كفاية هذه الحماية انسجامها مع المعايير الدولية خاصة في ظل التزامات الجزائر بموجب اتفاقيات دولية كاتفاقية باريس واتفاقية تريبس. وبناء على ما سبق، فإن دراسة آثار اكتساب العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري تقتضي التعمق في فهم الإطار القانوني

<sup>1</sup> عبد العزيز السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني-الحقوق العينية الاصلية والملكية الفكرية، الحلبي الحقوقية، بيروت، 2000، ص789.

<sup>2</sup> احمد اطرش، الوجيز في القانون التجاري، ديوان المطبوعات الجزائرية، 2018، ص204.

<sup>3</sup> نوار بوشامة، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة الماجستير، جامعة الجزائر، 2015، ص47.

<sup>4</sup> عبد القادر باهية، العلامة التجارية في ضوء التشريع الجزائري و الاتفاقيات الدولية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، العدد، 2019، ص113.

المنظم لهذه الآثار من خلال حقوق المترتبة عن العلامة في (المطلب الأول)، وانقضاء الحق في العلامة التجارية من خلال (المطلب الثاني).

### المطلب الأول:

#### الحقوق المترتبة عن العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية العلامة من ابرز مظاهر الملكية ذات الطابع التجاري، إذ تمثل وسيلة فعالة لتمييز المنتجات أو الخدمات وتسهيل التعرف عليها في السوق من قبل المستهلكين. فهي لا تقتصر على كونها مجرد شارة أو رمز، بل تجسد قيمة اقتصادية وتجارية معتبرة، قد ترقى أحيانا إلى أن تكون من أهم أصول المشروع التجاري.

ونظرا لما تحققه العلامة التجارية من مزايا لكل من المنتج والمستهلك، فقد حرص المشرع على إحاطتها بحماية قانونية تضمن لصاحبها التمتع بجملة من الحقوق، تعرف ب"الحقوق المترتبة عن العلامة التجارية". وتشمل هذه الحقوق الحق في الاستثناء باستعمال العلامة، ومنع الغير من استعمالها أو تقليدها دون إذن، وكذا الحق في التصرف فيها عبر الترخيص أو التنازل.

وتتبع أهمية دراسة هذه الحقوق من كونها تمثل أساس الحماية القانونية للعلامة التجارية، كما تساهم في خلق بيئة تجارية قائمة على المنافسة المشروعة وتمنع أعمال التضليل والغش التجاري.

وبالنظر إلى طبيعة القانونية للعلامة التجارية باعتبارها حقا من حقوق الملكية الصناعية، فإن صاحب العلامة يتمتع بجملة من الحقوق التي تخول له السيطرة الكاملة على استعمالها والتصرف فيها. وتعد هذه الحقوق من ابرز مظاهر الحماية التي يمنحها القانون، والتي تتجلى أساسا في حق احتكار استغلال العلامة، وحق التصرف فيها بكافة الأشكال القانونية. وسنتناول هذين الحقين في فرعين منفصلين على النحو الآتي:

الفرع الأول:

حق احتكار استغلال العلامة

بوجه عام، تمنح الملكية الصناعية لصاحبها سلطة قانونية على شيء مادي، تمكنه من الاستئثار به والاستفادة منه ماليا. ووفقا لهذا المفهوم، تخول هذه الملكية لصاحبها حقا حصريا في الاستفادة من جميع مزاياها. وبمجرد تسجيل العلامة لدى الجهات المختصة، يصبح مالكا هو الوحيد المخول باستخدامها. وتعد العلامة حقا نسبيا، يقتصر على منتج أو خدمة معينة، باستثناء العلامات المشهورة، وذلك خلال المدة القانونية المحددة، وهي عشرة سنوات(10) قابلة للتجديد لفترات متتالية. وهذا ما نصت عليه المادة 05 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات.

ويعد حق احتكار العلامة حقا مؤقتا وليس دائما، فرغم إمكانية تجديد العلامة من قبل صاحبها، إلا أن هذا الحق يضل مشروطا بالتجديد الدوري، وألا سقط. ويتعين على مالك العلامة أن يلتزم باستخدام الجدي لها، سواء على المنتجات أو على أغلفتها، أو في الارتباط بالخدمات التي تميزها، إضافة إلى الحرص على تجديدها بصفة منتظمة لضمان استمرار الحماية القانونية.

ويعني حق احتكار استعمال العلامة التجارية، إن مالكا يملك الحق الحصري في منع الغير من استعمالها أو بيع المنتجات التي تحملها أو توزيعها. ولا يجوز لأي طرف آخر أن يتعامل بالمنتجات التي تميزها هذه العلامة بأي نتيجة منطقية للحق الاستثنائي الذي تنشئه ملكية العلامة التجارية.

يتمتع صاحب العلامة التجارية بالحق في منع أي شخص من استعمال علامة أو رمز أو اسم تجاري مشابه لعلامته، إذا كان من شأن هذا الاستعمال إن يسبب لبسا لدى المستهلكين فيما يتعلق بمنتجات أو خدمات مماثلة أو مطابقة، وذلك دون الحصول على ترخيص منه، كما يحق لصاحب العلامة المشهورة منع الغير من استخدامها دون موافقته، استنادا إلى ما نصت عليه المادة 10 التي تحدد الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة التجارية.

غير أنه لا يجوز لصاحب العلامة أن يمنع الغير من استخدام العلامة تجاريا، إذا تم ذلك بحسن نية ولأغراض مشروعة.

"إن منح الحق الاستثنائي لصاحب العلامة لا يعد تعويضاً، بل يشكل فرصة تتيح له تحقيق إرباح حصري دون منافسة، حيث يمنحه هذا الحق إمكانية الحفاظ على زبائنه وحمايتهم من المنافسة غير المشروعة. ويعد هذا الاحتكار مشروعاً، لأنه يستند إلى نصوص قانونية تمنح صاحب العلامة امتيازاً قانونياً لا يتعارض مع مبدأ حرية التجارة والصناعة، بل يعد استثناء مشروعاً من هذا المبدأ.

ويلاحظ إن المشرع الجزائري، على غرار المشرع الفرنسي، لم يحدد بدقة مضمون الحق الاستثنائي في استغلال العلامة. ووفقاً للمادة 09 من الأمر 06/03، فإن من يقوم بتسجيل العلامة يمنح حق ملكيتها بالنسبة للسلع أو الخدمات التي تم تخصيص العلامة لها.<sup>1</sup>

ويستفاد من المادة 09 من الأمر 06/03<sup>2</sup> المشرع الجزائري يقر مبدأ الملكية الصناعية للعلامة من خلال نظام التسجيل، حيث يعد التسجيل المصدر الوحيد لاكتساب الحق في العلامة<sup>3</sup>. إلا أن المادة لم تفصل في مضمون هذا الحق، مما يفتح المجال أمام الاجتهاد الفقهي والقضائي لتحديد نظام الحماية الممنوحة لصاحب العلامة.

وعليه، فإن صاحب العلامة يتمتع بحق استثنائي يمنعه القانون منحه للغير دون ترخيص صريح ويشمل هذا الحق منع أي شخص من استعمال علامة مماثلة أو مشابهة على سلع أو خدمات مماثلة قد تؤدي إلى إحداث لبس أو تضليل لدى المستهلك. ويعد هذا الاستثناء مشروعاً، لأنه يتماشى مع مبدأ حماية الملكية الفكرية التي أقرتها الاتفاقيات الدولية، لاسيما اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية واتفاقية تريبس (TRIPS).<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نور الدين مزهود، ياسين مقدم، الآثار القانونية للعلامة التجارية المسجلة في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، المجلد 5، العدد 2، 2020، ص 104.

<sup>2</sup> مادة 09 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>3</sup> عبد قادر بن طلحة، الملكية الصناعية و التجارية، دار هومة، الجزائر، 2012، ص 115.

<sup>4</sup> عبد قادر عبد الله، الشرح العملي لقانون العلامات التجارية، دار العلوم لنشر، الجزائر، 2016، ص 87.

الفرع الثاني:

حق التصرف في العلامة

نظرا لان العلامة التجارية تعد مالا منقولاً ذا قيمة مالية، فهي تندرج ضمن الأصول المالية لصاحبها، وبذلك فإنها قابلة للتصرف بها قانونياً. فتسجيل العلامة يمنح مالكيها الحق في استخدامها أو استغلالها، وكذلك التصرف بها سواء من خلال التنازل عنها، أو تبادل الحقوق الخاصة بها.

وقد نصت المادة 09 من الامر 03-06 على الجوانب المتعلقة بالعلامات، حيث تنص على

ما يلي:

أولاً: نقل الحق في العلامة التجارية

يجوز التنازل عن حقوق العلامة عبر عقد رسمي، كما هو الحال في باقي حقوق الملكية الصناعية. وقد نصت الفقرة الأولى من المادة 14 من الامر 03-06 على إن التنازل يمكن إن يكون كلياً أو جزئياً، ويسجل في سجل العلامات. ويمكن إن يشمل التنازل الحقوق المرتبطة بطلب التسجيل، أو العلامة المسجلة، وقد يكون كلياً أو جزئياً. كما يمكن إن ينتقل الحق إلى المالك الجديد عبر التنازل الاختياري أو بعقود أخرى كالبيع أو الهبة، ويشترط إن يتم تسجيل ذلك في السجل الخاص بالعلامات.

وقد يتم التنازل عن العلامة كلياً، أو جزئياً بانتقال بعض الحقوق فقط، مثل حالة وجود علامات مسجلة لعدة منتجات، فيتم التنازل لصاحب منتج معين عن علامته فقط دون المنتجات الأخرى.

كما يعد البيع الكلي أو الجزئي للعلامة التجارية احد أشكال التصرفات القانونية التي اقرها المشرع الجزائري في إطار تنظيم حقوق الملكية الصناعية، وتحديدًا بموجب الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامة التجارية<sup>1</sup>. ويتيح التشريع الجزائري إمكانية نقل ملكية العلامة التجارية كلياً، إي التنازل الكامل عن جميع الحقوق المتعلقة بها لصالح طرف آخر، بما في

<sup>1</sup> الامر رقم 03-06، متعلق بالعلامة المرخ في 19 يوليو 2003، ج 44، الصادرة بتاريخ 20 يوليو 2003.

ذلك حق الاستغلال والتجديد والحماية، ويشترط في هذه الحالة إن يتم البيع بموجب عقد مكتوب ويسجل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI) حتى يكون نافذا في مواجهة الغير<sup>1</sup>. من جهة أخرى، يمكن للمالك الأصلي للعلامة أن يبيعها جزئيا، وهو ما يتم غالبا من خلال منح رخصة استغلال محدودة في الزمان أو المكان أو نوع معين من المنتجات أو الخدمات، دون إن يفقد المالك الأصلي حقوقه عليها<sup>2</sup>. ويشترط كذلك تسجيل هذا البيع الجزئي أو الترخيص لدى INAPI ليتمتع بالحجية القانونية. ويراعى في كلتا الحالتين إن يكون الاستعمال اللاحق للعلامة من طرف المشتري أو المرخص له مطابقا لطبيعة العلامة ومواصفاتها الأصلية، حتى لا يؤدي ذلك إلى تضليل الجمهور أو الإضرار بسمعة العلامة، مما يجعل من عملية البيع سواء الكلي أو الجزئي خاضعة لضوابط صارمة تهدف إلى حماية حقوق الملكية وضمان الشفافية في المعاملات التجارية.

### ثانيا: رهن العلامة تجارية

يعد رهن العلامة التجارية احد الحقوق التي يمطك لصاحب العلامة استخدامها كوسيلة للحصول على تمويل، حيث يمنح الدائن المرتهن ضمانا عينيا دون حاجة إلى نقل الحيازة الفعلية للعلامة.

عند رهن العلامة، لا يشترط نقل الحيازة للدائن، بل تبقى العلامة بيد مالکها، على إن يتم شهر الرهن بقيده في السجل الوطني للعلامة التجارية. ولا يعد رهن حجة تجاه الغير الأمن تاريخ هذا الشهر، وفقا لما نص عليه القانون الجزائري في المادة 199 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات.

ويسجل الرهن بناء على طلب احد الطرفين أو ممثلهما، ويهدف هذا الإجراء إعلام الغير بوجود حق عيني العلامة، وضمان أولوية للدائن في حال تصفية أموال المدين.

<sup>1</sup> مادة 20، من الامر 03-06 متعلق بالعلامة التجارية.

<sup>2</sup> المادة 27، من الامر 03-06، المتعلق بالعلامة التجارية.

ويعد رهن العلامة تصرفا شكليا، لا يتم إلا وفق إجراءات محددة، تتضمن تحرير عقد رهن مكتوب يوضح بجلاء هوية الأطراف والدين المضمون والمدة. ويصنف هذا الرهن ضمن الرهن الخاصة التي ترد على عناصر معنوية.

ويفهم من نص المادة 199 من الأمر 03-06 إن المشرع الجزائري يعترف للعلامة بإمكانية إن تكون محلا للرهن، مادام إنها تعد من عناصر الملكية التجارية، ويمكن استغلالها اقتصاديا<sup>1</sup>.

ومن هنا نقول، انه أجاز المشرع الجزائري رهن العلامة التجارية باعتبارها عناصر الملكية الصناعية، ويمكن استخدامها كضمان للحصول على تمويل. وفقا لأمر رقم 03-07 المؤرخ في 19 يوليو 2003<sup>2</sup> المتعلق ببراءات الاختراع والملكية الصناعية، تعد العلامة التجارية مالا منقولاً قابلا للتصرف فيه، مما يجعلها قابلة للرهن. ويشترط إن يتم تسجيل عقد الرهن في السجل الوطني للعلامات التجارية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI)، حتى يكون نافدا في مواجهة الغير. ويترتب عن ذلك منح الدائن المرتهن حق امتياز على العائدات الناتجة عن بيع العلامة.

ومن خطوات رهن العلامة الكترونيا في الجزائر:

1/ الدخول إلى المنصة الرسمية INAPI : <https://www.inapi.org>

2/ إنشاء حساب مهني أو شخصي حسب طبيعة المستخدم (فرد- مؤسسة- مكتب محاماة او كيل).

3/ اختيار خدمة "تسجيل تصرفاتعلامة تجارية"، والتي تشمل:

- التنازل
- الترخيص
- الرهن

<sup>1</sup> وليد كحول، مرجع السابق، ص 46.47.

<sup>2</sup> امر رقم 03-07 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 43، صادر بتاريخ 19 يوليو 2003.

4/ تحميل الوثائق المطلوبة بصيغة PDF، وتشمل غالبا:

نسخة من عقد الرهن (محرر وموقع).

نسخة من شهادة تسجيل العلامة التجارية.

بطاقة التعريف او السجل التجاري.

وصل الدفع الالكتروني لحقوق التسجيل.

5/ إيداع الطلب الكترونيا وانتظار التأكيد من المعهد بعد دراسة الملف.

6/ تسجيل الرهن في السجل الوطني للعلامات، ليصبح نافذ قانونا في مواجهة الغير.

### ثالثا: رخصة استغلال العلامة

أجاز المشرع الجزائري لمالك العلامة منح ترخيص للغير لاستعمال علامته . وقد نصت المادة 16 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على إن الحقوق الممنوحة بموجب الترخيص يمكن إن تكون مطلقة أو محددة، حصري على حصري، وقد تعلق بجزء من السلع أو الخدمات أو بكاملها، مع إلزامية تسجيل عقد في سجل العلامات.

ويجب ان يتضمن عقد الترخيص، مدة الزمنية للترخيص، نطاق استخدام العلامات، نوعية السلع او الخدمات التي يسمح بها، والإقليم الذي يرخص فيه باستخدام العلامة، وذلك لحماية الحقوق قبل منح الترخيص. كما أوجبت الفقرة الثانية من المادة 17 من الأمر 03-06 ضرورية قيد الترخيص في سجل العلامات لضمان الحماية القانونية للمرخص له.

ويقصد بترخيص استغلال العلامة، الاتفاق الذي يبرم بين مالك العلامة كليا او جزئيا، مقابل مبلغ معين أو إتاوة، دون يترتب عن هذا العقد انتقال ملكية العلامة، بل يظل المالك محتفظا بحقوقه عليها<sup>1</sup>

<sup>1</sup> مزهود نور، الدين ياسين مقدم، مرجع السابق، ص106.

## الفصل الأول اكتساب العلامة التجارية في القانون الجزائري

ومن الخطوات العملية لاستخراج رخصة استغلال العلامة الكترونيا:

1/ الدخول إلى موقع الرسمي INAPI:

[https:// www.inapi.org](https://www.inapi.org)

2/ التسجيل أو تسجل الدخول إلى حسابك المهني أو الفردي.

3/ من الواجهة الرئيسية، اختر:

"الخدمات الالكترونية" < ايداع تصرفات على علامة تجارية"

4/اختيار نوع التصرف:

اختر: "رخصة استغلال"(Licence d'exploitation).

5/ تحميل الوثائق التالية (بصيغة PDF):

- نسخة من عقد الترخيص ( موقع ومؤرخ بين المرخص و المرخص له).
- نسخة من شهادة تسجيل العلامة التجارية.
- بطاقة تعريف أو سجل تجاري لطرفي العقد.
- وثيقة تثبت دفع الرسوم ( يمكن الدفع عبر الانترنت أو تحميل وصل الدفع بريدي).

6/ تأكيد الإيداع وانتظار المعالجة من طرف INAPI.

7/ بعد الموافقة، يتم تسجيل رخصة الاستغلال في السجل الوطني للعلامات، وتصبح نافذة قانونا تجاه الغير.

المطلب الثاني:

انقضاء الحق في العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية عنصراً أساسياً في الحياة الاقتصادية، حيث تساهم بشكل كبير في الترويج للسلع والخدمات التي يقدمها التاجر أو مقدم الخدمة. فهي تمثل أداة فعالة لتوجيه المستهلكين نحو منتجات معينة، بفضل الشهرة التي تكتسبها العلامة وما ترسخه من ثقة في أذهان الزبائن.

غير أن هذا الحق في استخدام العلامة التجارية ليس دائماً أو مطلقاً، بل يرتبط باستمرار توفر شروط قانونية محددة. وفي حال زوال هذه الشروط، ينقضي الحق في العلامة التجارية.

وقد نص المشرع الجزائري على جملة من الأسباب التي تؤدي إلى انقضاء هذا الحق، منها ما يتعلق بإرادة مالك العلامة، كالتخلي عنها أو عدم تجديدها، ومنها ما يكون خارجاً عن إرادته، كالحكم ببطلانها أو سقوطها بسبب عدم الاستعمال خلال المدة القانونية.

الفرع الأول :

انقضاء الحق بإرادة صاحبها

يمثل الانقضاء في هذه الحالة زوال حق في ملكية العلامة التجارية بناء على رغبة مالكيها ويتجلى ذلك في صورتين :

أولاً: ترك العلامة التجارية:

يعتبر ترك العلامة التجارية احد طرق انقضاء الحق فيها ويقصد به تخلي صاحب العلامة عن حقه طوعاً دون تجديدها بعد انتهاء مدة صلاحيتها التي تمتد لعشر سنوات قابلة للتجديد وعند انتهاء هذه المدة دون أن يتم التجديد تعتبر العلامة وكأنها لم تسجل أصلاً ويزول حق مالكيها فيها حتى وان كان السبب هو عدم الرغبة أو الإهمال ولا يسمح بتجديد العلامة إذا ادخل عليها تغيير أو طبقت على السلع أو خدمات مختلفة عن الأصلية ما لم يسجل تغييراً رسمياً ويعد عدم تجديد قرينة

على عدم اهتمام المالك بالعلامة مما يؤدي إلى سقوط حقه في ملكيته ويجعلها متاحة للجميع دون أي حق حصري لاستعمالها أو التصرف فيها<sup>1</sup>

### ثانيا: العدول عن العلامة التجارية

تنص المادة 19 من الأمر 06-03<sup>2</sup> على إمكانية العدول عن تسجيل العلامة سواء بالنسبة لكل السلع أو الخدمات أو جزء منها ويمكن للمالك التخلي عن حقه عبر طلب يقدمه وفق إجراءات تنظيمية محددة بشرط إلا يؤدي ذلك إلى انتهاك حقوق الغير ويتم هذا العدول من خلال طلب رسمي مع دفع الرسوم المحددة طبقاً للمرسوم التنفيذي 05-277 المؤرخ في 2 أغسطس 2005<sup>3</sup> والمعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008 ويعتبر هذا العدول اختيارياً إذا تم باردة صاحب العلامة سواء بسبب زوال المصلحة أو لأسباب قانونية أو تجارية .

هناك من يرى أن ترك العلامة التجارية سواء كان صريحاً أو ضمناً يؤدي إلى زوال الحق فيها وقد أقرت محكمة العدل العليا الأردنية بهذا المبدأ معتبرة أن التخلي عن العلامة التجارية يعد موقفاً سلبياً يدل على عدم الرغبة في الاستمرار باستخدام العلامة ويفهم من هذا أن التوقف عن استعمال العلامة لفترة طويلة دون مبرر أو دون اتخاذ أي خطوات للحفاظ على الحقوق المرتبطة بها يعد دليلاً على نية التخلي عنها وقد أخذت العديد من التشريعات الدولية بهذا المبدأ حيث اعتبرت أن عدم استعمال لفترة طويلة يعكس إرادة ضمنية في التخلي ومع ذلك فإن التشريع الجزائري لا يعتد بالتخلي الضمني بل يتطلب إعلاناً صريحاً عن العدول من قبل صاحب العلامة ولا يمكن دائماً الاعتماد على نية صاحب العلامة كعنصر وحيد لتحديد التخلي لأن الواقع العملي قد يختلف وقد يكون هناك أسباب خارجية عن إرادة المالك أدت إلى توقفه عن الاستعمال كظروف قاهرة أو موانع قانونية مثلاً في حالة النزاعات القضائية حول التقليد أو عدم إصدار رخصة استغلال من جهة مختصة كما أن محكمة النقض الجزائرية أكدت أن عدم استعمال العلامة لفترة طويلة لا يعد بمفرده

<sup>1</sup> سعد لقليب، انقضاء الحق في العلامة التجارية كلية العلوم الاقتصادية و التجارية، جامعة بوضياف، مسلة، 2016، ص202.

<sup>2</sup> المادة 19 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة .

<sup>3</sup> المرسوم التنفيذي 05-277 المؤرخ في 2 أغسطس 2005 المتضمن المؤسسات والادارات العمومية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد52، الصادرة في 3 اوت 2005.

سببا كافيا لإثبات التخلي ما لم يتم إثبات ذلك بإرادة صريحة وقد انقسم الفقه حول ما إذا كان من حق الغير المطالبة باستعمال العلامة التي تم التخلي عنها فهناك رأي يجيز للغير استعمال العلامة بعد تركها وفي حين يرى الرأي الآخر أن الاستعمال لا يجوز إلا بموافقة صاحب العلامة وأنه لا يسقط حقه فيها إلا بنص قانوني واضح وصريح<sup>1</sup>.

إن استخدام مصطلح التخلي يعد أسلوبا قانونيا يقصد به التنازل عن الحق في العلامة التجارية سواء تم ذلك صراحة أو ضمنا ويعبر هذا التنازل عن نية صاحب العلامة في التخلي عن حقوقه المرتبطة بها مما يؤدي إلى زوال الحماية القانونية المقررة لها شريطة أن يكون ذلك التنازل قد تم وفقا لإجراءات محددة يقرها القانون . يقدم طلب التخلي عن طريق طلب كتابي من صاحب العلامة إلى المعهد الوطني للملكية الصناعية بشرط إن يقدم من طرف المالك نفسه أو من يمثله قانونا على إن يتضمن الطلب المستندات التي تثبت صفته كما يمكن إن يتم هذا الطلب من خلال وكالة خاصة أو موثقة تتضمن اسم الموكل والوكيل وترفق بسجل خاص يبين تفاصيل العلامة والآثار القانونية المترتبة عن التخلي . يبدأ سريان التخلي من تاريخ تسليم الإعلان للمعهد مع ضرورة التصريح به في النشرة الرسمية للملكية الصناعية إما إذا كانت العلامة مملوكة من طرف عدة أشخاص فيجب على جميعهم التصريح بالتخلي من جانب آخر قد يعتبر التوقف عن استعمال العلامة التجارية لعدة سنوات سواء كان صريحا أو ضمنيا بمثابة تخلي ضمني عنها وهو ما أخذت به بعض المحاكم كتوجه قضائي<sup>2</sup>.

يعد ترك العلامة التجارية بمثابة تخلي يؤدي إلى انقضاء الحقوق المرتبطة بها سواء تم هذا التخلي بشكل صريح أو ضمني وقد أكدت محكمة العدل العليا الأردنية أن التخلي الضمني في هذا السياق يمكن إن ينشا من موقف سلبي يتجلى في عدم استعمال ما يعني أن الإهمال في استخدام العلامة يفقدها الغاية من وجودها ويجعلها عرضة للمنافسة لاسيما في الدول التي تعتمد مبدأ استعمال كأساس لحماية الحقوق التجارية ويعتبر عدم الاستعمال خلال فترة طويلة دون عذر مشروع دليلا على نية التخلي في القانون الجزائري على سبيل المثال يجيز اسقط الحقوق إذا ثبت

<sup>1</sup> سعد نقليب، المرجع السابق، ص 203.

<sup>2</sup> سعد نقليب، المرجع السابق، ص 203.

إن صاحب العلامة لم يستخدمها فعليا أو استخدمها بصفة غير مشروعة مثل التراخي أو الإهمال في تجديد استخدامها إما في حال وجود مبرر مقنع لعدم الاستعمال كوجود عوائق قانونية أو ظروف قاهرة فيمكن لصاحب العلامة الدفاع عن حقوقه والاحتفاظ بها ولكن بمجرد تبوب أن التخلي تم عن قصد أو بإهمال غير مبرر فإن ذلك يؤدي إلى زوال الحماية القانونية عنها ويبدو أن الرأي الراجح يميل إلى أن الاستعمال هو معيار الأساس للتمسك بحقوق العلامة وأن مجرد التسجيل لا يكفي ما لم يدعم باستخدام فعلي كما إن الحق في الاعتراض على العلامة من قبل الغير يضل قائما ما لم يتنازل صاحب الحق صراحة أو يفرضنا بتخليه عنها<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني :

#### انقضاء لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها

قد تنقضي الحماية القانونية لعلامة تجارية دون أن يكون لصاحبها يد في ذلك، أي لأسباب خارجة عن إرادته وهو ما يشكل خروجاً عن مبدأ استقرار الحقوق، لكنه يكون مبرراً بضرورات قانونية أو مصلحة تمس النظام العام أو المصلحة الاقتصادية العامة.

كما لا تقتصر حالات انقضاء العلامة التجارية على التخلي الطوعي أو عدم التجديد، بل قد تنقضي لأسباب خارجة عن إرادة مالكها، وهي حالات تتدخل فيها الإدارة أو القضاء للحفاظ على النظام العام والمصلحة الاقتصادية. ويأتي في مقدمة هذه الحالات إبطال تسجيل العلامة التجارية والغاؤها، وهو ما من أبرز الصور القانونية لانقضاء العلامة دون رغبة أو تدخل مباشر من صاحب الحق.

#### أولاً: إبطال تسجيل العلامة التجارية

يحق لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من القضاء إصدار حكم بإبطال تسجيل علامة تجارية، إذا ثبت أن هذا التسجيل تمّ خلافاً لأحكام القانون. وقد نصت المادة 20 من الأمر رقم 03/06 على أسباب إبطال العلامة، حيث يمكن للجهة القضائية المختصة إصدار حكم بالإبطال

<sup>1</sup> سعد نقيب، المرجع السابق، ص204.

استناداً إلى تاريخ الإيداع، وذلك بناءً على طلب من الطرف المعني عندما يثبت أن تسجيل العلامة تم دون وجه حق.

وتشمل الأسباب التي تم ذكرها في المادتين 7 و 9 من نفس الأمر، الحالات التي تُسجل فيها العلامة بصفة غير قانونية، أو تلك التي لا تتوافق مع الشروط الموضوعية المطلوبة لتكوين العلامة التجارية. وفي هذه الحالات، يكون التسجيل غير صحيح ويجوز الطعن فيه متى ما ثبت تخلف أي من الشروط القانونية اللازمة.

ويكون القضاء المختص بإصدار حكم الإبطال بناءً على دعوى تُرفع من ذي مصلحة، سواء كان صاحب المصلحة هو من تضرر من تسجيل العلامة، أو أي طرف آخر يرى أن الإبطال ضروري لحماية مصالحه. مع التنويه بأنه لا يمكن لمالك العلامة أن يطلب إبطال علامته إلا في حالة وجود تعارض حقيقي أو ليس في علامته مع علامة أخرى، مما يقتضي الحفاظ على الحقوق التجارية<sup>1</sup>

### ثانياً: إلغاء تسجيل العلامة التجارية

أجاز المشرع الجزائري الحق في رفع دعوى لإلغاء تسجيل علامة تجارية على غرار دعوى الإبطال، وذلك إذا تبين أن صاحب العلامة لم يعد يستعملها في النشاط التجاري. وقد نصت المادة 20 من الأمر رقم 03/06 على هذا الحق ضمن الأسباب التي تُعتبر مبرراً لإلغاء التسجيل، شريطة ثبوت عدم الاستخدام الفعلي للعلامة خلال فترة زمنية معينة.

1- أسباب الإلغاء المتعلقة بمخالفة الشروط المنصوص عليها في المادة السابعة من

### الأمر رقم 03-06

تنص المادة 21 الفقرة الأولى من الأمر رقم 03/06 على مجموعة من الأسباب التي يمكن بناءً عليها إلغاء تسجيل العلامة التجارية، وذلك إذا خالفت الشروط الواردة في المادة 7 (فقرات 3،

<sup>1</sup> سعد لقليب، المرجع السابق، ص 205.

5، 6 و7). ويشترط أن يتقدم بالطلب طرف له مصلحة مشروعة، أو من ينوب عنه قانوناً، ويصدر القرار من الجهة القضائية المختصة.

حالة المادة 3/7: تتعلق هذه الحالة بالرسوم أو الأشكال التي تمثل طبيعة السلعة أو تؤدي وظيفة معينة لها، أو تلك التي تمنحها قيمة وظيفية أو جمالية. في هذه الحالة لا يمكن منح العلامة الحماية القانونية، لأنها لا تمثل تمييزاً خاصاً، بل ترتبط مباشرة بوظيفة أو شكل السلعة، مما قد يؤدي إلى احتكار غير مبرر ومنع الآخرين من استخدام أشكال مماثلة.

وقد سبق أن طرحت هذه المسألة في قضية شهيرة تتعلق بشركة Sony ، التي سجلت في عام 1981 علامة تجارية لجهاز "Walkmans" في فرنسا. ولكن فيما بعد، ظهرت شركة أخرى تسوق أجهزة مشابهة. احتجت Sony بأن أجهزتها محمية بعلامة تجارية، فرفعت دعوى قضائية في عام 1994 تتهم الشركة الأخرى بالتعدي على حقوقها.

على مدار عام كامل، حافظت شركة Sony على مكانتها الرائدة عالمياً في مجال أجهزة التسجيل الشخصية المحمولة. وقد استندت الشركة إلى قرار المحكمة الذي لم يعترض على تسجيل كلمة "Walkmans" كعلامة تجارية دون الإشارة إلى ملكية Sony لها. فقد تم استخدامها كعلامة تجارية ضمن إحدى القوائم الألمانية الرئيسية منذ عام 1986. إضافة إلى ذلك، أثبتت العلامة أنها مستخدمة فعلياً من قبل المستهلكين بشكل واسع.

على الرغم من أن المنتج نفسه لم يعد يُصنَع منذ فترة طويلة، فإن المحكمة ذكرت في حكمها أن هذا لا يعني بالضرورة أن العلامة فقدت قيمتها أو زالت من الوجود. فقد بينت Sony أن العلامة ما زالت تحظى بمعرفة وانتشار بين الجمهور، من خلال استخدامات غير مباشرة، مثل أشرطة الكاسيت التي لا تزال تُستخدم مع الأجهزة القديمة.

وقد بين الحكم أيضاً مجموعة من الحالات لتحديد ما إذا كانت العلامة ما تزال سارية أو فقدت قيمتها:

الحالة 7/5: تتعلق بالعلامات التي تحتوي عناصر مثل الشعار، التصميم، أو الرموز الرسمية التي تُستخدم بشكل واضح في السوق.

الحالة 7/6: تشمل العلامات التي تُمثل عناصر عامة أو مألوفاً في الوسط التجاري، كأن تدل على نوعية المنتج أو مصدره أو مكوناته، أو ترتبط بمفاهيم أخلاقية عامة.

الحالة 7/7: تنطبق على الحالات التي تكون فيها العلامة ذات طابع حصري، أي غير مستخدمة فعلياً في السوق، إلا من خلال دلائل غير مباشرة، أو في حالات نادرة لا يمكن الاعتماد عليها كدليل قوي.

وفي النهاية، فإن الحكم أشار إلى أن الحالة السابعة تُعد مؤشراً على الإلغاء، لكنها لا تعني بالضرورة الإلغاء الفوري ما لم يتم إثبات زوال الاستخدام التجاري الفعلي بشكل قاطع.

غير أن المحكمة الفرنسية العليا أصدرت في عام 2002 حكماً برفض دعوى Sony ، مؤكدة أن الكلمة أصبحت مصطلحاً عاماً، وأن الشركة نفسها تتحمل مسؤولية ذلك، لأنها لم تتخذ الإجراءات اللازمة للحفاظ على خصوصية علامتها ومنع استعمالها بشكل عام<sup>1</sup>.

## 2-الإلغاء بسبب عدم استعمال العلامة التجارية

تنص المادة 21 على حالة إضافية للإلغاء، تتمثل في عدم استعمال العلامة التجارية خلال المدة القانونية المحددة وفقاً لأحكام المادة 11 من نفس القانون. إلا أن رفع دعوى الإلغاء في هذه الحالة يجب أن يتم أمام الجهة القضائية المختصة، ويشترط أن يقدم من طرف ذي مصلحة مباشرة دون الحاجة إلى توجيه إنذار مسبق.

كما تشير أحكام المادتين 2/21 و 11 إلى أن الإلغاء بسبب عدم الاستعمال لا يتم تلقائياً، بل يتطلب تقديم طلب بهذا الشأن أمام المحكمة. وتُحتسب فترة عدم الاستعمال بثلاث سنوات، تبدأ من تاريخ إيداع العلامة أو من تاريخ التسجيل إذا تطلب الأمر ذلك، حسب ما هو منصوص عليه في المادة 11 من الأمر رقم 03-06.

وتُحدّد هذه الفترة ابتداءً من انتهاء آخر استعمال فعلي للعلامة. غير أن هذا الإجراء لا يطبق تلقائياً، بل يتوقف على مبادرة من أحد الأطراف المعنيين، مثل المتضرر من وجود العلامة

<sup>1</sup> سعد لقيب، المرجع السابق، ص 207.

أو من المنافسين. كما لا يُلغى التسجيل إذا قام مالك العلامة بتقديم مبررات مقنعة لعدم استخدامها، مثل الظروف القاهرة أو أسباب خارجة عن إرادته.

من المهم الإشارة إلى أنه لا يمكن التذرع بوجود سبب يمنع الإلغاء ما لم يكن هذا السبب مثبتاً ومبرراً بوضوح. كما يجدر التنويه إلى أن التشريع القديم المنظم للعلامة التجارية، وتحديداً الأمر 57-66 والمادة 05 فقرة 02 منه، كان أكثر صرامة من التشريع الحالي. فقد اشترط أن يقدم مالك العلامة دليلاً على استعماله الفعلي للعلامة خلال المهلة القانونية، وذلك بمجرد انتهاء مدة الحماية.

غير أن الوضع قد تغيّر في ظل التشريع الجديد، حيث لم يعد يشترط تجديد التسجيل تلقائياً، بل أصبح ذلك مرهوناً بطلب من مالك العلامة. وقد يؤدي عدم تقديم هذا الطلب خلال المدة المحددة إلى فقدان الحماية القانونية.

وفيما يتعلق بالمادة 11 من الأمر 03-06، فهي تتماشى مع ما كان معمولاً به بموجب القانون الفرنسي الصادر سنة 1964 تحت رقم 64-1360، والذي نص على أنه لا يجوز الحكم بالإلغاء بسبب عدم الاستعمال إذا قام مالك العلامة بإثبات وجود مبررات مشروعة حالت دون استخدامها، مثل وجود ظروف قاهرة أو أسباب قسرية.

وبالتالي، فإن مجرد وجود علامة مسجلة دون استعمال فعلي، لا يمنح صاحبها حماية مطلقة، بل يُمكن الطعن فيها متى توافرت الأسباب القانونية لذلك.

ينار تساؤل حول مصير العلامة التجارية في التشريع الجزائري في حال عدم استغلالها لمدة ثلاث (03) سنوات متتالية، حيث لم يُستفد منها فعلياً. فهل يمكن لصاحب العلامة الاحتفاظ بها رغم ذلك؟ أم يفقد حقه فيها نتيجة عدم الاستعمال؟

إن المشرّع الجزائري لم يُقدّم تعريفاً صريحاً لمفهوم الاستعمال الجدي للعلامة، مما دفع الفقه والاجتهاد القضائي إلى محاولة تفسير هذه العبارة. وتبدو المادة 21 من الأمر 06/03 المتعلقة بالعلامات هي التي تشير إلى هذه النقطة، حيث تنص على أن عدم الاستعمال الفعلي للعلامة لمدة

ثلاث سنوات يمكن أن يؤدي إلى زوال الحماية القانونية عنها، ما لم يقدم صاحبها مبررات مشروعة لهذا التوقف.

وفي هذا السياق، تُعتبر المشاركة في المعارض، أو تقديم العينات التجارية، أو الدعاية الإعلامية، من الوسائل التي يمكن أن تثبت الاستخدام الفعلي للعلامة. كما قد يشكل تقديم فواتير، أو نشر الإعلانات، أو إثبات عمليات التوزيع أو الإنتاج، دليلاً على استعمالها. أما إذا لم يتم تقديم ما يُثبت هذا الاستعمال، فإن العلامة تفقد قيمتها القانونية، ولا تُعتبر محمية.

ويُشترط في هذا السياق أن يكون الاستعمال فعلياً وليس شكلياً أو صورياً. أي أنه يجب أن يكون له أثر تجاري واقعي في السوق، وليس مجرد محاولة للحفاظ على الحقوق الشكلية دون نية حقيقية للاستغلال.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سعد لقليب، المرجع السابق، ص 208.

## الفصل الثاني

الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل القانون الجزائري

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

وتتمثل الحماية القانونية للعلامة التجارية في تمكين صاحبها من الاستئثار باستعمالها ومنع الغير من استخدامها دون وجه حق، ويمنح له القانون الحق في رفع دعاوى مدنية للمطالبة بالتعويض عن الضرر الناتج عن اي اعتداء على علامته، فضلا عن امكانية طلب وقف التعدي وازالة الاثار المترتبة عنه.<sup>1</sup> كما نص الامر 06-03 على حماية جزائية صارمة لكل من يعتدي على علامة الغير، خاصة في المواد من 25 الى 28، حيث تفرض عقوبات جنائية قد تصل الى الحبس والغرامة على كل من يزور علامة مسجلة او يقلدها، او يستعمل علامة مقلدة عن علم.<sup>2</sup>

ومن جهة اخرى، فان الحماية التي اقرها المشرع الجزائري ليست مطلقة، بل تخضع لعض القيود، منها ضرورة استعمالها الفعلي والافقد يحكم بسقوطها لعدم الاستعمال.<sup>3</sup> كما يمكن لاي متضرر من تسجيل علامة تتشابه مع علامته ان يطعن في هذا التسجيل امام الجهات القضائية المختصة، وفقا للاجراءات المنصوص عليها في قانون الاجراءات المدنية والادارية.<sup>4</sup>

"وعليه ، فإننا لمشرع الجزائر يقد حرص من خلال هذه المنظومة القانونية علي توفير حماية فعالة ومتوازنة للعلامة التجارية ،تستجيب لمتطلبات السوق وتضمن الأمن القانوني للمستثمرين. وهذا ماسنراه بتفصيل من خلال الفصل الذي بين أيدينا، حيث تطرقنا من خلاله إلي الحماية المدنية للعلامة التجارية في (المبحث الأول)، والحماية الجزائية للعلامة التجارية من خلال (المبحث الثاني)".

<sup>1</sup>المادة25من الامر 06-03المتعلق بالعلامة التجارية .

<sup>2</sup>المواد من 26 الى 28 من الامر06-03، المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>3</sup>المادة14 من الامر 06-03، المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>4</sup>القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير2008، المتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية، لا سيما في المواد المتعلقة بالطعن في قرارات التسجيل امام القضاء الاداري. المعدل بموجب القانون 22-13 المؤرخ في 12 يوليو2022،الجريدة الرسمية العدد50، الصادر بتاريخ 13 يوليو2022.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### المبحث الاول:

#### الحماية المدنية للعلامة التجارية.

تعد الحماية المدنية للعلامة التجارية من أهم الآليات القانونية التي تكفل لصاحب لعلامة الدفاع عن مصالحها لتجارية والاقتصادية ضد كلاءة غير مشروع مس علامته.

فهي وسيلة قانونية تمنحها التشريعات، وعلى رأسها الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة في القانون الجزائري<sup>1</sup>، من أجل تمكين مالك العلامة من رفع دعوى مدنية ضد كل من يقلد أو يستعمل أو يسجل علامة مطابقة أو مشابهة لعلامتها لأصلية دون وجه حق، مما يؤدي إلى إلحاق ضرره سواء من حيث السمعة أو من حيث خسارة الزبائن وانخفاض الأرباح.<sup>2</sup>

وتقوم هذه الحماية على قواعد المسؤولية المدنية، حيث يشترط لقيامها توافر خطأ يتمثل في الاعتداء على العلامة، وضرر يلحق بصاحبها، وعلاقة سببية بين الفعل الضار والضرر.<sup>3</sup>

كما تكتسي الاتفاقيات الدولية أهمية بالغة في مجال حماية العلامة التجارية، إذ تمثل الاطار القانوني الذي ينظم كيفية صون هذه الحقوق على الصعيد العالمي، خاصة في ظل العولمة وتزايد حركة التجارة الدولية<sup>4</sup>. فهي تضمن توحيد المبادئ الأساسية للحماية، وتيسر سبل تسجيل العلامة وملاحقه المعتدين عليها في دول متعددة، مما يعزز ثقة المستثمرين ويشجع على التوسع التجاري دون خشية من التقليد أو الاستغلال غير المشروع للعلامة.

وانطلاقاً من الأهمية المتزايدة التي تحظى بها العلامة التجارية في المحيطين الدولي و الوطني، وتبعاً لتعدد الآليات القانونية التي تمكن صاحبها من حمايتها مدنياً، ارتأينا تقسيم هذا المبحث الى مطلبين رئيسيين: نتناول في المطلب الاول الحماية المدنية للعلامة التجارية في ضوء الاتفاقيات

<sup>1</sup> الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامة التجارية، ج ر، العدد 44، الصادر في 20 يوليو 2003.  
<sup>2</sup> بودريالة سميرة، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2018، ص 87.

<sup>3</sup> بودريالة سميرة، المرجع نفسه، ص 89.

<sup>4</sup> اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، المعدلة في استوكهولم سنة 1967، المادة 6 مكرر، التي صادقت عليها الجزائر في 9 يناير 1975، بموجب الأمر التنفيذي 75-02.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

الدولية، مع التركيز على اهمها، كاتفاقية باريس واتفاقية ترييس؛ تم نخرج في المطلب الثاني على الحماية المدنية في ظل التشريع الجزائري، من خلال دراسة الاحكام القانونية والوطنية التي تنظم حماية العلامة واليات التنظيم عند التعدي عليها.

### المطلب الأول:

#### الحماية المدنية للعلامة التجارية على المستوى الدولي

في ظل التوسع الهائل للتجارة الدولية وتشابك الاسواق عبر الحدود، برزت الحاجة الملحة الى توفير حماية فعالة للعلامة التجارية على المستوى الدولي، باعتبارها وسيلة تمييز ضرورية للسلع والخدمات، وركيزة اساسية في بناء الثقة بين المنتج والمستهلك. وتعد الحماية المدنية للعلامة التجارية احدى اهم اليات القانونية التي تهدف الى تمكين صاحب العلامة من الدفاع عن حقوقه ضد اي اعتداء او استعمال غير مشروع في الدول الاجنبية، سواء عبر التقليد او التزوير او الاستغلال غير المصرح به. وقد كرسات الاتفاقيات الدولية، وعلى راسها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، واتفاقية الجوانب المتصلة (ترييس) لسنة 1994، جملة من المبادئ القانونية التي تسمح بتوفير حماية مدنية فعالة وعابرة للحدود، بما يضمن لصاحب العلامة حق اللجوء الى القضاء الاجنبي ومطالبة بالتعويض ووقف التعدي.

وعليه، سنتناول فيما يلي الحماية المدنية للعلامة التجارية في ضوء اتفاقية باريس في (الفرع الاول)، على ان ننتقل بعد ذلك الى دراسة مظاهر هذه الحماية في اطار اتفاقية ترييس في (الفرع الثاني).

### الفرع الأول:

#### الحماية المدنية في ضوء اتفاقية باريس

تُعد اتفاقية باريس من الاتفاقيات الدولية البارزة في ميدان حماية الحقوق الصناعية. وقد تم إبرامها سنة 1883، ودخلت حيز التنفيذ في 7 يونيو 1884، ومنذ ذلك الحين خضعت لعدة

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

تعديلات. وتُعد هذه الاتفاقية أول إطار دولي ينظم حماية الملكية الصناعية، بما فيها العلامات التجارية، حيث تشكل مرجعاً أساسياً في القانون الدولي لحماية الملكية الفكرية.

وتبرز أهمية هذه الاتفاقية في كونها وضعت مبادئ أساسية يجب على الدول الأعضاء الالتزام بها لحماية الملكية الصناعية على أراضيها، إذ تمنح هذه الاتفاقية مواطني الدول الأعضاء نفس المعاملة التي تمنحها لمواطنيها، فيما يتعلق بحماية الحقوق الصناعية، مع مراعاة مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الحق في الأولوية.

وقد بلغ عدد الدول المنضوية تحت هذه الاتفاقية 177 دولة بحلول عام 1966، وانضمت الجزائر إليها في 16 مارس 1975، ما يؤكد رغبتها في الانخراط في المنظومة الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية.

### أولاً: اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

تركز اتفاقية باريس على ضمان حماية فعالة للعلامات التجارية عبر فرض التزامات على الدول الأعضاء لاحترام أحكام الاتفاقية وتطبيقها. وتُعد حماية العلامة التجارية جزءاً من حماية الملكية الصناعية عموماً، مما يجعل من الاتفاقية أداة رئيسية لضمان الحقوق التجارية على المستوى الدولي.

#### 1/مبدأ المعاملة الوطنية

تنص المادة 2 فقرة 1 و 2 من اتفاقية باريس على مبدأ المعاملة الوطنية، حيث تُلزم كل دولة عضو في الاتفاقية بمنح رعايا الدول الأخرى المنضوية في الاتفاقية نفس الحماية التي تمنحها لمواطنيها، فيما يخص العلامات التجارية وسائر عناصر الملكية الصناعية<sup>1</sup>.

ويعني ذلك أن الأجنبي المقيم في دولة عضو في الاتفاقية يتمتع بنفس الحقوق التي يتمتع بها المواطن، دون الحاجة إلى المعاملة بالمثل أو أي شروط إضافية. ويتضح من ذلك أن الاتفاقية تهدف إلى منع التمييز بين المواطنين والأجانب في ميدان حماية العلامة التجارية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>نور الدين مزهود، ياسين مقدم، حماية العلامة التجارية في ظل الاتفاقيات الدولية، مخبر الدراسات والبحوث القانونية والاسرة والتنمية الادارية، جامعة محمد بوضياف، مسلة، 2021، ص1982

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

لا يُشترط أن يكون صاحب الحق مواطناً في الدولة المعنية، وإنما يكفي أن يكون شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً يملك منشأة صناعية أو تجارية في دولة عضو في الاتفاقية. في هذه الحالة، يُعامل على قدم المساواة مع مواطني تلك الدولة من حيث الحماية القانونية.

### 2/ مبدأ الأولوية:

نصت المادة 4 من اتفاقية باريس على مبدأ الأولوية، والذي يتيح لكل من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد، أن يتمتع بحق الأولوية في التسجيل في بقية الدول الأعضاء، شرط أن يُقدّم الطلب خلال 6 أشهر من تاريخ التقديم الأول<sup>2</sup>.

### 3/ مبدأ استقلال العلامات التجارية

ينص هذا المبدأ في المادة 6 فقرة 3 من الاتفاقية، على أن العلامات المسجلة في بلد معين تُعتبر مستقلة عن العلامات المسجلة في باقي الدول الأعضاء. أي أن إلغاء أو بطلان العلامة في دولة ما لا يؤثر على سريانها أو حمايتها في دولة أخرى.

يساهم هذا المبدأ في ضمان استقلال التسجيل القانوني للعلامات بين الدول الأعضاء، بحيث يمكن لكل دولة أن تتخذ قراراتها بشأن العلامات بناءً على قانونها الداخلي دون الالتزام بقرارات الدول الأخرى<sup>3</sup>.

### 4/ مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة والتي لها الأسبقية

يُعد هذا المبدأ من المبادئ الكبرى التي تنص عليها اتفاقية باريس، حيث يُمكن لأي دولة عضو قبول تسجيل علامة تجارية أجنبية سبق تسجيلها في بلد المنشأ. ويهدف هذا النص إلى تيسير حركة العلامات التجارية عبر الحدود، وضمان الاعتراف بها دولياً. ويُعفي هذا المبدأ طالب الحماية من إعادة إجراءات الفحص والتحقق في كل مرة يُرغب فيها تسجيل العلامة بدولة جديدة. فبمجرد أن

<sup>1</sup> نور الدين مزهود، ياسين مقدم، المرجع السابق، ص1982.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص1983.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، نفس الصفحة.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

يتم تسجيل العلامة في بلد المنشأ، يكون من الممكن تسجيلها في دول أخرى بنفس الشكل والمضمون، بشرط احترام القواعد الإجرائية لكل دولة.<sup>1</sup>

الاتحاد الذي أشير إليه هنا هو اتحاد مدريد، والذي تُعد الاتفاقية الأساسية فيه المرجع القانوني لتنظيم تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي. وقد وضعت الاتفاقية قواعد واضحة تُتيح لأي دولة منضمة إليها أن ترفض تسجيل أي علامة لا تتفق مع شروطها. إلا أن رفض التسجيل لا يُمكن أن يكون تعسفياً، بل يجب أن يكون مبنياً على أسباب جدية ومُعلنة. وتُتيح المادة السادسة من الاتفاقية للدول الأعضاء إمكانية الامتناع عن منح الحماية أو تسجيل العلامة إذا لم يتم استخدامها في أراضيها خلال المدة المحددة.

### ثانياً: معاهدة قانون العلامات لسنة 1994

وضع قانون العلامات لسنة 1994 جملة من القواعد المنظمة لحماية الملكية الفكرية، والتي جاءت متماشية مع التوجهات الدولية، خاصة بعد اتفاقية تريبس سنة 1996. ويشمل هذا القانون تدابير تنفيذية متعددة، تبدأ من مرحلة الإيداع، وتصل إلى مرحلة التسجيل النهائي. ويُعتبر هذا القانون من القوانين الشاملة، حيث فُتح باب العضوية فيه أمام جميع الدول حول العالم، ويضم حالياً أكثر من 76 دولة، باستثناء الجزائر التي لم تنضم بعد إليه.

والغرض الأساسي من هذه المعاهدة هو تبسيط الإجراءات الإدارية والقانونية لتسجيل العلامات التجارية، وتوحيد تلك الإجراءات على الصعيد الدولي. ويُعطي النظام كل المزايا المرتبطة بالحماية، شريطة أن يُراعى تقديم طلب وطني في بلد المنشأ. ويُسمح أيضاً باستخدام العلامة في جميع الدول الأعضاء، وهذا ما يمنح الحماية الفعالة لحقوق المالك، ويُقلل من احتمالية التعدي عليها.

### 1/ تقديم طلب التسجيل كمرحلة أولى

تُتيح العلامة التجارية إمكانية تسجيل العلامة من خلال تقديم البيانات الأساسية، حيث يُعد هذا الإجراء أولى الخطوات، ويُعتبر الإطار القانوني لتقديم الطلب من اختصاص القضاء الوطني،

<sup>1</sup>نور الدين مزهود، ياسين مقدم، المرجع السابق، ص1985.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

وهو ما يُفسر التباين الواضح في القواعد القانونية المتعلقة بالعلامة والإجراءات المطلوبة، والتي تتضمن بشكل رئيسي تقديم طلب يتضمن البيانات الخاصة بالعلامة، والمنتجات أو الخدمات المراد ربط العلامة بها، بالإضافة إلى اسم طالب التسجيل ومكان إقامته، وكل من يتقدم بهذا الطلب شخصياً أو عبر وكيله القانوني. يتم ذلك بتقديم نموذج خاص تُدرج فيه كافة البيانات المطلوبة، والذي يُعد بمثابة عقد إداري يُبرم بين الجهة المختصة بالتسجيل وطالب الحماية. ويستند هذا العقد إلى مبدأ الإذعان، أي أن طالب التسجيل يلتزم بالشروط المفروضة عليه دون مناقشتها، بشرط أن تكون هذه الشروط مشروعة وغير مخالفة للنظام العام. وعلى الرغم من اختلاف الصياغات الشكلية لهذا النموذج، إلا أن مضمونه يكون في الغالب موحدًا من حيث المضمون القانوني. ويُشير بعض الفقه إلى أن هذه المرحلة تُعد شكلية، إلا أنها تمثل أولى الخطوات الجوهرية التي يُمكن من خلالها التحقق من حسن نية طالب التسجيل.

### 2/ التقييد المبدئي للإجراء المرتبط بالعلامة التجارية

تتناول هذه المرحلة الإجراءات الشكلية المرتبطة بالعلامة التجارية من تسجيل أو إعلان أو نشر. وتُظهر الممارسات في هذا المجال أن بعض الدول تتبع أسلوب التقييد المبدئي في السجلات الخاصة بالعلامات، ويُمنح طالب التسجيل رقمًا خاصًا يُعتمد عليه في جميع المراسلات اللاحقة، ولا يُمنح هذا الرقم إلا بعد التحقق من استيفاء كافة الشروط المطلوبة. ويُعتبر هذا التقييد أول مؤشر على أن الجهة المختصة قد تسلمت الطلب بشكل رسمي، ومن ثم تبدأ مرحلة الدراسة والفحص<sup>1</sup>.

### 3/ التجديد كمرحلة أخرى

تحدد القوانين مدة معينة للحماية الممنوحة بموجب التسجيل الأول، وتُحدد هذه المدة لفترات زمنية متتالية وفق شروط معينة، ويبدأ احتسابها من تاريخ تقديم الطلب الأول. وتُستلزم بعض القوانين أن تُقدم طلبات التجديد قبل انتهاء مدة الحماية، وغالبًا ما يكون هذا التجديد خاضعًا لدفع رسوم معينة. وقد تبنت تشريعات عديدة خيار التجديد دون اشتراط الاستخدام الفعلي للعلامة، طالما لم يتم تقديم اعتراضات أو طعون على ذلك. يُلاحظ كذلك أن العديد من القوانين الحديثة قد أقرت أن التجديد لا يُعد مرحلة مستقلة، بل امتدادًا قانونيًا للمرحلة السابقة من التسجيل، مما يُعزز من

<sup>1</sup> نور الدين مزهود، ياسين مقدم، المرجع السابق، ص1985

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

استمرارية الحماية القانونية. وتُقدم الطلبات غالبًا إلكترونيًا عبر منصات وواجهات رقمية، وقد وضعت مجموعة من النماذج الإرشادية المتعلقة بالإجراءات الإلكترونية لتيسير العملية.

كما لا يمكن مواجهة أي إيداع بمر الحق في هذه المرحلة، لأن مجرد التقديم لا يُعد سوى إجراء أولي، ما لم يصدر قرار نهائي بالتسجيل. ومن ثم فإن الإيداع بحقوق الملكية الصناعية لا يُعد صحيحًا إلا بعد قبول التسجيل بشكل نهائي. ويُعد ذلك ضمانًا لعدم تعارض الطلب مع طلبات أخرى قد تكون مودعة مسبقًا. وتجدر الإشارة إلى أن أغلب التشريعات تُلزم مكاتب التسجيل بفحص الطلبات وفقًا لمعيار التحقق من الأولوية، بحيث يتم رفض الطلبات اللاحقة في حال تعارضها مع طلبات أسبق، وذلك وفقًا لمعيار الأسبقية في تقديم طلب التسجيل الأول<sup>1</sup>.

### 4/مدى استغلال العلامات التجارية

نصت المادة 5 من اتفاقية باريس على أهمية استخدام العلامات المسجلة. فعدم استعمالها يُمكن أن يكون سببًا في إلغاء التسجيل. ويمنح هذا المبدأ الدول الأعضاء سلطة تقرير مصير العلامات غير المستعملة على أراضيها، ما دامت لا تتعارض مع المبادئ العامة للاتفاقية. ويُعد هذا الاستغلال شرطًا لاستمرار الحماية القانونية، ويُشترط أن يكون هذا الاستعمال فعليًا وليس صوريًا، أي أن يتم استخدام العلامة بصورة جدية في السوق على السلع أو الخدمات التي سُجلت من أجلها. وقد أكدت العديد من التشريعات على هذا المبدأ، واعتبرته شرطًا جوهريًا يُمكن من خلاله التأكد من جدية طالب الحماية ورغبته في الاستفادة من المزايا القانونية التي توفرها الاتفاقيات الدولية.

ويُعد نظام حماية العلامة التجارية وفقًا لهذه الاتفاقية قائمًا على مبدأ أن صاحب العلامة يستطيع تقديم طلب الحماية من بلده الأصلي، وإذا تم قبول الطلب، فإن الحماية تمتد تلقائيًا إلى باقي الدول المنضمة إلى الاتحاد، إلا إذا قررت إحدى هذه الدول رفض الطلب خلال الفترة القانونية المحددة. ويعني هذا أن التسجيل الدولي يُعد بمثابة حزمة واحدة تشمل جميع الدول المختارة، مما يُسهل على أصحاب العلامات إجراءات التسجيل ويوفر الوقت والجهد. ومع ذلك، فإن هذا النظام لا يُعتبر بديلًا عن التسجيل الوطني، بل يُعتبر مكملًا له، ويُتيح للأطراف فرصة أوسع لحماية علاماتهم

<sup>1</sup>نور الدين مزهود، ياسين مقدم، مرجع السابق، ص1985.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

في الخارج. ومن الجدير بالذكر أن بعض الدول الأعضاء في الاتحاد لم تفعل بعد هذا النظام بشكل كامل، إما لأسباب تقنية أو لاعتبارات تشريعية داخلية<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني:

#### الحماية المدنية في ضوء اتفاقية تريبس

لقد أدرج النظام التجاري العالمي ضمن أحكام الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة لسنة 1948، والتي تُعد من أبرز الاتفاقيات في العصر الحديث. وكان الهدف من هذه الاتفاقية هو خفض الرسوم الجمركية والحواجز التجارية، وتنظيم التجارة الدولية، مع توفير بيئة مناسبة تضمن معاملة تجارية عادلة بين مختلف الدول.

شهدت هذه الاتفاقية عدة جولات من المفاوضات بدأت منذ عام 1949 في تركيا، وتتابع عبر السنوات، مثل جولة جنيف عام 1956، وجولة ديلون سنة 1960، ثم جولة كينيدي عام 1964، وجولة طوكيو في 1979، وانتهاءً بجولة أوروغواي عام 1986.

غير أن هذه الاتفاقيات ظلت لفترة طويلة تركز بشكل أساسي على المنتجات الصناعية، وأغفلت إلى حد كبير ما يتعلق بالملكية الفكرية، مما أضر بمصالح الدول الصناعية التي كانت تعتمد على السلع ذات الطابع المعرفي. ومع ازدياد المنافسة في الأسواق العالمية، أصبح من الضروري تقوية حماية حقوق الملكية الفكرية، خاصة مع زيادة حالات القرصنة وتزوير المنتجات وانتهاك براءات الاختراع. وقد مثلت جولة أوروغواي التي انطلقت سنة 1986 بداية هذه المفاوضات الجديدة، حيث نجحت الدول المشاركة، بعد مفاوضات طويلة، في التوصل إلى اتفاق شامل يوازن بين مصالح الدول المتقدمة والنامية، وتقرر في نهايتها التطرق لموضوع الملكية الفكرية من زاوية تجارية صرفة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> نور الدين مزهود، ياسين مقدم، المرجع السابق، ص 1985.

<sup>2</sup> زرواني نادية، اتفاقية تريبس وتأثيرها على الدول النامية، بحوث جامعية، الجزء الأول، العدد 09، جامعة الجزائر، 2016، ص 11.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### اولا: مبادئ اتفاقية تريبس

لقد جاءت هذه الاتفاقية لتوحيد الادني من معايير الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك العلامة التجارية على مستوى دول الاعضاء. وترتكز اتفاقية تريبس على جملة من المبادئ العامة، ابرزها مبدأ المعاملة الوطنية، ومبدأ الدولة الاولى بالرعاية، اضافة الى تحقيق التوازن بين مصالح الجمهور العام، لا سيما في مجالات الصحة والتعليم والتكنولوجيا. وقد ادت هذه المبادئ الى تعزيز حماية العلامة التجارية دوليا، وفرضت التزامات تشريعية على الدول، من بينها الجزائر، لتكييف قوانينها الوطنية بما يتماشى مع احكام الاتفاقية. ويتم التفصيل في كل ميا من هذه المبادئ في النقاط التالية:

### 1/مبدأ المعاملة الوطنية:

الأساس الذي يقوم عليه هذا المبدأ هو تحقيق المساواة في المعاملة، إذ يُشترط أن يُعامل عضو في اتفاقية تريبس مواطني باقي الدول الأعضاء بالطريقة نفسها التي يعامل بها مواطني بلده. وقد جاء في المادة 3 الفقرة 1 من الاتفاقية ما يفيد ذلك بوضوح، حيث نصت على ضرورة منح كل دولة عضو معاملة لا تقل عن تلك الممنوحة لمواطنيها، في ما يتعلق بحماية الحقوق المذكورة في الاتفاقية. وبالتالي، فإن تطبيق مبدأ المعاملة الوطنية يعني التزام الدولة بمنح الأجانب من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية المعاملة ذاتها التي تمنحها لمواطنيها، دون تمييز، سواء من حيث الحقوق أو الإجراءات. لكن هذا الالتزام يخضع لاستثناءات محددة نصت عليها الاتفاقية، وهي تتعلق بما يلي:

- يجوز للدولة استثناء بعض المسائل من مبدأ المعاملة الوطنية، ما دامت هذه الاستثناءات تقع ضمن الحدود المسموح بها في الاتفاقيات الدولية، خاصة اتفاقية تريبس، سواء كانت إجراءات قضائية أو إدارية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

- ينبغي أن تُراعى القوانين واللوائح الوطنية السارية، ما دامت لا تتعارض مع جوهر مبدأ المعاملة الوطنية، خاصة إذا تعلقت هذه القوانين بظروف ضريبية خاصة أو رسوم مماثلة<sup>1</sup>.

من المهم الإشارة إلى أن هناك اختلافاً جوهرياً بين مبدأ المعاملة الوطنية في اتفاقية تريبس ومثيله في الاتفاقيات الأخرى. ففي حين تطبق بعض الدول هذا المبدأ على المنتجات فقط، تتوسع تريبس لتشمله ليطال الأفراد كذلك. ويُفهم من ذلك أن الدول ملزمة بمعاملة مواطني الدول الأعضاء مثل مواطنيها، دون انتقاص من الحقوق، وهو ما يعزز وضوح التزام الدول الأعضاء بمنح الحماية القانونية الكاملة<sup>2</sup>.

### 2/ مبدأ الدولة الأولى بالرعاية:

يُعد هذا المبدأ مكملاً لمبدأ المعاملة الوطنية، وهو يعني أن أية ميزة أو أفضلية أو امتياز تمنحه دولة ما لسلعة أو لمواطن من دولة معينة، يجب أن يُمنح لمواطني جميع الدول الأعضاء الأخرى في الاتفاقية دون تمييز.

وتكمن أهمية هذا المبدأ في تحقيق المساواة بين الدول الأعضاء، وضمان عدم تفضيل بعض الشركاء التجاريين على حساب الآخرين. وهذا ما أكدت عليه المادة 4 من اتفاقية تريبس، التي نصت على ضرورة منح كل امتياز يتم منحه لأي دولة عضو، لكافة الدول الأعضاء الأخرى.

ومع ذلك، فإن تطبيق هذا المبدأ قد يتفاوت بحسب نوع الحماية الممنوحة، فبعض أنواع الحماية قد تُطبق بدرجات مختلفة بحسب طبيعة العلاقة بين الدول. غير أن التزام الدول بتطبيق هذا المبدأ يعزز من الشفافية والتكافؤ في المعاملة، ويُعد من الركائز الأساسية في النظام التجاري متعدد الأطراف<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>زواني نادية، المرجع السابق، ص14.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، ونفس الصفحة.

<sup>3</sup>المرجع نفسه، ونفس الصفحة.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### 3/ مبدأ الحد الأدنى للحماية:

يقضي هذا المبدأ بأن تلتزم الدولة العضو بتوفير مدة حماية قانونية لحقوق الملكية الفكرية لا تقل عن تلك التي تقرها اتفاقية تريبس. وبذلك، يُفترض أن توفر الدولة العضو مستوى أدنى من الحماية كما هو وارد في نصوص الاتفاقية، ويُسمح لها برفع هذا المستوى إن رغبت بذلك، ولكن لا يجوز لها أن توفر حماية أدنى من الحد المنصوص عليه في الاتفاقية. ويُفهم من ذلك أن الدولة العضو غير ملزمة بمنح حقوق الملكية الفكرية لمدة أطول مما ورد في اتفاقية تريبس، إلا إذا رغبت بذلك طوعاً، بشرط ألا تتعارض هذه الحماية مع نصوص الاتفاقية. كما أن تطبيق هذا المبدأ في بعض الحالات قد يؤدي إلى حماية أوسع لحقوق الملكية الفكرية، خاصة إذا ما كانت التشريعات الوطنية للدولة العضو تمنح حماية تمتد لما بعد الحدود الدنيا التي أرستها اتفاقية تريبس<sup>1</sup>.

### ثانياً: مزايا اتفاقية تريبس للدول النامية

عارضت الدول النامية بشدة إدراج الملكية الفكرية ضمن مفاوضات جولة أوروغواي، معتبرة أن منظمة WIPO قادرة على إدارة هذه الاتفاقيات. لكن الدول المتقدمة، وخاصة الولايات المتحدة، سعت إلى إدخال هذه الأحكام ضمن النظام التجاري، مما أدى إلى إدراج مبادئ WIPO في الاتفاق الجديد، رغم تحفظ مجموعة كبيرة من الدول النامية على ذلك. بالرغم من ذلك، استفادت الدول النامية من عدة مزايا نتيجة هذا الاتفاق، منها: تسهيل اندماجها في الاقتصاد العالمي وزيادة فرصها في الأسواق الدولية، و تنظيم تدفقات السلع والخدمات، فرض قواعد موحدة تحكم العلاقات التجارية، ما يمنح الدول النامية معاملة أكثر عدلاً.

كما نصت الاتفاقية على مبدأ المعاملة الخاصة للدول النامية، خاصة في: إدراج بنود تمنحها وقتاً أطول لتطبيق التزاماتها، والسماح بتقديم مساعدات تقنية ومالية، دعم مشاركتها الفعالة في التجارة العالمية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> نور الدين مزود، ياسين مقدم، المرجع السابق، ص 1987 إلى 1990.

<sup>2</sup> رواني نادية، المرجع السابق، ص 16.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### • فترات السماح:

سمحت الاتفاقية بفترات انتقالية لتطبيق أحكامها، حيث مُنحت الدول النامية مدة حتى 1 جانفي 1995 لبدء التنفيذ، مع تمديدات خاصة لبعض المواد كالمواد 65 إلى 67. وقد خصصت هذه الفترات لمراعاة ظروف الدول النامية، ولتمكينها من التكيف مع متطلبات حماية حقوق الملكية الفكرية، في ظل التحديات التي تواجهها، مثل نقص الموارد الفنية والتقنية.

وبهذا، تتضح ضرورة حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي من خلال توافق جماعي حول مفاهيم الحماية ومدتها وشروطها، مع اعتماد اتفاقيات تضع معايير عامة لتضمن حماية متساوية للعلامة التجارية في جميع الدول.

### المطلب الثاني :

#### حماية المدنية للعلامة التجارية على المستوى الوطني

تعد الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري احدى الدعائم الاساسية لصون حقوق اصحاب العلامات من التعدي والاستغلال غير المشروع، وذلك في اطار سعي المشرع الى تنظيم بيئة قانونية تواكب متطلبات الاقتصاد الحديث وتحمي الاستثمار. وقد كرس المشرع الجزائري هذه الحماية من خلال الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>1</sup> الذي يتضمن جملة من الاحكام والاجراءات المدنية التي تتيح لصاحب العلامة اللجوء الى القضاء قصد المطالبة بوقف الاعتداء و التعويض عن الاضرار. ولتفصيل الحماية المدنية التي يوفرها التشريع الجزائري لصاحب العلامة التجارية، من الضروري التوقف عند بعض المفاهيم القانونية والاليات التي تشكل الاساس هذه الحماية. ويأتي في مقدمتها دعوى المنافسة غير المشروعة، التي تعد من ابرز الوسائل القانونية لمواجهة الاعتداءات التي تمس العلامة التجارية دون ان تكون هناك علامة مقلدة بالمعنى الضيق، وهو ما سنتناوله في الفرع الاول. اما في الفرع الثاني، فسنبحث في وسائل الحماية المدنية التي يقرها القانون لصاحب العلامة، من خال الاجراءات التي يمكن مباشرتها امام القضاء المختص لردع التعدي وجبر الضرر.

<sup>1</sup> الامر 06-03 المتعلق بالعلامة التجارية.

### الفرع الاول:

#### مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

تعد دعوى المنافسة غير المشروعة من الدعاوى المدنية التي تهدف الى حماية النشاط التجاري المشروع من التصرفات التي تخرج عن اطار المنافسة الشريفة وتلحق ضررا بفاعلي السوق، ومن بينهم اصحاب العلامات التجارية. وتمثل هذه الدعوى وسيلة فعالة للتصدي للتعديات التي لا تقوم بالضرورة على تقليد العلامة، بل تشمل لوكيات تجارية غير نزيهة تمس بسمعة المنتج او تزرع اللبس في ذهن المستهلك. ومن اجل الاحاطة بمضمون هذه الدعوى، سنتناول في هذا الفرع تعريفها والاساس القانوني الذي تستند اليه في التشريع الجزائري، الى جانب الشروط اللازمة لرفعها، والاليات المعتمدة لاثبات عناصرها امام القضاء.

#### أولا: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

يقصد بالمنافسة غير المشروعة قيام التاجر بممارسات تخالف القانون، أو تمس بمبادئ الشرف والأمانة والنزاهة التي يقوم عليها النشاط التجاري، وتؤدي إلى إلحاق ضرر بتاجر آخر نتيجة تحويل عملائه أو التأثير على سمعته التجارية. وقد نصت المادة 10 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية على أن دول الاتحاد ملزمة باتخاذ التدابير اللازمة لمنع جميع أشكال المنافسة غير المشروعة، ومنها:

- استخدام وسائل من طبيعتها إحداث لبس بسمعة منشأة منافسة.
- إطلاق ادعاءات خاطئة قد تسيء إلى سمعة منافس أو منتجاته.
- تقديم معلومات مضللة قد تضلل الجمهور بخصوص طبيعة المنتج أو خصائصه أو صلاحيته للاستخدام<sup>1</sup>.

وبالتالي، فإن أية ممارسة قد تؤدي إلى تضليل الجمهور بشأن المنتج أو شكله أو طريقة عرضه تُعد منافسة غير مشروعة.

<sup>1</sup> رقيقة بسكري، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة البحوث للدراسات الاكاديمية، المجلد 06، العدد 02، جامعة باتنة 1، الجزائر، سنة 2019، ص 405.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

ثانياً: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

تُؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة على المسؤولية التقصيرية، فهي تُعد مبدأً في حماية العلامة غير المسجلة، وتُعتبر دعوى مدنية فقط، إلا أنه يمكن حمايتها جزائياً كذلك. فبحسب المادة 124 من القانون المدني الجزائري فإنه: "كل فعل، أيًا كان، يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير، يُلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض". فإذا قام شخص بعمل غير مشروع وسبب ضرراً للغير، يُلزم بتعويض المتضرر عما أصابه جراء ذلك الفعل. كما تنص المادة 26 من القانون رقم 02-04 على حظر جميع الممارسات التجارية غير المشروعة التي تضر بالمنافسة، سواء كانت تضليلية أو خادعة أو تهدف للإساءة للغير، مثل التشهير الاقتصادي الذي يضر بسمعة التاجر من خلال نشر معلومات خاطئة عن منتجاته أو خدماته، أو تقليد علامته التجارية بنية كسب زبائنه بطريقة غير نزيهة. وتُعد هذه الأفعال منتجات أو خدمات منافسة غير مشروعة. وقد اعتمد المشرع الجزائري في هذا الشأن على مبادئ المسؤولية المدنية العامة لتعويض المتضرر، كون دعوى المنافسة غير المشروعة تهدف لحماية الحقوق بصرف النظر عن طبيعة الأضرار التي لحقت بالضحية، حتى ولو لم تكن العلامة مسجلة. ومع ذلك، فإن تسجيل العلامة يمنح حماية أقوى، ويوفر وسيلة فعالة لحماية مصالح التاجر في السوق ومكافحة الأفعال المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>.

### ثالثاً: شروط دعوى المنافسة غير مشروعة

يهدف المشرع الجزائري، من خلال تنظيم دعوى المنافسة غير المشروعة، الى حماية التاجر المتضرر، والحفاظ على نزاهة السوق، ومنع الممارسات التي تضر بالمنافسين او تضلل المستهلك. ومن الشروط القانونية التي تثبت وقوع الفعل الضار وتحدد مسؤوليته، ومن ابرز هذه الشروط: (الخطأ، و الضرر، والعلاقة السببية). وسنتناول في التفصيل من خلال النقاط التالية:

#### 1- الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة

يشترط لقيام هذه الدعوى أن يكون المدعى عليه قد ارتكب فعلاً يتعارض مع القوانين، أو الأعراف، أو العادات التجارية، أو قواعد النزاهة والشرف المهني. وقد يكون هذا الفعل إيجابياً (أي

<sup>1</sup> رفيقة بسكري، المرجع السابق، ص411.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

القيام بعمل)، أو سلبياً (الامتناع عن القيام بعمل)، مما يؤدي إلى إلحاق ضرر بالغير دون وجود حق يبرر هذا التصرف. وقد نصت الفقرة الثالثة من المادة العاشرة من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية على مجموعة من الأفعال التي تُعد من قبيل المنافسة غير المشروعة، وتشمل:

كل الأعمال التي من شأنها، بأي وسيلة، أن تؤدي إلى إحداث لبس بسمعة منشأة أحد المنافسين، أو منتجاته، أو نشاطه التجاري أو الصناعي. إطلاق ادعاءات مخالفة للحقيقة عند مزاوله التجارة، والتي يكون من طبيعتها زعزعة الثقة في منشأة أحد المنافسين أو في منتجاته أو نشاطه.

استخدام بيانات أو ادعاءات في المجال التجاري تؤدي إلى تضليل الجمهور بخصوص طبيعة السلع، أو مصدرها، أو خصائصها، أو مدى صلاحيتها للاستعمال، أو كميتها. كما تضمنت المادة ذاتها صوراً متعددة للمنافسة غير المشروعة، من أبرزها:

- إحداث اللبس والخلط بين المنشآت.
- إطلاق ادعاءات كاذبة.
- تحريض العاملين داخل المنشأة المنافسة على الإضراب.

وقد استقر الفقه والقضاء على أن الأفعال التي لا تتوافق مع مبادئ الأمانة، والنزاهة، والشرف في المعاملة التجارية تُعد من قبيل المنافسة غير المشروعة. ولا يُشترط لتوصيف المنافسة بأنها غير مشروعة توفر سوء نية صريح أو تحقق ضرر فعلي، بل يكفي أن يصدر الفعل دون وجه حق أو دون مراعاة الحذر الواجب<sup>1</sup>.

### 2- الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة

لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة ، يجب أن يكون هناك ضرر لحق بالمدعي نتيجة للأفعال غير المشروعة التي قام بها المنافس. فالإي جانب شرط الخطأ، يجب توفر عنصر الضرر الناتج عن هذا الخطأ، إذ لا محل للمسؤولية إذا لم يترتب على المنافسة غير المشروعة أي ضرر. ويشمل هذا الضرر نوعين:

<sup>1</sup> رقيقة بسكري، المرجع السابق، ص413.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### أ-الضرر المادي:

يُعدّ الضرر المادي من أهم النتائج المترتبة عن التعدي على العلامة التجارية، إذ يمس مباشرة المصالح الاقتصادية والتجارية لصاحب العلامة. ويتجلى هذا الضرر في صور متعددة، أبرزها فقدان الأرباح المحتملة نتيجة استغلال الغير للعلامة بدون وجه حق، وتراجع المبيعات بفعل التشويش على المنتج الأصلي، وكذا المساس بقيمة العلامة في السوق نتيجة استعمالها بطريقة غير مشروعة تؤدي إلى إضعاف مكانتها التنافسية. وقد أقرّ المشرع الجزائري الحماية من هذا النوع من الضرر من خلال الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، حيث نص في المادة 30 منه على أن: \*كل من استعمل علامة مملوكة للغير أو مقلدة عن قصد، يلتزم بتعويض الضرر الذي لحق بصاحبها نتيجة هذا الفعل\*<sup>1</sup>. كما أجاز لصاحب العلامة المتضرر رفع دعوى مدنية للمطالبة بالتعويض وجبر الخسائر المالية، استناداً إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية المنصوص عليها في المواد من 124 إلى 140 من القانون المدني الجزائري<sup>2</sup>، والتي تقضي بضرورة توافر الخطأ والضرر والعلاقة السببية لقيام المسؤولية. ويثبت الضرر المادي عادة عن طريق الوثائق المحاسبية، وتقارير الخبرة، وبيانات الأرباح السابقة، ما يُمكن القاضي من تقدير الخسائر المالية الفعلية التي لحقت بالضحية.

### ب-الضرر المعنوي أو الالبي :

إلى جانب الضرر المادي، قد يترتب عن التعدي على العلامة التجارية ضرر معنوي أو أدبي لا يقل أهمية، ويتمثل في المساس بسمعة صاحب العلامة أو مكانته التجارية في السوق، وكذا إضعاف الثقة في منتجاته أو خدماته لدى المستهلكين، بسبب ما يُحدثه الاعتداء من تشويه لصورة العلامة أو ربطها بمنتجات مغشوشة أو ذات جودة رديئة. ويعترف القضاء الجزائري بإمكانية المطالبة بالتعويض عن هذا النوع من الضرر، وإن كان يصعب تقديره مادياً، إذ يُترك تقديره لسلطة القاضي وفقاً لما يستخلصه من ملاحظات الدعوى، شريطة إثبات التأثير السلبي الذي لحق بالاسم التجاري أو بسمعة النشاط نتيجة التعدي. ويستند هذا الحق في التعويض إلى القواعد العامة في المسؤولية

<sup>1</sup>المادة 30 من الامر رقم 03-06 ، المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup>المواد 124 الى 140 من القانون المدني الجزائري.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

المدنية المنصوص عليها في المادة 124 من القانون المدني الجزائري، التي تنص على أن: \*كل فعل يرتكبه الإنسان عن قصد أو عن غير قصد، يسبب ضرراً للغير، يلزم من كان سبب هذا الضرر بالتعويض"<sup>1</sup>. وقد قضت المحكمة العليا في عدة مناسبات بأحقية المدعي في الحصول على تعويض معنوي عندما يثبت أن التعدي على علامته التجارية ألحق به ضرراً في سمعته التجارية أو ألحق الارتباك لدى الجمهور<sup>2</sup>. ويثبت هذا الضرر من خلال الإعلانات الكاذبة، أو تشابه العلامات على نحو يسبب الخلط في ذهن المستهلك، أو الانخفاض في تقييم السوق للعلامة الأصلية. ويجب على المدعي إثبات وقوع الضرر، ولا يشترط أن يكون الضرر قد وقع فعلاً، بل يكفي أن يكون محتملاً الوقوع في المستقبل، ويستخلص ذلك من الأساليب والأعمال التي تلحقها لأذى بصاحب الرسم أو النموذج.

### 3-العلاقة السببية

تنص القواعد العامة للمسؤولية على ضرورة وجود خطأ من جانب المدعي عليه يكون السبب الكافي والمباشر لحدوث الضرر، حتى تقوم مسؤولية الفاعل. وفي حال كانت الدعوى قائمة على أساس غير مشروع، فإن القضاء يشترط وجود خطأ يُستدل منه على الضرر. أما إذا لم يُثبت الخطأ، فلا تُقبل الدعوى. وفي بعض الحالات التي يصعب فيها الإثبات، يُعد وجود رابطة سببية بين الخطأ والضرر أمراً معقداً، خاصة إذا كان الضرر محتملاً لا مؤكداً. وعندما يثبت المتضرر العلاقة السببية، يفترض القضاء أن هناك ممارسة مخالفة تسببت في الضرر، ويُعد ذلك قرينة على توافر العلاقة بين الخطأ والنتيجة الضارة. وفي القواعد العامة للمسؤولية المدنية، لا يُعتمد بما يسمى بـ"قرينة الإسناد" إلا في حالات محددة كحوادث السير، حيث تُخفف العلاقة السببية. أما في الحالات العادية، فعلى المتضرر أن يثبت العلاقة السببية بشكل واضح حتى تُقبل دعواه<sup>3</sup>.

كما تُعد العلاقة السببية من العناصر الجوهرية لقيام المسؤولية المدنية في دعوى المنافسة غير المشروعة، فهي الركن الذي يربط الفعل غير المشروع (سلوك المنافس) بالضرر

<sup>1</sup>المادة 124 من الامر 75-58 المتعلق بالقانون المدني.

<sup>2</sup>قرار المحكمة العليا، ملف رقم 0700735، جلسة 2013/09/25، الغرفة التجارية والبحرية، منشور بمجلة المحكمة العليا، العدد الخاص بسنة 2014.

<sup>3</sup>رقيقة بسكري، المرجع السابق، ص 414.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

الذي لحق بالمدعى. ويُقصد بالعلاقة السببية أن يكون الضرر نتيجة مباشرة للفعل الذي قام به المنافس، أي أن يكون هناك رابط واقعي وقانوني بين التصرف غير المشروع - كاستعمال علامة مشابهة، أو نشر إعلانات مضللة، أو تشويه سمعة الغير - وبين الخسارة التي يدعيها صاحب الحق. ويستلزم إثبات هذه العلاقة تقديم دلائل موضوعية تُظهر أن الضرر لم يكن ليقع لولا سلوك المدعى عليه. وفي حال انتفاء العلاقة السببية، تُرفض الدعوى حتى وإن توافر الخطأ والضرر، لأن المسؤولية لا تقوم إلا باجتماع الأركان الثلاثة وفقاً لما نصت عليه المادة 124 من القانون المدني الجزائري، التي تشترط لقيام المسؤولية أن يكون هناك فعل ضار، وضرر، وعلاقة سببية<sup>1</sup>.

وفي إطار دعوى المنافسة غير المشروعة، يكون إثبات العلاقة السببية أكثر تعقيداً من الدعاوى المدنية العادية، نظراً للطبيعة التجارية التقديرية للضرر، وكون السوق يتأثر بعوامل متعددة. لذا تلعب قرائن الواقع وتقارير الخبرة دوراً محورياً في مساعدة القاضي على استخلاص هذه العلاقة. على سبيل المثال، إذا ثبت أن استعمال المدعى عليه لعلامة مشابهة أدى إلى خلط فعلي لدى الجمهور، ونتج عن ذلك تراجع مبيعات المدعى، فإن ذلك يشكل قرينة قوية على وجود علاقة سببية. وقد اعتمدت المحكمة العليا الجزائرية هذا التوجه في العديد من قراراتها، مؤكدة على ضرورة إثبات أن الضرر الذي لحق بالمدعى هو النتيجة المباشرة والمترتبة عن فعل المنافس غير المشروع<sup>2</sup>.

كما أن العلاقة السببية لا يشترط فيها أن تكون حصرية، بل يكفي أن يكون الفعل غير المشروع عاملاً رئيسياً في وقوع الضرر، حتى لو شاركته عوامل أخرى، ما دام من الممكن عزو الجزء الجوهرى من الضرر إليه. وهو ما يتماشى مع التوجهات الحديثة في فقه وقضاء المسؤولية المدنية، التي تميل إلى المرونة في الإثبات، مراعاةً لخصوصيات المعاملات التجارية والتنافسية، ولصعوبة تقديم أدلة قاطعة في كثير من الأحيان.

<sup>1</sup>المادة 124 من القانون المدني الجزائري.

<sup>2</sup>قرار المحكمة العليا الجزائرية، العرفة التجارية و البحرية، ملف رقم 1017743، جلسة 2018/10/20، منشور في المجلة القضائية، العدد 1، سنة 2019، ص 203.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### رابعاً:آليات اثبات دعوى المنافسة غير المشروعة

تُعدّ دعوى المنافسة غير المشروعة التي تُرفع لحماية حقوق الملكية الصناعية من الدعاوى التي يتوجب على المدعي إثباتها أمام القضاء، ويقع عليه عبء تقديم الأدلة والوسائل التي تثبت دعواه، وفقاً لما نصت عليه المادة 2/58 من الأمر 07/03، والمادة 29 من الأمر 03/06، وكذلك المادة 2/25 من الأمر 08/86. ويتحدد المركز القانوني للدعوى بناءً على ما تُقدمه من أدلة، وما تُحدثه من آثار على الواقع القانوني.

فإذا ثبت وقوع الاعتداء وثبتت نتائجه، يُمكن للقاضي أن يُطبق القاعدة القانونية على من أنكر أو من أخل بها. ويشمل ذلك كل تصرف من شأنه أن يُحدث التباساً لدى المستهلك حول مصدر المنتجات أو الخدمات أو طبيعتها أو حتى هويتها. وقد تضمنت قوانين الملكية الصناعية بعض وسائل الإثبات التي تُعتبر ملزمة، ومنها نذكر:

#### 1/انتقال المحكمة للمعاينة:

تُعدّ المعاينة إجراءً تقوم به المحكمة بهدف الاطلاع على الوقائع كما هي في طبيعتها، ومحاولة فهمها بعيداً عن تضارب الأقوال بين الخصوم. ويُشكل هذا الإجراء وسيلة لإزالة الغموض وتمكين القاضي من تكوين قناعة شخصية بشأن الواقعة المعروضة عليه. كما يُمكن للمحكمة إجراء المعاينة من تلقاء نفسها أو بناءً على طلب المدعي، خاصة في الحالات التي يتم فيها الادعاء بوقوع أفعال غير مشروعة تتطلب فحصاً مادياً.

ويُعدّ هذا الإجراء جوازياً يخضع لتقدير القاضي، وفقاً لما نصّت عليه المادة 27 من الأمر 06/03، وهو ما يتماشى أيضاً مع القواعد العامة للإثبات المنصوص عليها في المواد من 56 إلى 60 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، حيث يُعدّ مكان الاعتداء من العناصر الحاسمة التي يُمكن أن يُبنى عليها الحكم.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### 2/محاضر إثبات الحالة:

يُعد هذا الإجراء من الوسائل التي يطلبها المدعي إذا كانت الأفعال المرتكبة غير مشروعة وواضحة للعيان، أو يُخشى اختفاؤها مع مرور الوقت. فمحضر إثبات الحالة لا يُعتبر دليلاً قطعياً في ذاته، وإنما هو مجرد وسيلة تخضع لتقدير القاضي، ويستعين بها وفقاً لقناعته ومدى اقتناعه بمحتواها، بعد تقييمه للوقائع المطروحة. وغالباً ما يُكلف بهذا الإجراء أهل الخبرة من ذوي الدراية الميدانية، ليقوموا باستقصاء الجوانب الفنية التي يصعب على القاضي الإلمام بها بمجرد الاطلاع على أوراق القضية. ولهذا، يُعد هذا الإجراء مهماً جداً في قضايا الملكية الصناعية، حيث يُمكن القاضي من تكوين فكرة أوضح عن القضية من خلال ما يُقدمه الخبراء. وقد نظمت المادة 34 من الأمر 06/03 هذا الإجراء، كما أشار إليه أيضاً قانون الإجراءات المدنية والإدارية في المادة 47، وهو ليس إجراءً إلزامياً، بل جوازي تُقدّره المحكمة وفقاً لظروف كل قضية.

### 3/ندب الخبراء:

يعد هذا الإجراء مهماً حين تكون الجوانب الفنية للقضية معقدة، ويحتاج القاضي لرأي أهل الاختصاص لفهم تفاصيلها الدقيقة. ويُكلف به القاضي خبيراً فنياً لمساعدته في إصدار حكمه، خاصة إذا لم يكن بالإمكان تكوين قناعة تامة من الوثائق فقط<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني:

### وسائل الحماية المدنية للعلامة التجارية

تُعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية الفكرية التي تحظى بحماية قانونية متزايدة نظراً لأهميتها الاقتصادية ودورها في تمييز المنتجات والخدمات في السوق. ولضمان هذه الحماية، أقر المشرع الجزائري جملة من الوسائل القانونية التي تتيح لصاحب العلامة الدفاع عن حقوقه في مواجهة كل اعتداء أو استعمال غير مشروع. وفي هذا السياق، يمكن تصنيف وسائل الحماية المدنية إلى قسمين أساسيين: أولاً الوسائل التقليدية، التي تشمل الإجراءات القضائية المدنية

<sup>1</sup> رقيقة بسكري، المرجع السابق، ص 417.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

كالدعوى لوقف الاعتداء والتعويض عن الضرر؛ وثانياً الوسائل الإلكترونية، التي فرضتها التطورات الرقمية الحديثة وتتمثل في آليات الحماية على الإنترنت، خاصة في مواجهة الاعتداءات التي تتم عبر الفضاء الرقمي كالقرصنة أو استعمال العلامة دون ترخيص في المواقع والمنصات الإلكترونية. ويقتضي فهم هذه الوسائل التطرق إلى كل صنف منها على حدة، مع إبراز فعاليته في حماية أصحاب الحقوق التجارية.

### اولاً: الوسائل التقليدية لحماية العلامة التجارية مدنياً

تمثل الوسائل التقليدية حجر الأساس في حماية العلامة التجارية مدنياً، إذ توفر لصاحب العلامة إطاراً قانونياً يمكنه من التصدي لكل فعل يُشكل تعدياً على حقوقه. وتستند هذه الوسائل إلى قواعد المسؤولية المدنية والمبادئ العامة التي تحكم الدعوى المدنية، مما يتيح للمتضرر المطالبة بوقف التعدي وجبر الضرر. ورغم ما شهده العالم من تطورات رقمية أثرت على طبيعة الاعتداءات، تبقى هذه الوسائل ذات أهمية بالغة في التصدي للانتهاكات الواقعية والمادية للعلامة. وتتوسع هذه الوسائل لتشمل دعوى التعدي، ودعوى المنافسة غير المشروعة، وغيرها من الإجراءات القضائية الرامية إلى ضمان الحماية القانونية للعلامة التجارية وفرض احترام الحقوق الممنوحة لصاحبها بموجب التشريع الجزائري.

### 1/ دعوى وقف التعدي:

تعد دعوى وقف التعدي من أهم وسائل الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، إذ تهدف إلى وضع حد للاعتداء الواقع على العلامة، سواء كان هذا الاعتداء متمثلاً في تقليد العلامة أو تزويرها أو استعمالها من دون ترخيص من مالكيها الشرعي، وهو ما يشكل انتهاكاً صريحاً للحق الاستثنائي المخول لصاحب العلامة المسجلة. وتقبل هذه الدعوى أمام القضاء متى توفرت مجموعة من الشروط، أهمها أن تكون العلامة محل الاعتداء محمية قانوناً عن طريق تسجيلها وفقاً لأحكام المادة 3 من القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>1</sup>، والتي تنص على أن العلامة هي كل إشارة يمكن إدراكها بالبصر وتستخدم لتمييز منتجات أو خدمات وتسجل في سجل

<sup>1</sup>المادة 03 من القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

العلامات. كما يجب أن يكون هناك فعل تعدّي مادي من قبل الغير يتمثل في استعمال العلامة أو علامة مشابهة لها دون وجه حق، وهو ما تناولته المادة 19 من نفس القانون<sup>1</sup>، التي أكدت على أن التقليد أو الاستخدام غير المشروع للعلامة يشكل منافسة غير مشروعة توجب المسؤولية. ومن الشروط الأساسية أيضاً في هذه الدعوى إثبات العلاقة السببية بين فعل التعدي والضرر الحاصل، سواء كان هذا الضرر مادياً كفقْدان الزبائن أو معنوياً كتشويه سمعة المنتج. وترُفع دعوى وقف التعدي أمام المحكمة المدنية المختصة، وغالباً ما تُرفق بوثائق تثبت ملكية العلامة كالنسخة من شهادة التسجيل، ومحضر إثبات الفعل المخالف، وقد يُطالب المدعي فيها باتخاذ تدابير مستعجلة كالحجز على المنتجات المقلدة ومنع توزيعها، طبقاً لما نصت عليه المادة 25 من نفس القانون<sup>2</sup> التي تجيز لصاحب العلامة اتخاذ تدابير تحفظية فورية بقرار من القاضي. ويجوز للقاضي الحكم بوقف استعمال العلامة فوراً، ومصادرة السلع المقلدة، بل ونشر الحكم في الصحف أو أماكن بيع المنتجات المعتدية بغرض التشهير ورد الاعتبار للمتضرر. وتبرز أهمية هذه الدعوى في كونها تمثل وسيلة ردع للمعتدين على الحقوق الصناعية، كما تسهم في حماية المستهلكين من التضليل، وتكفل تحقيق المنافسة النزيهة في السوق الجزائري.

### 2/دعوى التعويض عن الضرر:

تُعد دعوى التعويض عن الضرر من الوسائل المدنية الهامة التي منحها المشرع الجزائري لصاحب العلامة التجارية بهدف جبر الضرر الناتج عن الاعتداء غير المشروع على علامته. وتأتي هذه الدعوى مكملة لدعوى وقف التعدي، إذ إنها تهدف إلى إصلاح الضرر الذي يكون قد لحق بصاحب العلامة نتيجة قيام الغير بتقليدها أو استعمالها أو تزويرها بدون وجه حق. وتستند هذه الدعوى إلى أحكام المسؤولية المدنية المنصوص عليها في القانون المدني الجزائري، وتحديداً في المادة 124 منه، التي تنص على أن "كل فعل يرتكبه الشخص ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض"<sup>3</sup>. وتُطبق هذه القاعدة العامة إلى جانب الأحكام الخاصة بالعلامات الواردة في القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، والذي يؤكد في المادة 19 منه على أن أي

<sup>1</sup>المادة 19 من القانون 03-06 المتعلق بالعلامة.

<sup>2</sup>المادة 25، من القانون 03-06 المتعلق بالعلامة.

<sup>3</sup>المادة 124 من القانون المدني الجزائري.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

استعمال غير مشروع للعلامة يُعدّ مساساً بحقوق مالكيها ويترتب عليه التعويض<sup>1</sup>. ولنجاح دعوى التعويض، يتوجب على المدعي إثبات أركان المسؤولية المدنية الثلاثة: الخطأ، الضرر، وعلاقة السببية. ويتمثل الخطأ في قيام المعتدي باستخدام العلامة أو علامة مشابهة بهدف تضليل المستهلك واستغلال شهرة العلامة الأصلية دون إذن من مالكيها، أما الضرر فيتمثل غالباً في فقدان العملاء أو انخفاض المبيعات أو التشويه المعنوي لسمعة العلامة. وتُعدّ العلاقة السببية ضرورية لبيان أن الضرر الحاصل هو نتيجة مباشرة للفعل غير المشروع. وتُقدّر قيمة التعويض حسب حجم الضرر، وقد يكون تعويضاً مادياً عن الخسائر المالية، أو تعويضاً معنوياً عن الأضرار التي لحقت بسمعة صاحب العلامة. ويجوز للمحكمة، بناءً على طلب المدعي، أن تستند إلى تقارير خبرة اقتصادية لتحديد حجم الضرر<sup>2</sup>. وتُعدّ هذه الدعوى وسيلة فعالة لردع المعتدين على العلامات التجارية، حيث لا تكتفي بوقف الفعل بل تسعى إلى جبر الضرر وإعادة الاعتبار لصاحب الحق، وتعزيز الثقة في نظام حماية الملكية ال-صناعية في الجزائر.

### 3/المصادرة او الاتلاف:

تُعدّ الأوامر الاستعجالية والتدابير التحفظية من الوسائل القضائية الفعالة التي أقرها المشرع الجزائري في إطار حماية العلامة التجارية من الأفعال التعديّة، وتُمنح هذه الوسائل لصاحب العلامة باعتبارها إجراءات سريعة تهدف إلى الحد من استمرار الضرر أو تفاقمه إلى حين الفصل في أصل النزاع. وتستند هذه الأوامر إلى مبدأ السرعة والفعالية الذي يُميز القضاء الاستعجالي، حيث يستطيع صاحب العلامة التجارية أن يلجأ إلى رئيس المحكمة المختصة لطلب إصدار أمر على عريضة لاتخاذ تدبير تحفظي ضد من يُشتبه في قيامه بالتعدي على العلامة، دون انتظار إجراءات التقاضي الطويلة أمام المحكمة العادية<sup>3</sup>. ومن بين أبرز هذه التدابير، نجد الأمر بوقف استعمال العلامة محل النزاع مؤقتاً، أو حجز المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة، أو إغلاق المحل أو المصنع الذي يتم فيه الاعتداء، وهي تدابير تُمنح بناءً على مجرد إثبات جدي لوجود خطر وشيك، وليس بالضرورة

<sup>1</sup>المادة19 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة.

<sup>2</sup>بلقاسم سعيد، شرح قانون العلامات في ضوء التشريع الجزائري، دار الهومة، الجزائر، 2018، ص212.

<sup>3</sup>القانون رقم03-06، المتعلق بالعلامة التجارية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

على إثبات قطعي للفعل الضار<sup>1</sup>. وقد نص القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات صراحة في المادة 25 على أنه "يجوز لصاحب العلامة المسجلة، في حال وجود خطر وشيك بانتهاك حقوقه، أن يطلب من الجهة القضائية المختصة إصدار تدابير مؤقتة، كوقف التصنيع أو التسويق أو حجز المنتجات التي يعتقد أنها مقلدة"<sup>2</sup>. وتهدف هذه الأوامر إلى تجميد الوضع القائم ومنع المعتدي من الاستفادة من فعل التعدي إلى حين صدور حكم نهائي في الدعوى، وهو ما يُعد من صور الحماية الموازية والعاجلة للحقوق الصناعية، كما أن هذه التدابير تمثل ضماناً حقيقياً لحسن سير العدالة وتقادي الأضرار التي قد تكون غير قابلة للتدارك في حال تأخر الفصل القضائي. وتكمن أهمية هذه الإجراءات في أنها تتيح لصاحب العلامة التحرك بسرعة لحماية مصالحه التجارية من المساس، كما تُرغم المعتدي على التوقف الفوري عن استخدام العلامة المشكوك فيها، تحت طائلة الغرامة التهديدية أو التعويض لاحقاً.

### 4/الأوامر الاستعجالية والتدابير التحفظية:

تُعد الأوامر الاستعجالية والتدابير التحفظية من الوسائل القضائية الفعالة التي أقرها المشرع الجزائري في إطار حماية العلامة التجارية من الأفعال التعديّة، وتُمنح هذه الوسائل لصاحب العلامة باعتبارها إجراءات سريعة تهدف إلى الحد من استمرار الضرر أو تفاقمه إلى حين الفصل في أصل النزاع. وتستند هذه الأوامر إلى مبدأ السرعة والفعالية الذي يُميز القضاء الاستعجالي، حيث يستطيع صاحب العلامة التجارية أن يلجأ إلى رئيس المحكمة المختصة لطلب إصدار أمر على عريضة لاتخاذ تدبير تحفظي ضد من يُشتبه في قيامه بالتعدي على العلامة، دون انتظار إجراءات التقاضي الطويلة أمام المحكمة العادية<sup>3</sup>. ومن بين أبرز هذه التدابير، نجد الأمر بوقف استعمال العلامة محل النزاع مؤقتاً، أو حجز المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة، أو إغلاق المحل أو المصنع الذي يتم فيه الاعتداء، وهي تدابير تُمنح بناءً على مجرد إثبات جدي لوجود خطر وشيك، وليس بالضرورة على إثبات قطعي للفعل الضار، وقد نص القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات صراحة في المادة

<sup>1</sup> عبد الكريم بن عيسى، العلامة التجارية في القانون الجزائري المقارن، دار الخلدونية، الجزائر، 2019، ص 179.

<sup>2</sup> عبد الكريم بن عيسى، المرجع السابق، ص 83.

<sup>3</sup> قانون الإجراءات المدنية والإدارية رقم 08-09 المؤرخ في 52 فبراير 2008، المعدل بموجب قانون 22-13، المواد 299 إلى 301، المتعلق بالأمر على عريضة و الأوامر الاستعجالية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

25 على أنه "يجوز لصاحب العلامة المسجلة، في حال وجود خطر وشيك بانتهاك حقوقه، أن يطلب من الجهة القضائية المختصة إصدار تدابير مؤقتة، كوقف التصنيع أو التسويق أو حجز المنتجات التي يعتقد أنها مقلدة<sup>1</sup> وتهدف هذه الأوامر إلى تجميد الوضع القائم ومنع المعتدي من الاستفادة من فعل التعدي إلى حين صدور حكم نهائي في الدعوى، وهو ما يُعد من صور الحماية الموازية والعاجلة للحقوق الصناعية، كما أن هذه التدابير تمثل ضماناً حقيقياً لحسن سير العدالة وتقادي الأضرار التي قد تكون غير قابلة للتدارك في حال تأخر الفصل القضائي. وتكمن أهمية هذه الإجراءات في أنها تتيح لصاحب العلامة التحرك بسرعة لحماية مصالحه التجارية من المساس، كما تُرغم المعتدي على التوقف الفوري عن استخدام العلامة المشكوك فيها، تحت طائلة الغرامة التهديدية أو التعويض لاحقاً.

### 5/ نشر الحكم القضائي:

يُعتبر نشر الحكم القضائي من الوسائل المدنية ذات الطابع الردعي والمعنوي التي أقرها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية، ويُعد من التدابير التبعية التي يمكن للمحكمة أن تأمر بها بناءً على طلب صاحب الحق المتضرر من فعل التعدي. ويهدف هذا الإجراء إلى إبلاغ الجمهور الواسع، ولا سيما جمهور المستهلكين، بفحوى الحكم القضائي الذي يُدين المعتدي على العلامة، وذلك في إطار رد الاعتبار لصاحب العلامة المتضرر، وردع كل من تسوّل له نفسه ارتكاب أفعال مماثلة. وقد نص القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، في مادته 43، على أنه "يجوز للجهة القضائية المختصة أن تأمر، بناءً على طلب صاحب العلامة، بنشر الحكم أو فقرات منه، في الصحافة أو بأي وسيلة أخرى، على نفقة الطرف المدان"<sup>2</sup>. ويُعد هذا الإجراء مهماً في الحالات التي تسبب فيها الاعتداء ضرراً واسع الانتشار، لا سيما إذا تم تسويق المنتجات المقلدة أو المزورة على نطاق كبير، إذ إن الاقتصار على التعويض أو وقف التعدي قد لا يكون كافياً لجبر الضرر المعنوي الذي لحق بسمعة العلامة التجارية. كما أن هذا النشر يُسهم في تحصين السوق من التظليل ويعزز ثقة المستهلكين في المنتجات الأصلية، حيث يُظهر لهم أن العلامة لا تزال محمية

<sup>1</sup> المادة 25 من الامر 03-06 متعلق بالعلامة.

<sup>2</sup> القانون رقم 03-06، المتعلق بالعلامة المؤرخ في 19 يوليو 2003، ج ر العدد 44، الصادر بتاريخ 20 يوليو 2003.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

وأن العدالة قد تدخلت لإنصاف المتضرر<sup>1</sup>. وقد يتم النشر في جريدة وطنية واسعة الانتشار أو في الصحف المتخصصة أو على منصات إلكترونية، كما يمكن أن تأمر المحكمة بتعليق الحكم في مكان عرض أو بيع المنتجات المقلدة<sup>2</sup>. وتجدر الإشارة إلى أن الحكم القضائي المنشور لا يُقصد به التشهير الشخصي، بل يهدف إلى إحقاق الحق وتعزيز الحماية القانونية للملكية الصناعية. وبهذا الشكل، فإن نشر الحكم القضائي يُعد من الوسائل الفعالة ذات البعد الوقائي والنفسي التي تكمل باقي التدابير المدنية، وتُجسد حرص المشرع الجزائري على كفالة حماية متكاملة للعلامة التجارية ضد مختلف أوجه التعدي.

### ثانياً: وسائل الحماية المدنية الإلكترونية للعلامة التجارية

مع تطور التجارة الإلكترونية وتزايد الاعتماد على الوسائط الرقمية لتسويق المنتجات والخدمات، ظهرت الحاجة الملحة إلى توفير حماية قانونية فعالة للعلامات التجارية الإلكترونية، التي تُستخدم عبر الإنترنت في أسماء النطاقات (Domain Names)، المتاجر الإلكترونية، المنصات الرقمية، أو التطبيقات المحمولة. ويُقصد بالعلامة التجارية الإلكترونية تلك العلامة التي تُستخدم أو تُعرض في إطار نشاط تجاري يتم عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة، وخاصة الإنترنت. وقد واجه التشريع الجزائري، كغيره من التشريعات المقارنة، تحديات كبيرة في تكييف الوسائل التقليدية للحماية مع طبيعة الفضاء الرقمي، إلا أن القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات لم يغفل هذه التطورات، حيث تبقى الحماية المدنية قائمة متى كانت العلامة مسجلة حسب الإجراءات القانونية، بغض النظر عن الوسيلة التي تُستخدم به<sup>3</sup>. ومن أبرز وسائل الحماية المدنية لهذه العلامة الإلكترونية، دعوى وقف التعدي، حيث يجوز لصاحب العلامة المسجلة أن يطلب من القضاء إصدار أمر بوقف أي استخدام غير مشروع لعلامته في المواقع الإلكترونية أو التطبيقات أو الإعلانات الرقمية، سواء تمثل هذا التعدي في استعمال علامة مطابقة أو مشابهة على موقع

<sup>1</sup> زروقي عبد الله، العلامة التجارية بين الحماية القانونية و المناقسة غير المشروعة، مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية، العدد12، جامعة الجزائر1، 2020، ص89.

<sup>2</sup> بلقاسم سعدي، المرجع السابق، ص230.

<sup>3</sup> المادة03 وما يليها من القانون رقم 03-06، المتعلق بالعلامة التجارية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

إلكتروني أو ضمن اسم نطاق يُحدث التباسًا في ذهن المستهلك<sup>1</sup>. كما يمكن للمتضرر اللجوء إلى دعوى التعويض عن الضرر، لإلزام المعتدي بجبر الضرر الناتج عن استعمال العلامة بطريقة تُسبب تضليلاً للمستهلكين أو إساءة لسمعة العلامة. ويُضاف إلى ذلك إمكانية اتخاذ إجراءات تحفظية واستعجالية، مثل حجب الموقع الإلكتروني المعتدي، أو إصدار أمر قضائي موجه إلى مقدّم خدمة الإنترنت (ISP) لوقف الخدمة أو منع بث المحتوى المخالف<sup>2</sup>. ورغم غياب نصوص صريحة تتعلق بالعلامات الإلكترونية في التشريع الجزائري، فإن القواعد العامة للمسؤولية المدنية، إلى جانب الأحكام الخاصة بالعلامة، تتيح نطاقاً واسعاً للحماية القضائية، خاصة عند إثبات عناصر التعدي التقليدية المتمثلة في التشابه، الضرر، والعلاقة السببية. وهكذا، تتجلى فعالية الحماية المدنية للعلامات التجارية الإلكترونية في قدرتها على التكيف مع بيئة رقمية متغيرة، بما يضمن الحفاظ على الحقوق التجارية لأصحاب العلامات وتوفير بيئة رقمية آمنة ونزيهة.

<sup>1</sup> نصيرة فوادري، حماية العلامة التجارية في البيئة الإلكترونية، مجلة قانون الأعمال الدولية، العدد 8، جامعة تيارت، 2021، ص105.

<sup>2</sup> بلقاسم سعيدة، العلامة التجارية الإلكترونية وسبل حمايتها في التشريع الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2020، ص189.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### المبحث الثاني :

#### الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

الحماية الجزائرية للعلامة التجارية تعد من ابرز صور الحماية التي اقرها المشرع، لما لها اهمية في ردع الافعال التي تمس هذا الحق التجاري الحيوي، وبخاصة في ظل ما تشاهده الاسواق من انتشار حالات التقليد والغش التجارية، باعتبارها اداة لتمييز المنتجات والخدمات ومصدرا للثقة لدى الجمهور، تستوجب حماية فعالة تتجاوز نطاق التعويض المدني، لتشمل تدخل السلطات الجزائرية عن المساس بها بصورة تمثل خطورة على النظام العام الاقتصادي.

كما نضمت نصوص الامر 03-06 المتعلق بالعلامة مجموعة من الافعال التي تشكل جرائم يعاقب عليها القانون، كجريمة تزوير العلامة او استعمال علامة مزورة او مقلدة عن علم، فضلا عن بيع او عرض منتجات تحمل علامة غير مشروعة. كما جاء هذا الاطار الزجري في انسجام مع المبادئ العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات الجزائري، لا سيما اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

وتبرز اهمية الحماية الجزائرية في هذا السياق باعتبارها وسيلة فعالة لتحقيق الردع العام و الخاص، وكذا ضمان امن السوق وتشجيع الاستثمار، اذ يشعر مالكو العلامة بالثقة في استثمار اموالهم ضمن بيئة قانونية تضمن لهم الحماية من مختلف صور التعدي. كما ان تدخل النيابة العامة وتحريك الدعوى العمومية في الجرائم المتعلقة بالعلامة التجارية يؤكد على الصبغة الجزائرية لهذه الحماية.

وعليه، فان دراسة الحماية الجزائرية للعلامة التجارية تقتضي الوقوف الى صور التجريم المقررة في التشريع الجزائري، اما نحن من خلال هذه المذكرة ارتقينا الى التطرق الى صورة واحدة من هذه الصور لما لها اهمية بالغة وملموسة في الواقع العملي فقد نظرنا الى جرائم تقليد العلامة التجارية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

ومن هذا المنطلق كان من الواجب علينا تقسيم هذا المبحث الى مطلبين رئيسيين فقد تطرقنا في (المطلب الاول) الى جريمة التقليد الماسة بالعلامة التجارية، اما (المطلب الثاني) فقد خصصناه الى الاجراءات المطبقة على جنحة تقليد العلاء التجارية.

### المطلب الأول:

#### جرائم التقليد الماسة بالعلامة التجارية

يتحقق التقليد عندما يتم استعمال علامة مشابهة او قريبة الشبه من علامة اخرى، الى درجة تجعل من الصعب التمييز بينهما، وهو ما يؤدي الى حالة من اللبس او الخلط في ذهن جمهور المستهلكين. ومما لا شك فيه ان التوسع في مفهوم التقليد يعد مكسبا في مجال حماية العلامات التجارية، وفي المقابل، تضع الاتفاقية التزامات قانونية صارمة لحماية الاستثمارات والصناعات، وتفرض آليات رقابية صارمة، وقد يتسبب ذلك في إضعاف السيادة الوطنية عند تطبيقها بشكل كامل. ولهذا، لا بد من مراجعة متكاملة تأخذ بعين الاعتبار ظروف الدول النامية الخاصة، لتحقيق توازن بين الالتزامات والحقوق. اذ لا يقتصر التقليد على الحالات الظاهرة و الواضحة، بل يشمل ايضا الحالات التي قد يكون اثبات التقليد فيها امرا بالغ الصعوبة. ويعد كافيا في هذا السياق ان تكون العلامة المقلدة قادرة على ايهام المستهلك العادي بانها العلامة الاصلية.<sup>1</sup>

اما فيما يخص الجريمة المعلوماتية من الجرائم التي شهدت تطورا ملحوظا في التسمية والمضمون تبعا للتقدم التكنولوجي وتقنيات المعلومات. فقد اطلق عليها في بداياتها مصطلحات متعددة مثل: اساءة استخدام الحاسوب، ثم احتيال الحاسوب، لتتطور لاحقا الى تسميات اوسع مثل: الجريمة المعلوماتية، وجرائم الحاسوب، والجرائم المرتبطة بالحاسوب، لتصل الى النهاية الى مفاهيم اكبر تطورا منها: جرائم التقنية العالية، جرائم الهاكرز، جرائم الانترنت، واخيرا جرائم السيبرانية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد رضا حمادي، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، مجلد17، العدد47، جامعة ادرار، ديسمبر2018، ص24.

<sup>2</sup> محمد رضا حمادي، مرجع السابق، ص25.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

وتعد جريمة تقليد العلامة التجارية من اخطر الاعتداءات على الملكية التجارية، وتتنوع صورها بين ما يمس العلامة التقليدية المادية (الفرع الاول)، وما يتعلق بالعلامة الرقمية تاحديثة (الفرع الثاني).

### الفرع الاول:

#### العلامة التقليدية المادية

جريمة تقليد العلامة التجارية هي استخدام علامة تجارية مشابهة او مطابقة لعلامة مسجلة تعود لشخص او كيان اخر دون الحصول على اذن ويهدف تضليل المستهلك او الاستفادة من سمعة العلامة الاصلية. واكدت التشريعات الجزائرية ان تقليد العلامة التجارية يعد جريمة يعاقب عليها القانون، باعتبارها من صور التعدي على الملكية الصناعية. وقد نص الامر رقم 03-06 المؤرخ في 20 يوليو 2003 في المادة 23 على ما يلي: "كل من قلد علامة تجارية يعاقب بالحبس من ستة اشهر الى سنتين، وبغرامة مالية تتراوح بين مليونين وخمسمائة الف دينار جزائري الى عشرة ملايين دينار، او باحدى هاتين العقوبتين"<sup>1</sup>. ولكي تقوم جريمة تقليد العلامة التجارية، يشترط ان تكون العلامة مقلدة مستوفية للشروط القانونية، ومسجلة لدى الجهات المختصة. فالتسجيل يعد معيار الحماية الجزائرية التي اقرها المشرع الجنائي لمالك العلامة التجارية.<sup>2</sup> وقد اشار المشرع الجزائري الى جريمة التقليد بقوله: "تعد جنائية التقليد حين يتم تسجيل اي عمل يتضمن الحقوق الاستثنائية لعلامة قام الغير بخرقها دون اذن من صاحب العلامة...."<sup>3</sup> وغير ان التشريعات لم تحدد بدقة اركان هذه الجريمة، مما يستدعي العودة الى القواعد العامة لتحديدها، كما يلي:

#### أولاً: الركن المادي

يتمثل الركن المادي في فعل التقليد نفسه، حيث ان قوانين العلامات التجارية لم توضح ماهية هذا التقليد بدقة، بل تركت الامر للعرف و الاجتهاد الفقهي. ووفقا لذلك، فان التقليد يفهم على

<sup>1</sup> المادة 23 من الامر 03-06، المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>2</sup> والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية و السياسية، العدد 07، جانفي 2018، ص 93.

<sup>3</sup> الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

انه استعمال علامة مشابهة للعلامة الاصلية بحيث تضلل المستهلك، سواء كان هذا التقليد جزئيا او كليا، مقصودا او غير مقصود.<sup>1</sup>

بالتالي فان الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية يتحقق عندما يتم نقل العناصر الاساسية للعلامة الاصلية الى علامة اخرى بطريقة تؤدي الى خلق تشابه من شأنه ان يضل الجمهور. فتعد الافعال المباشرة وغير المباشرة التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية، بمثابة انتهاك لحقوق مالك العلامة المسجلة، حتى وان لم تتوفر فيها كافة العناصر المادية لجريمة التقليد بمعناه الواسع، حيث يشمل كل عمل من شأنه ان يخرق الحقوق الاستثنائية الممنوحة لمالك العلامة.

ولا يشترط لقيام جريمة التقليد ان يكون الفعل مطابقا تماما للعلامة الاصلية، بل يكفي ان يؤدي الى احداث لبس او خلط لدى المستهلك، او ان ينطوي على صنع علامة مشابهة بدرجة تؤدي الى الاعتقاد بانها الاصلية. وبالتالي، فان المشرع الجزائري لم يقتصر في تعريفه للتقليد على المعنى الحرفي، بل اعتمد المفهوم الواسع له، كما يتضح من النصوص القانونية. كما نجد ان القضاء الجزائري قد تصدى لمحاولات تضيق نطاق جريمة تقليد العلامة التجارية، حيث اكدت المحكمة العليا في احكامها على وجوب توفر نية الاضرار بمالك العلامة، واکدت كذلك على ان مجرد وجود تشابه بين العلامتين (حتى لو لم تكن مطابقة تماما) قد يعد تقليدا اذا نتج عنه لبس لدى المستهلك. ومن هنا نستخلص ان الركن المادي، يمثّل في كل فعل ايجابي مادي يصدر عن الجاني ويؤدي الى استساخ العلامة التجارية او تقليدها كليا او جزئيا دون وجه حق، على نحو يؤدي الى احداث لبس او غش لدى جمهور المستهلكين بشأن مصدر البضائع او الخدمات<sup>2</sup> ويتخذ هذا الركن صورا متعددة، منها: صنع العلامة المقلدة، او استخدامها، او هرض المنتجات التي تحملها، او بيعها، او حيازتها بنية الاتجار، او استيرادها، او صدرتها ما دام ذلك كله تم دون تفويض من صاحب العلامة الاصلية.

<sup>1</sup> والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 95.

<sup>2</sup> بن زهيرة محمد، الاعتداء على العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2015، ص78.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

وعليه، تقوم الجريمة حتى ولو لم يحدث ضرر فعلي، اذ يكفي تحقق امكانية حدوث اللبس بين العلامة الاصلية والمقلدة، ما دام التشابه من شأنه ايهام المستهلك العادي. كما لا يشترط لقيام الركن المادي ان تكون العلامة الاصلية مطابقة تماما للمقلدة، بل يكفي وجود تشابه من حيث الشكل او اللون او طريقة الكتابة بما يؤدي الى الخلط بين العلامتين. وفي الاخير يمكن القول ان الركن المادي يمثل التصرفات الاجرامية الملموسة التي يرتكبها الجاني وتستوجب المساءلة القانونية في جريمة تقليد العلامة التجارية، الركن المادي لا يتطلب وقوع ضرر مادي ملموس بقدر ما يتطلب ان يكون الفعل قد تضمن تقليدا او استخداما غير قانوني للعلامة التجارية محمية بما يؤدي الى احداث لبس او تضليل للمستهلكين بشأن مصدر السلع او الخدمات. اهم جزء في الركن المادي هو التقليد الفعلي للعلامة التجارية الاصلية، سواء تقليد الكلي، حيث يتم نسخ العلامة التجارية الاصلية بشكل دقيق، او تقليد جزئي، حيث يتم نسخ جزء من العلامة التجارية الاصلية (مثل: استخدام نفس الالوان او الخطوط او الشكل)، وايضا يعد من ذات القبيل التقليد الحرف، ويمكن ان يتم تعديل او تحوير العلامة بشكل بسيط ليبدو وكأنه غير مطابق ولكن يظل خاضعا للتشابه الكافي لاحداث اللبس بين المستهلكين.<sup>1</sup>

### ثانيا: القصد الجنائي

لا يكفي لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية مجرد التشابه او المطابقة، بل يجب ان يكون هناك قصد جنائي، اي ان يكون الفاعل على دراية بوجود العلامة الاصلية وان يهدف الى استغلال سمعتها تجاريا. فعند توافر الركن المعنوي، يكون هو الاساس وبذلك لا يشترط وجود نية جنائية لاثبات وقوع جريمة التقليد، اذ لا يفترض بحث نية مرتكب الفعل سواء اكان فعله حسنا او سيئا. كما ان النصوص القانونية لا تتضمن عبارات تتعلق بالقصد او النية في جريمة التقليد.<sup>2</sup> ويؤكد الفقه على ان التقليد يعاقب عليه بمجرد وقوعه، سواء توافر القصد الجنائي ام لا، حتى لو لم يكن الجاني ينوي احداث ضرر بالمستهلكين او بالعلامات الاصلية او لم يكن يقصد تضليل جمهور المستهلكين. اذ يكفي التاكيد من ان العلامة المقلدة تشبه علامة تجارية اخرى لتمييز منتج من

<sup>1</sup> المادة 26 من الامر 03-06، المتعلق بالعلامة.

<sup>2</sup> عبد الكريم بوجلال، جرائم الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية، دار هومة، الجزائر، 2016، ص88.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

نفس النوع. ويصعب في بعض الاحيان تجنب التشابه التلقائي او المصادفة غير المقصودة. ويعد القصد الجنائي من الاركان الاساسية في معظم الجرائم، بما فيها جريمة تقليد العلامة التجارية وهو النية الاجرامية التي تلازم الفعل المادي، وهو الركن المعنوي للجريمة.

### الفرع الثاني:

#### تقليد العلامة التجارية الالكترونية

تقليد العلامة التجارية الالكترونية هو كل استخدام لعلامة تجارية او ما يشابهها عبر الوسائط الرقمية، دون ادن من مالكةا، بطريقة تؤدي الى خلق التباس لدى الجمهور، بقصد الاضرار بصاحب العلامة او تحقيق منفعة غير مشروعة. وبما أن العلامة التجارية يمكن وضعها واستعمالها على صفحات المواقع الإلكترونية، فإن هذه الصفحات تكون متاحة لجميع مستخدمي الإنترنت عبر العالم، مما يجعل من الاعتداء الإلكتروني على العلامة التجارية خطراً حقيقياً واسع النطاق، إذ يُمكن استغلال الموقع الإلكتروني كوسيلة لعرض علامات مقلدة بطريقة يسهل انتشارها ويصعب ضبطها، خاصة مع التطور السريع للتكنولوجيا وتنوع صور التقليد الإلكتروني.<sup>1</sup>

#### اولا: اثار تقليد الالكتروني للعلامة التجارية

يشهد تقليد الإلكتروني للعلامة التجارية تزايداً مستمراً نتيجة للتطورات التكنولوجية الحديثة، مجموعة من الآثار السلبية التي تنقسم إلى نوعين هما آثار عامة تمس الاقتصاد الوطني بأكمله، وآثار خاصة تلحق الضرر المباشر بكل من صاحب العلامة وجمهور المستهلكين. فبالنسبة لآثار العامة للتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية فهو ينعكس سلباً على الاقتصاد الوطني، حيث تدخل السلع المقلدة إلى الأسواق الوطنية غالباً عن طريق التهريب أو بوسائل غير قانونية، وتعرض للبيع دون فواتير، وهو ما يشير إلى تهرب من دفع الضرائب الجمركية المستحقة كلياً أو جزئياً، مما يجعلها مخالفة للقوانين والنظم المعمول بها، وتندرج في إطار البضائع الممنوعة. ولا شك أن الضرائب الجمركية تُعد من أهم أدوات السياسة المالية للدولة، نظراً لدورها الحيوي في تمويل

<sup>1</sup> محمد رضا حمادي، علي بو سيفات، الحماية الجزائرية لعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 17، العدد 4، 2018، ص 25.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

الخزينة العامة، حماية الاقتصاد الوطني، وتحقيق العدالة الاجتماعية، وتنظيم علاقات التجارة الخارجية. وبالتالي، فإن انتشار السلع المقلدة يُفضي إلى تراجع الإيرادات الجمركية، وهو ما يُضعف الخزينة العمومية ويضر بقدرة الدولة على تمويل مشاريعها. كما أن التقليد يعكس سلبيًا على المؤسسات الوطنية، إذ يُعد اعتداءً على الحقوق الاستثنائية للعلامة التجارية الأصلية، ويمثل شكلاً من أشكال المنافسة غير المشروعة.

فهو لا يُضعف فقط من حماية الملكية الصناعية، بل يُسبب أيضاً أضراراً اقتصادية مباشرة للمؤسسات المتضررة، من خلال التأثير على سمعتها التجارية وانخفاض رقم معاملاتها، ما يؤدي في نهاية المطاف إلى تقليص قدرتها على الاستثمار والإنتاج. ولا يقتصر ضرر التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية على المساس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة فقط، بل يمتد ليشمل المستهلك كذلك، الذي قد يتعرض لأضرار صحية جسيمة نتيجة استهلاك منتجات مقلدة تفتقر إلى الجودة والمطابقة للمواصفات. إضافة إلى ذلك، يؤدي انتشار هذه المنتجات الرديئة إلى تشويه الذوق العام لدى المستهلك، خاصة مع اتساع استخدام وسائل النسخ الآلي والنشر الإلكتروني، التي وفرت بيئة خصبة للمقلدين لإغراق الأسواق بمنتجات تجارية دون الحصول على التراخيص القانونية اللازمة من أصحاب الحقوق الأصلية. ولا شك أن هذه الممارسات تؤثر سلبيًا على ثقافة الاستهلاك وترسخ سلوكيات خاطئة لدى الجمهور، تتجلى في الإقبال على السلع المغشوشة تحت تأثير خداع العلامة أو السعر<sup>1</sup>.

### ثانياً: أركان جريمة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

أقرّ المشرع الجزائري بأن العلامة التجارية لا تحظى بالحماية الجزائية إلا بعد تسجيلها لدى الهيئة المختصة، وذلك عملاً بنص المادة 27 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، التي تنص صراحةً على أن: "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة التجارية مخلة بالحقوق المرتبطة بها"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد رضا حمادي، علي بوسفات، المرجع السابق، ص 31-30.

<sup>2</sup> المادة 27، من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة التجارية.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

وبالتالي، فإن التسجيل يُعد شرطاً أساسياً لنشوء الحماية القانونية والجزاء الجنائي، ولا يُمكن الاحتجاج بحقوق العلامة التجارية أمام الغير إلا بعد تسجيلها ونشرها رسمياً. وقد فصلنا كل ركن من هذه الأركان فيما يلي:

### 1/الركن الشرعي:

يقصد بالركن الشرعي في أي جريمة وجود نص قانوني يجرم الفعل المرتكب، ويحدد العقوبة المقررة له. وبالرجوع إلى الأمر المتعلق بالعلامات التجارية، نجد أن المشرع الجزائري نص صراحة على تجريم تقليد العلامة التجارية في المادة 26، حيث ورد فيها: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة. كما يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد من 27 إلى 33 أدناه". و من خلال هذا النص نلاحظ أن المشرع لم يميز بين التقليد التقليدي والتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية، بل اعتمد مفهوماً واسعاً للتقليد، حيث اعتبره كل فعل ينتهك الحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة، سواء عبر الحاسوب و الاتصال بالانترنت أو بوسائل تقليدية. ويبدو جلياً أن ظاهرة تقليد العلامات التجارية قد انتشرت بشكل يصعب مكافحته بفعالية، إلا من خلال سن عقوبات أكثر صرامة، وتوفير وسائل بشرية والمادية اللازمة لهيئات الرقابة. ويلاحظ في هذا السياق أن التشريع الفرنسي قد تدخل لتشديد العقوبات ضد مرتكبي جنحة التقليد، حيث تنوعت العقوبات بين:

- 4 سنوات حبس وغرامة مالية تصل إلى 400,000 يورو.
- أو 3 سنوات حبس وغرامة مالية قدرها 300,000 يورو. أما إذا تم ارتكاب الجريمة من قبل عصابة منظمة، فقد تم رفع العقوبات إلى 5 سنوات حبس وغرامة 500,000 يورو.

### 2/الركن المادي:

يقتصر الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية الكترونياً تلك الأفعال المتمثلة في وجود تشابه أو تقارب بين العلامة الأصلية وتلك المقلدة. ويتمثل ذلك في نقل العناصر الجوهرية

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

التي تميز العلامة الاصلية، معاذفة تعديلات طفيفة باستخدام تقنيات متقدمة بدقة عالية، تجعل من الصعب التمييز بين العلامتين، مما يؤدي الى تضليل المستهلك الالكتروني و خداعه.<sup>1</sup>

### 3/ الركن المعنوي:

يفترض المشرع الجزائري توافر القصد الجنائي لدى مرتكب جريمة تقليد العلامة التجارية، إذ اعتبر أن الجاني يعلم أن العلامة الأصلية مسجلة، ولا يُعتدّ بجهله بها، فلا يُقبل منه الدفع بحسن النية. وتُستخلص سوء النية من عدة قرائن، أهمها:

قيام الشخص بصنع علامة مشابهة أو مقلدة دون موافقة مالكها، وبطريقة تؤدي إلى الخداع، ويُستبعد أن يكون التقليد أو التزوير قد تم بالمصادفة أو عن غير قصد. وبالتالي، فإن سوء النية تُعتبر قرينة قانونية بسيطة، أي يمكن دحضها من قبل المتهم إذا أثبت أحد الأمرين:

- أن فعله تم بموافقة مالك العلامة،
- أو أن فعله لم يؤدي إلى تضليل أو خداع الجمهور.

ورغم افتراض سوء النية، فإن الجريمة لا تُعد قائمة إلا بتوافر الركن المعنوي المتمثل في القصد الجنائي، إذ لا يمكن افتراضه مطلقاً دون إثبات. ويساعد على إثبات هذا الركن أن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يقوم بنشر العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة، مما ينفي حجة الجهل لدى مرتكب الفعل<sup>2</sup>

### المطلب الثاني :

#### الاجراءات المطبقة على فعل تقليد العلامة التجارية

يُعد تقليد العلامة التجارية من الأفعال الخطيرة التي تمس بحقوق الملكية الفكرية وتؤثر بشكل مباشر على الاقتصاد الوطني من خلال الإضرار بثقة المستهلكين وتشويه سمعة المؤسسات الأصلية. وقد أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لحماية العلامات التجارية من التقليد والتزوير،

<sup>1</sup> محمد رضا حمادي، علي بو سفات، المرجع السابق، 33 و35.

<sup>2</sup> محمد رضا حمادي، علي بو سفات، المرجع نفسه ص36.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

نظراً لما تمثله من قيمة تجارية ومكانة تنافسية في السوق. ومن هذا المنطلق، وضع إطاراً قانونياً وإجرائياً خاصاً للتصدي لمثل هذه الأفعال ومتابعة مرتكبيها، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات القانونية والجزائية التي تهدف إلى ردع التقليد والحد من انتشاره.

تنطلق الإجراءات المطبقة على فعل تقليد العلامة التجارية بداية من تقديم شكوى من الطرف المتضرر، سواء كان مالك العلامة أو من له الحق في استعمالها، ليتم تحريك الدعوى العمومية من قبل الجهات القضائية المختصة. وتُمارس النيابة العامة دوراً محورياً في متابعة هذه القضايا، لما لها من طابع جزائي يتعدى حدود العلاقة بين الأطراف إلى المصلحة العامة، باعتبار أن التقليد يشكل مساساً بالنظام العام الاقتصادي. كما يمكن للضحية المطالبة بالتعويض المدني عن الأضرار التي لحقت به جراء هذا الفعل.

ويتطلب التعامل مع قضايا التقليد أحياناً اللجوء إلى إجراءات تحفظية مستعجلة، كطلب حجز البضائع المقلدة أو وقف توزيعها مؤقتاً، في انتظار الفصل النهائي في القضية. ويُعتبر هذا الجانب الوقائي ضرورياً لتفادي تفاقم الأضرار الناجمة عن التقليد، خاصة في حالات التوزيع الواسع أو وجود شبكة لتسويق المنتجات المزيفة. وفي سياق التصدي لهذه الأفعال، ميّز المشرع الجزائري بين نوعين من العقوبات التي يمكن الحكم بها ضد مرتكبي فعل تقليد العلامة التجارية، وذلك حسب خطورة الفعل وظروف ارتكابه. ويمكن تصنيف هذه العقوبات إلى: عقوبات الاصلية والتي سنرها بالتفصيل من خلال (الفرع الاول)، و عقوبات تكميلية في (الفصل الثاني).

### الفرع الاول:

#### العقوبات الاصلية

تعرف العقوبات الاصلية بانها الجزاء الذي يحدده القانون لمعاقبة الجاني على فعله الاجرامي، ولا يجوز الحكم بها الا عند توافر شروط معينة ودون امكانية استبدالها بعقوبة اخرى. ولا تطبق هذه العقوبة الا بحكم قضائي يحدد نوعها ومقدارها. وقد نص المشرع الجزائري على العقوبات الاصلية في قانون العقوبات، وضمنها في الباب الاول من الجزء المتعلق بالعقوبات

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

المطبقة على الاشخاص الطبيعيين. وبين الفصل الاول من هذا الباب في المادة 5 ان العقوبات الاصلية هي:

### اولا: عقوبة الحبس

وقد نص المشرع الجزائري على عقوبة الحبس من شهر الى سنة، بالاضافة الى غرامة مالية، وذلك في حق كل من قام بتزوير العلامات التجارية او استعمالها بسوء نية، كما ورد في نص المادة 03 من الامر 03-06<sup>1</sup>، حيث يعاقب الشخص الذي يقوم بتقليد علامة تجارية او استعمالها دون وجه حق بنفس العقوبة. وفيما يخص تزيف العلامة او استعمالها على السلع، سواء كانت محلية او اجنبية، فقد اعتبر المشرع الجزائري هذه الافعال من قبيل التعدي على الحقوق التجارية و الصناعية، مما يعرض مرتكبها لعقوبة سالبة للحرية قد تصل الى سنتين، او غرامة مالية، او العقوبتين معا.

كما اشار التشريع الجزائري الى ان التزوير اذا تعلق بعلامة تجارية او خدمة، يتمثل في تقليدها او استعمالها على منتج او غلاف او اعلان تجاري او وثائق اخرى من شأنها ان توهم المستهلك بوجود علاقة قانونية مع مالك العلامة الاصيلي، وهو ما يعد مساسا بحقوق هذا الاخير ويعاقب عليه القانون.

اما بالنسبة للشخص الذي يقوم بمصادرة اشياء مقلدة او مستوردة او يعيد طرحها في السوق بغرض البيع او التوزيع، فان المشرع الجزائري لم يغفل عن هذه الافعال، اذ نص صراحة على انها تشكل جريمة يعاقب عليها القانون اذا تم ارتكابها بسوء نية، وذلك وفقا للمادة 04 من الامر 03-06<sup>2</sup>، في حال لم يطلب تسجيلها بحسب ما يقتضيه القانون.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المادة 03 من الامر 03-06، المتعلق بالعلامة التجارية.

<sup>2</sup> المادة 04 من الامر 03-06، المتعلق بالعلامة .

<sup>3</sup> بن صالح سارة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، اطروحة دكتوراه، جامعة العربي بن مهدي، ام بواقي، 2018، ص 318 الى 327.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

### ثانيا: عقوبة الغرامة

تعد الغرامة عقوبة مالية مقررة عن الجناياتو الجنح والمخالفات، وتصنف ضمن العقوبات الاصلية ولا تفرض هذه العقوبة الا في حالات محددة نص عليها القانون وقد تكون غرامة جزائية الزامية يدفعها المحكوم عليه لفائدة الخزينة العامة، وقد تكون كذلك غرامة تكميلية تفرض الى جانب العقوبة الاصلية، مالم ينص القانون على خلاف ذلك. وقد حدد المشرع الجزائري قيمة الغرامات المقررة بموجب الامر 03-06، حيث نص على ما يلي:

- غرامة لا تقل عن 2.500.000 دج، في حال كانت المخالفة تتعلق بارتكاب جريمة تزوير او تقليد علامة تجارية.
- غرامة لا تتجاوز 10.000.000 دج، في حال تعذر تنفيذ العقوبة السالبة للحرية او تم استبدالها بعقوبة مالية.

بالرجوع إلى القانون المتضمن القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية رقم 04/02 المعدل، يتبين أن هذا النص يعاقب على الممارسات غير المشروعة التي تضر بالمنافسة التجارية الشريفة، ومن بينها تقليد العلامات التجارية المشهورة لأغراض اقتصادية غير مشروعة، أو تقليد منتجاتها أو خدماتها.

وقد نصت هيئة العمل على فرض غرامة مالية، تتراوح بين خمسين ألف دينار (50.000 دج) وخمسة ملايين دينار (5.000.000 دج).

بالمقارنة بين مقدار الغرامات المالية التي حددها المشرع الجزائري في الأمر 03/06 المتعلق بالمنافسة، ومقدار الغرامات المالية في نص الأمر 04/02 المعدل المتعلق بالممارسات التجارية، نجد أن هذه الغرامات ليست على نفس الدرجة من الحدة.

من جهة أخرى، فإن القانون الأخير يُعتبر القانون الخاص بتقليد العلامات، وبالتالي هو المرجع عند تطبيق العقوبات.

تُعتبر الغرامة المالية أداة ردعية ضد كل من يقلد علامة تجارية بشكل يضر بالمنافسة التجارية ويخدع المستهلك.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

وفي هذا السياق، فقد شدد المشرع الجزائري على مسألة تقليد العلامة التجارية، حيث أقرّ في القانون التجاري المسؤولية الجزائية عن فعل تقليد العلامة، كما ورد في المادة 32 من الأمر 03-06.

ونظرًا لأن الشخص المعنوي لا يمكن معاقبته بالسجن، فقد اتجه المشرع إلى تبني عقوبات بديلة تتناسب مع طبيعته، منها استبعاده من ممارسة النشاط وغرامات مالية مرتفعة، مع إمكانية تحميل المسؤولية الشخصية لممثليه القانونيين.

وقد أشار المشرع الجزائري في نصوصه القانونية المتعلقة بحماية العلامات التجارية إلى القانون رقم 66-156، حيث تم الاعتماد عليه بالكامل كمصدر عام للعقوبات المطبقة على الأشخاص المعنويين، كما ورد في المادة 18، والتي تتضمن العقوبات الممكن فرضها على الشخص المعنوي في حال ارتكابه لجرائم، ومن بينها:

1- الغرامة التي تتراوح بين مرة واحدة (01) وخمس مرات (05) من الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي في القانون ذاته، وتضاعف إذا كانت الجريمة عمدية.

وقد نص المشرع الجزائري على هذه القاعدة في قانون العقوبات، مما يتيح فرض غرامة مالية معتبرة عند تقليد العلامة التجارية من قبل الشخص المعنوي، قد تصل إلى خمسة أضعاف الغرامة المقررة على الشخص الطبيعي<sup>1</sup>

### الفرع الثاني:

#### العقوبات التكميلية

تتمثل العقوبات التكميلية في المصادرة والإتلاف والنشر، حيث عرفت المادة 15 من قانون العقوبات هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال معين أو أكثر، وتنصب المصادرة وفقًا لنص المادة 3/332 على الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، ويشترط في المصادرة

<sup>1</sup> بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 120 إلى 327.

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

ثلاثة شروط هي: ألا تشمل الأموال الواردة في المادة 15 من قانون العقوبات \* ألا تشمل الأشياء المملوكة للغير ما لم ينص القانون صراحة على غير ذلك. \* أن تأمر المحكمة.

والأصل أن تكون المصادرة مسبوقة بالحجز فتأتي بعده لتثبيت، ويحكم بالمصادرة حتى ولو صدر الحكم بالبراءة، وفي الصدد أمرت محكمة الجزائر - القسم الجزائري - في 17/07/1967 وطبقا للمادة 35 من الأمر 66/57 بمصادرة منتجات BANITA وإتلاف رسوم ونماذج هذه العلامة بينما نصت المادة 32/3 على الحكم بإتلاف الأشياء محل المخالفة، زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأخام (cliché) ونماذج العلامة، أي الأشياء و الأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة.

وبالرغم من إلغاء عبارة "في جميع الحالات، فإنه يجب اعتبار أن الحكم بالإتلاف يعد في التشريع الجزائري وعلى خلاف التشريع الفرنسي، أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني وهناك من يرى أنه أمر جوازي وكل سلطة التقديرية للمحكمة فهو أمر جوازي وليس إلزامي. في حين أن المشرع الجزائري لم ينص في الأمر 03-06 على عقوبة النشر كما أشار إليها صراحة في المادة 2-34 من الأمر 66/57 الملغى والتي كانت تنص على جواز الحكم بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحدد بنشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعين وذلك على نفقة المحكوم على، وأمام سكوت النص فإنه يتم في هذه الحالة الرجوع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات. هذا وتعلق تدابير الأمن بمجموعة الإجراءات التي يصدر القاضي مواجهة الخطورة الإجرامية الكامنة في شخص مرتكب الجريمة بغرض تخليص همنها، وتخضع تدابير الأمن مثل مثل العقوبة لي مبدأ الشرعية حيث تنص المادة الأولى من قانون العقوبات من أن: "لا عقوبة ولا تدابير أمن بغور قانون"، وتبعاً لذلك فقد نص المشرع في المادة 1-32 من الأمر 03-06 على عقوبة الغلق المؤقت أو مؤسسة كتدابير أمن يطبق في حق كل شخص ارتكب جنحة التقليد.

إن قانون العلامة التجارية 06-2003 لم ينص صراحة على "إعلان الحكم" كعقوبة تكميلية ليسمح للقاضي النطق بها رغم وجود نص صريح ؟ فالجواب بالنفي، فلا يمكن للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم بأكمله أو مستخرج من فيجريدة أو تعليقه في أماكن معينة إلا في الحالات التي يحددها القانون تاسيسها على هذا، يجب اعتبار أن عقوبة الإعلان أصبحت غير قابلة للتطبيق على جنحة

## الفصل الثاني : الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري

تقليد العلامة، وينص المشرع على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، وهكذا، في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة، لكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتا كان أو نهائيا، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت.

اما العقوبات المدنية لتهديد المالي و التعويضات إذا لحق بالمدعي ضرر، يقرر القاضي من جهة تعويضات، هكذا، وعلى خلاف التشريع السابق، تنص الأحكام الراهنة بوضوح على أن "الجال قضائية المختصة تقضي بالتعويض لمدني إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، ترفع هذه الدعوى منطقيا أمام القسم المدني، ولقضاة الموضوع سلطة واسعة في تقدير الضرر اللاحق بالمدعي، وهذا بتعيين خبير. يكلف بهذه المهمة، ولتحديد التعويض اتأخذ القاضي بعدة عوامل.

بالإضافة إلى العتاد المستعمل في عملية التقليد وتمتد إلى مصادرة مبالغ الإيرادات أو الأقساط المدفوعة نتيجة الإستغلال غير الشرعي للمصنف وهذا ما نص عليه المشرع صراحة. الغلق المؤقت الذي لا يتعدى ستة أشهر للمؤسسة التي يستغلها المقلد او شريكها، أما الغلق النهائي فيكون عند الضرورة. كما تتمثل في النشر الذي يمكن للجهة القضائية أن تأمر بنشر الحكم الذي قضى بالإدانة بجنحة التقليد سواء بصفة كلية أو جزئية وهذا بطلب من الطرف المدني، ويتم هذا في صحفي تم تحديدها من قبل القضاء، مع تحديد الأماكن المخصصة للتعليق، مع إلزامية التعليق على باب مسكن المحكوم عليه المدان وكذا المؤسسة أو قاعة الحفلات، ويتم ذلك على نفقة المحكوم عليه بشرط أن لا، بالإضافة إلى أن المشرع تتعدد المصاريف الغرامة المحكوم بها عليه الجزائري نص صراحة على إمكانية أن تأمر الجهة القضائية التي تقضي بالإدانة بإتلاف العتاد الذي استعمل في التقليد وكذا إتلاف النسخ المقلدة والمصنفات المقلدة. هذا وقد أضاف المشرع الجزائري يعقوبة تكميلية لم ينص عليها في تقليد العلامات التجارية و أوردتها في تقليد حقوق المؤلف ويتسلم النسخ المقلدة و المصنفات المقلدة و العتاد.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد اللطيف ولي، سلامي ميلود، المرجع السابق، ص110.

الخاتمة

من خلال دراسة الموضوع، تبين أن العلامة التجارية تُعدّ أحد حقوق الملكية الصناعية، وتؤدي دورًا أساسيًا في تمكين المستهلك من التعرف على المنتجات والخدمات وتمييزها عن غيرها. كما تُعتبر أداة فعّالة للدعاية والإشهار، ما يجعلها عرضة بشكل كبير لعمليات الغش والتقليد. وبعد التطرق إلى مختلف الجوانب القانونية والعملية المتعلقة بحماية العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، وبالرجوع إلى النصوص القانونية الوطنية وكذا الممارسة الواقعية، يتضح أن الموضوع يطرح تحديات عدة، خصوصًا في ظل التطور المستمر لأساليب التعدي على العلامات. وقد سمح هذا التحليل برصد مواطن القوة والقصور في الإطار القانوني والتنفيذي، الأمر الذي يستوجب الوقوف على جملة من النتائج التي تجيب عن الإشكالية المطروحة، والتي تتمحور حول مدى فعالية التشريع الجزائري في ضمان حماية حقيقية وفعّالة للعلامة التجارية، خاصة في ظل انتشار أساليب التزوير والتقليد الحديثة.

### لنتائج:

- وجود إطار قانوني خاص بحماية العلامة التجارية: أثبت التشريع الجزائري، من خلال الأمر رقم 03-06، أنه يوفر حماية قانونية للعلامة التجارية، سواء من حيث التسجيل، أو من حيث الردع والعقوبة عند التعدي، ما يؤكد وعي المشرع بأهمية هذا الحق.
- الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية لا يكفي لوحده: رغم انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس وغيرها من المواثيق الدولية، إلا أن التحديات الميدانية تُظهر أن التطبيق العملي لتلك الالتزامات لا يزال يحتاج إلى تعزيز فعلي ومواكبة التطور العالمي في أساليب التزوير.
- قصور في آليات الرقابة والتطبيق: لوحظ وجود ثغرات على مستوى الجهات المكلفة بالرقابة ومتابعة المخالفين، خاصة أمام تطور أساليب التقليد الحديثة (الرقمية والتكنولوجية)، ما يُضعف فعالية الحماية القانونية المقررة.
- بطء في إجراءات التقاضي ونقص التخصص: يعاني النظام القضائي من بطء في معالجة قضايا العلامات التجارية، إلى جانب نقص في التكوين القانوني المتخصص في الملكية الصناعية لدى بعض القضاة والضبط القضائي، ما يؤثر سلبيًا على فاعلية الحماية.

- الحاجة إلى تحديث التشريع الوطني: يظهر من خلال تطور أساليب الاعتداء على العلامات التجارية أن التشريع الجزائري بحاجة إلى مراجعة وتحسين دوري، بما يواكب الجرائم الإلكترونية والتقنيات الحديثة للتقليد.
- ضعف التنسيق المؤسسي: تعاني حماية العلامة التجارية في الجزائر من ضعف في التنسيق بين مختلف الجهات المعنية (الجمارك، الشرطة، مصالح التجارة، القضاء)، مما يسمح بمرور المنتجات المقلدة بسهولة.

### التوصيات:

- يوصى بتحديث القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية بما يتلاءم مع التطورات الاقتصادية والتكنولوجية، خاصة في ظل التجارة الإلكترونية وانشار العلامات على المنصات الرقمية.
- تفعيل دور القضاء الإداري والتجاري بشكل أكبر، وتدريب القضاة على قضايا الملكية الصناعية والتجارية لتعزيز الفعالية في البت في قضايا التعدي على العلامات.
- يجب تشديد العقوبات الجزائية والمدنية على من يعتدي على العلامة التجارية، خاصة في حال التكرار أو وجود نية الغش، لما لذلك من اثر رادع.
- نشر الثقافة القانونية لدى اصحاب المؤسسات والشركات الصغيرة بضرورة تسجيل علاماتهم التجارية لحمايتهم قانونيا، وعدم الاكتفاء بالاستعمال الفعلي فقط.
- دعم الهيئات الرقابية كمديرية التجارة و مصالح الجمارك لضبط السلع المقلدة ومكافحة التعدي على العلامات التجارية، خاصة المستوردة منها.
- يوصى بإنشاء منصة إلكترونية متاحة للعموم تظهر العلامات المسجلة، لتفادي التشابه أو التعدي غير المقصود، وتسهيل عمليات البحث والرقابة.

## قائمة المصادر و المراجع

## قائمة المصادر و المراجع

### أولاً:المصادر

#### 1- المعاهدات الدولية:

- أ-اتفاقية باريس المبرمة في 20 مارس1883، المتعلق بحماية حقوق الملكية الصناعية و التجارية، صادقت عليها الجزائر في 9 يناير1975، بموجب الامر التنفيذي 75-02.
- ب-اتفاقية مدريد في 14 افريل1889،المتعلقة بشأن التسجيل الدولي للعلامات، صادقت عليها الجزائر فعليا في 24 مارس 1972.
- ج-اتفاقية تريبس منظمة التجارة العالمية 1994،تم تقديم طلب الانضمام في يونيو1987، تاسسة لجنة الانضمام في 7يونيو1987.

#### 2- النصوص التشريعية:

##### أ- التشريعات:

- الامر رقم03-06المؤرخ في 19 يوليو2003، المتعلق بالعلامة التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد44.
- الامر رقم 03-07 مؤرخ في 19 يوليو2003، يتعلق ببراءات الاختراع، جريدة الرسمية الجزائرية، عدد43، صادر بتاريخ 19 يوليو 2003.
- الامر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر1975، المعدل والمتمم بالقانون 07-05 المؤرخ في ماي 2007.
- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد15.
- القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير2008، المتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية، الجريدة الرسمية، العدد21، صادرة بتاريخ23 ابريل2008، المعدل بموجب القانون رقم 22-13 المؤرخ في 12 يوليو2022، الجريدة الرسمية، العدد50، الصادرة بتاريخ13 يوليو2022.

## قائمة المصادر و المراجع

### 3-النصوص التنظيمية:

#### 1-المراسيم التنفيذية:

- المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21/02/1998، متضمن انشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد القانون الاساسي، الجريدة الرسمية، الصادرة في 01 مارس 1996، عدد 11.
- المرسوم التنفيذي 277-05 المؤرخ في 20 اوت 2005، الذي يحدد كيفيات ايداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 52، صادر بتاريخ 7 اوت 2007.

### ثانيا: المراجع

#### 1-الكتب:

- احمد اطرش، الوجيز في القانون التجاري، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2018.
- بلقاسم سعدي، العلامة التجارية الالكترونية واسباب حمايتها في التشريع الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2020.
- بلقاسم سعدي، شرح قانون العلامات في ضوء التشريع الجزائري، دار الهومة، الجزائر، 2018.
- بن زهيرة محمد، الاعتداء على العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2015.
- زياد محمد ربيع، حماية الملكية الفكرية في القوانين الوطنية والدولية، دار النشر الثقافية، بلد الاردن، سنة 2020.
- عافية صالح مسعود، النقرات التنظيم القانوني لحماية العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، الطبعة الاولى، دار النشر مكتبة الوفاء، الاسكندرية، سنة 2022.
- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني- الحقوق العينية الاصلية و الملكية الفكرية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2000.

## قائمة المصادر و المراجع

- عبد العزيز احمد، العلامة التجارية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2010.
- عبد القادر عبد الله، الشرح العلمي لقانون العلامات التجارية، دار العلوم لنشر، الجزائر، 2016.
- عبد الكريم بو جلاله، جرائم الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية، دار الهومة، الجزائر، 2016.
- عبد قادر بن طلحة، الملكية صناعية والتجارية، دار هومة، الجزائر، 2012.
- فاضلي ادريس، المدخل الى الملكية الفكرية- الملكية الفنية والادبية، الطبعة الثانية، دار النشر ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، الجزائر.
- كمال عبادي، شرح القانون التجاري التجاريالجزائري- الملكية الصناعية والعلامات التجارية، ط2، دار المعرفة، سنة 2020.

### الرسائل والمذكرات:

#### ا- اطروحة الدكتوراه:

- بن صالح سارة، الحماية القانونية للعلمة التجارية، اطروحة دكتوراه، جامعة العربي بن مهيدي، ام بواقي، الجزائر، 2018.
- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامة التجارية في التشريع الجزائري، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015.

#### ب-مذكرات الماجستير:

- نوار بو شامة، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري،مذكرة الماجستير، جامعة بالجزائر، 2015.

### ج- مذكرات الماستر:

- طيوب عز الدين، ميسون انس، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، شهادة اكاديمية، تخصص قانون الاعمال، سنة 2023.
- عائشة شابي، مروة بن مديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص قانون الاعمال، جامعة الجزائر 1، سنة 2014.

### 2- المقالات العلمية:

1. رفيقة بسكري، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الباحثة لدراسات الاكاديمية، المجلد 06، العدد 02، جامعة باتنة 1، الجزائر، سنة 2019.
2. رمزي حوحو، كاهنة زاوي، التنظيم القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد 5، جامعة خيضر، بسكرة.
3. زوقي عبد الله، العلامة التجارية بين الحماية القانونية والمنافسة غير المشروعة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 12، جامعة الجزائر 2020، 1.
4. عبد القادر باهية، العلامة التجارية في ضوء التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، العدد 2، 2019.
5. محمد رضا حمادي، عليبوساف، الحماية الجزائرية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقوق للعلوم الاجتماعية و الانسانية، المجلد 17، العدد 4، ديسمبر 2018.
6. نصر الدين علوقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية المتعددي عليها الكترونيا، المجلة الافريقية للدراسات القانونية والسياسية، جامعة احمد دارية-ادرار، الجزائر، المجلد 1، العدد 1، جوان 2017.
7. نصيرة قوادري، حماية العلامة التجارية في البيئة الالكترونية، مجلة قانون الاعمال الدولية، العدد 08، جامعة تيارت، 2021.
8. والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية و السياسية، العدد 07، جانفي 2018.

### 4-موقع الانترنت:

➤ الموقع الرسمي للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI):

<https://e-services.inapi.org>

الفهرس

الصفحة	العنوان
1	مقدمة
<b>الفصل الأول: اكتساب العلامة التجارية في القانون الجزائري</b>	
8	المبحث الأول: الاطار المفهيمي للعلامة التجارية
9	المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية
10	الفرع الأول: تعرف العلامة التجارية
15	الفرع الثاني: طبيعة العلامة التجارية
18	المطلب الثاني: كيفية اكتساب العلامة التجارية
19	الفرع الأول: شروط اكتساب العلامة التجارية
24	الفرع الثاني: اجراءات تسجيل العلامة التجارية على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية
29	المبحث الثاني: اثار اكتساب العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري
30	المطلب الأول: الحقوق المترتبة عن العلامة التجارية
31	الفرع الأول: حق احتكار استغلال العلامة
33	الفرع الثاني: حق التصرف في العلامة
37	المطلب الثاني: انقضاء الحق في العلامة التجارية
38	الفرع الأول: انقضاء الحق بارادة صاحبها
41	الفرع الثاني: انقضاء لاسباب خارجة عن ارادة صاحبها
<b>الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل القانون الجزائري</b>	
47	المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية
48	المطلب الأول: الحماية المدنية على مستوى الدولي
48	الفرع الأول: الحماية المدنية في ضوء اتفاقية باريس
54	الفرع الثاني: الحماية المدنية في ضوء اتفاقية تريبس
58	المطلب الثاني: الحماية المدنية على مستوى الوطني
58	الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

66	الفرع الثاني: وسائل الحماية المدنية للعلامة التجارية
74	المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية
75	المطلب الاول: جرائم التقليد الماسة بالعلامة
76	الفرع الاول: العلامة التقليدية الماتدية
79	الفرع الثاني: تقليد العلامة التجارية الالكترونية
82	المطلب الثاني: الاجراءات المطبقة على فعل العلامة التجارية
83	الفرع الاول: العقوبات الاصلية
86	الفرع الثاني: العقوبات التكملية
89	خاتمة
	فهرس

## الملخص:

الاعتداء على العلامة التجارية كأحد أصور المساس بالملكية الصناعية، من خلال استعراض تطور مفهوم العلامة التجارية عبر العصور، ثم توضيح الإطار المفاهيم القانوني لاكتساب هافي ظلا لأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003.

وركزت الدراسة على أنواع الاعتداء على العلامة التجارية مثل التزوير والتقليد والاستعمال غير المرخص، مع تحليل سبل الحماية القانونية المتاحة في التشريع الجزائري يسواء المدنية أوالجزائية. كماأبرزت المذكرة دور المعهد الوطني للملكية الصناعية في تسجيل العلامات ومتابعة الاعتداءات، وناقشت التحديات التي تواجهها لتطبيق العملي للنصوص القانونية ، منه انداخل القوانين وصعوبة إثبات التقليد، وانتهت إلى أن التشريع الجزائري يحقق حماية نسبية لكنه يحد إلى تحديث اليات لتعزيز ما تطوره الاساليب الحديث.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية - التقليد - التشريع الجزائري - الحماية القانونية - الملكية الصناعية.

## Abstract :

This Master's thesis examines trademark infringement within the framework of Algerian legislation. It begins by tracing the historical evolution of trademarks and defines their legal framework as regulated under Ordinance 03-06 of July 19, 2003. The research highlights various forms of infringement, such as forgery, imitation, and unauthorized use, and analyzes the available legal protections—both civil and criminal—under Algerian law. The thesis also discusses the role of the National Institute of Industrial Property (INAPI) in trademark registration and monitoring, while identifying practical challenges such as overlapping regulations and difficulties in proving imitation. It concludes that while Algerian legislation offers partial protection, further legal updates are necessary to effectively combat modern counterfeiting methods.

**Keywords:** Trademark – Infringement – Algerian legislation – Legal protection – Industrial property