جامعة باتنة 1 الحاج لخضر

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

المؤتمر الدولي الأول حول التقليد والقرصنة لحقوق الملكية الصناعية

شهادة مشاركة

يسر هيئة المؤتمر الدولي الأول حول التقليد والقرصنة لحقوق الملكية الصناعية

أن تمنح هذه الشهادة لـ : د. عشور سليم

نظير المشاركة في فعاليات المؤتمر المنعقد بجامعة باتنة 1 يومي : 21 و 22 أكتوبر 2020

بمداخلة موسومة بعنوان : التقليد في مجال الشارات المميزة : العلامات التجارية . تسميات المنشأ

عميد كلية الحقوق والعلوم السياسية

أ.د/ مكلوفي عبد الوهاب

العميد

رئيس المؤتمر

الدكتور : سلامي ميلود

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الحاج لخضر باتنة -1-

تحت رعاية السيد معالي وزير التعليم العالي و البحث العلمي

و إشراف السيد مدير جامعة باتنة -1-

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم الحقوق

ينظم:

المؤتمر الدولي الأول حول :

التقليد و القرصنة لحقوق الملكية الصناعية

يومي 21 و 22 اكتوبر 2020 بقاعة المحاضرات الكبرى و المبنى الجديد بكلية الحقوق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة -1- الحاج لخضر

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

ينظم:

المؤتمر الدولي الأول حول:

التقليد والقرصنة لحقوق الملكية الصناعية

يومي: 21 و22 أكتوبر 2020

رئيس المؤتمر: د. سلامي ميلود

نائب رئيس المؤتمر: د. بيطام أحمد

مقرر المؤتمر: د. حامدي بلقاسم

رئيسة اللجنة العلمية: أ.د زرارة صالحي الواسعة

رئيس اللجنة التنظيمية: د. عربي باي يزيد

الأهمية العلمية والعملية للمؤتمر:

- إن التقليد والقرصنة ظاهرتين عالميتين ومشكلتين كبيرتين تعاني منهما جميع دول العالم، وساهم في انتشارهما التغيرات الاقتصادية والاجتماعية كحاجة بعض الدول الفقيرة إلى السلع والمنتجات وسلوك المستهلكين غير الواعي والمدرك لحجم المخاطر التي ترجع على الصحة والسلامة، فضلا عن النشاط الإجرامي الكبير الذي تقوم به شبكات دولية كبيرة، وسهولة الوصول إلى السلع والمنتجات المقلدة والمقرصنة خاصة في ضل العولمة الرقمية ووسائل الاتصال الحديثة.
- إن وجود الأنظمة القانونية والأطر المنظمة والهيئات والمؤسسات الوطنية والدولية لا يكفي لدرء ومواجهة مخاطر هاتين الظاهرتين، بل يتعين بذل المزيد من الجهود من اجل تحقيق الاحترام لقوانين الملكية الصناعية وضمان أداء هذه النظم لأدوارها الفعالة في تشجيع الابتكار والإبداع.
- إن هذا المؤتمر هو فرصة للبحث في تشخيص المشاكل والبحث في الحلول للتخفيف من حدة الظاهرتين ومن ثم فان الإشكالية التي يطرحها المؤتمر تتمثل في: مدى تأثير ظاهرتي التقليد والقرصنة لحقوق الملكية الصناعية على مالكي الحقوق من جهة؟ وعلى الاقتصاد الوطني والدولي من جهة ثانية؟ وماهي سبل مواجهة أخطار الظاهرتين؟

أهداف المؤتمر:

- البحث في تبادل المعارف والتجارب الوطنية والدولية من اجل المحافظة وعدم المساس بحقوق الملكية الصناعية.
- البحث في الوسائل الكفيلة بوقف تجارة السلع المقلدة والمقرصنة.
- البحث في أوجه التصدي لمواجهة أخطار هاتين الظاهرتين ذات الأبعاد الدولية وانعكاساتها على الاقتصاديات الوطنية والدولية.
- البحث في كيفية التصدي للأخطار التي تشكلها ظاهرتي التقليد والقرصنة على الصحة العامة وسلامة المستهلك.
- البحث في دور الهيئات والمنظمات والجمعيات الدولية والوطنية في مكافحة هاتين الظاهرتين.

برنامج الجلسات: يوم 21 اكتوبر 2020

الجلسة الأولى من 10:00 الى 12:15			رئيس الجلسة : أ.د زرارة لخضر رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
10:00	د.سلامي ميلود ط.د سواسي رفيق	باتنة 1 باتنة 1	الضوابط القانونية لرخص تسويق الأدوية الجنيسة
10:15	د. بن حليمة ليلى د. عشور سليم	المسيلة المسيلة	التقليد في مجال الشارات المميزة : العلامات التجارية , تسميات المنشأ
10:30	د.زواني نادية	الجزائر1	تقليد المنتجات الدوائية
10:45	د.خلف مهدي السيد كيكلب	الاسكندرية مصر	الآثار الاقتصادية لظاهرتي التقليد و القرصنة لحقوق الملكية الصناعية
11:00	د.شمامة بوترعة	قسنطينة1	الرسوم و النماذج الصناعية بين تعدد صور الاعتداء و متطلبات الحماية
11:15	د.رقيق ليندة	باتنة 1	حماية القطاع الصيدلاني بين الحجج و الواقع
11:30	د.حمادي زوبير	بجاية	المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية جهاز مكلف بحماية حقوق الملكية الصناعية أم مصدر للتقليد و القرصنة
11:45	أ.د. شهيدة قادة د.بن سالم المختار	تلمسان م.ج.إليزي	الحقوق الواردة على المعارف المرتبطة بالموارد البيولوجية المسوقة الناجمة عن انتهاكها
12:00	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

الجلسة الثانية من 13:00 الى 15:15			رئيس الجلسة : أ.د بلقراق فريدة رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
13:00	أ.مجد بلقاسم فايزة د. زواغي سامية	مدرسة الدراسات التجارية العليا البويرة	Les incidences économiques du piratage et de la contrefaçon ; approche en matière de propriété industrielle
13:15	د.زيدان الشذلي أ.بوهنتالة ياسين	تيارت م.ج.بريكة	فعالية الاتفاقيات الدولية في حماية الملكية الصناعية
13:30	د.بوحالة الطيب د.بن النوي خالد	خنشلة خنشلة	دور الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر في محاربة التقليد للملكية الصناعية
13:45	د.بن قوية المختار	البويرة	تأثير انظمة الفحص في مجال براءات الاختراع على انتشار ظاهرة التقليد
14:00	د.مجد عبد الجليل عبد القوي غازي المر	الاسكندرية مصر	دور الجمارك في حماية حقوق الملكية الصناعية دراسة تحليلية بين مصر و الجزائر و الصين
14:15	د. قسوري فهيمة	باتنة 1	دور سياسات الملكية الفكرية في تعزيز الذكاء الاصطناعي (على ضوء قرارات منظمة WIPO)
14:30	د.بلخدة صفيان	سعيدة	المنظمة العالمية للملكية الفكرية كآلية لوقف تجارة السلع المقلدة و المقرصنة
14:45	أ.بوتوتين خالد د.جبلي منصور	مستقدم مستقدم	دعوى التقليد آلية لحماية حقوق الملكية الصناعية
15:00	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

الجلسة الثالثة من 15:15 إلى 17:30			رئيس الجلسة : أ.د بن عمران محمد الأخضر رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
15:15	د.موزاوي عائشة أ.إدوارد ناشد نشأت	المدية معهد العبور العالمي للابراة و الحاسبات و نظم المعلومات مصر	حماية حقوق الملكية الصناعية في الجزائر بين القوانين و آليات الحماية
15:30	د.بلقاسمي كهينة ط.د.بوثلجي امينة	الجزائر 1 الجزائر 1	القرصنة البيولوجية للنباتات و المعارف التقليدية
15:45	د.حفصي بونبعو ياسين د.بلعيد امينة	م.ج.تيبازة باتنة 1	واقع و آليات مكافحة التقليد و القرصنة للملكية الصناعية في الجزائر
16:00	د.سميحة بشينة	سكيكدة	الحماية الجزائية لتسميات المنشأ في القانون الجزائري
16:15	د.بوهنتالة أمال ط.د بلعامر وليد	باتنة 1 باتنة 1	مكافحة ظاهرة تقليد الأدوية في التشريع الجزائري
16:30	أ.د زرارة صالحي الواسعة ط.د شادة وهيبة	باتنة 1 باتنة1	التسويق الالكتروني للدواء المقلد و آثاره على الشركات المصنعة للدواء
16:45	د.زرداني عبد العزيز د.عشوش كريم	عنابة الجزائر 1	وسائل حماية الأسرار التجارية من القرصنة
17:00	د. بوراوي أحمد	م ج بريكة	جريمة التقليد في ظل الاجتهاد القضائي الجزائري
17:15	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

برنامج الورشات: يوم 22 اكتوبر 2020

الورشة الأولى من 9:00 إلى 11:00 التقليد في مجال الابتكارات			رئيس الجلسة : د.محمودي سماح رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
9:00	د.بن عشي حفصية ط.د. سلمون هشام	باتنة 1 باتنة 1	الحماية القانونية للمواد الصيدلانية من التقليد في الجزائر
9:10	ط.د.قفازة سليمان ط.د.قرومي نذير	بشار بشار	خصوصية المتابعة الجزائية لأحكام دعاوى التقليد لبراءة الاختراع
9:20	د. مصعور جليلة ط.د عبد الصمد ريمة	باتنة 1 باتنة 1	آليات حماية العلامة في مستحضرات التجميل من التقليد
9:30	ط.د زياني فيصل ط.د زياني منير	بجاية باتنة 1	مفهوم التقليد لحقوق الملكية الصناعية
09:40	د.نوبري سامية د.بن سعيد صبرينة	قالمة م.ج.بريكة	جريمة تقليد الرسوم و النماذج الصناعية في التشريعين الجزائري و المغربي -دراسة مقارنة-
09:50	د.كيحاهم سلطانة د.لعويجي عبد الله	باتنة 1 باتنة 1	التصرفات الناشئة عن حقوق الاختراع و وسائل حمايتها
10:00	د.بارش ايمان ط.د بن يونة عبد الحكيم	باتنة 1 باتنة 1	جريمة تقليد براءة الاختراع في التشريع الجزائري
10:10	ط.د. لبيب علي محمود ابو عقيل ط.د سعد جاب الله هيام	مستقدم سكيكدة	جريمة التقليد في براءة الاختراع
10:20	ط.د مشتة نسرين	باتنة 1	الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد في التشريع الجزائري
10:30	د. بوتخوخ عيسى د.نسيمة سايلي	باتنة 1 باتنة 1	جريمة التقليد و انعكاساتها على حقوق الملكية الفكرية في الجزائر
10:40	ط.د يحي راوية	باتنة 1	جريمة تقليد براءة الاختراع في القانون الجزائري
10.50	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

الورشة الثانية 9:00 الى 11:15 التقليد في مجال الشارات المميزة			رئيس الجلسة : د. مصعور جليلة رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
9:00	ط.د حمادي مجد رضا ط.د مقران سماح	ادرار ورقلة	الشروط القانونية لحماية العلامة التجارية
9:10	ط.د بلبلي اسماء ط.د عبيدات ليلى	سطيف 2 بجاية	حماية العلامة التجارية جزائيا من التقليد عبر الانترنت
9:20	أ. مبارك زوزة ط.د مجدي عائشة	قالمة قسنطينة	تقليد و سرقة شعارات العلامات التجارية "قضية تقليد شعار قطر للسياحة في نظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية "
9:30	د. بن عبيد الخلاص	باتنة 1	جنحة تقليد العلامات التجارية في التشريع الجزائري (مع بعض الاحصائيات للفترة الممتدة بين 2010-2016)
09:40	د.فتاح شهاب د.صليحة بوصوردي	باتنة 1 باتنة 1	العلامة التجارية و عقوبة تقليدها في القانون الجزائري
09:50	ط.د رووف فروج ط.د مالكي اسماء	قسنطينة1 عنابة	تقليد العلامات التجارية - بين القانون و الاجتهاد القضائي الجزائري -
10:00	د.فدة حبيبة ط.د بوشطوطة بسمة	ورقلة باتنة 1	تقليد العلامة التجارية عمليا و الموقف القضائي منها
10:10	د.حامدي بلقاسم ط.د منزر عيسى	باتنة 1 باتنة 1	دور التفتيش في حماية علامة الجودة من التقليد
10:20	ط.د مزهود نور الدين ط.د كوسة حليمة	المسيلة باتنة 1	تقليد العلامة التجارية الكترونيا
10:30	د. غياثي طاهر ط.د حمونة عبد العلي	باتنة 1 باتنة 1	خصوصية التقليد في العلامة التجارية الالكترونية
10:40	د.بدة نبيل ط.د مزياني مجد السعيد	باتنة 1 باتنة 1	النظام القانوني لعقد التراخيص باستعمال العلامة التجارية و تأثير التقليد عليها
10.50	د.بسكري رفيقة ط.د صوالحي حنان	باتنة 1 باتنة 1	دور القضاء في حماية العلامة التجارية
11.00	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

الورشة الثالثة من 9:00 الى 11:05 قرصنة الموارد البيولوجية والمعلومات غير المفصح عنها			رئيس الجلسة : د. قصوري فهيمة رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
9:00	د. ريمة رضوان طرد كريمة شليحي	ورقلة البليدة 2	أثر قرصنة السر التجاري على المستثمرين الأجانب في الجزائر
9:10	د.فرحي ربيعة طرد بوعكاز اسماء	تبسة باتنة 1	الحماية الجزائية للمصنفات الرقمية
9:20	د.خويلدي السعيد طرد تيمجغدين عبد الناصر	ورقلة ورقلة	الحماية القانونية لقواعد البيانات في البيئة الرقمية وفقا للتشريع الجزائري
9:30	طرد زماتي وفاء	باتنة 1	ظاهرة التقليد و انعكاساته على الأدوية الصيدلانية
09:40	د. دوار جميلة طرد مخلوفي مخلوف	برج بوعريريج برج بوعريريج	الموارد البيولوجية في التشريع الجزائري بين الإيراء و القرصنة
09:50	طرد بن عيسى نصيرة	باتنة 1	الحماية القانونية للأصناف النباتية الجديدة من القرصنة البيولوجية
10:00	دين بوعزيز أسية د.مبلود بن عبد العزيز	باتنة 1 باتنة 1	الحماية الجزائية للمصنف الرقمي في التشريع الجزائري
10:10	طرد كرماش هاجر	باتنة 1	احكام قرصنة الحاسوب الآلي في إطار الملكية الصناعية
10:20	د.سارة عزوز د.بقيشية زهور	باتنة 1 باتنة 1	الآثار السلبية لاستخدام البرمجيات المقرصنة
10:30	د. بن الشيخ نور الدين طرد جزيري مروة	مرج بريكة باتنة 1	استيراد البضائع و المنتجات المقلدة كوجه من أوجه جريمة تقليد العلامة
10:40	د.نويس نبيل د.لكناوي مريم	مرج بريكة قالمة	الأمن القانوني و قوانين الأمن المعلوماتي قرصنة الحواسيب " قضية اونيوس نموذجا "
10:50	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

الورشة الرابعة من 9:00 الى 11:25 آثار التقليد و القرصنة و آليات مكافحتهما			رئيس الجلسة : د. بوهنتالة امال رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
9:00	د. حميدالي سليم طرد دلندة مراد	قالمة باتنة 1	القرصنة الاقتصادية في العالم : التوصيف و حتمية المواجهة
9:10	أ.ملوكة بروورة أ.بوعلي سفيان	بسكرة سطيف	الآثار السوسيو-اقتصادية لظاهرة تجارة السلع المقلدة
9:20	أ.د مرامرية حمه طرد قراح ربيعة	عنابة قالمة	حماية المستهلك من جريمتي التقليد و القرصنة للعلامة التجارية
9:30	د. عيساتي طه طرد عبد الله فوزية	باتنة 1 الجزائر 1	التعاون الدولي لمكافحة التقليد و القرصنة في مجال حقوق الملكية الصناعية
09:40	طرد ساكري زوبيدة طرد بولحبيس سامية	الجزائر1 الجزائر1	وسائل إدارة الجمارك لحماية حقوق الملكية الصناعية من التقليد
09:50	د. رابحي لخضر طرد عكوش حنان	الأغواط الجزائر 1	التدابير الدولية لحماية التقليد و القرصنة في الملكية الصناعية
10:00	طرد بومخيلة زكرياء طرد عبد الحليم صلوابي	خنشلة	موقع التحكيم التجاري الدولي ضمن نزاعات الملكية الصناعية (التقليد و القرصنة نموذجا)
10:10	أ. غضبان ساعد أ. بلهادي سعيدة	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية الجزائر باتنة 1	دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO في مكافحة التقليد و القرصنة
10:20	د. شاوش حميد طرد منسل كوثر	قالمة قالمة	نحو تفعيل التعاون بين الانتربول و منظمة الجمارك العالمية في مجال حماية الملكية الصناعية من التقليد و القرصنة
10:30	د. عربي بايزيد د.عباسي كريمة	باتنة 1 سطيف 2	أسباب تأثير التقليد في مواد التجميل على صحة المستهلك
10:40	د.عباسي سهام د.هشام مخلوف	مرج بريكة تيبازة	التقليد في الصناعة الصيدلانية " صناعة الأدوية الجنسية نموذجا "
10.50	د.يوذجية شهيرة د.فاضل الهام	مرج بريكة قالمة	دور الحماية الادارية لحقوق الملكية الصناعية في مواجهة ظاهرة التقليد بالجزائر
11:00	د.زيداني توفيق	باتنة 1	دور الجمارك في مكافحة التقليد
11:10	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

الورشة الخاصة من 9:00 الى 11:05 آليات مكافحة التقليد و القرصنة وطنيا			رئيس الجلسة : د. زيدان الشعلي رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
9:00	د. لمشونشي ميروك د. كمال بوبحاية	المدرسة العليا لعلوم الاعلام و الصحافة الجزائر الجزائر 1	آليات تدخل إدارة الجمارك في مكافحة التقليد في مجال الملكية الصناعية
9:10	د. لجلط فواز طرد كرازدي سارة	المسيلة المسيلة	دعوى التقليد في التشريع الجزائري
9:20	د. بن يسعد عذراء طرد سايفي أسماء	قسنطينة 1 قسنطينة 1	فعالية الحماية الجزائية في مكافحة جريمة التقليد بين "القانون و الواقع"
9:30	طرد بلعطون آية طرد مصدق فطيمة الزهراء	الجزائر 1 المسيلة	إدارة الجمارك كآلية لمكافحة جريمة التقليد الماسة بحقوق الملكية الفكرية
09:40	د. عيلي حبيبة طرد عيلي وفاء	خنشلة خنشلة	دور الجمارك الوطنية في مكافحة تقليد حقوق الملكية الصناعية بين حتمية التصدي و تحديات الممارسة المهنية
09:50	طرد بقيتي ونام طرد زياني زينب	الجزائر 1 سكيكدة	الآليات القضائية لمكافحة التقليد في الملكية الصناعية
10:00	د. مكريش سمية طرد زراق حسين	قسنطينة 1 مستغانم	دور المعهد الوطني للملكية الصناعية في التصدي لظاهرة التقليد
10:10	د. غضبان سمية طرد صواق عبد الرحمان	المسيلة الجزائر 1	الحماية الجنائية لحقوق الملكية الفكرية ـ جريمة التقليد نموذجا ـ
10:20	طرد شرقي منير	باتنة 1	دعوى التقليد كآلية لتكريس الحماية الجزائية للملكية الصناعية
10:30	أ.د نجاح عصام طرد بن أوجيت فطيمة الزهراء	قالمة قالمة	خصوصية الاجراءات التحفظية لحجز التقليد قبل تحريك الدعوى القضائية
10:40	د. بن بوعبد الله وردة د. بن بوعبد الله مونية	باتنة 1 سوق اهراس	الحماية الجزائية لصاحب الإختراع من التقليد
10:50	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

الورشة السادسة من 9:00 الى 11:05 الحماية الخاصة			رئيس الجلسة : د. بوراوي أحمد رابط الجلسة على زووم : (يرسل لاحقا)
التوقيت	المتدخلون	الجامعة	عنوان المداخلة
9:00	طرد بركاني نوفل رؤوف طرد ساري سعاد	أم البواقي أم البواقي	الحماية القضائية للعلامة التجارية من التقليد في التشريع الجزائري ـ دراسة مدعمة بالتطبيقات القضائية ـ
9:10	د.براهيم منير طرد حمريط عبد المالك	م.ج بريكة البليدة 2	مدى فعالية المنظومة الجزائية في حماية العلامة التجارية من التقليد في ظل القانون الجزائري
9:20	د. عمار مزياني طرد عبد المنار مزياني	باتنة 1 أدرار	الحماية الجنائية للعلامات في القانون الجزائري
9:30	طرد بوداود خليفة طرد حميدي رضوان	المسيلة المسيلة	الدعاوى كآلية لحماية العلامة التجارية من التقليد
09:40	د. بن بوعبد الله نورة طرد غودة خلاف	باتنة 1 باتنة 1	الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد باستعمال علامة مشابهة
09:50	طرد حواس صباح	باتنة 1	التخلص من السلع المقلدة و المقرصنة لحقوق الملكية الصناعية و إتلافها بطريقة سليمة و آمنة بيئيا
10:00	د. مشري راضية د. مقلاتي مونة	قالمة قالمة	دور إدارة الجمارك في حماية العلامة التجارية من خطر التقليد
10:10	د.محمودي سماح	م.ج بريكة	الطبيعة القانونية للحماية الواردة على الرسوم و النماذج الصناعية و آليات ممارستها
10:20	د. بيطام أحمد طرد دراز السعيد	باتنة 1 الجزائر 1	حماية الدوائر المتكاملة من التقليد
10:30	طرد لكحل شهرزاد	باتنة 1	الهندسة العكسية صورة للتقليد أم عملية بحث و تطوير
10:40	د.يادبس الشريف د.بوكريطة موسى	خنشلة خنشلة	البحث و التحري في مجال مكافحة جرائم التعدي على حقوق الملكية الصناعية
11.50	مناقشة لمدة 15 دقيقة		

مراسيم حفل الاختتام: ابتداء من 11:30 من اليوم الثاني

نهاية أشغال المؤتمر	
فعاليات حفل الاختتام	كلمات ختامية وتكريمات

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة 1– الحاج لخضر

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

استمارة مشاركة في الملتقى الدولي الأول حول: التقليد والقرصنة لحقوق الملكية الصناعية

لقب واسم المشارك (ة): *الدكتورة/ بن حليمة ليلى **لقب واسم المشارك:** الدكتور/ عشور سليم

الرتبة العلمية: أستاذ محاضر أ **الوظيفة:** أستاذان جامعيان

التخصص: حقوق (*دكتوراه ملكية فكرية بجامعة باتنة أكتوبر 2017).

المؤسسة الأصلية: جامعة محمد بوضياف-المسيلة **العنوان:** حي 150/70 مسكن وظيفي بالقطب الحضري الجديد

الهاتف: 0661498761 /0662948113 **الفاكس:**///////

البريد الالكتروني: achoursalim35@yahoo.com ------ leilab2862@yahoo.com

لغة المداخلة: لغة عربية

المحور الثاني: مجالات التقليد والقرصنة لحقوق الملكية الصناعية.

عنوان المداخلة: التقليد في مجال الشارات المميزة: العلامات التجارية، تسميات المنشأ.

ملخص المداخلة:

التقليد في مجال الشارات المميزة: العلامات التجارية وتسميات المنشأ يعتبر من الجرائم الاقتصادية المعاصرة، وهو الخطر الأكبر الذي يداهم أصحاب الملكية الصناعية ويهدد حقوقهم، من خلال التأثير على الصحة العامة للمستهلك من جهة، وعلى المنافسة النزيهة من جهة أخرى، لذلك أصبح من الضروري العمل على كشف مواطن وجود جريمة التقليد والبحث عن طرق مكافحتها.

الكلمات المفتاحية: التقليد، الشارات المميزة، العلامات التجارية، تسميات المنشأ، المؤشرات الجغرافية، بيانات المصدر

Imitation in the field of distinctive badges: Trademarks, Appellation of origin.

Abstract:

Imitation in the field of distinctive badges: Trademarks and Appellation of origin are considered contemporary economic crimes, This is the biggest threat to owners of industrial property and to their rights, , by affecting the public health of the consumer on the one hand, and to fair competition on the other. It is therefore necessary to work on uncovering the existence of the crime of imitation and to seek ways to combat it.

Key words: Imitation, Distinctive badges, Trademarks, Appellation of origin, Geographical indications, Indication of Source.

مقدمة:

ترتكز حقوق الملكية الصناعية أساسا على فكرة الإبداع في مجال الصناعة والممارسات التجارية، وغالبا ما يعتمد هذا الإبداع على مجموعة من الأفكار والمعارف الفنية والتي تنشأ بفضلها مجموعة من المبتكرات والتي يكون من شأنها التحديث والتطوير في المجال الصناعي بغية زيادة الإنتاج وتحقيق مبدأ المنافسة المشروعة في مجال الممارسات التجارية.

وهكذا لا تخرج حقوق الملكية الصناعية عن حقوق تتعلق بموضوع المنتج وحقوق تتعلق بتنفيذه، بالإضافة إلى حقوق أخرى تتعلق بكافة المبتكرات التي تمثل بشكل المنتج أو مظهره الخارجي، وتأتي في مقدمتها العلامات التجارية وتسميات المنشأ.

وإذا كان العصر الحديث قد عرف بكثرة السلع والمنتجات وكثرة الأسواق فإن الحاجة كانت ملحة لاستخدام الشارات المميزة للتعريف بالسلع وتوضيح صفاتها وخصائصها وملائمتها، وبذلك ازدادت أهمية هذه الشارات المميزة، حيث أثرت على تصرفات مالكيها وعلى غيرهم من التجار والمنتجين، وأصبحت بذلك عرضة للاعتداء عليها عن طريق التقليد، مما سبب ضررا جسيما للصناعة والتجارة من جهة وللمستهلك من جهة أخرى، كما يمس في المقام الأول صاحب حقوق الشارات المميزة، لأن عملية التقليد تسمح بترويج منتجات مقلدة تشبه المنتجات الأصلية.

وعليه تم طرح الإشكالية التالية: كيف يكون التقليد في الشارات المميزة (العلامة التجارية، تسميات المنشأ) في مجال الملكية الصناعية؟.

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة تساؤلات فرعية هي:

- ما المقصود بـ: التقليد، العلامة التجارية، تسميات المنشأ؟
- ما هو مضمون التقليد في العلامة التجارية؟
- ما هو مضمون التقليد في تسميات المنشأ؟
- وكيف يتم اكتشاف وجود التقليد في هذه الشارات المميزة؟

أولا- الإطار المفاهيمي للدراسة:

1- تعريف التقليد:

يعرف التقليد في مفهومه الاصطلاحي بأنه:" كل تصنيع لمنتوج بالشكل والهيئة التي تجعله يشتبه اشتباها كثيرا في شكله الظاهري مع المنتوج الأصلي، وذلك بنية توهيم المستهلك بأنه المنتوج الأصلي، بالإضافة إلى تحقيق عوائد مالية من ذلك".[1]

أو هو : " كل فعل عمد إيجابي ينصب على سلعة معينة، أو خدمة ويكون مخالفا لقواعد التشريع المقررة، أو من أصول البضاعة من كان من شأنه أن ينال من خواصها وفائدتها أو ثمنها بشرط عدم علم المتعامل الآخر به".[2]

وعليه فالتقليد هو نقل واستنساخ جزئي أو كلي لشيء عن شيء أصلي بطريقة تدليسية قصد غش وتضليل الغير وجعله يخلط بين الشيء الأصلي والمقلد.[3]

وهو أيضا :"نقل شيء عن الأصل بصورة احتيالية وتدليسية قصد التحريف والغش، ونسبته لغير صاحبه الأصلي، لإيقاع الغير في الخطأ والخلط بين الشيئين الأصلي والمقلد".[4]

وتجدر الإشارة إلى أن التقليد في الملكية الصناعية هو كل مساس بحقوق أصحاب الملكية الصناعية مهما كان موضوعها ونوعها، فمتى تحقق هذا المساس فإنه يشكل فعلا من أفعال التقليد.

2- تعريف العلامة التجارية:

لم تتطرق القوانين المقارنة بما فيها القانون الجزائري، وكذا الاتفاقيات الدولية إلى وضع تعريف دقيق للعلامة التجارية، واكتفت بتحديد الصور والأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية، لذلك سيتم تعريفها لغة ثم اصطلاحا.

فالتعريف اللغوي للعلامة التجارية يعني: جمعها علامات، ومعناها ما ينصب في الأرض فيهتدى به أو الفصل بين الأرضين. كما تعني سمة أو أمارة أو شعار تعرف به الأشياء.[5]

أما التعريف الاصطلاحي فقد أورد الفقه عدة تعاريف للعلامة التجارية منها: « وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين والتجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية بحيث إذا اتخذ أحد التجار أو المنتجين علامة تجارية أو صناعية معينة تمييزا لبضائعه أو منتجاته فإنه يمتنع عن غيره من التجار أو المنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع مماثلة».[6]

وعرفها سمير جميل حسين الفتلاوي بأنها:« كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر، أو يصنعها المنتج، أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها، لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات».[7]

وعرفها صلاح زين الدين بأنها:«كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون».[8]

أما صلاح الدين الناهي فقد عرفها بأنها:«إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات والخدمات أو تُعلَم، تمييزا لها عما يماثلها من بضائع أو سلع أو خدمات».[9]وعرفها محمد حسين إسماعيل بأنها:«أداة مميزة تخص تاجرا أو صانعا لتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها، وقد يكون رمزا، رسما، حرفا... الخ

تستهدف التدليل على أصل السلعة وضمان مزايا معينة فيها، فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعملاءه وتمكنه من الاستئثار بثقتهم».[10] وعرفها ألبير شافان وجون جاك بارست بأنها:«إشارة مميزة توضع على منتوج أو خدمة لغاية تمييزهم عن المنتجات المشابهة للمنافسين أو للخدمات المقدمة من الآخرين».[11]

وفي الاصطلاح القانوني فقد نص المشرع الجزائري في المادة 2 الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات[12]على ما يلي: «العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والحرف والأرقام والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره».

وما يلاحظ على هذا التعريف هو عدم تمييزه بين العلامة التجارية التي يضعها التاجر على البضائع التي يقوم ببيعها، والعلامة الصناعية التي يضعها الصانع أو المنتج على سلعة لتمييزها عن سلع مماثلة، كون هذا التمييز لا تترتب عليه أية نتيجة قانونية باعتبار أن العلامتين تخضعان لذات الأحكام والقواعد القانونية، وأكثر من ذلك فقد نجد كلا العلامتين مدمج في علامة واحدة عندما يكون منتج السلعة هو الذي يتولى أمر توزيعها لذلك تستعمل العلامة التجارية للدلالة على النوعين.[13]

وما يلاحظ على التعريف الذي أورده المشرع الجزائري كذلك هو الأخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، لتشمل علامات السلع وهي العلامات التي توضع على المنتجات، سواء تعلق الأمر بالمنتجات التي يقوم التاجر بصنعها أو ببيعها وكذا العلامات المتعلقة بالخدمات، وبهذا التعديل يكون المشرع الجزائري قد شمل كل أنواع العلامات التجارية وعلى الأخص علامات الخدمة التي لم تكن إلزامية في الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى.

وما يؤخذ على هذا التعريف هو اشتراطه أن تحدد العلامة التجارية برموز قابلة للتمثيل الخطي، أي أن تكون العلامة واضحة ومدركة بالنظر كما هو الشأن لدى بقية التشريعات، في حين نجد أن هناك علامات صوتية كما هو الحال في النغمات الصوتية التي توضع على بعض المنتجات، كالأواني وأجهزة الهاتف النقال، وهناك علامات تجارية مما يدرك بالشم كالعطور والروائح والتي أجاز القانون الأمريكي تسجيلها كعلامات تجارية وأجازها القانون الإنجليزي شريطة إمكانية تمثيلها صوريا.[14]

وبخصوص الاتفاقيات الدولية لم تتطرق اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 إلى تعريف العلامة التجارية، ولم تحدد الأشكال والصور التي يمكن أن تتخذها العلامة، محيلة ذلك على التشريعات الداخلية للدول الموقعة عليها.

بينما حددت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994[15] في المادة 15 فقرة1 منها المقصود بالعلامة التجارية حيث نصت على أنه: «تعتبر علامة أو مجموعة علامات، تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة بأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا، وأرقاما، وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية وحين لا يكون في هذه العلامة ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، فإنه يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامة المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها».

والملاحظ من خلال هذه المادة أنها لم تعط تعريفا دقيقا للعلامة التجارية وإنما اكتفت بتعداد الأشكال التي يمكن أن تأخذها هذه العلامة، وهو تعداد مذكور على سبيل المثال، كونه لم يشمل بعض الأشكال التي يمكن أن تأخذها العلامة، كالعلامات المجسمة التي ترد على شكل السلع نفسها، أو كيفية تغليفها،[16] وهو ما نص عليه المشرع الجزائري حيث ذكر الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها في الأمر 03-06.

والملاحظ أن المادة 15 من اتفاقية (الأدبيك) لسنة 1994 وعلى الرغم من عدم إعطاءها مفهوما دقيقا للعلامة التجارية إلا أنها شملت جميع أنواع العلامات، وكذا مختلف الأشكال التي يمكن أن تأخذها العلامة بما فيها العلامات غير قابلة للتمثيل الخطي والإدراك بالنظر طالما لها القدرة على تمييز المنتجات والخدمات، وذلك على عكس ما أورده المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وأغلبية التشريعات من اشتراط أن تكون العلامة التجارية قابلة للتمثيل الخطي أي قابلة للإدراك بالنظر.

3- تعريف تسميات المنشأ:

عرفها الدكتور سمير حسين الفتلاوي بأنها:"هي التسمية التي تستغل كرمز لمنشأة صناعية في البلد أو المنطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى بحيث يكون الإنتاج منسوبا حصريا أو أساسا لبيئة جغرافية تتمتع بعوامل طبيعية أو بشرية".[17] أو هي:" أداة جماعية يستخدمها المنتجون لترويج منتجات أراضيهم والحفاظ على ما اكتسبه من جودة وسمعة مع مرور الزمن".[18]

وبخصوص التعريف التشريعي لتسميات المنشأ فقد عرفها المشرع الجزائري في المادة الأولى من الأمر رقم 76-65 كما يلي:" تعني –تسميات المنشأ–الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة، أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية".[19]

يتضح من خلال هذا النص بأن المشرع الجزائري أبرز ميدان تطبيق تسميات المنشأ إذ أكد على وجود علاقة بين المنتجات والبيئة الجغرافية التي أنشأت فيها، أي أن جودة بعض المنتجات مرتبطة بالمكان الجغرافي الذي يسمح بإنتاجها وأن عوامل كثيرة طبيعية وبشرية تمنح المنتجات طابعا مميزا كالمياه المعدنية سعيدة وإيفري.

وإضافة إلى هذا فقد عرف قانون الجمارك بلد منشأ بضاعة كما يلي:" هو البلد الذي استخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة أو جنيت أو صنعت فيه".[20]

وبخصوص تعريف الاتفاقيات الدولية فقد نصت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في المادة الأولى منها على أنه :" تشمل الملكية الصناعية ....وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ...".[21] وتعرف تسميات المنشأ بموجب المادة 02 من اتفاق لشبونة على النحو التالي:"تعني تسميات المنشأ طبقا لهذا الاتفاق، التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية"، كما أضافت الفقرة الثانية من نفس المادة أن بلد المنشأ هو :" البلد الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج، أو هو البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي يمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج".[22]

ومن أمثلة تسميات المنشأ المعروفة ما يلي:

- تسمية (هافانا) للتبغ المزروع في منطقة هافانا في كوبا.
- تسمية (توسكانا) لزيت الزيتون المنتج في مقاطعة توسكانا بإيطاليا.
- تسمية (دار جيلنغ) للشاي الهندي.
- تسمية (روكفور) للجبن المصنوع في كهوف إقليم روكفور بفرنسا.

ووفقا للتعريف الذي ورد في اتفاق لشبونة السالف الذكر فإن تسميات المنشأ تتألف من اسم مكان منشأ المنتج، لكن من المهم الإشارة إلى أن عددا من البيانات التقليدية التي لا تتكون من أسماء منشأ، وتشير مع ذلك إلى المنتج من حيث صلته، بمكان معين، تحظى بالحماية باعتبارها تسميات منشأ بموجب اتفاق لشبونة (مثل جبن ريبوشون، ونبيذ فينو فيردي الأخضر).

وغالبا ما يستخدم مصطلح تسميات المنشأ في القوانين التي تنشئ حقا محددا ونظام حماية للمؤشرات الجغرافية أما المؤشر الجغرافي فهو مصطلح أعم لا يحدد طرقا محددة للحماية، أي أن تسمية المنشأ والمؤشر الجغرافي كلاهما يقتضي رابطا نوعيا بين المنتج الذي يشير إليه ومكان منشئه، وكلاهما يبين للمستهلك منشأ المنتج الجغرافي ومزايا أو خصائص المنتج المرتبطة بمكان منشئه.

والفرق الأساسي بين المفهومين أن ذلك الرابط مع مكان المنشأ ينبغي أن تكون أقوى في حالة تسميات المنشأ– ولا بد أن تكون مزايا وخصائص المنتج المحمي باعتباره تسميات منشأ ناجمة حصرا أو أساسا عن منشئه الجغرافي– ويعني ذلك عموما أن يكون المنشأ هو مصدر المواد الخام ومكان صنع المنتج، أما في حالة المؤشرات الجغرافية، فيكفي توافر معيار واحد من المعايير المنسوبة للمنشأ الجغرافي، سواء كانت مزية أو خاصية أخرى في المنتج أو سمعته فقط، كما أنه ليس من الضروري أن يتم إنتاج المواد الخام أو استنباط المنتج المحمي بمؤشر جغرافي أو صنعه بالكامل في المنطقة الجغرافية المحددة.[23]

وبالاستناد إلى المصطلحات التي سبق تداولها في هذا العنصر فإن السؤال الذي يتبادر إلى الذهن هو هل هناك علاقة بين كل من تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية وبيانات المصدر أم أنها مصطلحات مختلفة عن بعضها البعض وهو ما سيتم تبيانه فيما يلي:[24]

تسميات المنشأ	المؤشرات الجغرافية	بيانات المصدر
– نجد تعريف هذا المصطلح في اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي والمعروف ب lisbon agreement وذلك في المادة 02 منه كما سبق بيانه عند تعريف تسميات المنشأ وعليه فإن اتفاق لشبونة لا يوفر الحماية لتسميات المنشأ التي تتكون من إشارات غير الأسماء الجغرافية، ولذلك فالتسمية غير الجغرافية أو العنصر المادي لا يدخل في اتفاقية لشبونة وإنما يدخل في اتفاقية (تريبس)	– ورد هذا المصطلح في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة في حقوق الملكية الفكرية (تريبس) حيث نصت المادة 22 /1 على أنه:" في هذه الاتفاقية، تعتبر المؤشرات الجغرافية هي المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي بلد عضو، أو في منطقة أو موقع في تلك الأراضي حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشئها الجغرافي	– استخدم هذا المصطلح في المادة 2/1 والمادة 10 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية. استخدم في اتفاق مريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة (المادة1/1) "كل عبارة أو إشارة تستعمل للدلالة على أن سلعة ما أو خدمة ما تأتي من بلد أو منطقة أو مكان معين"، ومن ثم فإن بيان المصدر يدل على المنشأ الجغرافي للمنتج أو السلعة ولكن لا يتطلب أن تكون نوعية السلعة أو أية خصائص بها راجعة بصورة أساسية إلى منشئها الجغرافي مثل صنع في سويسرا Made in Switzerland
– تتطلب تسميات المنشأ في اتفاق لشبونة أن تكون جودة المنتج وخصائصه راجعة كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية ومنه فالسلع التي لها سمعة معينة ولكن ليس لها جودة خاصة ترجع إلى مكان نشأتها، لن تدخل في إطار تسميات المنشأ التي تحميها اتفاقية لشبونة.	– أما المؤشرات الجغرافية في اتفاقية تريبس فتتطلب أن تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى للسلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشئها الجغرافي	////
وعليــه		
– تسميات المنشأ هي نوع خاص من المؤشرات	– مصطلح المؤشرات الجغرافية يعد الأوسع	– يعتبر مصطلح بيانات المصدر المصطلح

الجغرافية	بالنسبة لتسميات المنشأ، بمعنى أن كل تسميات منشأ تعتبر مؤشرا جغرافيا ولكن ليس كل مؤشر جغرافي يعتبر تسميات منشأ. – أن عبارة المؤشرات الجغرافية عندما تستعمل بمعناها الواسع فإنها غالبا ما تتضمن بيانات المصدر وتسميات المنشأ والبيانات الجغرافية بالمعنى الوارد في اتفاقية تريبس	الأوسع بالنسبة للمؤشرات الجغرافية وتسميات المنشأ – هنا بيانات مصدر غير محمية بموجب الاتفاقيات الدولية وهي تلك التي تستخدم للدلالة على منتجات لا تتطلب نوعية أو سمعة معينة.

ثانيا– مضمون تقليد العلامة:

تحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية، ولعل السبب في ذلك يعود إلى انتشار العلامة التجارية واتصالها الوثيق بالتجارة والاقتصاد أكثر من باقي حقوق الملكية الصناعية الأخرى، فهي وسيلة لضمان للمنتج والمستهلك في آن واحد، لأنها تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها، كما تحول دون ظهور سلع مشابهة، وهو يجعل المنتج يسعى إلى الاتفاق في الصنع، إلا أن هذا الأمر لم يمنع من وجود بعض التجاوزات التي تلحق بها والتي من أهمها ظاهرة التقليد فما هو مضمون التقليد الذي يمس بهذا الحق من حقوق الملكية الصناعية.

1– تعريف تقليد العلامة:

لقد عرف جانب من الفقه تقليد العلامة بأنه:" صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تظلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الحقيقية".[25]

كما تعرف بأنه:" وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما، أو تمييزهما لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يظلل جمهور المستهلكين".[26]

وأضاف البعض الآخر من الفقه في تعريف تقليد العلامة أنه اصطناع أو محاكاة لعلامة تماثل في مجموعها العلامة الأصلية، تماثلا من شأنه أن يخدع الجمهور ويظلله بخصوص مصدر البضاعة التي تحمل العلامة المقلدة.[27]

وبالرجوع إلى الأمر رقم 03–06 المتعلق بالعلامات نجد أنه أكد في المادة 26 منه على أنه: " يعد مرتكبا جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".

وعليه لم يقدم المشرع الجزائري تعريفا للتقليد، ولم يحدد الأشكال التي يتخذها المساس بالحقوق الاستئثارية لصاحب العلامة رغم تجريمه للفعل، وقد أحسن بذلك فعلا لأن التقليد يتخذ عدة صور يصعب في غالب الأحيان حصرها وهي تتزايد بمرور الزمن وتتطور بالتطور التكنولوجي.

وتقليد العلامة وفق القرارات الصادرة عن المحكمة العليا، يكمن في التشابه الموجود بين علامتين موضوعتين على نفس المنتوج، ومن شأن هذا التشابه أن يحدث لبسا أو خلطا عند المستهلك متوسط الانتباه، وهذا ما نستشفه من قرار المحكمة العليا رقم 261209 الصادر بتاريخ 05 فيفري 2002 :" يعد تطبيقا سليما وصحيحا للقانون القضاء برفض دعوى تقليد علامة تجارية لنفس المنتوج على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين (لنفس المنتوج) من شأنه إحداث لبس وخلط عند المستهلك متوسط الانتباه".[28]

وتجدر الإشارة إلى أن اختلاف الوسائل المستخدمة للوصول إلى تقليد العلامة لا يؤثر في قيام الاعتداء عليها حيث يستوي أن يتم التقليد باقتباس رسم مشابه أو مجموعة ألوان أو أغلفة مشابهة أو باتخاذ نفس التسمية مع إضافة كلمة أخرى كأسلوب أو صيغة أو شكل أو نوع أو طريقة.[29]

كما يمكن أن يتحقق التقليد بتقديم مقطع كلمة على مقطع آخر مثل Marister تقليدا للعلامة Sterimar أو بمقارنة الصدى الصوتي العام للعلامتين مثل Marinelli تعد تقليدا للعلامة Maritini.[30]

2- أنواع تقليد العلامة:

يتحقق التقليد بمجرد نقل علامة الغير أو نقل الأجزاء الأساسية في علامة مملوكة للغير، وبالتالي فالتقليد قائم سواء كان النقل جزئيا أو كليا.

أ- التقليد بالنقل (التقليد الكلي): وهو :" اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية"[31] أو هو :" صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث أنه يمكن للعلامة الجديدة أن تظلل المستهلك وتجذبه إليها ضنا منه أنها العلامة الأصلية".[32] وعليه فالتقليد بالنقل بمعنى الكلمة يجب أن ينحصر فقط على نقل العلامة الأصلية بكل عناصرها بدون حذف ولا إضافة.

ويبقى الاختلاف الوحيد بين العلامتين في المكونات داخل العلبة ودرجة الجودة التي تحملها العلامة الأصلية ونجد هذا النوع من التقليد بكثرة في مواد التجميل والزينة والمواد الالكترونية وكذلك الألبسة. وبالنسبة لهذا النوع من التقليد فإنه يعتبر محقق حتى وإن لم يتم استعمال العلامة المقلدة.

ب- التقليد بالتشبيه (الجزئي): وهو اصطناع علامة مشابهة للعلامة الأصلية لإثارة الخلط في ذهن المستهلك وذلك من أجل الاستفادة من سمعة العلامة الأصلية.[33]

وعليه فالتقليد بالتشبيه يرتكز على الشبه بين العلامتين بقصد خداع المستهلك أولا والاستفادة من سمعة العلامة الأصلية، وعليه حتى نكون بصدد تقليد بالتشبيه يجب أن يؤدي إلى إثارة الخلط في ذهن الجمهور.

ويمكن أن يكون التقليد بالتشبيه كذلك بإضافة عنصر أو حرف إلى العلامة الأصلية حتى لا يظهر الفرق بين كل من العلامة الأصلية والمقلدة.

ومن أمثلة التقليد بإضافة حرف (MARTINI – MARINI) و (SELECTRA–SELECTO)

أما التقليد بإضافة حرفين فيكون مثل:(HABANITA – BANITA) و (ARIELL – ARIEL) كما يحتمل وقوع التقليد بحذف حرف أو أكثر من العلامة الأصلية مثل (CARTIER – CARTER) كما يمكن أن يكون التقليد عن طريق تغيير حرف يتشابه في اللفظ مثل (ISIS – IZIA).

أو أن يكون التشابه في الرسومات مثلما حدث في قضية علامة GOLDEN SMILE أين تم استعمال نفس الرسم الخاص بفاكهة الأناناس (المخصص لتسويق هذه الفاكهة) من طرف شركة تجميل الأسنان أو أن يتم التقليد من خلال التشابه في الألوان مثلما حدث في قضية العلامتين (CAFE CAFECTO – READO).[34]

3- أسس تقدير تقليد العلامة:

إن تقدير وجود التقليد لا يطرح أي إشكال حينما يكون النسخ حرفيا أو كليا، لأنه من السهل التعرف على الأصل والتقليد، في حين يصعب الجزم بوجود التقليد حينما يلجأ المقلد إلى إخفاء التقليد وراء اختلافات ثانوية يصعب كشفها. لهذا أوجد الفقه والقضاء مجموعة من الأسس يمكن من خلالها معرفة أن العلامة تعرضت للتقليد أم لا وأهم هذه الأسس.

أ- **العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين:** يتعين لتقدير وجود التقليد المقارنة بين العلامتين الأصلية والمقلدة، والأخذ بعين الاعتبار أوجه التشابه بينهما بصفة إجمالية لا التمييزات الجزئية.

ومنه يثبت تقليد العلامة إذا ما وصل التشابه بين العلامتين إلى حد إيقاع الغير في الغلط واللبس، بصرف النظر عما يوجد بينهما من اختلاف، ومثال ذلك (SKIP-STIP) (SINCIERE-SINGER) كما يمكن أن يكون التشابه الذي يحدث الخلط في ذهن المستهلك، ذلك الذي يتكون من صور أو رموز مثل الشكل الخارجي للمنتوج، وكذا الألوان المستعملة والكيفية التي كتبت بها العلامة.

وبالرجوع إلى المحاكم الجزائرية فيلاحظ أنها قدرت التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي، أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية أكثر من الفروق الجزئية في حالة حذف أو إضافة حرف من العلامة الأصلية ولو كانت غير مركبة ما دام أن العناصر الأساسية المميزة للعلامة مصطنعة وهكذا اعتبرت تسمية BANITA تقليدا بالتشبيه لعلامة HABANITA.[35]

ب- عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين: ينبغي عدم النظر إلى العلامتين وهما متجاورتين، بل ينبغي النظر إليهما الواحدة تلوى الأخرى، ذلك أنه في الواقع العملي، لا تعرض المنتجات التي تحمل علامة أصلية وتلك التي تحمل علامة مقلدة أمام بعضهما، كما أن المستهلك لا يكون معه نموذج للعلامة الأصلية ليقوم بالمقارنة ما بين العلامتين (الأصلية والمقلدة).[36]

ج- العبرة بتقدير المستهلك العادي: تتبنى الاجتهادات القضائية معيار الرجل العادي، لتقدير التشابه وتستند في ذلك إلى كون المستهلك هو الشخص المؤهل للتمييز بين السلعة الأصلية والسلعة المقلدة، وكلها انخدع في ممارسة هذا التمييز كنا أمام علامة مقلدة،[37]وتأسيسا على ذلك فإن التقليد يقاس بمدى نجاح المقلد في تضليل المستهلك العادي وليس الشخص المحترف،[38]وتبرز أهمية معيار المستهلك العادي وتتجلى بأثر وضوح عندما تكون العلامة حاملة لتسمية أجنبية مما يشكل عائقا له، إذ تتطلب معرفته بلغة أجنبية، وكان جمهور المستهلكين من الفئة التي لا تجيد هذه اللغة، فتكون عندها عرضة لمخاطر ظاهرة التقليد.[39]

ثالثا- مضمون التقليد في تسميات المنشأ:

إذا كانت تسميات المنشأ هي نوع خاص من البيانات الجغرافية أو هي عموما اسم جغرافي أو تسمية تقليدية توضع على منتجات ذات صفات أو خصائص معينة تعزى أساسا إلى البيئة الجغرافية التي تنتج فيها، فما هو التقليد في تسميات المنشأ؟ وكيف يتحقق ذلك؟.

1- تعريف تقليد تسميات المنشأ:

إذا كان التقليد هو كل تصنيع لمنتوج بالشكل الذي يجعله شبيها في ظاهره لمنتوج أصلي وذلك بنية خداع المستهلك[40] فإن تقليد تسميات المنشأ هو كل ما من شأنه استعمال تسميات منشأ معروفة على منتج آخر غير مرتبط ارتباطا ماديا بالأرض، مما يؤدي إلى إيهام المستهلك عن المنشأ الحقيقي للمنتوج.[41] أو هو نقل تسميات المنشأ كليا أو على الأقل نقل عناصرها الأساسية، ويسري على تقليد تسميات المنشأ أحكام التقليد بالإضافة أو التقليد الجزئي المطبقة على العلامة.[42]

ولقد تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف تقليد تسميات المنشأ بصفة غير مباشرة، وذلك من خلال استقراء نصوص المادتين 21 و28 من الأمر رقم 76-65 [43]حيث اعتبر من خلال نصوص المادتين السالفتي الذكر أنه يقصد بهذه العبارة كل استعمال غير مشروع لتسميات منشأ مسجلة، سواء كان هذا الاستعمال بصفة مباشرة أو غير مباشرة، حتى ولو تم ذكر المنشأ الحقيقي للمنتجات أو فقط ترجمة التسمية أو نقلها حرفيا أو إرفاقها بألفاظ مثل "الجنس" أو "النموذج" أو "الشكل" أو "التقليد" وبذلك يكون المشرع الجزائري قد اعتمد على المفهوم الواسع والضيق لعملية التقليد، حيث يرى تيار من الفقه

الجزائري[44] أن التقليد في مجال تسميات المنشأ هو الاستعمال المباشر أو غير المباشر لتسميات المنشأ أو أنه لا يحق لأحد استعمال تسميات منشأ مسجلة.

والعبرة في التقليد هو وجود تشابه بين تسميتي المنشأ (الأصلية والمقلدة)، وعلى المحكمة البحث عن عناصر هذا التشابه، بالاعتماد على معيار الرجل العادي الذي يمكن أن ينخدع نتيجة التشابه بين ما هو أصلي وبين ما هو مقلد، حتى وإن وجدت بعض الاختلافات. ويستوي أن يكون تقليد تسميات المنشأ مطبوعا أو منسوخا أو منقوشا أو بأي صورة أخرى، على البضائع ذاتها أو حتى على ما له علاقة بالبضائع، كالغطاء أو الرقعة أو حتى على كل ما استعمل في لف البضائع أو ألصق عليها.[45]

وقد منعت اتفاقية لشبونة أي انتحال أو تقليد لتسميات المنشأ حتى ولو كانت هناك إشارة إلى المنشأ الحقيقي للمنتج أو كانت التسمية مستخدمة في شكل ترجمة أو مصحوبة بعبارات مثل "نوع" أو "طراز" أو "نموذج" أو "تقليد" أو ما يماثل ذلك.[46]

2- الغش في تسميات المنشأ:

يقصد بالغش في تسميات المنشأ الإدعاء بأن سلعة ما هي من منشأ جغرافي ليست من إنتاجه، وهو كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع، ويكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية، وإخفاء عيوبها، أو إعطائها شكلا أو مظهرا لسلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة ولا يتطلب أن يكون الشيء المدخل في البضاعة من طبيعة أخرى تغاير طبيعتها، فقد يكون من نفس الطبيعة لكن يختلف عنه في الجودة فلا يشترط أن تتغير طبيعة البضاعة بعد الحذف أو الإضافة، بل يكفي أن تكون قد زيفت.[47]

وللغش في تسميات المنشأ ثلاث صور هي:

أ- **إنشاء منتجات أو بضائع مغشوشة** وذلك بإحداث تغيير أو تشويه يقع على جوهر المادة أو تكوينها الطبيعي، سواء بتغيير عناصر الشيء ذاته أو خلطة بمنتجات أخرى أو تعديل في شكله النهائي، فالتحريف في الصفة الجوهرية للمنتوج هو العنصر الحاسم في جريمة الغش.[48]

ب- الغش بالإضافة أو الخلط: ويتحقق الغش في تسميات المنشأ بخلط منتج بمادة أخرى أو بمادة من نفس الطبيعة تكون ذات نوعية أقل جودة، وذلك بغية زرع الاعتقاد بأن السلعة خالصة وإظهارها بوصفها ذات جودة عالية، ومجرد الخلط أو الإضافة وحده كاف لقيام الغش.

ج- الغش بالإنقاص: ويتم بإنقاص جزء من العناصر التي تدخل في تكوين المنتوج الأصلي المشمول بتسميات المنشأ، وذلك عن طريق التعديل والتغيير ويشترط في الطريقة التي استخدمت أن تترك للمنتوج المظهر الخارجي الذي يوحي بأنه أصلي.

د- الغش بالصناعة: باعتبار أن تسميات المنشأ تشمل المنتجات الصناعية، فالغش يطالها عن طريق الاستحداث الكلي أو الجزئي لمنتج بمواد لا تدخل في تركيبه العادي الأصلي، كما هو محدد في النصوص القانونية والتنظيمية أو في العادات المهنية والتجارية، كالنبيذ المصنوع من مواد دون العنب.[49]

الخاتمة:

إن التقليد يقوم بإفشال الاقتصاد الوطني وتهديم القدرة الإنتاجية مما يؤثر على روح الإبداع والابتكار وانتشار السلع المقلدة في الأسواق التي يقصدها المستهلك في الأخير لتؤثر على صحته وأمنه. ولأن محور البحث يدور حول التقليد في مجال الشارات المميزة فقد تم تحديد التقليد في الجزء المتعلق بالملكية الصناعية من خلال توضيح التقليد في كل من العلامات التجارية، تسميات المنشأ لنتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج والتوصيات نوردها كما يلي:

النتائج:

- تطور التقليد في المنتجات إلى درجة عدم القدرة على التمييز بين الشيء الكاذب والصحيح في كثير من الأحيان، إلا من قبل أصحاب الاختصاص والخبرة.
- يعمل التقليد على كبح روح المبادرة والإبداع والابتكار لدى أصحاب الحقوق.
- غياب ثقافة الابتعاد عن الشيء المقلد لدى المستهلك والذي يرجع سببه للوضعية الاجتماعية والاقتصادية للفرد داخل المجتمع.
- لم يحدد المشرع الجزائري معايير تقدير التقليد بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة، مما يعني أن ترك أمر تقدير ذلك إلى قاضي الموضوع مع وجوب التسبيب.
- لم يحدد المشرع الجزائري بدقة التكييف القانوني لدعوى التقليد في تسميات المنشأ، وذلك على غرار ما فعله بالنسبة لباقي حقوق الملكية الصناعية الأخرى حيث اعتبرها جنحة موجبة للعقوبة.

التوصيات:

- ضرورة إنشاء لجنة وطنية لمكافحة التقليد تعمل على التحسيس بمخاطر التقليد، التنسيق بين مختلف الفاعلين في ظل مخطط وطني لمكافحة هذه الظاهرة.
- ضرورة إشراك المجتمع المدني في مسعى تطوير الحركات الجمعوية من خلال تحسيس المستهلك بمخاطر التقليد وعقوباته القانونية.
- ضرورة تعديل نص المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات وذلك بإبراز مختلف أنواع الاعتداءات الماسة بالعلامات التجارية كل على حدى، وإضافة عقوبة إلصاق الحكم في

الجرائد وفي الأماكن العامة وعلى نفقة المحكوم عليه، وذلك لتعريف جمهور المستهلكين بمرتكبي جرائم تقليد العلامة، وكذلك معرفة المنتوجات المقلدة.

- ضرورة تعديل الأمر 76-65 لأن تسميات المنشأ تحتاج إطارا قانونيا واضحا وصارما.
- توحيد العمل ضمن قانون واحد يتعلق بالتقليد في جميع مجالات الملكية الصناعية لتسهيل الردع اللازم لمكافحة التقليد.

الهوامش:

1- نسرين بلهواري، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، ط1، الجزائر ، دار بلقيس ، 2013، ص26.
2- رؤوف عبيد صب، جرائم التزييف والتزوير، دون طبعة، القاهرة، مصر، دار الفكر العربي، 1978، ص67.
3- شريفي خليصة، حماية الملكية الصناعية والتجارية من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة باتنة-1، 2016/2015، ص51.
4- زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية-التقليد والقرصنة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2003، ص13.
5- معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي، تاريخ الزيارة 2020/03/15
https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar
6- محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، دون طبعة، الجزائر،المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص 197.
7- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، دون طبعة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1988، ص 253.
8- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، طبعة1، عمان،الأردن، دار الثقافة، 2000، ص 249،248.
9- صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ط1، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1982، ص 233.
10- محمد حسين إسماعيل، الحماية الدولية للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه، (غير منشورة)، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، 1978، ص 46.
11- Albert chavanne; Jean jacques burst; droit de la propriété industrielle, 5 édition, Dalloz delta, paris, 1989, page page 479.
12- الأمر 03-06، المؤرخ في 2003/7/19، المتعلق بالعلامات، ج ر، عدد 44، لسنة 2003.
13- القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، دون طبعة، بيروت، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، 1999، ص 132.
14- القاضي أنطوان الناشف، المرجع السابق، ص 132.
15- تعرف هذه الاتفاقية بأحرفها الأولى (A.D.P.I.C) باللغة الفرنسية، و (T.R.I.P.C) باللغة الإنجليزية، وهي إحدى الاتفاقيات الملحقة باتفاقية منظمة التجارة العالمية، أنظر الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية تحاليل ووثائق، الطبعة الأولى، الجزائر، مطبعة الكاهنة، 2004، ص 92.
16- جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية تريبس، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2000، ص107.
17- سمير حسين جميل الفتلاوي، المرجع السابق، ص 253.
18- نظام لشبونة، الحماية الدولية لأدوات تعريف المنتجات المميزة من منطقة جغرافية معينة، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ص3، تاريخ الزيارة 2020/03/15
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/geographical/942/wipo_pub_942.pdf
19- المادة 01 من الأمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 يوليو سنة 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 59، المؤرخ في 23 جويلية 1976.
20- المادة 14 من القانون رقم 98-10 مؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق 22 غشت سنة 1998 يعدل ويتمم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 61 السنة 35 بتاريخ الأحد 01 جمادى الأولى عام 1419 الموافق 23 غشت 1998، ص11.
21- زروتي الطيب، المرجع السابق، ص139.
22- اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي، المؤرخ في 31 أكتوبر 1958، المراجع في ستوكهولم في 14 يوليو 1967، ومعدل في 28 سبتمبر 1979، تاريخ الزيارة 2020/03/15
http://ecipit.org.eg/arabic/pdf/lisbon.pdf

23- المؤشرات الجغرافية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ص14، تاريخ الزيارة 2020/03/15
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/wipo_pub_952.pdf
24- محمد عبد الفتاح نشأت، الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية (طرابلس، لبنان)، 29 /30 نوفمبر 2011، تاريخ الزيارة 2020/03/15
http://www.economy.gov.lb/public/uploads/files/IPRService/WorkshopAr2.pdf
25- جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، الجزء الأول، دون طبعة، القاهرة، دار النهضة العربية، 1975، ص294.
26- مصطفى كمال طه، أصول القانون التجاري-الملكية التجارية والصناعية، دون طبعة، الإسكندرية، الدار الجامعية الجديدة، 1996، ص365.
27- المختار بن قوية، دور العلامة في حماية المستهلك، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2017/2016، ص 229، 230.
28- قرار المحكمة العليا عن الغرفة التجارية والبحرية، المنشور في مجلة المحكمة العليا العدد 1، 2003، ص 265.
29- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية ، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي والفرنسي، ط1، عمان الأردن، دار وائل للنشر، 2005، ص341-343.
30- قرار محكمة النقض التجارية الفرنسية في 01 أفريل 1997 نقلا عن:
Code de la propriété intellectuelle , français déclare en effet les marques, rep.com. DALLOZ, 1997, page 326.
31- مصطفى كمال طه، القانون التجاري، دون طبعة، الإسكندرية، الدار الجامعية ، 1989، ص754.
32- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الأول (المحل التجاري)، دون طبعة، الجزائر، ابن خلدون للنشر والتوزيع، 2001، ص260.
33 - Ali HAROUN. - La protection de la marque au Maghreb, Alger, Office des publications universitaires, 1979, page 183.
34- راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص241.
35- راشدي سعيدة، المرجع السابق، ص 239.
36- ابن يسعد عذراء،" حماية العلامة التجارية من التقليد"، **مجلة العلوم الإنسانية**، المجلد 1، عدد 46، (ديسمبر 2016)، ص567.
37- أبو علاء النمر، حماية الملكية الفكرية، دون طبعة، القاهرة، مصر، دار النهضة العربة، 1998، ص356.
38- عائشة بوخاري،"إثبات تقليد العلامة التجارية"، **المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية**، المجلد2، العدد3، (2018)، ص243
39- حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، ط1، بيروت، لبنان، منشورات الحلبية الحقوقية، 2012، ص190.
40- نسرين بلهواري، المرجع السابق، ص26.
41- نسرين شريفي، حقوق الملكية الفكرية- حقوق المؤلف والحقوق المجاورة-حقوق الملكية الصناعية، دون طبعة، الجزائر، دار بلقيس ، 2014، ص136.
42- لزهر دوبالي، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة باتنة1، 2016/2015، ص86.
43- أمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 يوليو سنة 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، المرجع السابق.
44- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص259.
45- صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص478.
46- المادة 03 من اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي، المرجع السابق.
47- زواوي الكاهنة، أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ"، **مجلة المفكر**، العدد 12(2015)، 334.
48- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دون طبعة، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2006، ص321
49 - تهاني كريم، النظام القانوني لتسميات المنشأ للمنتجات، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2012/2011، ص83.