

محضر مناقشة مذكرة ماستر في الحقوق

(الموسم الجامعي 2024/2023)

بتاريخ: 8 جوان 2024 وعلى الساعة 12:00 سا

تم مناقشة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص حقوق أعمال
والموسومة بـ: مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري

بإشراف الأستاذ: يحيى الإحصاني المحفظة في الدعوى
من إعداد الطالب(ة): حميش نجوى رقم التسجيل:

من إعداد الطالب(ة): عائش ايمان رقم التسجيل:

تحت إشراف الأستاذ: اليتي بن حليمه

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

اللقب والاسم	الصفة	الإمضاء
بوعكة كاملة	رئيسا	<u>Done</u>
بن حليمه ليان	مشرفا	<u>[Signature]</u>
برمش مراد	عضوا مناقشا	<u>4</u>

وبعد المناقشة والمداولة تم منح الطالب(ة) العلامات التالية:

المخطوط (المذكرة المكتوبة) 20/10	العرض الشفهي 20/06	الإجابة عن الأسئلة 20/04	العلامة النهائية 20/
09	05	04	18

بتقدير: ممتاز
مع تسجيل الملاحظات التالية:

رئيس اللجنة

BL

رئيس القسم

الدكتور:
ريتوني عادل



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة المسيلة



ميدان الحقوق والعلوم السياسية
تخصص: قانون أعمال

كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع
الجزائري بين الإجراءات التحفظية والعقوبات الردعية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي: تخصص قانون أعمال

إشراف الأستاذة:

أ.د. بن حليمة ليلي

إعداد الطالبتين:

- حميش نجوى

- غانم إيمان

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	المؤسسة الجامعية	الصفة
		جامعة المسيلة	رئيسا
بن حليمة ليلي	أستاذ التعليم العالي	جامعة المسيلة	مقررا ومشرفا
		جامعة المسيلة	ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2024/06/



ملحق بالقرار رقم المؤرخ في
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرقي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله:

السيد (ة) غلام إيمان الصفة: طالب باحث

الحامل (ة) لمطابقة التعريف الوطنية رقم: 135500013 والصادرة بتاريخ 13 03 2018

المسجل (ة) بكلية / معيد محمد بن قسان قسم البحوث

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،

عنوانها: محاكمة عمدة جامعة بتلكيد الخلاصة المتبادر بية في التثريب الجزائري

بين الإجماعات المحفوظية والحقائق التاريخية

أصرح بشرفي أنني التزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2018/03/13

توقيع المعني (ة)



بسم الله الرحمن الرحيم (رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ) سورة النمل

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا وما كنت لأفعل هذا لولا فضل الله والحمد لله على البدء وعلى الختام.

اهدي هذا النجاح إلى نفسي الطموحة أولا ثم إلى من سعى معي لإتمام مسيرتي الدراسية دمت لي سندا أبي الغالي، وإلى من حملتني وهنا وحممتني ومنحتني الحياة وساندتني بحبها وحنانها وصبرها وسعيها إلى أُمي حبيبتي.

كما أهدي نجاحي أيضا إلى جدي رحمة الله عليه الذي كان له شغف وحب وطموح في دراسة تخصص الحقوق، وإلى كل أفراد عائلتي الكريمة ولكل من ساهم وكان معي خلال مسيرتي الدراسية.



حميش نجوى



أهدي ثمرة جهدي ونجاحي

إلى من لم يقرأوا أو يكتبوا حرفا واحدا ومع ذلك كانوا رمز العطاء وشعلة الأمل التي أنارت

دربي

والدي العزيز والدتي العزيزة

إلى من وهبني الله نعمة وجودهم في حياتي، إلى العقد المتين

أخواني أخواتي.



غانم إيمان

شكر وعرفان

قال الله تعالى في محكم تنزيله بعد باسم الله الرحمن الرحيم
"ومن شكر فإنما يشكر لنفسه" سورة النمل الآية 40
وقال صلى الله عليه وسلم في حديث شريف
(من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

الشكر لله جل في علاه الذي وفقنا للوصول إلى ما نحن عليه اليوم فلولا توفيقه عز وجل لما وصلنا إلى
هته المرحلة العلمية فالشكر والحمد لله العلي العظيم

أتقدم بالشكر والعرفان إلى والدينا الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما
كما نتوجه بالشكر إلى الأستاذة الكريمة الدكتورة

بن حليلة ليلي

لإشرافها على هته المذكرة وإمدادها لنا بنصائحها وإرشاداتها وتوجيهاتها فشكرا جزيلًا
وأخيرًا نشكر كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إعداد هذا العمل.



مقدمة

يعد العقل البشري وما ينتج عنه من أفكار وإبداعات وابتكارات أهم ما يميز الإنسان عن غيره من المخلوقات وهذا الإنتاج العقلي هو الذي ساعد العالم للوصول إلى التكنولوجيا المعاصرة، حيث يطلق على كل ما يبدعه الفكر الإنساني "ملكية فكرية" وتعتبر هذه الأخيرة نتاج للفكر الإنساني وإعمال للعقل فهي تعني اختصاص الإنسان المبتكر بنتاج فكره وإبداعه اختصاصا يخوله من الانتفاع به شرعا وقانونا والتصرف فيه وحده.

وتنقسم الملكية الفكرية إلى قسمين ملكية أدبية فنية تشمل حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وملكية صناعية تشمل هي الأخرى براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية وكذا العلامة التجارية هذه الأخيرة التي تعد أهم حقوق الملكية الصناعية في هذا العصر وخاصة في المجال التجاري بالنسبة للتجار والصناع وأصحاب الحرف والخدمات حيث تقوم بتمييز بضاعتهم التي يتاجرون بها أو الخدمات التي يقدمونها، وكذلك بالنسبة لجمهور المستهلكين كونها توفر لهم الحماية من حيث معرفة البضاعة الجيدة من الرديئة، إذ أنها تعبر عن مصدر هذه البضاعة وخصائصها وجودتها، وأصبحت العلامة التجارية أهم وسيلة للتسويق والمنافسة المشروعة على المستوى العالمي بالإضافة إلى أنها أصبحت تشكل قيمة مالية كبيرة من عناصر المشروع التجاري بل أهم من أي عنصر آخر.

بالرغم من هذه الأهمية التي تحظى بها العلامة التجارية إلا أنها لم تسلم من الاعتداءات التي تقع عليها بمختلف الأشكال ولابد أن أهم هذه الاعتداءات هو تقليد العلامة التجارية وهنا نجد أن المشرع الجزائري قام بتفعيل آليات قانونية لحماية العلامة التجارية وذلك من خلال الأمر 57_66 (الملغى) الذي يعتبر أول نص قانوني تطرق إليه المشرع الجزائري لتنظيم كل ما يتعلق بالعلامة التجارية إلى أن صدر الأمر رقم 06_03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ساري المفعول (المعدل والمتمم) حيث تضمن هذا الأمر عدة أحكام لحماية العلامة التجارية من جريمة التقليد.

وتكمن أهمية هذا الموضوع في كون العلامة التجارية تحضى بأهمية كبيرة نظرا للدور الأساسي الذي تلعبه في المجال الاقتصادي وخاصة المجال التجاري، هذا الأخير الذي يعتبر ركيزة اقتصاد كل دولة. فلا يمكن الاستغناء عن العلامة التجارية في أي مشروع اقتصادي لأنها تساهم بشكل كبير في نجاحه وتعتبر وسيلة فعالة في مجال المنافسة والتعريف بالمنتجات والخدمات المقدمة من طرف التجار، ولهذا اعتمدت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة بالعلامات التجارية وتوفير حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية.

كما تهدف دراسة هذا الموضوع إلى معرفة مدى اهتمام المشرع الجزائري بالعلامة التجارية، وكذلك إبراز أهميتها من خلال الحماية التي أقرها لها المشرع الجزائري وكذا العقوبات والجزاءات المقررة على المعتدين عليها، ولعل الهدف الرئيسي يكمن في مدى فعالية هذه العقوبات والحماية المقررة للعلامة التجارية.

أما عن أسباب اختيار الموضوع فهناك أسباب ذاتية وأسباب موضوعية وهي كما يلي:

-أسباب ذاتية: فيما يخص الأسباب الذاتية التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع هو ميلنا لمجال مكافحة الجرائم وكذا بدافع التعمق أكثر في هذا الموضوع لطور الدكتوراه.

أسباب موضوعية: هو تفاقم عمليات الغش والتقليد للعلامات التجارية سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي وأصبح انتهاك العلامة التجارية يشكل ظاهرة خطيرة بالنسبة لمالكي العلامة وكذلك بالنسبة للمستهلكين، كما أن التقليد في العلامة التجارية أصبح يؤدي إلى اضطرابات وعراقيل في مجال التجارة وبالتالي نقص الثقة والانتمان.

ومن بين الصعوبات التي واجهتنا هي ندرة المراجع الجزائرية الخاصة بالموضوع مقارنة مع التشريعات الأخرى كالأردني والمصري، كذلك صعوبة الحصول على الأحكام القضائية الجزائرية فهي قليلة ومحدودة وكذا ارتباط الموضوع بموضوعات أخرى خاصة ما بين الملكية الفكرية والصناعية.

وعلى ضوء ما سبق فإن الإشكالية الأساسية لهذا الموضوع تتمثل في:

ما مدى فعالية الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية من التقليد؟

واعتمدنا في هذه الدراسة على كل من المنهج الوصفي وذلك من خلال الوقوف على بعض المفاهيم المرتبط بالموضوع للإحاطة بكافة جوانبه، وكذلك المنهج التحليلي لجميع النصوص المتعلقة بالعلامات وتحليل تلك القواعد المتعلقة بالآليات التي أقرها المشرع الجزائري من أجل حماية العلامة التجارية.

ولدراسة الإشكالية المثارة أعلاه ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين بدءا بالمقدمة ثم الفصل الأول بعنوان الإطار المفاهيمي لجريمة تقليد العلامة التجارية، حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول بعنوان مفهوم العلامة التجارية، ثم مفهوم تقليد العلامة التجارية في المبحث الثاني، أما الفصل الثاني تطرقنا فيه إلى الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية وقسمناه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول الحماية الإجرائية، المبحث الثاني الحماية المدنية أما المبحث الثالث الحماية الجزائية، وأنهينا هذه الدراسة بخاتمة تضمنت مجموعة من النتائج والمقترحات.

الفصل الأول: الإطار

المفاهيمي للعلامة

التجارية

: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية من أهم حقوق الملكية الصناعية التي تحظى باهتمام واسع من قبل الدولة وكذا من قبل الأفراد نظرا لأهميتها من الناحية الاقتصادية للدولة والتجار ومن الناحية الاجتماعية للمستهلك الذي يراعي جودة وسلامة المنتجات التي يقيتها، لذلك قامت الدولة بسن قوانين ومراسيم من أجل ضمان الاستغلال الأحسن وكذا ضمان سلامة وجودة المنتجات.

تلعب العلامة التجارية دورا هاما في حماية الملكية الفكرية في التشريع الجزائري فهي تعني أي رمز تجاري يتم استخدامه لتمييز سلع أو خدمات معينة عن غيرها، وذلك من خلال تحليلها.

ولتعريف العلامة التجارية ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

المبحث الثاني: مفهوم تقليد العلامة التجارية

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي وسيلة للمشروع الاقتصادي لتمييز منتجاته عن غيرها من المنتجات للمشروعات الأخرى المماثلة ويتم ذلك باستخدام علامات وأشكال مميزة تقترب في ذهن المستهلك بالسلع التي تحمل هذه العلامات الصناعية¹، وسنتناول تعريف العلامة التجارية وأنواعها وخصائصها.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

العلامة التجارية هي إشارة مميزة تحدد سلع وخدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها أو يوفرها شخص أو مؤسسة ما وهي توفر لمالكها حق الانتفاع بها مع تحديد السلع والخدمات التي يقدمها للغير، ونظرا للدور الذي تلعبه في المجال الاشهاري بمختلف جوانبه لا بد من التوسع في مفهومها ولقد تعددت تعاريف العلامة التجارية لذلك سنتطرق في هذا المطلب إلى التعريف اللغوي كفرع أول ثم تعريفها الفقهي كفرع ثاني ثم التعريف التشريعي كفرع ثالث.

الفرع الأول: التعريف اللغوي

العلامة التجارية في اللغة هي "السمة، والفصل بين الأرضين، وشيء منصوب في الطريق يهتدى به"²، فهي كل أثر في الشيء للدلالة عليه وتميزه عن غيره.

وفي تعريف آخر هي الأعلومة وما ينصب في الطريق فيستدل به والفصل بين الأرضين³.

أو هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه وتميزه عن غيره وهي من العلم بمعنى المعرفة ومثال على ذلك علم الدولة وذلك من أجل تمييزها عن غيرها من الدول وقد يقال أيضا أن

¹ حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2012، ص 39.

² الشيخ عبد الله البستاني اللبناني، البستان، معجم لغوي، الجزء الثاني، المطبعة الامريكانية، بيروت، 1930، ص 269.

³ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتب الشروق الدولية، مصر، الطبعة الرابعة، 2004، ص 656.

: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

المعلم من العلامة أي الأثر الذي يستدل به عن الطريق وما يعلم به الشيء وما ينصب في الطريق فيستهدى به¹.

الفرع الثاني: التعريف الفقهي

لقد اختلف الفقه في تعريف العلامة التجارية وهذا في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة وأثر تغيير النظام الاقتصادي العالمي، لذلك وردت عدة تعريفات في مجال الفقه أهمها:

عرفها بعض الفقهاء بأنها " إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"².

أو هي كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعتها أو خدماته عن مثيلاتها التي يضعها أو يتاجر بها، أو يقدمها آخرون³.

وفي تعريف آخر "هي كل إشارة أو رمز يتخذ شعارا لتمييز منتجات مشروع تجاري أو صناعي أو يتخذ شعارا للخدمات التي يؤديها المشروع وتهدف العلامات التجارية أو الصناعية التي تميز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين من بضائع وسلع"⁴.

وعرفها الدكتور محمد حسين على أنها كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو المشروع فردا كان أو شركة خاصة أو عامة شعارا لبضائعه أو خدماته التي يؤديها تمييزا لها عن مثيلاتها⁵.

¹ حواس فتيحة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 06، العدد 01، 2021، ص 504.

² رمزي ححو - كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 05، ص 30.

³ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، الطبعة 2، 2010، ص 245.

⁴ محمود علي الرشدان، العلامة التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص 13.

⁵ نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون العمال كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001-2002، ص 07.

: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

من خلال هذه التعاريف نلاحظ بأن هناك تشابه وذلك من حيث أن كل التعريفات تضمنت العناصر الأساسية للعلامة التجارية بأنها هي إشارة أو رمز أو ميزة يستخدمها الصانع أو التاجر أو المنتج وذلك من أجل تمييز المنتجات عن غيرها.

الفرع الثالث: التعريف التشريعي

نص المشرع الجزائري على العلامة التجارية في نص المادة 02-06/03 العلامات "هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف و الأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز السلع والخدمات لشخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"¹.
لم يتطرق الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية الملغى² إلى تعريف العلامة التجارية وإنما اتفاقيات من يصلح وما لا يصلح كعلامة لتمييز المنتجات أو الخدمات، حيث نصت المادة 2 من الأمر 57/66 على أنه "تغيير علامات الصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة، الأسماء العائلية والأسماء المستعارة والتسميات الخاصة والرموز الاختيارية أو المبتكرة والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والبصمات والطابع وطوابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي وتركيبات أو ترتيبات الألوان، والرسوم والصور النقوش النائية والحروف والأرقام والشعارات وبصفة عامة السمات المادية التي لا تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة.

¹ المادة 2، الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد 44، الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2003.

² المادة 2، الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بالعلامات الصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 23 الصادرة في 22 مارس 1966.

المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية

تختلف أنواع العلامة التجارية باختلاف استعمالاتها والنشاط الذي يمارسه الأشخاص ومن بين أنواع العلامات التجارية التي تطرق إليها المشرع الجزائري نذكرها في أربعة فروع

الفرع الأول العلامة التجارية حسب طبيعة النشاط، الفرع الثاني نوع العلامة حسب ملكيتها، الفرع الثالث حسب امتدادها الجغرافي أما الفرع الرابع فيكون فيها العلامة المانعة والعلامة الاحتياطية.

الفرع الأول: نوع العلامة حسب طبيعة النشاط

نص المشرع الجزائري ضمن المادة 3 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات أن كل علامة سلع (تجارية أو صناعية أو علامة الخدمة) يجب أن تكون إلزامية¹، وتنقسم العلامة بحسب طبيعة نشاط إلى العلامة التجارية (أولا)، علامة الصنع (ثانيا)، علامة الخدمة (ثالثا).

أولا: العلامة تجارية

يقصد بها العلامة التي يستخدمها التاجر على البضائع والسلع التي يتاجر بها، ويهدف التاجر من إجراء ذلك إلى لفت انتباه الجمهور إلى تلك البضائع أو السلع كمفهومها الواسع².

ويقصد بها أيضا هي العلامة التي يضعها التاجر على السلع والبضائع التي يقوم بإنجازها سواء كانت من إنتاجه أو بعد شرائها من المنتج أو تاجر الجملة ويقصد بها المنتجات التجارية والزراعية والمواد الأولية والمواد المصنعة³.

والعلامة التجارية هي التي يستخدمها التجار شعارا لمنتجاتهم وبضائعهم التي يقومون ببيعها لذلك فهي تشير إلى مصدر البيع.

¹ المادة 3 من الأمر 03-06 سالف الذكر.

² صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة لنشر وتوزيع، عمان، 2006.

³ ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراة، جامعة إلحاح لخضر باتنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2011-2012.

ثانياً_ علامة الصنع:

هي كل إشارة أو كلمه أو دلالة، يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وبذلك فهي تشير إلى مصدر الإنتاج وتعتبر إلزامية في حالة قام المنتج بتسويق منتجاته بنفسه¹.

نصت المادة 2 الفقرة ثلاثة من الأمر 03-06 بقولها "السلعة هي كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما أو مصنعا" ويتضح من خلال هذه المادة أن الصانع يقوم بوضع علامات لمنتجاته وسلعه، سواء كانت زراعية أو استخراجية أو خاما.

ثالثاً_ علامة الخدمة:

علامة الخدمة يقصد بها الإشارة التي يستخدمها مقدم خدمة معينة، لتمييز الخدمات التي يقدمها الآخرون النوع تم الكشف عليه من قبل سريع في النشاط الاقتصادي².

وفي تعريف آخر هي كل إشارة يستخدمها قطاع الخدمات كالفنادق والمطاعم والخطوط الجوية خدمات الطبية التعليمية والمالية ووكالات السياحة ووكالات تأجير السيارات³.

وقد تناولها المشرع الجزائري في نص المادة 2 الفقرة 4 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بأن "الخدمة كل أداء له قيمة اقتصادية".

كمثال على ذلك نجد علامة SHERATON وهي علامة تميز خدمات فندقية تؤديها شركه عالميه وهذه الشركة لا تنتج أي منتج وإنما تؤدي خدمه فقط، فهي شركه تقوم بنقل

¹ فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 283

² صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 72.

³ حمدي غالب الجعير، المرجع السابق، 97.

النزلاء فقط باستخدام سيارة عليها بشكل بارز علامة SHERATON ووضعها على واجهه الفندق¹.

الفرع الثاني: نوع العلامة حسب ملكيتها

هذا النوع من العلامات إلى نوعين علامة فردية (أولا) جماعية (ثانيا).

أولا_ العلامة الفردية:

هي علامة يكسبها شخص بغض النظر إن كان شخصا طبيعيا أو معنويا وهذه العلامة قد تكون تجارية أو صناعية أو علامة خدمه فالعلامة التجارية الفردية تعبر عن شخص معين أو كيان واحد كما يمكن تحويلها أو التنازل عنها²، كما أن المشرع الجزائري لم يذكر تعريفا خاصا بالعلامة الفردية وما يعرف عليها أنها مخالفة والسبب يعود إلى شيوع هذه العلامة في أوساط التجار والمستهلكين.

ثانيا_ العلامة الجماعية:

العلامة الجماعية أو ما تعرف بعلامات الرقابة، وهي العلامات التي تستخدمها عدة مشروعات اقتصادية تباشر نوعا من المنتجات والخدمات بحيث يجمعها اتحاد أو تنظيم عام أو مؤسسه عامة تسعى إلى تحقيق المصالح³.

ويقصد بها هي تلك العلامة التي يستخدمها الشخص الاعتباري لتصديق مصدر بضائعه والتي تكون ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقه إنتاجها وحسب الدقة المتبعة في صنعها⁴.

¹ صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص73.

² ونوغي نبيل، شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، مجلة أفاق العلوم، مجلد4، العدد15، جامعه زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص139.

³ حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص99.

⁴ صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص74.

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

لذلك ألزم المشرع الجزائري صاحب العلامة التجارية باستعمالها وذلك من خلال نص المادة 23 الفقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

والهدف من العلامة الجماعية هو ضمان إنتاج السلع التي تحمل العلامة أو لتوضيح عن أصلها أو مصدر إنتاجها.

الفرع الثالث: نوع العلامة حسب الامتداد الجغرافي

يندرج ضمن هذا النوع كل من العلامة المشهورة (أولا) والعلامة المحلية (ثانيا)

أولا_ العلامة المشهورة:

العلامة المشهورة هي عبارة عن علامة عادية ثم أخذت تنتشر في الأسواق بكثرة حيث أصبحت معروفة لمعظم المهتمين في عالم الإنتاج والتجارة والخدمات بحيث أن درجة الانتشار التي وصلتها العلامة أكسبتها معرفة الجمهوري لها¹.

والعلامة المشهورة هي العلامة التجارية التي لها شهرة واسعة خاصة من الاعتداءات التي تقع عليها، وقد عرفه القانون الأردني رقم 33 لسنة 1952 في نص المادة 2 بأن العلامة التجارية المشهورة هي "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية والتي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور الأردنية الهاشمية"²، كما أن العلامة المشهورة علامة مسجلة في بلدها وأصبحت معروفة لدى مواطن تلك الدولة، واكتسبت شهرة عالميه، لذلك فإن المشرع الأردني أحسن صنعا بنص المادة سالفه الذكر³.

¹ صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص79.

² حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص94.

³ محمود علي الرشدان، المرجع السابق، ص16.

ثانياً_ العلامة المحلية:

هي علامة يتم تسجيلها في بلدها وتصبح معروفة فيه سواء أن كانت علامة تجارية علامة خدمه أو علامة سلعه وبغض النظر على مالكةا إن كان شخصا طبيعيا أو معنويا¹. كما يقصد بها أيضا أنها هي العلامة الوطنية أو الداخلية المسجلة في تلك البلد، بحيث يقوم صاحب العلامة بإيداع علامته لدى المصلحة المختصة من أجل التأكد من توافر الشروط، ومن بين العلامات المحلية نذكر علامة Condor وعلامة Hodna للحليب مشتقات....الخ.

الفرع الرابع: العلامة الاحتياطية والعلامة المانعة

هذا النوع من العلامات لا يهدف إلى استعمالها في المجال التجاري أو الصناعي أو الخدمات عند تسجيلها وإنما يلجأ مالك هذا النوع من العلامات إلى استعمالها لاحقا بقصد منع الغير من استعمالها خلال مدة معينة، لذلك سنتعرف على العلامة الاحتياطية (أولا) والعلامة المانعة (ثانيا).

أولا_ العلامة الاحتياطية:

يقصد بها تلك العلامة المسجلة لدى المصلحة المختصة استعمالها مستقبلا، لذلك فقد يلجأ مالك المحل التجاري إلى تسجيل عدة التزامات تجارية فيستعمل إحداها أو مجموعة منها عند بداية النشاط التجاري مع مراعاة حفظ العلامات المسجلة².

¹ عبد العالي حموتة، حماية العلامة التجارية في ضوء الاتفاقية تريبس، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعه باتنة1، 2020-2021، ص25.

² ميلود سلامي، المرجع السابق، ص21.

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

وفي تعريف آخر هي علامة تستهدف تمييز منتجات لم تطرح في السوق بعد ذلك بغرض حمايتها وقائياً، إلا أن هذه العلامة معرضة للسقوط بسبب احتمال انتهاء مده معينه أن يقوم صاحبها باستغلالها¹.

والهدف من تسجيل هذا النوع من العلامات هو هدف احتياطي، وليس للاستعمال الفوري من قبل مالكيها على منتجاته أو خدماته، إنما يلجأ إلى ذلك بهدف الحيلة دون استعمالها أو تسجيلها من طرف الغير، ومن ثم فإن هذا النوع من العلامات يمكن أن يسجل كعلامة وقائية أو احتياطية لأي منتج، حتى ولو لم تستعمل بالفعل ويفترض أن تستعمل على تلك البضائع من قبل صاحب تلك العلامة مستقبلاً².

ثانياً_ العلامة المانعة:

يقصد بها العلامة التي يتم تسجيلها من قبل شخص معين، لا لغايات استعمالها في الحال أو المال، بل يقصد منع غيره من استعمالها أو يستعملها مستقبلاً، وبعبارة أخرى العلامة المانعة لا يقصد بها استعمالها على منتجاته أو بضائعه أو خدماته، وإنما يهدف ذلك إلى الحيلولة بين الغير وبين تسجيل أو استعمال تلك العلامة اسبق تسجيلها، ذلك يكون صاحب العلامة المانعة قد استفاد من أثر التسجيل الممثل في استشارة ومنع الغير من التعدي عليها بأي سوره من الصور³.

المطلب الثالث: خصائص العلامة التجارية

ومهما اختلفت تعاريف العلامة التجارية إلا أنها تتمتع بخصائص معينة في التشريع الجزائري والتي تتمثل في الطبيعة القانونية للعلامة التجارية فرع اول ،قابلية لتمثيل الخطي كفرع

¹ فتيحة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2015، ص69.

² محمد حسن إسماعيل، الحماية الدولية للعلامة التجارية، القاهرة، 1978، ص48.

³ ونوغي نبيل، المرجع السابق، ص140.

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

ثاني و الطابع الإلزامي للعلامة التجارية كفرع ثالث، ثم الطابع الانفرادي للعلامة التجارية فرع رابع، وفي الفرع الخامس ألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

الفرع الأول: العلامة التجارية مال معنوي منقول

حسب المادة 683 من القانون المدني الجزائري أن كل ما هو ليس عقارا فهو منقول، وبالتالي فإن العلامة التجارية هي مال منقول لكن ذو طابع خاص لأنه غير ملموس لذلك فهي مال منقول معنوي أو فكري أو ذهني¹.

الفرع الثاني: القابلية للتمثيل الخطي

يقصد بها أن العلامة تكون قابله للاستفادة من الحماية القانونية والتي يجب أن تكون فيها إمكانية للتمثيل وإن هذه العلامة تكون في شكل حروف أو أرقام أو مختصرات أو شعارات وقد تكون عبارة عن صور مركبة بحيث أن تكون خلاصة ما²، إذا فإن المبدأ أن كل إشارة غير قابله للتمثيل الخطي لا تعتبر علامة تجارية.

الفرع الثالث: الطابع الإلزامي للعلامة التجارية

ألزم المشرع الجزائري بنص المادة 3 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات أن تضع العلامة التجارية كل سلعة أو خدمة تم عرضها للبيع أثناء السلعة أو الخدمات التي لا تسمح لها طبيعتها³، وإن الطابع الإلزامي بالنسبة للعلامة التجارية يمثل الجودة الموثوقة التي تكون في عقول المستهلكين وقد تعكس الهوية والقيم التي تمثلها الشركة.

¹ الوافي فضيلة، عائله دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق، جامعة باتنة 1، 2015-2016، ص22.

² <https://maraje3.com.2012/04/caracteristiques-de-la-marque-commerce>.

³ طيوب عز الدين- ميسور انس، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر أكاديمي في الحقوق، كلية الحقوق جامعة برج بوعريج، 2022-2023، ص14.

الفرع الرابع: الطابع الانفرادي للعلامة التجارية

القاعدة العامة أن تكون العلامة لشخص واحد طبيعي أو معنوي إلا أن المشرع الجزائري نص على أن إمكانية أن تكون العلامة جماعية، وهي في هذه الحالة تتمتع بأحكام خاصة¹.

الفرع الخامس: ألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة

أن تكون مشروع وغير منافية للآداب أو النظام العام لا يجوز اتخاذ الشعارات العامة أو الرسمية كعلامة تجارية وهذا حسبما نصت عليه المادة 6 من اتفاقيه باريس لحماية الملكية الصناعية²، كما يجب أن تلتزم العلامة التجارية بالقوانين والآداب العامة وأن تكون قانونية ولا تنتهك الأعراف والقيم الاجتماعية.

المبحث الثاني: مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية

تنوعت مظاهر التقليد وشملت كل المجالات بدءا من المواد الالكترونية إلى الألبسة إلى المواد الاستهلاكية والصيدلانية، ما يترك آثار سلبية على أصحاب النوعية والجودة حيث نجد أن الشركات أصحاب المواد الأصلية تقوم بإنفاق أموال طائلة على منتجاتها في حين أن الشركات المقلدة تنفق أموالا قليلة لإنتاج سلع ذات مواصفات رديئة من شأنها الإضرار بالمستهلك وقد تؤدي في بعض الأحيان إلى موت هؤلاء المستهلكين وهذا راجع لعدم اتباع المعايير القياسية العالمية³.

¹ الوافي فضيلة، المرجع السابق، ص22.

² حواس فتيحة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 6، العدد 1، 2021، ص508.

³ لعلام فتيحة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، ص 16، قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن المهيدي، أم البواقي، 2014.

: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

وسنتطرق في هذا المبحث إلى تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية (مطلب أول) ثم صور هذه الجريمة (المطلب الثاني) وتناولنا كذلك الوصف القانوني لجريمة تقليد العلامة التجارية (مطلب ثالث).

المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية

سنتطرق في هذا المطلب إلى التعريف الفقهي والقضائي لتقليد العلامة التجارية (فرع أول) وإلى التعريف التشريعي (فرع ثاني)

الفرع الأول: التعريف الفقهي لجريمة تقليد العلامة التجارية

تعرف الأستاذة فوزية عبد الستار جريمة التقليد على أنها " اصطناع شيء كاذب على نسق صحيح وهي جريمة تقوم على تغيير الحقيقة"¹.

ويرى الدكتور حسني عباس أن تقليد العلامة " هو نقل العلامة المسجلة نقلا كاملا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها، بحيث تكاد العلامة المقلدة أن تكون مطابقة للعلامة الأصلية"².

يرى الدكتور محسن شفيق أن التقليد هو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقة بحيث يصعب على المستهلك المتوسط الحرص والانتباه التمييز بينهما³.

الفرع الثاني: التعريف التشريعي لجريمة تقليد العلامة التجارية

كان موقف التشريع الجزائري محاذايا للتشريعات العربية في ظل الأمر 57/56 الملغى الذي اكتفى فقط بتحديد صور التقليد دون إشارة إلى تعريف له.

¹ فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، مصر، 2000، ص 203.

² حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، مصر، 1971، ص 257.

³ محسن شفيق، الموجز في القانون التجاري، دار النهضة العربية، مصر، 1967، ص 254.

غير أن المشرع الجزائري غير من موقفه وقدم لنا تعريفا لتقليد العلامات، وذلك في المادة 26 فقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، إذ تنص هذه الأخيرة على أنه: "يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"¹.

فقد أدرج المشرع الجزائري مجمل الاعتداءات الواقعة على العلامة تحت مصطلح التقليد، يبدوا أن هذه الاعتداءات تأخذ صورا مختلفة حتى وإن كانت العقوبات المقررة هي ذاتها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتضح من نص المادة سالفة الذكر أن المشرع الجزائري حصر التقليد في المساس بالحقوق الاستثنائية، بيد أن التقليد لا يمس فقط بهذه الحقوق بل قد يمس بحقوق المستهلك الذي قد يستخدم منتوجا لا يتناسب مع ما كان ينتظره من شراءه ويضر به وبالمجتمع، علاوة على ذلك قد يمس بالصحة العامة في حالة تقليد علامة الدواء، أو بالسلامة العامة في حالة تقليد قطع غيار مركبات أو معدات.

الفرع الثالث: التعريف القضائي لجريمة تقليد العلامة التجارية

استند قضاة المحكمة العليا الجزائرية في قضية رقم 261209 المؤرخة في 5 فيفري 2002 إلى فكرة التشابه الموجود بين العلامتين الموضوعتين على نفس المنتج، وأن هذا التشابه من شأنه أن يحدث لبسا عند المستهلك متوسط الانتباه².

وعليه فإن التقليد حسب القضاء الجزائري لا يتحقق إلا إذا كانت العلامتين متشابهتين وموضوعتين على نفس المنتج بشكل يقلل الانتباه لدى المستهلك متوسط الحرص، وهكذا إن القضاء الجزائري يعتمد على عنصرين لتحديد التقليد، إحداهما مادي يتعلق بشكل العلامة

¹ الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادي الأول عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، الجزائر، المادة 26 فقرة 01.

² طعن رقم 2274 لسنة 1955 قبل جلسة 1986/12/22 عن حسام الدين الصغير، التقاضي وقضايا مختارة في مجال الملكية الصناعية، 2004، ص 7- www-wipo/ip/bah/04/02. تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/15 على الساعة 18:29.

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

والمنتج الذي وضعت عليه تلك العلامة، والثاني شخصي يرتبط بالمستهلك الذي يقتضي ذلك المنتج.

المطلب الثاني: صور وآثار تقليد العلامة التجارية

بين المشرع الجزائري الأفعال التي تعتبر اعتداء على ملكية العلامة أو قيمتها، أي حدد جريمة التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا لحقوق استثنائية معترف بها لصاحب العلامة المسجلة، وعليه يمكن أن يكتسي الاعتداء على العلامة أشكال مختلفة بعضها يكون مباشر كونه يمس موضوع الحماية ويتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة وهو اعتداء غير مباشر، وعليه سنتناول في هذا المطلب صور تقليد العلامة التجارية (فرع أول)، والآثار التي يخلفها هذا التقليد (فرع ثاني).

الفرع الأول: صور تقليد العلامة التجارية

تتنوع صور الاعتداء على العلامة التجارية بين الاعتداء على العلامة بالتقليد (أولا) والاعتداء على الحق في العلامة بالاستعمال (ثاني).

أولا_ الاعتداء على الحق في العلامة بالتقليد:

تشمل جريمة التقليد كل من التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه.

1- تقليد العلامة بالنقل:

يقصد بتقليد العلامة بمعناه الضيق، نقل العلامة نقلا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية¹.

¹ Avert Chavanne et Claudine Salomon, (marque de fabrique de commerce ou de service), Encyclopédie Juridique, Dolloz, Paris, Année 2003, P68.

: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

فالتقليد بالنقل هو اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، أو وضع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقة بحيث يمكن للعلامة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ضنا منه أنها العلامة الأصلية¹.

وإذا لم يكن النقل كليا لعناصر العلامة فممكن أن يكون نقلا لأهم العناصر الأساسية المميزة لها وبالتالي يكون التقليد كذلك بإظهار العنصر الأساسي من علامة معينة ونقله إلى علامة جديدة، والعبرة في تقليد العناصر المحمية والتي تم إيداعها بشكل قانوني، وسواء كانت إسمية أو أشكال أو رموز، أم إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة، فلا مجال للقول بوجود التقليد².

وبناء على ما تقدم، فإن التقليد يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية أو بنقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تقترب العلامة المقلدة من العلامة الأصلية، إذ يعد الشخص بأنه قد علامة إذا صنع تلك العلامة أو أية علامة قريبة الشبه بصورة منها تؤدي إلى الانخداع والتضليل.

2- تقليد العلامة بالتشبيه:

نعلم أن الأصل في العلامة أن تكون وسيلة لتمييز السلع أو خدمات عن غيرها مماثلة لها، لذا يجب أن تكون مختلفة متباينة فيما بينها، حتى ترفع اللبس ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل ومن أجل ذلك يجب تقدير ما إذا كان للعلامة خاصية مميزة عن غيرها أم لا، وذلك بالنظر إليها في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها، فلا عبرة باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه العلامة الأخرى، بل العبرة بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتركيب الصور والحروف والرموز مع بعضها،

¹ Sylviane Durrande, Droits des marquee, Recueil Dolloz, N°03, 06 Novembre, 2003, P2685.

² نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، د.م.ن، 2005، ص 160.

: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

والشكل الذي تبرز به علامة أو أخرى بغض النظر عن العناصر التي ترتكب منها وعما إذا كانت الواحدة تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى¹.

ولذلك يسعى المنافسون إلى خلق علامة تحظى بسمعة ورواج كبير في وسط المستهلكين، من أجل إيقاعهم في اللبس وجذبهم إلى العلامة المقلدة، وهذا ما يسمى بالتقليد بالتشبيه، ويقصد به اصطناع علامة متشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين، وعلى هذا الأساس فإن التقليد بالتشبيه يختلف عن التقليد بالنقل كون يفرض وجود عنصرين، العنصر المادي الذي يتركز على تشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي بالجمهور إلى الخلط بين العلامتين، والعنصر المعنوي بحيث يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد ليخدع المستهلكين².

ويتم البحث عن التشابه الذي يؤدي إلى اللبس من خلال المقارنة بين العلامتين، والبحث في ما إذا كان هناك خطر إيهام المستهلك أو خلف لبس لديه ويجب البحث عن عناصر التشابه قبل البحث عن نقاط الاختلاف³، مع الأخذ بعين الاعتبار أن العلامتين لا تكونان أمام أعين المستهلك في نفس الوقت حتى يستطيع المقارنة بينهما، ويجب كذلك عن الانطباع الذي توقعه العلامة على المستهلك المعتاد، وإذا كانت العلامة تحتوي على عناصر أصلية وعناصر شائعة فالتقليد ينصب على الأصلية فقط، أما العناصر الشائعة فيجوز تقليدها واستغلالها دون مساءلة عن التقليد⁴.

¹ معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، الطبعة الخامسة، الاسكندرية، مطبعة الانتصار، 2002، ص 457.

² صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 251.

³ سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والفكرية، منشورات الحلبي الحقوقية، الجزء الأول، بيروت، 2001، ص 79.

⁴ نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية الملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 341.

ثانياً_ الاعتداء على الحق في العلامة بالاستعمال:

فكما يعاقب المشرع الجزائري على التقليد بصورة فإنه يعاقب كذلك على الاستعمال للعلامة ولهذا العمل كذلك عدة صور، فقد يكون الاستعمال لعلامة مقلدة، أو استعمال لعلامة الغير، أو حتى استعمال صوري فقط لعلامة الغير، وهذا ما سنحاول تبيان من خلال النقاط التالية:

1- استعمال علامة مقلدة أو مشابهة:

بينت المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات السالفة الذكر، بأن يعاقب كل من قام بعمل من شأنه أن يمس بالحقوق الاستثمارية لعلامة قام بها الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة، وتشمل هذه الأعمال الماسة بحقوق صاحب العلامة، استعمال علامة مقلدة سواء بالنقل أو بالتشبيه، أي استعمال علامة مماثلة أو مشابهة.

ولقد بين المشرع بوضوح أن تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالاً تجارياً دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو متشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، بل وأعطاه المشرع الجزائري أكثر من ذلك من خلال حق متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة متشابهة لدرجة إحداث لبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها¹، غير أن استعمال علامة على سلع أو خدمات مختلفة عن تلك التي تم تسجيل العلامة من أجلها لا يجرمها القانون باستثناء الحالة التي يتعلق فيها الأمر بالعلامات المشهورة²، ومن ثمة يمكن القول بأن جنحة استعمال علامة مقلدة يجب أن تتوفر على عنصر مادي هو ضرورة وجود تقليد مسبق، سواء كان تقليد بالنقل أو بالتشبيه، ولا يهم إن كان القائم بتقليد العلامة يختلف عن القائم باستعمالها إذ يشكل كل عمل منها جنحة التقليد، وجنحة الاستعمال لا تقع بمجرد وضع العلامة على

¹ المادة 09 فقرة 02 وفقرة 03 من الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² المادة 07 فقرة 08 من الأمر 03-06 المرجع نفسه.

السلع، لأن الوضع يشكل بدوره جنحة مستقلة عن جنحة الاستعمال ولا شك أن الاستعمال يعاقب عليه مهما كان ومثال ذلك استعمال علامة مقلدة كعنوان المتجر أو كالأسم التجاري¹.

2- التقليد باستعمال علامة الغير:

تناولنا في ما سبق جريمة استعمال علامة مقلدة، سواء بالنقل أو بالتشبيه إلا أن الاستعمال لا يقتصر على العلامات المقلدة فحسب، بل يعاقب القانون كذلك حتى عن استعمال العلامة الأصلية المملوكة للغير، لأن ذلك من شأنه أن يمس بحقوق صاحب العلامة، ألا وهي الحق الاستثنائي والاحتكاري في استعمال العلامة على كل السلع والخدمات المسجلة من أجلها، وذلك إذا قام شخص ما باستعمالها على سلع أو خدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، أو المشابهة والتي من شأنها أن تحدث لبسا في ذهن المستهلك².

وبناء على ذلك، فإنه يعاقب جزائيا اللذين يضعون على سلعهم علامة هي ملك للغير، وتقوم هذه الجريمة ليس على أساس استعمال هذه العلامة في حد ذاتها، وإنما بسبب استعمال العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، فمن ينظر في العلامة ظاهرا لا يرى فيها أي غش، فهي علامة صحيحة، لكن السلع التي تحمل هذه العلامة لا تتوافق مع السلع الصحيحة³، فقد يقوم مرتكب هذه الجريمة برفع العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعملها العلامة الأصلية، أو أن يقوم باستبدال تلك السلع الأصلية بسلع أخرى وإبقاء العلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك.

والى جانب هذه الجنح السابق ذكرها والتي تعتبر أكثر انتشارا في ساحة العلامات، توجد جنح أخرى لم نتطرق إليها تدخل هي الأخرى في نص التجريم تحت جنحة التقليد، لأن المشرع

¹ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2003، ص 270.

² المادة 07 فقرة 09 من الأمر 03-06، مرجع سابق.

³ نعيم مغيب، مرجع سابق، ص 190.

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

الجزائري أراد من خلال عمومية النص، توفير أوسع نطاق ممكن لحماية جزائية ولذلك لم يعد إلى تحديد الجرح المتعلقة بانتهاك الحق في العلامة.

الفرع الثاني: آثار تقليد العلامة التجارية

يترتب عن تقليد العلامة التجارية آثار وخيمة وأضرار جسيمة سيتم تناولها في هذا الفرع من خلال نقطتين الأولى تتمثل في آثار تقليد العلامة التجارية على المؤسسات والمستهلكين (أولا) وآثاره على اقتصاديات الدول ومالكي حقوق الملكية (ثانيا).

أولا- آثار تقليد العلامة التجارية على المؤسسات والمستهلكين:

1- آثار تقليد العلامة على المؤسسات:

تظهر آثار التقليد على المؤسسات في مجالات البحث والتطوير والتسويق والاستثمار إلى انخفاض رقم أعمالها مع فقدان حصة سوقية والتي جاهدت على مر السنين لتكوينها، إضافة إلى الأضرار المعنوية والنفسية إثر فقدانها لمزاياها وتموقعها لدى الزبائن، ومن جهة أخرى فإن مردودية الاستثمارات خاصة في مجال البحث والتطوير للمؤسسات المتضررة من انخفاض رقم أعمالها وحصصها السوقية، ستتناقص وتتضاءل وبالتالي تؤدي إلى انخفاض الميزانيات المخصصة لها ما يؤثر سلبا على فعالية وفاعلية المؤسسة في السوق، كما لا ننسى الخسائر التي تنجم عن عمليات الحماية التي تقوم بها المؤسسات (كالتحقيقات الميدانية والمتابعات القضائية) من أجل الحفاظ على منتجاتها في الأسواق وتموقع علامتها لدى الزبائن والحفاظ على مردودية مقبولة¹.

¹ عدنان غسان برانيو، التنظيم القانوني للعلامات التجارية، (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، 2012، ص

2- آثار تقليد العلامة على المستهلكين:

المستهلكين هم أولى ضحايا التقليد باعتبارهم حلقة في سلسلة عمليات الخداع المتبعة من طرف هذا النشاط، ولأن المنتجات المقلدة تشكل خطر على صحته وأمنه¹. وهذا راجع إلى عجز المستهلك إلى التمييز بين السلع الأصلية من المقلدة.

الخطر الأكبر لا يكمن في وقوع المستهلك في عملية الخداع وإنما في كون هذا المنتج الذي اقتناه المستهلك ضنا منه أنه الأصلي، لأنه يشكل خطرا على صحته خاصة إذا كانت منتجات صيدلانية أو كهرومنزلية أو غيرها والتي تلحق أضرار جسمانية ونفسانية مباشرة للمستهلك.

حيث تقدر المنظمة العالمية للصحة OMS نسبة الأدوية المقلدة المتداولة في العالم بـ 7% نسبة تصل إلى 30% في البرازيل و 60% في إفريقيا، إضافة إلى ذلك فإن التقليد لا يشمل المنتجات ذات النوعية الرديئة وإنما أيضا على منتجات خطيرة جدا في تركيبها كزيوت السيارات والآلات الصناعية التي تؤدي إلى حوادث جسيمة تم بالأخص مستعملها.

ثانياً- آثار تقليد العلامة التجارية على اقتصاديات الدول ومالكي حقوق الملكية الفكرية والصناعية:

1- آثار تقليد العلامة على اقتصادية الدول:

إن التقليد يلحق بالدول خسائر مباشرة في مجال الإيرادات الضريبية (رسوم جمركية وغيرها) كون المقلد يستعمل لتوزيع منتجاته شبكات غير رسمية لا تخضع للضريبة، إضافة إلى ذلك في حال تواجد مؤسسات تمارس نشاط التقليد ضمن حدود الدولة فإن ذلك سيغرم

¹ محمد الأمين فروح، التقليد ودور تكنولوجيا المعلومات في حماية القنوات التسويقية (دراسة تطبيقية لسوق مستحضرات التجميل والعطور)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007-2008، ص 15.

الدولة خسائر فيما يتعلق بالضرائب، زيادة على تحملها مصاريف الرعاية الصحية لحوادث العمل غير المعلنة، ومن جهة أخرى فإن ذلك سيشجع المنظمات الإجرامية على زيادة نشاطاتها حيث يعتبر التقليد نظاما فعالا لتبييض الأموال، هذا النوع من النشاط ينجر عنه اختلال في توازن الأسواق، وتعريض الشبكة الاقتصادية إلى الضعف وفقدان الشفافية كما يؤدي بمستوى البطالة والحرمان الاجتماعي إلى الارتفاع¹.

2- آثار تقليد العلامة على مالكي حقوق الملكية الفكرية والصناعية:

في كل عام يلحق التقليد خسائر بمليارات الدولارات للصناعة العالمية، ذلك أن المستهلك عند اقتنائه المنتج المقلد وفي حالة عدم رضاه فإن ذلك ينعكس سلبا على صورة المؤسسة المنتجة للمنتج الأصلي، لأن المستهلك ضنا منه أنه اقتنى المنتج الأصلي سيلوم المؤسسة على رداءة المنتج المقلد، مما يفقد المنتج الأصلي شهرته وتموقعه، كمنتج ذا جودة عالية، في ذهن هذا المستهلك، أضف إلى ذلك الخسائر التي يتكبدها مالكي حقوق الملكية الفكرية والصناعية جراء التكاليف المستمرة والدائمة في حماية منتجاتهم والحفاظ على حقوقهم مثل المتابعات القضائية والحملات المختلفة من أجل نوعية المستهلكين².

المطلب الثالث: التكييف القانوني لجريمة تقليد العلامة التجارية

لابد من أن يكون لكل واقعة قانونية تكييف قانوني يتم من خلاله الوصول إلى حكم هذه الواقعة وفي هذا المطلب سنتناول مفهوم التكييف القانوني (الفرع الأول)، وسنتطرق إلى التكييف القانوني لجريمة تقليد العلامة التجارية (الفرع الثاني).

¹ عبد العزيز شرابي، محمد الأمين فروح، ظاهرة التقليد، المظاهر وطرق المعالجة، مجلة الاقتصاد الوطني، العدد 05، 2008، ص 230.

² عبد العزيز شرابي، محمد الأمين فروح، المرجع نفسه.

الفرع الأول: مفهوم التكيف القانوني

سننتظر في هذا الفرع إلى تعريف التكيف القانوني (أولا) وإلى أهمية التكيف القانوني (ثانيا).

أولا- تعريف التكيف القانوني:

إن التكيف القانوني يتمثل في تحديد الطبيعة القانونية للواقعة وفقا للقانون المعمول به وشروط تطبيقية¹.

وكما ذكر المستشار حامد فهمي، فإن التكيف القانوني هو معنى القانون المبني على الفهم الشامل للوقائع في القضية²، والمعنى البسيط للتكيف القانوني هو ربط الوقائع بأصلها القانوني الذي يحكمها، والتكيف القانوني في هذا الصدد لا يقتصر على فرع من فروع القانون أو آخر، بل هو موجود في جميع هذه الفروع.

ثانيا- أهمية التكيف القانوني:

للتكيف القانوني أهمية كبيرة في العمل القانوني، حيث أنها بناءا عليه يترتب تحديد المحكمة المختصة بالنظر في النزاع بداية ثم بعد ذلك تحديد النصوص القانونية الواجبة التطبيق على الوقائع المعروضة على المحكمة ثم بعد ذلك انزال حكم هذه النصوص على الواقعة محل النزاع عن طريق النطق بالحكم ثم تطبيق هذا الحكم في الحياة العملية وإعمال أثره.

فيجب التحليل الصحيح للوقائع حتى يكون التكيف القانوني للواقعة صحيح، فإن كان التحليل خاطئ فسيكون التكيف خاطئ، كذلك مما يؤدي إلى صدور حكم غير صحيح وبالتالي ترتب عواقب وخيمة على ذلك.

¹ محند إسعاد، القانون الدولي الخاص، ترجمة فائز أنجق، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1989، ص 179.

² حامد فهمي، النقد في المواد المدنية والتجارية د.م.ن، د.س.ن، ص 165.

الفرع الثاني: التكيف القانوني لجريمة تقليد العلامة التجارية

اعتبر المشرع الجزائري الاعتداء الواقع على علامة مملوكة للغير جنحة يعاقب عليها القانون وفقا للعقوبات المنصوص عليها في القوانين المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية والصناعية ومكافحة التزوير والتقليد غير المشروع، أي انه بعد دراسته لهذه الجريمة وتحليله لوقائعها أعطى لها التكيف القانوني الخاص بها وهو "جنحة التقليد"، ونجد في الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامة في المادة 26 منه حيث نصت على "يعتبر جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل مس بالحقوق الاستثنائية..."¹.

فكل تلك الأفعال التي تمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة، جعلها المشرع الجزائري تخضع لتكييف واحد وهو جنحة التقليد، مادام أنها تمثل جميعها مساسا بحقوق صاحب العلامة وفي هذا السياق فإن تقليد العلامة التجارية يعتبر جنحة تستوجب المساءلة القانونية.

¹ المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

الفصل الثاني:

الآليات القانونية

لمكافحة جريمة

تقليد العلامة

التجارية

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

غير خفي أن جميع الحقوق تحتاج إلى الحماية، هذه الأخيرة هي التي تعطي للحق معناه وتتضمن ممارسة بشكل عادي وطبيعي، ومن خلال ذلك فإن العلامة التجارية التي هي أحد حقوق الملكية الصناعية تحتاج هي الأخرى لحماية قانونية والتي تكفلها التشريعات قاطبة، ونظرا للأهمية التي تحظى بها العلامة التجارية خاصة في المجال التجاري، ونظرا لكثرة الاعتداء عليها بمختلف الصور فقد حظيت بحماية واسعة وشاملة لجميع النواحي وهذا ما يتم التفصيل فيه في هذا الفصل وذلك من خلال ثلاث مباحث:

المبحث الأول: الحماية الإجرائية

المبحث الثاني: والحماية المدنية

المبحث الثالث: الحماية الجزائية

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

المبحث الأول: الحماية الإجرائية للعلامة التجارية

قررت جل التشريعات وبما فيها التشريع الجزائي توفير حماية مسبقة لحقوق مالك العلامة التجارية، وهذه الحماية المسبقة تتمثل في الحماية الإجرائية، هذه الأخيرة التي سنتناولها في هذا المبحث من خلال مطلبين، حيث تناولنا في المطلب الأول حماية العلامة عن طريق الإجراءات التحفظية والمطلب الثاني تطرقنا فيه إلى محتوى الإجراءات التحفظية المتخذة من طرف صاحب العلامة.

المطلب الأول: حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية

سنتطرق في هذا الفرع إلى مفهوم الإجراءات التحفظية (أولا) وإلى الشروط الواجب توافرها للقيام بالإجراءات التحفظية (ثانيا).

الفرع الأول: مفهوم الإجراءات التحفظية

لفهم واستيعاب الإجراءات التحفظية لابد من تقديم تعريف لهذه الإجراءات وتوضيح أهميتها وخصائصها وذلك كما يلي:

أولا- تعريف الإجراءات التحفظية:

تطرق بعض الفقهاء إلى تعريف الإجراءات التحفظية باعتبارها حماية مؤقتة أو وقتية، فهناك من يرى: (أن الإجراءات التحفظية أو الوقتية التي يختص بها القضاء المستعجل تشمل كل تدبير عملي يرمي إلى حماية حق طالب الإجراء من خطر التأخير بسبب النقص الحاصل في وسائل حمايته العادية)¹.

¹ وجدي راغب فهمي، نحو فكرة عامة للقضاء الوقتي في قانون المرافعات، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر، المجلد 15، العدد الأول، يناير 1973، ص 199.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

في حين يرى البعض الآخر بأن الحماية الوقتية أو الإجراءات التحفظية تعني: (تلك المنحة التشريعية المقررة لمالك العلامة التجارية أو صاحب الشأن في مباشرة كافة الإجراءات المستعجلة لحماية حقوقه الواردة على علامة تجارية وذلك لمنع الاعتداء عليها أو التصدي للبضائع التي وقع عليها الاعتداء بخصوصها وبما يحفظ الأدلة المرتبطة بواقعة التعدي)¹.

وفي العديد من التشريعات المقارنة فإن الحماية الوقتية المنصوص عليها في قوانين العلامات لا تختلف كثيرا عن الحماية وفق أحكام القوانين الإجرائية المدنية.

من خلال ما سبق تستطيع أن نقول بأن الحماية الوقتية أو الإجراءات التحفظية هي إجراءات مستعجلة تتخذ من طرف القضاء بناء على طلب صاحب العلامة المتضرر من الاعتداء على علامته. وإن هدف هذه الإجراءات هو تسهيل إثبات الاعتداء على العلامة والضرر الحاصل قبل اختفاء الأدلة من جهة ومن جهة أخرى منع وقوع الاعتداء إذا كان على وشك الوقوع أو وقفه أو منع استمراره ان كان قد وقع فعلا².

ثانياً_ أهمية الإجراءات التحفظية:

تعتبر الإجراءات التحفظية وسيلة مهمة ولا بد منها لصاحب العلامة إذ أنها تمكنه من إثبات وقائع الاعتداء على علامته (تقليدها) حيث يتمكن من جمع الأدلة اللازمة، ويستدل صاحب العلامة بتلك الأدلة المثبتة لحقه أو لإدعاءاته عند إقامته لدعوى أصل الحق وعرض النزاع أمام القضاء، والغرض من هذه الإجراءات ليس تسيير إثبات حالة التعدي على العلامة التجارية أو إثبات الضرر الحاصل بسبب الاعتداء و فقط، بل الغرض من هذه الإجراءات أيضا

¹ يسار فواز الحنيطي، الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة "دراسة مقارنة، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص220.

² الغيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة ابى بكر بلقايد تلمسان، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2021-2022، ص161.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

هو مواجهة الاعتداء ومنع استمراريته وذلك بواسطة منع السلع المقلدة التي تحمل علامات مقلدة من الولوج إلى السوق¹.

ولا تتوقف أهمية الإجراءات التحفظية عند هذا الحد، بل تظهر كذلك من خلال عدم السماح للغير ومنعه من الاعتداء على العلامة أو إيقافه على الاستمرار على فعلته، بصفة مؤقتة إلى أن يتمكن مالك العلامة من رفع دعوى قضائية يطالب فيها بمنع الاعتداء بصفة دائمة والفصل في موضوع النزاع، ورغم أهمية الإجراء التحفظي وفقا لما ذكرناه، إلا أنه ليس شرطا لازما لإقامة الدعوى، فهو إجراء عملي مقرر لمصلحة مالك العلامة².

ثالثا_خصائص الإجراءات التحفظية:

تعد الحماية الوقائية أو الإجراءات التحفظية عمل قضائي يتولاه قضاة المحاكم وإن القرارات الصادرة بشأنها تعتبر أحكاما قضائية³.

ويمكن استنتاج خصائص الإجراءات التحفظية من الهدف الأساسي لها فهي تعتبر وسيلة فورية وفعالة للحماية المؤقتة وتعد الإجراءات وقتية أو مؤقتة لأنها مرتبطة بميعاد ولذلك حددت مختلف تشريعات الدول وقتا معيناً لا بد من خلاله رفع الدعوة القضائية ولا يمكن تجاوزه سواء أكانت هذه الدعوة مدنية أو جزائية وإلا كان الإجراء التحفظي باطلاً⁴. ومن جهة أخرى هي إجراءات تتطلبها طبيعة الاعتداء على العلامة وحمايتها كذلك تتميز هذه الإجراءات بكونها وسيلة فعالة نظرا للدور الذي تقوم به لكي لا تتعرض الأسواق والتجارة عامة إلى خلل من

¹ سماح حسن علي، الحماية الإجرائية للعلامة التجارية، مجلة العلوم الانسانية، جامل بابل، المجلد 22، العدد 3، 2015، ص1550.

² حمدي غالب الجغبير، العلامة التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012، ص346.

³ يسار فواز الحنيطي، مرجع سابق، ص ص 218، 226.

⁴ سماح حسن علي، المرجع السابق، ص 1507.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

خلال دخول بضاعة ومنتجات تتضمن اعتداء واضح على الطرفين هما أصحاب العلامات وجمهور المستهلكين¹.

الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها لتمكين صاحب العلامة التجارية من المطالبة بالإجراءات التحفظية

للقيام بالإجراءات التحفظية لابد من توفر جملة من الشروط نذكر منها:

أولاً- إثبات تسجيل العلامة من طرف مالكيها:

يعتبر شرط تسجيل العلامة التجارية من طرف مالكيها، شرطاً مهماً وضرورياً للاستفادة من الحماية المؤقتة، ويعني ذلك أن العلامة الغير مسجلة لا تستفيد من هذه الحماية، وهذا ما أكدته المشرع الجزائري والعديد من التشريعات وضعت هذا الشرط، حيث تظهر أهمية شهادة التسجيل التي يقدمها صاحب العلامة في أنها تتضمن وصفاً تفصيلياً للعلامة المقصودة وبيان السلع الحاملة لهذه العلامة، واسم صاحب العلامة الحقيقي، فكل هذه المعطيات تيسر للجهات المختصة التأكد فيما إذا كان طالب الحماية محقاً في طلبه أم لا، وذلك لحين عرض النزاع أمام القضاء².

بالإطلاع على قانون العلامات نجد أن المشرع الجزائري لم يعط الحق في الحماية المؤقتة لمن يستند في ملكيته للعلامة على الاستعمال فقط دون التسجيل، ولم يعط هذا الحق أيضاً لمن تقدم ليطلب بتسجيل العلامة ولم يقض له في طلب تسجيله³.

¹ سماح حسن علي، المرجع السابق، ص 1508.

² سماح حسن علي، المرجع نفسه، ص 1510، 1511.

³ الغيزي لزهاري، المرجع السابق، ص 166.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

ثانياً_ إلحاق الضرر بمالك العلامة:

تنص المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على ما يلي "يمكن لمالك العلامة، بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند القضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق ضرراً بصاحب العلامة وذلك بالحجز أو بدونه...¹. نجد أن هذه المادة قد تضمنت شرطاً آخر وهو أن يكون هناك ضرر قد لحق بصاحب العلامة جراء وضع علامته على السلع المقلدة، وهنا يجب أن يثبت المالك ما يدل على وجود أفعال الاعتداء على علامته.

والضرر هنا يجب أن يعاينه الخبير من خلال وصف ومعاينة السلع والآلات، والوثائق والفواتير والأغلفة والإعلانات، وجميع الأشياء التي قد تكون وضعت عليها العلامة، وكذلك البضائع المستوردة²، فالخبير هو من يبين طبيعة الأفعال المرتكبة ودرجة الضرر الذي يكون قد لحق بمالك العلامة.

ثالثاً_ دفع المدعي لكفالة لتوقيع الحجز التحفظي:

أما الشرط الثالث الذي يجب أن يتوفر للاستفادة من الإجراءات التحفظية هو دفع المدعي أي مالك العلامة لكفالة، هذا ما نصت عليه المادة 34 فقرة 03 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات "... عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة"³، حيث تقضي المادة بأنه يجوز للقاضي أن يأمر المدعي بدفع كفالة عند توقيع الحجز، ويرجع سبب اشتراط دفع الكفالة إلى أن اصدار الإجراء التحفظي قد يسبب ضرر بمصلحة من يصدر الإجراء

¹ المادة 34 فقرة 01 من الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² محمد بن براك الفوزان، النظام القانوني للإسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2012، ص282.

³ المادة 34 فقرة 03 من الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

ضده، مثل الحجز التحفظي، ولتحقيق نوع من الموازنة بين مصلحة المدعي أي صاحب العلامة وبين مصلحة المدعى عليه أي من يصدر القرار ضده.

أجاز المشرع للقاضي بفرض على من يطالب بهذا الإجراء (مالك العلامة) إيداع كفالة، يمكن لمن صدر ضده الإجراء أن يعود إليها في حالة عدم قيام من صدر القرار لفائدته برفع دعوى أصل الحق خلال الأجل المحدد¹، أو في حالة ما إذا تم إلغاء القرار لكون المدعي غير محق في طلبه².

كأن يتبين بأن السلع المطلوب حجزها تحمل العلامة الأصلية وليست مقلدة، لذا الكفالة تعتبر بمثابة ضمان للمدعي عليه الذي قد تصيبه أضرار من إساءة استعمال الإجراءات التحفظية من طرف مالك العلامة.

المطلب الثاني: مضمون الإجراءات التحفظية التي يمكن أن يتخذها صاحب العلامة

أكد المشرع الجزائري في المادة 34 المذكورة سابقا أنه يحق لمالك العلامة المسجلة أن يقوم بإجراء وصف دقيق للسلع التي يدعي أن وضع العلامة عليها قد ألحق ضرار به، وذلك مع إيقاع الحجز أو بدونه، ويكون ذلك بموجب أمر على عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة، ومحضر الوصف أو الحجز لا يعتبر شرطا لقبول الدعوة كون صيغة المادة 34 لم تكن إلزامية، فهذا الإجراء مقرر لمصلحة مالك العلامة³، وفي هذا المطلب سنرى كيفية القيام بإجراء الوصف (الفرع الأول) وإجراء الحجز (الفرع الثاني).

¹ عدنان غسان برانيو، المرجع السابق، ص 793.

² يسار فواز الحنيطي، المرجع السابق، ص 225.

³ حمدي غالب الجعيري، المردع السابق، ص 346.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

الفرع الأول: إجراء وصف للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد

يستعين مالك العلامة بخبير للقيام بإجراء وصف دقيق وجرّد تفصيلي للمنتجات والبضائع المقلدة¹، سواء كانت جاهزة لطرحها وعرضها في الأسواق ومعدة للبيع، أو كانت لا تزال في مرحلة الإعداد والتجهيز، ووصف وجرّد الآلات والأدوات التي تستعمل أو قد استعملت في جريمة الاعتداء على العلامة. ويبدو أن هذا الإجراء يسهل مهمة الإثبات لمالك العلامة بأن علامته تعرضت فعلاً للاعتداء، لأنه يتضمن وصفاً دقيقاً لكل ماله علاقة بالعلامة.

الفرع الثاني: إجراء حجز للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد

تبعاً لنص المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات المذكور سابقاً، فقد يلحق بإجراء وصف السلع المقلدة إجراء آخر يسمى إجراء الحجز وإيقاعه على كل ما يشكل تعدياً على العلامة أو ما يعتبر دليلاً على التعدي عليها، والغاية من هذا الإجراء هو الحجز على السلع والمنتجات التي تحمل العلامة المقلدة، وإيقاع الحجز تكمّل الحماية الوقائية التي يقرّها القانون لحماية العلامة التجارية، لأن مجرد إجراء الوصف والجرّد للسلع والأدوات التي تمّ بها الاعتداء، وبالتالي إثبات واقعة الاعتداء على العلامة لا قيمة لها عملياً بدون إيقاع الحجز التحفظي، ففي الحقيقة إن الحجز يعتبر إجراءً وقائياً اقره المشرع لكي يستطيع مالك العلامة المتضرر من التحفظ على وسائل الاعتداء، بالإضافة إلى تجنب الوقوع في الأعمال غير المشروعة مستقبلاً، ولكي يسهل على المتضرر الحصول على التعويض المناسب عند لجوؤه إلى القضاء الموضوعي².

وفي حالة القيام بإجراء الوصف المفصل للسلع من توقيع الحجز عليها فإن الحجز هنا يعتبر حجزاً تحفظياً وتطبق في شأنه أحكام المواد 650 و 659 وما بعدها من ق-إ-م-إ³.

¹ المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² عدنان غسان برانيو، المرجع السابق، ص 785.

³ ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 203.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

حيث نصت المادة 650 منه على "لكل من له ابتكار أو إنتاج مسجل أو محمي قانونا أن يحجز تحفظيا على عينة من السلع أو نماذج من العلامات المقلدة، ويقوم بعملية الحجز على العلامات المقلدة، المحضر القضائي الذي يحرر محضر الحجز ويوضع فيه طبيعة المنتج أو العينة أو النموذج المحجوز، ويضعه في حرز مختوم ومشتمع...".

المبحث الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية (دعوى التعويض)

إن الحماية المدنية للعلامة التجارية هي الأخرى تعتبر آلية من الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية، حيث تستند الحماية المدنية إلى القواعد العامة في القانون المدني، وهي تخول لصاحب الحق المطالبة بحقوقه إذا ما وقع اعتداء على علامته وذلك من خلال دعوى التعويض هذا ما تطرقنا إليه في هذا المبحث حيث قسمناه إلى مطلبين، وتناولنا في (المطلب الأول) الأساس القانوني لدعوى التعويض وآثار دعوى التعويض (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى التعويض

تندرج هذه الدعوى في إطار الحماية المدنية حيث أنه وتأسيسا للقواعد العامة لاسيما المادة 124 من القانون التي تنص على أن: "كل خطأ أيا كان يرتكبه المرء، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"¹ والتي تعد دعوى عادية أساسها الفعل الضار، فيحق لكل من أصابه ضرر مادي أو معنوي لصاحب الحق بسبب الضرر أن يرفع دعوى يطلب فيها تعويضه عما أصابه من ضرر ضد كل من ساهم في إحداثه متى توافرت أركانها².

راجع أيضا المواد 650، 659 وما بعدها من القانون رقم 908 المؤرخ في 25-02-2008 المتضمن قانون إ.م.إ. ج جريدة رسمية العدد 21، الصفحة 45 المؤرخة 23-04-2008.

¹ أمر رقم 75-58 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني (الجريدة الرسمية عدد 78 لسنة 1975 إلى المادة 124. (المعدل والمتمم)

² سامية حساين، تقليد العلامة التجارية ووسائل مكافحته، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 16، جوان 2017، ص ص 167-168.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

تكون الدعوى إما بالمطالبة بالتعويض طبقاً لقواعد المسؤولية التعاقدية وإما بالمطالبة وفقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية الناشئة عن خطأ الغير وبالتالي تثبت المسؤولية المدنية في الحالتين وفقاً للقواعد العامة وذلك يتوافر ثلاث أركان هي الخطأ، الضرر والعلاقة السببية، وقد عمل المشرع الجزائري على ضمان قيام هذا النوع من المسؤولية بموجب نصوص تابعة للقواعد العامة ونصوص خاصة ويتمثل حق المتضرر في هذه الحالة في التعويض العيني فقط، وهو يقوم على إعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب الخطأ الذي أدى إلى وقوع الضرر وكذلك التعويض النقدي هو تعويض غير المباشر، يلجأ إليه عندما يتعذر إصلاح الضرر بالطريق الأولى، وغالباً ما يتمثل في مبلغ من المال يقدره قاضي الموضوع عملاً بأحكام المادة 182 من قانون الإجراءات المدنية¹.

ولقيام دعوى التعويض لابد من توافر ثلاث أركان هي الخطأ (فرع أول)، الضرر (فرع ثاني) والعلاقة النسبية (فرع ثالث).

الفرع الأول: الخطأ

يشترط لقيام دعوى التعويض قيام المدعي عليه بممارسات منافية للمنافسة، أي منافسة منافية للقوانين والعادات والأعراف التجارية ولقواعد النزاهة والشرف.

والخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يختلف عن غيره من الأخطاء المرتبة المسؤولية، فالخطأ في المسؤولية العقدية هو الإخلال بالتزام عقدي، بينما في المنافسة غير المشروعة هو إخلال بواجب قانوني، وهو واجب احترام قواعد الشرف والنزاهة في المعاملات التجارية.

¹ سامية حساين، المرجع السابق، ص 168.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

وبذلك فإن تقليد العلامة التجارية بشكل في حد ذاته خطأ يترتب عليه قيام المسؤولية¹، لأن القانون يقر بالحق الاستثنائي في العلامة من قبل مالكها ولا يجوز للغير بأي شكل من الأشكال أن يعتدي على هذا الحق، فإن فعل ذلك يقوم ركن الخطأ في جانبه بمجرد ثبوت واقعة التقليد وبغض النظر عن كون المقلد حسن أو سيء النية، وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري، حيث لم يشترط سوء نية مقلد العلامة².

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري استثنى بعض الأعمال التي يمكن أن يقوم بها الغير ولا تعتبر من قبل أفعال المنافسة غير المشروعة بنص المادة 10 من الأمر 03-06 منع الغير من أن يستعمل تجارياً عن حسن نية:

- اسمه وعنوانه واسمه المستعار؛
- البيانات الحقيقة المتصلة بالصنف والجودة أو الكمية أو الجهة أو القيمة أو مكان المنشأ.

الفرع الثاني: الضرر

يشترط لرفع دعوى التعويض أن يكون هناك ضرر حيث يتمثل هذا الضرر في فقد التاجر لزيائنه وما يترتب على ذلك، نتيجة للأعمال غير المشروعة في حق العلامة باستعمال ذات العلامة أو علامة مشابهة من قبل تاجر آخر دون إذن مالك العلامة التجارية، أو محاولة استخدام العلامة في الإعلان وتسويق المنتجات³، وهذا الضرر ينطوي على الإخلال بالحق

¹ حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 397.

² المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، سالف الذكر.

³ عماد الدين محمد سويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص34.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

الذي يحميه القانون والذي يكون القانون مصدره، بحيث يعطي صاحبه حق اللجوء للقضاء للمطالبة بالتعويض كما أصابه من غير ضرر، سواء كان الضرر مادي أو معنوي¹.

وينقسم الضرر إلى ضرر مادي يتمثل في إنقاص عدد العملاء، وذلك من خلال اختطاف الزبائن وتحويلهم من طرف العون الاقتصادي المنافس، بالقيام بوسائل منافية للعادات التجارية وأخلاقيات المهنة ويترتب على ذلك إلحاق خسارة مادية بالمنافس، والضرر المعنوي يتمثل في المساس بالسمعة، أي يصيب المضرور في شعوره، وذلك من خلال نزع الثقة منه ومن منتجاته أو بتحريض عماله على ترك العمل عنده والإضراب أو نشر الأقاويل عنه وهو ما قدر يؤثر على حياته الشخصية².

الفرع الثالث: العلاقة السببية بين الخطأ والضرر

للمطالبة بالتعويض من طرف مالك العلامة جراء التعدي على علامته التجارية، لا بد من توافر علاقة سببية بين فعل التعدي الذي ارتكبه أو تسبب به المتعدي على العلامة وبين الضرر الذي لحق بمالك العلامة المتعدي عليه، فإذا لم يكن بالإمكان إثبات هذه العلاقة ما بين فعل التعدي والضرر فلا يمكن المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق بمالك العلامة³.

وتعد الرابطة السببية عنصر لازم لانعقاد المسؤولية المدنية وبيان مداها لتحديد مدى التعويض الناجم عن هذه المسؤولية، لأنه لا يكفي لإلزام شخص بالتعويض أن يوجد فعل وضرر بل لا بد أن يكون من شأن ذلك الفعل أن يؤدي إلى هذا الضرر، أي لولا حدوث فعل لما وقع الضرر، وللعلاقة السببية أهمية في تحديد نطاق المسؤولية، جراء تعداد الأضرار التي تصيب المتضرر من الفعل الضار جزاء السلوك الخاطئ الذي سلكه المسؤول⁴.

¹ حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 403.

² سمير جميل الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص 435.

³ أنور سلطان، مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان، 1987، ص 334.

⁴ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 390.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

المطلب الثاني: آثار دعوى التعويض

يترتب على قيام المسؤولية المدنية من خلال دعوى التعويض آثار قانونية كحماية صاحب الحق في العلامة¹، تتمثل في تعويض المضرور عن الضرر الذي أصابه جزاء الاعتداء على العلامة (فرع أول) ووفقا للاعتداء (فرع ثاني).

الفرع الأول: التعويض عن الضرر اللاحق بالعلامة:

يتمثل التعويض في دفع ما يتحقق للمضرور مقابل الضرر الذي أصابه مما فاتته من ربح، وقد يكون بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته أو سبب له ضرر معنوي، أي أن جزاء قيام المسؤولية المدنية هو التعويض²، وهو الذي تنص عليه المادة 256 من القانون المدني الجزائري على أنه: "كل فعل أي كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرر للغير يلتزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"، بموجب هذه المادة يحق لكل من وقع عليه الاعتداء المطالبة بالتعويض عن الضرر المادي والمعنوي الذي لحق به.

وقد يكون جبر الضرر بالتعويض العيني أي إعادة الحال إلى ما كان عليه قبل وقوع الاعتداء، كحظر استعمال علامة تجارية من شأنها إحداث خلط بين المنتجات.

الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد والتزوير وباستعمال دون موافقة مالكيها بشكل اعتداء صريحا على قانون العلامات التجارية وفعل من أفعال المنافسة غير المشروعة³، لأن التجار يتنافسون فيما بينهم بالطرق المشروعة من أجل جذب أكبر عدد من الزبائن، ويكون

¹ ابراهيم الدسوقي أبو الليل، تعويض الضرر في المسؤولية المدنية، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1995، ص 99.

² عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، الجزء الأول، دار احياء التراث العربي، بيروت، 1970، ص 777.

³ إلياس ناصف، الكامل في القانون التجاري (المؤسسة التجارية)، الجزء الأول، الطبعة الثانية، منشورات البحر المتوسط، بيروت، 1995، ص 239.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

التعويض نقداً¹. على أنه يجوز للقاضي تبعا للظروف وبناءا على طلب المضرور، أن يأمر بإعادة الحالة كما كانت عليه قبل الاعتداء، أو أن يحكم بأداء أمر معين متصل بالعمل غير المشروع وذلك على سبيل التعويض، ووفقا للمادة 29 من الأمر 03-06 فقد أجاز المشرع حجز ومصادرة السلع والآلات وكل ما استعمل في المنافسة غير المشروعة، وللمحكمة الحكم بالتعويض الأدبي المتمثل في نشر الحكم على نفقة المحكوم عليه، بأن تأمر بإلصاق نص الحكم بالأماكن العمومية التي تحددها.

الفرع الثاني: إثبات وقف الاعتداء:

يعتبر وقف الاعتداء على العلامة التجارية من قبل التعويض العيني الذي يكتسب في مجال المنافسة غير المشروعة أهمية خاصة في الأحوال التي يكون فيها التعويض النقدي كافيا، لمنع المنافس المخالف من تكرار المخالفة والاستمرار فيها، وتتجلى أهميته أيضا في الأحوال التي لا يكون فيها الضرر الناتج عن أفعال المنافسة واقع فعلا، إنما محتمل الوقوع، فالتاجر مهدد بصورة جدية بحدوث ضرر في المستقبل من جراء أعمال المنافسة غير المشروعة ليس بحاجة إلى الانتظار حتى يتحقق هذا الضرر².

ويجوز أيضا للمحكمة وعلى سبيل وقف الاعتداء أن تأمر بإتلاف البضائع التي تحمل العلامات التجارية غير القانونية إذا كان ذلك ضروريا.

المبحث الثالث: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تعد الحماية الجزائية الحماية الفعالة للعلامة التجارية التي تكفل لمالك العلامة منع الاعتداءات التي تقع على علامته وحيث تقتصر الحماية الجزائية على العلامة المسجلة أو التي يتم إيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، دون العلامة

¹ نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 197.

² عدنان غسان برانيو، المرجع السابق، ص 825.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

غير المسجلة التي لا تتمتع بأي حماية. وقد أورد المشرع الجزائري عديد الجرائم الماسة بالعلامة التجارية وأهم هذه الجرائم هي جريمة التقليد، حيث تناولنا في هذا المبحث أركان جريمة التقليد وشروط الحماية الجزائية للعلامة التجارية (مطلب أول) كما تناولنا العقوبات الأصلية والتكميلية لجنحة التقليد (مطلب ثاني)

المطلب الأول: أركان جريمة تقليد العلامة وشروط الحماية الجزائية للعلامة التجارية

لثبوت تقليد العلامة التجارية لابد من توافر أركان معينة حتى نكون بصدد جريمة اعتبرها المشرع جنحة تقليد، ولا تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية إلا بعد توافرها على شروط يمكن من خلالها حماية العلامة التجارية جزائياً.

الفرع الأول: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

لا نكون بصدد جريمة تقليد إلا بتوفر ثلاث أركان سنعرضها على التوالي:

أولاً- الركن الشرعي:

يتمثل الركن الشرعي في وجود نص قانوني يحرم فعل التقليد، ومن ثمة يعاقب (على جنحة) تقليد العلامة التجارية، ويتمثل هذا النص في المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التي جاء في متنها ما يلي: "... بعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عامل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة، وبعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد من 27 إلى 33 أدناه"¹.

فلا يمكن بحال من الأحوال معاقبة شخص إلا في وجود نص قانوني يقرر تلك العقوبة ويشترط كذلك أن تكون العلامة مسجلة في سجل العلامات التجارية، وتسجيل العلامة هو ركن

¹ المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

مفترض في هذه الجريمة وذلك لتمييز بضائع تعرضت للاعتداء، وتمثل هذا الأخير في تقليدها، ولا توجد حماية جزائية لعلامة غير مسجلة لأن تسجيل العلامة هو مناط الحماية الجزائية.

وهذا ما يسمى بشرعية الجرائم والعقوبات فلا عقوبة إلا بنص قانوني ولا تتوفر الحماية الجزائية إلا اذا كانت العلامة مسجلة.

ثانياً_ الركن المادي:

يتمثل الركن المادي في تصنيع علامة مطابقة أو مماثلة تماماً تشبه علامة حقيقة كلياً أو جزئياً، مما يزيد من خداع المستهلك لاعتقاده بأنها العلامة الأصلية، ومثال ذلك تغيير أحد حروف الكلمة أو ترجمة العلامة بلغة أجنبية كما قد يحدث التباس لتشابه العلامة.

ويشترط لتحقيق الركن المادي أن تكون هناك علامة رسمية سبق تسجيلها لدى الجهة المختصة ولا بد من الإشارة إلى أن القضاء في مسألة تقديره للتقليد ينظر إلى التشابه الإجمالي بين العلامات، بمعنى العناصر الأساسية والمميزة للعلامة المحمية تقليداً لفقه القضاء الفرنسي، ومن معايير التشابه بين العلامات نذكر ما يلي:

- ما يهم هو التشابه وليس الاختلاف في العلامات.
- إن العبرة بالفكرة الرئيسية لا بالتفاصيل.
- العبرة باستعمال حاستي النظر والسمع معا (الكتابة والنطق) ويجب أن يأخذ مستوى ونوع المستهلكين بعين الاعتبار عند تقييم مسألة التشابه.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

ثالثاً_ الركن المعنوي:

من المعلوم أننا لا نكون بصدد جريمة التقليد إلا إذا توفر الركن المعنوي وهو القصد الإجرامي أو سوء نية المقلد، ويتمثل الركن المعنوي في القصد الجنائي (جريمة التقليد)، ومن الجدير بالذكر أن المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، لم تفسر هذه النية، مما يخلق لبساً حول هذا الأمر، أما فيما يخص مسألة تسجيل العلامة لدى الجهة المختصة يفترض علم الجميع بها وليس للجاني أن يعتذر عن جهله بهذا التسجيل، مما يجعل الركن معنوي مفترضاً، ولا يمكن اعتبار الجهل بالقانون عذراً كما هو معروف¹.

الفرع الثاني: شروط الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تتم حماية العلامة التجارية جنائياً من خلال رفع دعوى تقليد ضد الشخص الذي ارتكب فعل التعدي على الحق في العلامة، وذلك بحيث أن تكون العلامة مسجلة (أولاً)، ويجب أن تكون صالحة من الناحية القانونية (ثانياً).

أولاً_ أن تكون العلامة مسجلة:

حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية لأبد من توافر شرط أساسي وهو التسجيل، وهذا الشرط تتفق عليه كافة التشريعات والقوانين المتعلقة بالعلامات حول العالم، ويعني هذا الشرط أن مالك العلامة يجب أن يكون قد اتخذ كافة الإجراءات القانونية لتسجيل العلامة لدى الجهة المختصة وفقاً للإجراءات التي يحددها قانون العلامات².

¹ سمير حسن جميل الفتلاوي، المرجع السابق، ص 404.

² صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية وبراءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات، البيانات التجارية، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 397.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

وبالرجوع إلى قانون العلامات الأمر 03-0- نجد أن جنحة التقليد تخص العلامة المسجلة فقط، أي أن صاحب العلامة قد قام بجميع الإجراءات التي يقتضيها القانون لتسجيل علامته لدى الجهات المختصة والتي هي المعهد الوطني للملكية الصناعية.

وفي حال استيفاء شرط التسجيل تخضع العلامة للحماية الجزائية، وبالتالي يصبح التعدي عليها جريمة يعاقب عليها القانون، أما إذا لم يتم تسجيل العلامة التجارية فإن هذه الحماية غير موجودة لأن التسجيل شرط أساسي لاستفادة العلامة التجارية من الحماية الجزائية ومجرد تسجيل العلامة يكفي لحصولها على الحماية الجزائية دون وضعها فعلياً على السلع¹.

وحتى ينطبق تسجيل العلامة التجارية على الغير، يجب نشره في نشرة العلامات التجارية الرسمية²، إضافة إلى ذلك فقد نص المشرع الجزائري على أن التصرفات السابقة لنشر العلامة التجارية لا تعتبر تعدياً على حقوق صاحب العلامة³، وبالتالي لا يجوز اعتبار تسجيل العلامة حجة على الغير إلا من تاريخ نشرها وهذا ما يؤكد الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات في المادة 27 التي تنص على أن التصرفات السابقة لنشر تسجيل العلامة لا يمكن اعتبارها تقليد.

ولا يجوز للمالك العلامة ملاحقة المقلد بدعوى تقليد فيما يتعلق بالتصرفات اللاحقة لتسجيل العلامة وقبل تاريخ نشرها من قبل الجهة المختصة، والأفعال المقصودة هنا هي تلك التي ارتكبت خلال المدة التي تأخذها السلطة المختصة لنشر تسجيل العلامة، إلا أن مالك العلامة وفقاً لنص المادة 27 فقرة 02⁴ يمكنه في هذه الحالة فحص ومتابعة هذه التصرفات من خلال إحضار نسخة عن تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه، ولذلك لا يجوز للمقلد أن يدعي أن العلامة المسجلة لم تنتشر بعد إحضارها، وعلى هذا الأساس يستطيع صاحب العلامة

¹ صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 257.

² المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05/277 الذي يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها المشار إليه سابقاً.

³ المادة 27 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

⁴ المادة 02/27 من الأمر 03-06، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

متابعة المتهم والقبض عليه في حالة قيامه بذلك، أي إجراء قد يؤثر على حقوق مالك العلامة التجارية¹.

ثانياً_ أن تكون العلامة مسجلة بشكل صحيح:

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية التي يوفرها القانون بالإضافة إلى استيفاء شرط تجيلها إلزامياً، يجب أن تتوفر في العلامة مجموعة من الشروط والتي يفرضها وهي الجودة، المشروعية والصفة المميزة، إذ لم يتم استيفاء أي من هذه الشروط فلن تستفيد العلامة التجارية من حماية القانون، كما لو كانت العلامة التجارية المخالفة للنظام العام والآداب العامة أو غير المميزة، وبوجع عام يجوز للمقلد المزعوم أن يبني دفاعه على بطلان العلامة.

المطلب الثاني: العقوبات الأصلية والتكميلية لجنحة التقليد

لقد نص المشرع الجزائري على عقوبات مختلفة في حالة الاعتداء على العلامة التجارية حيث تنقسم هذه العقوبات إلى عقوبات أصلية (الفرع الأول) وعقوبات تكميلية (الفرع الثاني)

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

العقوبات الأصلية هي العقوبات التي لا يجوز توقيعها ولا تنفيذها إلا إذا نطق بها القاضي وحدد نوعها ومقدارها، كما يجوز فرضها بشكل فردي دون أن تكون مرتبطة بعقوبة أخرى، لذلك سنتطرق في هذا الفرع إلى عقوبة الحبس (أولاً) والغرامة المالية (ثانياً)

أولاً_ الحبس:

يعتبر الحبس عقوبة أصلية سالبة للحرية، وتختلف مدتها حسب طبيعة الجريمة كما هو تطبيق عقوبة الحبس على المخالفات والجنح وتكون مدته من شهرين إلى خمس سنوات في

¹ وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014، ص 144.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

الجنح، أما في المخالفات فمن يوم على الأقل إلى شهرين على الأكثر، ونصت المادة 28 من الأمر 57/66 على عقوبة الحبس من ثلاث أشهر إلى ثلاث سنوات لمن قلد علامة أو استعمل علامة مقلدة، ولقد نصت المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه يعاقب من ستة أشهر إلى سنتين¹ كل شخص ارتكب جنحة التقليد، وهذا على خلاف ما نص عليه الأمر السابق، وبذلك فإن المشرع الجزائري قد قام بتخفيض مدة العقوبة المقررة لجريمة التقليد إذ حدد أقصى عقوبة لها بسنتين بدل ثلاث سنوات.

ثانياً_ الغرامة:

إلى جانب عقوبة الحبس نص المشرع الجزائري على عقوبة الغرامة والتي تتراوح بين مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشر ملايين دينار (10.000.000 دج).

ويشار أن المشرع الجزائري في التشريع الحالي رفع العقوبات المالية التي كانت قليلة جدا في التشريع السابق على العلامات التي تراوحت من عشرة آلاف (10.000 دج) وعشرين ألف (20.000 دج)²، ونلاحظ أن المشرع لم يتناول حالة العود أو الظروف المشددة أو وقف التنفيذ كما فعل في التشريعات السابقة المتعلقة بالعلامات التجارية³.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

بالإضافة إلى العقوبات الأصلية المشار إليها نص المشرع الجزائري على عقوبات تكميلية لضمان حماية أوسع للعلامة، وعلى القاضي أن يحكم بالعقوبات التكميلية في حالة ارتكاب جريمة التقليد، ويتعلق الأمر بالمصادرة (أولا) والاتلاف (ثانيا) والغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة (ثالثا) وهذا ما سنتطرق إليه فيما يلي:

¹ انظر المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² أنظر المادة 28 من الأمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

³ أنظر المواد 31-32-33 من الأمر 57-66، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

أولاً_ المصادرة:

نص المشرع الجزائري على عقوبة المصادرة، ونقصد بها مصادرة المنتجات والأدوات التي استعملت في ارتكاب جنحة التقليد، وهذا ما تضمنته المادة 32 من الأمر 03-06، ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجريمة قد ارتكبت وصدر الحكم بعقوبة جزائية، فلا يجوز للقاضي الحسم بالمصادرة إلا في حالة الإدانة، ولذلك فإن الحكم بالمصادرة ليس جوازي للقاضي بل هو واجب في الحكم بالإدانة.

ثانياً_ الإلتاف:

ولقد نص المشرع الجزائري على إلتاف الأشياء محل المخالفة، والتي يمكن أن تشمل المنتجات التي تحمل علامة مقلدة، أو الوسائل المستخدمة في ارتكاب الجريمة، كما اعتبر المشرع وجوب الحكم على القاضي في حالة إدانة المتهم¹، على عكس الأمر في التشريع الفرنسي².

ثالثاً_ الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:

أما بخصوص الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة فإن القاضي بالإضافة لعقوبة الحبس أو الغرامة فإنه يفرض عقوبة الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة³ أي أنه إذا حكم المتهم بعقوبة جنائية، يقرر القاضي إغلاق المؤسسة، لكن المشرع الجزائري لم يحدد المدة التي يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت كما أنه لم يبني على عكس نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق سواء كان مؤقتاً أو نهائياً⁴.

¹ أنظر المادة 32 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² VR-ART-L 716-CFR-

³ أنظر المادة 32 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

⁴ فرح زراوي صالح، مرجع سابق، ص 281.

الخاتمة

بعد دراستنا لموضوع مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية بين الإجراءات التحفظية والعقوبات الردعية في التشريع الجزائري تبين لنا أن العلامة التجارية تحظى بأهمية بالغة خاصة في المجال الاقتصادي، حيث تعتبر أحد أهم الوسائل لنجاح أي مشروع اقتصادي فهي التي تكفل تمييز السلع والخدمات الخاصة بمشروع اقتصادي معين عن غيره من المشاريع الأخرى المنافسة، وتعتبر كذلك وسيلة للدعاية والإعلان لهذا المشروع، ورغم هذه الأهمية التي تحظى بها العلامة إلا أنها تتعرض أحيانا لجملة من الاعتداءات وأهمها التقليد ومن أهم النتائج المتوصل إليها خلال دراستنا لهذا الموضوع ما يلي:

- أن العلامة التجارية هي رمز يوقع على المنتجات والسلع؛
- تبني المشرع الجزائري مفهوم واسع لجريمة التقليد حيث اخضع كل الأفعال التي تمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة التجارية لجنحة التقليد وافر لها نفس العقوبة؛
- أن المشروع الجزائري أعطى التكليف القانوني لجريمة التقليد واعتبرها جنحة.
- أن المشرع الجزائري اعتبر تسجيل العلامة شرط أساسي لمنحها الحماية القانونية.
- ربط المشرع الجزائري المتابعة في جنحة التقليد بضرورة ودفع كفالة من طرف المدعي لضمان تعويض المدعي عليه في حال كان المدعي غير محق في طلبه
- ومن أهم الاقتراحات التي تبين لنا أنها قد تضيف لنظام حماية العلامات التجارية لحماية اكبر ما يلي:
- إنشاء محاكم مخصصة لتسوية النزاعات في مجال الملكية الفكرية والصناعية عن طريق العمل على تكوين قضاة ومحامين خبراء متخصصين في المجال.
- تشديد العقوبات المنصوص عليها في القانون العلامات التجارية كعقوبة الغرامة إذ يجب رفعها نظرا للأرباح التي يجنيها المقلدون وكذلك عقوبة الحبس يجب تشديدها أكثر لردع الاعتداء على العلامة.

- تحديد مدة الغلق المؤقت للمؤسسة كعقوبة تكميلية لتقليد بين الحد الأدنى والحد الأقصى بالإضافة إلى جعل هذه العقوبة جوازية وغير وجوبية نظرا لتبعات ذلك على العمال.

المراجع

المراجع والمصادر باللغة العربية:

أولاً: النصوص القانونية

أ/ القوانين:

- 1- قانون رقم 02-11 المؤرخ في 24 ديسمبر 2002 المتضمن قانون المالية 2003.
- 2- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يوليو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الصادرة في الجريدة الرسمية العدد 41 المؤرخ في 27 يوليو 2004.
- 3- قانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن القانون إجراءات مدنية إدارية جزائية جريده رسمية رقم 21 المؤرخة في 23 ابريل 2008
- 4- القانون رقم 17-04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1438 الموافق 16 فبراير 2017 المعدل والمتمم لقانون 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1977 والمتضمن قانون الجمارك غير رسمية عدد سنة 2017

ب- الأوامر

- 1- الأمر 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية، الصادرة في 22 مارس 1966 العدد 23.
- 2- الأمر رقم 75-55 المؤرخ في سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية عدد 78 الصادرة بتاريخ 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم
- 3- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات رسمية العدد 44، الصادرة بتاريخ 23 جويليه 2003.

ج- المراسيم

-
- 1- المرسوم التنفيذي 277 /05 المحدد لكيفيات إيداع العلامة المؤرخة في 2 أوت 2008 جريدة رسمية العدد 54.

ثانيا: الكتب

- 1- الشيخ عبد الله البستاني اللبناني، البستان، معجم لغوي، الجزء الثاني المطبعة الأمريكية، بيروت، 1930.
- 2- وهيبة العوارم بن احمد، جريمة تقليد العلامة، مكتبه الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2015.
- 3- حمدي غالب الجببير، العلامة التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها الأولى منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012.
- 4- حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، مصر، 1971.
- 5- يسار فواز الحنيطي، الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 6- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتب الشروق الدولية، مصر، الطبعة الرابعة، 2004، ص 656.
- 7- محمد بن براك الفوزان، النظام القانوني تجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، مكتبه القانون والاقتصاد، الرياني، 2012.
- 8- محمود علي الرشدان، العلامة التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2009.

-
- 9- معوفي عبد التواب، الوسيط في شرح الجرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية الإسكندرية، مطبعة الانتصار، 2000.
- 10- نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، 2005.
- 11- نوري حمد فاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية الملكية الصناعية، طبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، 2005.
- 12- سمير فرنان قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الجزء الأول، 2001.
- 13- عدنان غسان برانيغ، التنظيم القانوني للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012.
- 14- عماد الدين محمد سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار خاصة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 15- فاضلي إدريس، ملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
- 16- فوزيه عبد الستار، شرح قانون العقوبات الخاص، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، مصر، 2005.
- 17- فرحه زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري في الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2003.
- 18- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

ثالثا: الأطاريح والمذكرات الجامعية

أ- أطروحات الدكتوراه

1- القيزي لزهاري، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للقانون الجزائري والاتفاقية الدولية، أطروحة الدكتوراه، جامعة بلقايد تلمسان، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2021 - 2022.

2- محمد حسن إسماعيل، الحماية الدولية للعلامة التجارية، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق جامعة القاهرة 1978.

3- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة الدكتوراه، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية حقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2011 - 2012.

4- عبد العالي حموتة، حماية العلامات التجارية في ضوء اتفاقيه تريبس، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1، 2020 - 2021.

ب- رسائل ماجستير

1- الوافي فضيلة، دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق جامعة باتنة 1، 2015 - 2016.

2- بن إدريس حليلة، جريمة تقليد العلامة التجارية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2007 - 2008.

3- مروة بوشفة، التقليد والمنافسة الغير مشروعة وحماية الملكية الصناعية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تونس المنار، تونس، 2012-2013.

4- نعيمه علواش، العلامات في المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون العمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001-2002.

ج-مذكرات ماستر

1-طيوب عز الدين -ميسور أنس، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة برج بوعريريج 2022- 2023.

2-فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، قانون جنائي للأعمال، كلية حقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.

رابعاً: المقالات

1- وحدي راغب وهمي، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية نحو فكرة عامة للقضاء في القانون المرافعات، المجلد 15، العدد 1، جامعة عين الشمس، مصر، 1973.

2- ونوغي نبيل، شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، مجلة أفاق العلوم، العدد 5، المجلد 4 جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2019.

3- حواس فتيحة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، جله العلوم القانونية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 6، العدد 1، 2021.

4- سماح حسين علي، مجلة العلوم الإنسانية، الحماية الإجرائية للعلامة التجارية، مجلد 22، عدد 3، جامعة بابل، 2015.

5- رمزي حوحو - كاهنة زواوي، تنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى، جامعة محمد خيضر بسكرة العدد 05.

المواقع الإلكترونية:

- 1- <https://maraje3.com.2012/04/caracteristiques-de-la-marque-commerce>.
- 2- www-wipo/ip/bah/04/02.

المراجع والمصادر باللغة الأجنبية:

- 1- Avert Chavanne et Claudine Salomon, (marque de fabrique de commerce ou de service), Encyclopédie Juridique, Dolloz, Paris ? Année 2003.
- 2- Sylviane Durrande, Droits des marquees, Recueil Dolloz, N°03, 06 Novembre, 2003.
- 3- VR-ART-L 716-CFR-

فہرس

العنوان	رقم الصفحة
مقدمة.....	01
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية.....	05
المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية.....	07
المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية.....	07
الفرع الأول: التعريف اللغوي	07
الفرع الثاني: التعريف الفقهي	08
الفرع الثالث: التعريف التشريعي	09
المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية.....	10
الفرع الأول: نوع العلامة حسب طبيعة النشاط.....	10
الفرع الثاني: نوع العلامة حسب ملكيتها.....	11
الفرع الثالث: نوع العلامة حسب الإمتداد الجغرافي	13
الفرع الرابع: العلامة الإحتياطية والعلامة المانعة.....	14
المطلب الثالث: خصائص العلامة التجارية.....	15
الفرع الأول: العلامة التجارية مال معنوي منقول.....	16
الفرع الثاني: القابلية لتمثيل الخطي	16
الفرع الثالث: الطابع الإلزامي للعلامة التجارية.....	16
الفرع الرابع: الطابع الانفرادي للعلامة التجارية.....	17
الفرع الخامس: ألا تكون مخالفة للنظام العام الآداب العامة.....	17
المبحث الثاني: مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية.....	17
المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية.....	18

18	الفرع الأول: التعريف الفقهي لجريمة تقليد العلامة التجارية.....
18	الفرع الثاني: التعريف التشريعي لجريمة تقليد العلامة التجارية.....
19	الفرع الثالث: التعريف القضائي لجريمة تقليد العلامة التجارية.....
20	المطلب الثاني: صور وآثار تقليد العلامة التجارية.....
20	الفرع الأول: صور تقليد العلامة التجارية.....
25	الفرع الثاني: آثار تقليد العلامة التجارية.....
27	المطلب الثالث: التكيف القانوني لجريمة تقليد العلامة التجارية.....
28	الفرع الأول: مفهوم التكيف القانوني.....
29	الفرع الثاني: التكيف القانوني لجريمة تقليد العلامة التجارية.....
30	الفصل الثاني: الآليات القانونية لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....
32	المبحث الأول: الحماية الإجرائية للعلامة التجارية.....
32	المطلب الأول: حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية.....
	الفرع الأول: مفهوم الإجراءات التحفظية.....
32	الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها لتمكين صاحب العلامة التجارية من المطالبة بالإجراءات التحفظية.....
37	المطلب الثاني: مضمون الإجراءات التحفظية التي يمكن أن يتخذها صاحب العلامة.....
38	الفرع الأول: إجراء وصف للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد.....
38	الفرع الثاني: إجراء حجز للسلع المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد.....
39	المبحث الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية (دعوى التعويض).....
39	المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى التعويض.....
40	الفرع الأول: الخطأ.....

41	الفرع الثاني: الضرر
42	الفرع الثالث: العلاقة السلبية بين الخطأ والضرر
43	المطلب الثاني: آثار دعوى التعويض
44	الفرع الأول: التعويض عن الضرر اللاحق بالعلامة
44	الفرع الثاني: إثبات وقف الاعتداء
44	المبحث الثالث: الحماية الجزائية للعلامة التجارية
45	المطلب الأول: أركان جريمة تقليد العلامة وشروط الحماية الجزائية للعلامة التجارية
45	الفرع الأول: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية
47	الفرع الثاني: شروط الحماية الجزائية للعلامة التجارية
49	المطلب الثاني: العقوبات الأصلية والتكميلية لجحة التقليد
49	الفرع الأول: العقوبات الأصلية
50	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية
52	خاتمة
55	المراجع
62	الفهرس

الملخص:

العلامة التجارية هي عنصر مهم من عناصر الملكية الصناعية وقد نظمها المشرع الجزائري بموجب الأمر 03/06 وأعطى لها أهمية بالغة خاصة في المجال التجاري وعلى الرغم من هذه الأهمية وهذا التنظيم إلا أنها لم تسلم من الاعتداء الذي يقع عليها أحيانا والمتمثل في جريمة تقليد العلامة التجارية إلا أن المشرع الجزائري تصدى لهذه الظاهرة باتخاذ جملة من الإجراءات التحفظية والعقوبات الجزائية الرادعة لأفعال الاعتداء على العلامة التجارية.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، الإجراءات التحفظية، العقوبات الردعية.

Abstract:

The trademark is an important element of industrial property. The Algerian legislator regulated it under Ordinance 06/03 and gave it great importance, especially in the commercial field. Despite this importance and this regulation, it has not been spared from the assault that sometimes falls upon it, represented by the crime of counterfeiting the trademark. The Algerian legislator has confronted this phenomenon by taking a number of precautionary measures and deterrent penal penalties for acts of trademark infringement.

Keywords: trademark, precautionary measures, deterrent penalties.