جـامعة عبد الرّحمـان ميرة-بجاية
كلية الحقوق والعلوم السيـاسية
قسم القـانون الخـاص

# الأثار القانونية المترتبة على تسجيل العلامات

مذكرة مقدمة لنيل شهـادة المـاستر في الحقوق
تخصص: قـانون خـاص

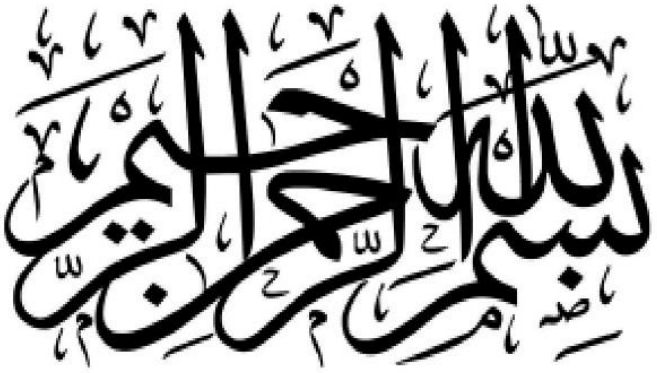
من إعداد الطـالبتين
بلبراهـيم أوريدة
حميطـوش شهينـاز

تحت إشراف
الدكتور بهلولي فـاتح

## لجنة المناقشة

الأستاذة بلال نورة، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية .....رئيسا
بهلولي فاتح، أستاذ محاضر أ، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية..... مشرفا
الأستاذة عياد حكيمة، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية.....رئيسا

تاريخ المناقشة 25 جوان 2024



# شكر وعرفان

الشكر لله أولا وآخرا، والذي بفضله وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع.

كما نتقدم بأسمى عبارات التقدير والعرفان وعظيم الامتنان إلى مشرفنا الأستاذ " **بهلولي فاتح**"، على ما قدمه لنا من توجيهات ونصائح ولما بذله من جهد في تصويب هذا العمل، فله جزيل الشكر على دعمه لنا طيلة مشوار إنجاز هذا البحث.

كما نتوجه بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة، لتكرمهم بالموافقة على مناقشة هذه المذكرة وإثرائهم بملاحظاتهم القيمة.

كما لا يفوتنا المقام هنا أن نسجل شكرنا إلى كل أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة عبد رحمان ميرة ببجاية.

وإلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إنجاز هذه الرسالة.

**الطالبتين**

# إهـداء

من قال أنا لها " نالها"

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفا بالتسهيلات لكنني فعلتها ونلتها.

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا، الحمد لله الذي بفضله أدركت أسمى الغايات.

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي:

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل إلى من علمني أنا الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، داعمي الأول في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي بعد الله نفخري واعتزازي: والدي.

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، واحتضنني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها، إلى القلب الحنون والشمعة التي كانت لي في ليالي المظلمات، سر قوتي ونجاحي جنتي: والدتي.

إلى أخواني وأخواتي سندي وقوتي في الحياة أدامكم الله ضلعا ثابتا لي...

إلى صديقات الدرب، رفيقات الروح، أنيسات اللحظات الجميلة، من كن موضع الاتكاء في كل عثراتي.

وإلى كل من ساعدني ورافقني في إنجاز هذا العمل.

أوريدة

# إهـداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك...ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك..
ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.. ولا تطيب الجنة إلا بريحتك
الله جل جلاله
إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة.. ونصح الأمة.. إلى نبي الرحمة ونور العالمين
سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
إلى التي على بساط الأوجاع ولدتني وبأيدي الآلام ربتني وبعيون الأتعاب رعتني.. إلى بسمة
الحياة وسر الوجود.. إلى من كان دعائها سر نجاحي
أمي الغالية
إلى من زرع في نفسي حب العلم وبذل الجهد في تحصيله
أبي
إلى أجمل نعم الله علي.. إلى من كلله الله بالهيبة والوقار.. إلى من علمني العطاء بدون انتظار..
إلى أجمل مخلوق على وجه الأرض.. إلى من تعب من أجل راحتي
إلى رجل الكفاح.. إلى من زرع القيم والمبادئ الإسلامية.. إلى من كان درع الحامي لي وكان
مصدر فخري واعتزازي
أخي الكبير فيصل
إلى أملي في الحياة إخوتي ينيس وفرحات وأخواتي أسيا وتنهينان
إلى أولاد إخوتي ريناس ولويزة وأناس ودانيل حفظهم الله ورعاهم
إلى أزواج إخوتي ناصر وعبد القادر.

شهيناز

# قـائمة المختصـــرات

## أولا: باللغة العربية

تريبس: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

ج - ر - ج - ج: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

ص ـ ص: من الصفحة إلى الصفحة.

ص: الصفحة.

## ثانيا: باللغة الفرنسية

P: page.

# مقدمة

أدى التطور الصناعي والتكنولوجي الذي أثر على الحياة الاقتصادية والاجتماعية بل حتى القانونية منها إلى ظهور نمط جديد للملكية، عرفت بحقوق الملكية الفكرية.

تعرف الملكية الفكرية أنها تلك الحقوق التي ترد على أشياء معنوية، فهي حقوق تثبت على قيم غير مادية لأنها من نتاج الذهن ونتاج الفكر، وهذه الحقوق تخول لصاحبها سلطة استغلال نتاجه الذهني أو الفكري ونسبة هذا الفكر اليه وحق الحصول على ثمراته. كما عرفتها المنظمة العالمية الفكرية بأنها تشير الى أعمال الفكر الإبداعية من الاختراعات والمصنفات الأدبية والفنية والرموز الأسماء والصور والنماذج والرسوم الصناعية.

تنقسم أنواع حقوق الملكية الفكرية إلى نوعين حقوق الملكية الأدبية وحقوق الملكية الصناعية، ومن أهم أنواع هذه الأخيرة نذكر براءة الاختراع، العلامات التجارية، الرسوم والنماذج.

فالعلامة هي جزء لا يتجزأ من هذه الحقوق، والتي لن نبالغ ان قلنا أنها أحد أهم حقوق الملكية الفكرية، لما لها من فوائد كثيرة للأشخاص الطبيعية و المعنويين، كما أنها تعود بالنفع أيضا على الاقتصاد الوطني و الدولي.

كانت العلامة في بداية ظهورها و قبل تطور استعمالها و استغلالها عبارة عن منظومة من القواعد العرفية و المكتوبة تنظم في القانون التجاري، باعتبارها أحد العناصر المعنوية المكونة للمتجر مع غيرها من العناصر المعنوية الأخرى، أي لم يكن لها تشريع خاص ينظم هذا الحقل من الحقول الملكية الصناعية، إلا أنه مع التطور الاقتصادي و بعد الثورة الصناعية التي اجتاحت معظم بلدان العالم في القرن السابع عشر ألقت هذه الثورة الاقتصادية و الصناعية و التجارية تأثيراتها على كافة النواحي التجارية، مما دفع معظم دول العالم إلى الاهتمام بالعلامة من خلال إصدار قوانين تنظمها باعتبارها جزءا معنويا من المحل التجاري.

أصبحت مع مرور الزمن العلامة جزءا هاما في المتجر ويسعى جميع التجار إلى استخدامها لتمييز خدماتهم أو منتجاتهم عن باقي الخدمات أو المنتجات المماثلة لها لهدف حماية حقوقهم

ومصالحهم، من هنا كانت بداية الاهتمام الملحوظ بتنظيم موضوع العلامات من الناحية القانونية في الدول ذات الاقتصاد المتطور والتي تعتمد أساسا على التجارة والصناعية، باعتبار أن العلامة تمثل نوعا من المنافسة المشروعة بين التجار وتساعد على ازدهار الناحية الاقتصادية في الدولة.

أقر أول قانون تشريعي يتعلق بالعلامات، في العام 1266 في عهد الملك هنري الثالث، إذ طلب من جميع الخبازين استخدام علامة مميزة للخبز الذي يبيعونه، وفي نهاية القرن التاسع عشر ظهرت أولى قوانين العلامات الحديثة حيث اعتمد في فرنسا أول نظام شامل للعلامات في العالم في عام 1857، وفي بلجيكا صدر قانون الخاص بالعلامات في أفريل 1879 والذي عدل عدة مرات وفي ألمانيا صدر تشريع بتاريخ 12 ماي 1894.

أما في الجزائر فقد عرفت تشريعاتها الوطنية أول قانون للعلامات الصادر بموجب الأمر رقم 66- 57[1] المؤرخ في 19 مارس 1966 وذلك بعد تبني الجزائر لنظام اقتصاد السوق، وبهذا بقي هذا القانون ساري المفعول أكثر من سبعة وثلاثين سنة، غير أن هذا القانون لم يعد مواكب للتطورات التي عرفها الاقتصاد العالمي في الفترة الأخير وخاصة بعد ميلاد المنظمة العالمية للتجارة، ولذلك فقد صدر قانون جديد بموجب الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 2003/07/19 والمتعلق بالعلامات وهو التشريع المعمول به حاليا[2].

و لا يخفي على أحد أن للعلامة أهمية كبيرة في الوقت الحاضر سواء في النشاط الاقتصادي أو التجاري، كونها تعد وسيلة المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضاعته أو خدماته عما يماثلها أو يشابهها، لجذب العملاء و جمهور المستهلكين نظرا لما تؤديه لهم هذه العلامة من الخدمات، و من خلالها يتمكن التاجر من ابراز المميزات التي تتصف بها منتجاته من

[1] ـ أمر رقم 66- 57 مؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 23 الصادر في 22 مارس 1966. (ملغى)

[2] أمر رقم 06/03 مؤرخ في 19 يونيو 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ج ج، العدد 32 الصادر في 18 جان 2011.

حيث الجودة أو مصدر صنعها أو طريقة انتاجها، ومن جهة أخرى تحقق غاية المستهلك المتمثلة في الحصول على البضاعة الجيدة، التي تحوز على رضاه و قبوله بكل راحة بال و اطمئنان، فهي أهم وسيلة يلجأ اليها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمكين المستهلك من التعرف على سلعته أينما وجدت و ضمان عدم تضليل الجمهور و خداعه في أمرها، كما تعتبر العلامة إحدى وسائل التاجر أو الصانع للإعلان عن منتجاته أو بضائعه أو خدماته التي يقدمها، إذ يستطيع عن طريق الإعلان و الدعاية لعلامته أن يصل إلى أذهان المستهلكين بواسطة استخدام وسائل الإعلان المختلفة.

كما أن العلامة تلعب دورا هاما في ضمان حقوق المستهلكين من أساليب الغش والاحتيال حول موصفات الصناعات أو البضائع أو الخدمات التي يقومون بشرائها، وذلك بالرجوع إلى مالك العلامة ومساءلته قانونا والحصول على أي تعويض مقابل الضرر الذي لحق بهم.

نظرا لأهمية العلامة التي جعلتها تحتل مكانة هامة و مميزة بين حقوق الملكية الصناعية و التجارية، فقد توصل العديد من الفقهاء و الدراسين و القوانين لوضع تعريف للعلامة فقد عرفتها سميحة القليوبي بأنها:" العلامة التجارية أو الصناعية هي كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها و صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المتماثلة"[1]، كما عرفها صلاح زين الدين[2] "أنها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون" الضامنة لمشترياتها منشأ أو أصل السلع، أما الأستاذ Yves saint gal فعرفها[3]ب " كل وسيلة تمكن الشخص الطبيعي أو المعنوي من تمييز المنتجات و الخدمات عن غيرها لضمان النوعية".

[1] ـ نقلا عن: القليوبي سميحة، الوجيز في التشريعات الصناعية، الجزء الثاني، مكتبة القاهرة، 1976، ص 120.

[2] ـ نقلا عن: صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة، عمان، 2010، ص 245.

[3] ـ نقل عن: وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015، ص 22.

وقد حذا الفقه المصري حذو سابقه فعرفها ب " الشارات والرموز التي يضعها المنتج لتمييز بضائع عن البضائع الأخرى فهي التي تسمح بالتعرف على منتج السلعة بمجرد النظر اليها"[1]. ولم يخرج الفقه اللبناني عن تلك التعريفات فأكد بأنها" كل إشارة يقصد منها حماية المستهلك وحماية صاحب المصنع والتي تفرق هذه الأشياء عن غيرها، وتظهر كذلك ذاتية وماهية البضاعة ومصدرها"[2].

مما سبق بيانه، يتضح أن الفقه اتفق أن العلامة لا تخرج عن كونها " كل إشارة أو رمز أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز المنتجات أو الخدمات عن مثيلاتها وهذا بإظهار وتبيان ذاتيتها".

أما المشرع الجزائري فقد عرفها في الأمر رقم 06/03 في المادة 2 على أنها " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسوم أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها و الألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره"[3] . كما تجدر الإشارة إلى التعريف الوارد في اتفاقية تريبس" تعتبر علامة تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشأة الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعة ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية.....".

فالعلامة إذن هي تلك التي يمكنها تمييز السلع والخدمات المتماثلة عن بعضها، حتى لا يقع المستهلكين في لبس أو خطأ عندما تعرض عليهم السلع والخدمات، حيث تتيح فرصة تعرفهم

[1] ـ نقل عن: القليوبي سميحة، مرجع سابق، ص 220.
[2] ـ وهيبة لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص 22.
[3] ـ أمر رقم 03/ 06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

على منتجات ناهيك عما تحققه من الشهرة محلية وعالمية للمنتج، وهذا ما يميزها عن بعض التسميات التجارية، وكذلك عن باقي عناصر الملكية الصناعية الأخرى.

ووفقا للتشريع الجزائري فان اكتساب الحق في العلامة يتم وفقا للأصول المتبعة في هذا الخصوص عن طريق تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي يتحقق من مدى توافر الشروط الموضوعية التي أقرها المشرع الجزائري من الجدة و شرط التمييز، و هناك شرط أخر المتمثل في المشروعية، و أن تكون العلامة قابلة للتمثيل الخطي، تليها عملية القيام بإجراءات شكلية التي تتمثل في إيداع طلب التسجيل و فحصه من الجهة المختصة للتأكد من استيفاء الشروط الموضوعية و الشكلية، بعدها يتم تسجيل العلامة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة ثم نشره عن طريق القيد في النشرة الرسمية للإعلانات ليتم بعدها تقرير جملة من الحقوق القانونية لصاحبها الذي قام بتسجيلها يبدأ سريانها من تاريخ الإيداع، و يترتب على عملية تسجيل العلامة جملة من المزايا و الأثار و التي ستكون محل دراستنا.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الجوانب القانونية الهامة المتعلقة بالعلامات، ومن هذه الجوانب ما يتعلق بتسجيل العلامة وضرورة توافر شروط موضوعية وأخرى شكلية في العلامة المنوي تسجيلها، كذلك تهدف الدراسة الى توضيح الآثار القانونية المترتبة على تسجيل العلامة في توفير حماية قانونية للعلامة وأهم التصرفات التي ترد عليها.

ومن خلال ما سبق ونظرا لأهمية الموضوع وتشبعه فإن محاولة دراسة تتطلب الخوض في الإشكالية التالية:

**هل القواعد القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لتسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كفيلة بضمان حقوق صاحب العلامة؟**

للإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم موضوع الدراسة ثنائيا وفقا لمنهج البحث العلمي ومستوى الدارسة إلى فصلين، الفصل الأول تناولنا فيه الشروط القانونية لتسجيل العلامات،

حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول سنعرض الشروط الموضوعية، وفي المبحث الثاني الشروط الشكلية.

أما الفصل الثاني سنتطرق فيه للحقوق المترتبة على تسجيل العلامات، وفي المبحث الأول سنتطرق إلى التصرفات القانونية الواردة على العلامة، وفي المبحث الثاني سنتطرق إلى الحماية القانونية.

في دراستنا لهذا الموضوع سنعتمد على منهج الوصفي كونه الأنسب للدراسات القانونية بصفة عامة ولموضوعنا بصفة خاصة، وكذا منهج التحليلي وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع محل الدراسة التي جاء بها المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وأيضا الأمر 277/05 يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

# الفصل الأول
# الشروط القـانونية لتسجيل العلامـات

بعد أن يختار الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة شكلا معينا لعلامته، وذلك بقصد استخدامه لتمييز سلعة وخدماته عن سلع ومنتجات وخدمات غيره، فعليه أن يتأكد من أن الشكل الذي إخطار اتخاذه كعلامة أن يتوفر على مجموعة من الشروط القانونية التي تعد أساسية لكي تحظى بالحماية القانونية المقررة للعلامات.

وعليه يشترط القانون لصحة العلامة ضرورة توافر مجموعة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها، وهي أن تكون العلامة مميز، ولا يقصد بهذا الشرط أن تكون العلامة أصيلة أي لم يكن لها وجود من قبل، إنما يكفي، أن تكون مختلفة عن غيرها من العلامات لمنع حدوث لبس عند المستهلك العادي، وأن تكون العلامة جديدة، أي بمعنى لم يسبق استخدامها على سلع مماثلة، و القول هنا جديدة لا تعني الجدة المطلقة أي الابتكار، إنما الجدة نسبية في مجال العلامات، فيكفي ألا تؤدي هذه العلامة إلى التضليل وإحداث لبس مع علامة أخرى، وذلك من حيث الزمان والمكان، ثم يجب أيضا أن تكون مشروعة، أي لا تكون مخالفة للنظام العام و الآداب العامة، حيث أن شرط المشروعية يوفر للعلامة الحماية القانونية.

وفضلا عن الشروط الموضوعية، هناك جملة من الشروط الشكلية التي تضفي على العلامة طابعا رسميا، من خلال إتباع إجراءات شكلية من بينها إيداع العلامة لدى المصلحة المختصة بالتسجيل، والتي جاءت به نص المادة 13 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، بحيث تناولت شكليات إيداع العلامات وكيفيات إجراء فحصها وتسجيلها ونشرها في السجل الخاص بالعلامات.

وإذا تخلفت هذه الشروط، فإن جزاء تخلفها هو بطلان العلامة، وعدم تمتعها بالحماية القانونية، وبناء على ذلك يمكن إجمال الشروط التي يستلزمها المشرع توافرها في العلامة من خلال هذا الفصل، سنتطرق إلى الشروط القانونية المتمثلة: في الشروط الموضوعية (المبحث الأول)، والشروط الشكلية (المبحث الثاني).

## المبحث الأول
## الشروط الموضوعية

يتفق القانون الجزائري مع كافة الاتفاقيات الدولية وكذا القوانين المقارنة على ضرورة أن تتوفر في العلامة مجموعة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتها، وتميزها عن باقي العلامات الأخرى.

عليه لكي تتمتع العلامة بالحماية المقررة لها قانونا يجب توافرها على الطابع أو الصفة المميزة، التي تؤدي إلى تمييز وتفريق المنتجات المتعلقة بها عن غيرها من المنتجات المماثلة، إذ يشترط أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات المستخدمة لسلع مماثلة، وأن تكون العلامة جديدة، أي بمعنى لم يسبق استعمالها على سلع مماثلة، وجديدة لا تعني الجدة المطلقة، إنما الجدة النسبية التي يتحدد نطاقها من حيث الزمان ومن حيث المكان ومن حيث الزمان، وفضلا عن هذه الشروط يجب أيضا أن تكون قابلة للتمثيل الخطي، و تكون مشروعة، فقد استثنى المشرع الجزائري من التسجيل الرموز المخافة للنظام العام والآداب العامة.

### المطلب الأول
### الطابع المميز وشرط الجدة

لكي تتمتع العلامة بالحماية المقررة لها قانونيا يجب أن تتوافر على شرط الصفة المميزة (فرع أول) التي تؤدي إلى تمييز السلع والخدمات عن بعضها البعض إذ لابد من أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات المستخدمة لنفس السلع.

لا تكتفي أن تكون العلامة مميزة لكي تحظى بالحماية المقررة للعلامات بل يجب أن تكون جديدة وهو ما يطلق عليه شرط الجدة (فرع ثاني).

## الفرع الأول
## أن تكون العلامة مميزة

لما كانت العلامة تتخذ رمزا يوضع على المنتجات من أجل غرض اقتصادي، وهو أن تكون للعلامة رمزا مميزا لمصدر الإنتاج، وضمان صفات المنتجات، و أداة إعلان عن المنتجات، فقد تستوجب أن تتوافر فيها صفة ذاتية مميزة[1].

حيث أن المقصود بكون العلامة مميزة أن يكون لها شكلا مميزا خاصا بها، وبمعنى أخر أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تمنع من الخلط بغيرها وتجعل من اليسر معرفتها[2].

عليه يشترط أن يكون للعلامة طابعا مميزا خاصا بها، يمنع اختلاطها مع غيرها من المنتجات المشابهة لها، وهذا ما أكدته المادة 02 فقرة01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على ما يلي: "العلامات: **كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي...التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"**[3].

إذ أن استعمال المشرع الجزائري لكلمة "تمييز" كان بغرض تبيان الوظيفة الأساسية للعلامة وهي تمييز المنتجات التي توضع عليها، أي بعبارة أخرى أن التمييز يعتبر جوهر العلامة و الغاية التي أنشأت من أجلها[4].

---

[1] ـ الجغبير حامدي غالب، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص70.

[2] ـ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 277.

[3] ـ المادة 02 الفقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق. .

[4] ـ الحاج عبد القادر شعبان، مميزات العلامة في القانون الجزائري والقانون الفرنسي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجيستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد، وهران،2011، ص21.

وإلى جانب ذلك يشترط لإحداث التمييز أن لا يكون الرمز مجرد وصف للشيء محل السلعة أو الخدمة، فهذا الوصف لا يشكل علامة لأنه من حق أي تاجر تقديم الأوصاف المناسبة لمنتوجه كوصفه لسلعته على أنها مثالية وغير عادية أو خارج المألوف[1].

والقانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة، لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئا مبتكرا لم يكن موجود من قبل، وإنما تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات، لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين[2].

وإذا فقدت العلامة طابعها المميز خرجت من نطاق الحماية لعدم قدرتها على مواصلة وظيفتها الأساسية، فالعلامة المجردة من أية صفة مميزة لا تعد علامة صحيحة[3]، ولهذا فقد نص المشرع الجزائري على السمات والرموز التي يحظر استخدامها كعلامة واستثناها من التسجيل، بمقتضى نص المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، والتي تنص: "تستثنى من التسجيل:

1ـ الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 (فقرة الأولى).

2ـ الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز..."[4].

ويفهم من المادة 7 فقرة2 من الأمر أعلاه أن المشرع الجزائري منع تسجيل الرموز المجردة من صفة التمييز، وتعتبر العلامة غير مميزة إذا كانت تتضمن رمزا ضروريا أو نوعيا للدلالة على المنتوج أو الخدمة أو أنها تعتبر وصفية.

[1] ـ عجة جيلالي، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، منشورات زين الحقوقية، الجزء الرابع، لبنان، 2015، ص 48.

[2] ـ مجبر كوثر شمس الهدى، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2018، ص22.

[3] ـ شريفي نسرين، حقوق الملكية الفكرية (حقوق المؤلف وحقوق المجاورة حقوق الملكية الصناعية)، دار بلقيس للنشر، الجزائر،2014 ص147.

[4] ـ المادة 07 الفقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

وعليه سنحاول تفصيل كل نوع من هذه الأنواع كل على حدى:

**أولا: العلامة النوعية أو الضرورية**

لا يمكن تسجيل أي رمز كعلامة إذا كان يمثل التسمية العادية أو النوعية للمنتوج، لأنه يكون خاليا من كل طابع مميز وبذلك لا يؤدي وظيفة العلامة، وهي تمييز السلع والخدمات، وإن الكلمة التي تمثل التسمية العادية والنوعية للمنتج ما، تكون مندمجة في اللغة الشائعة، وبذلك لا يمكن احتكارها من طرف مؤسسة واحدة بإيداعها كعلامة وحرمان باقي المتعاملين من استعمالها، فهي تعتبر ملكية عامة[1].

وبالرجوع إلى التشريع الجزائري المتعلق بالعلامات فإن المشرع لم يعرف العلامات النوعية أو الضرورية، غير أن نظيره الفرنسي عرفها على أنها تلك الشارات أو التسميات التي تعتبر في اللغة الشائعة والمهنية التعيين اللازم, النوعي أو العادي للمنتوج أو الخدمة[2].

وعليه فالعلامات الضرورية أو النوعية تعتبر تلك العلامات التي لا تتضمن سوى التسمية المعتادة للسلعة أو خدمة، ذلك أن التسمية المعتادة تعتبر جزءا من اللغة التي يملك الجميع استعمالها، ولا يمكن أن يستأثر به الشخص بمفرده، وتكثر تطبيقات هذه الصورة في نطاق الأدوية التي تطلق عليها أسماؤها الكيماوية وحدها مثل(الكالسيوم) و (فيتامين)[3].

كما أن العلامة التي تكون جد متصلة بالمنتوج الذي تميزه لا يمكن أن تعد علامة مميزة، فهي تفقد خصوصيتها أو الطابع المميز فيها، ومثال على ذلك وضع كلمة "قلم" كعلامة لتعيين نوع

---

[1]. Chavanne Albert et J. Burst, Droit de la propriété industrielle, 2EME ed, Dallos, Paris, 1980 ,P45 .

[2] ـ راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2014، ص 120.

[3] ـ الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، ص71.

من الأقلام، ومثال أخر على ذلك العلامة "سفينة" الخاصة بالمعجنات، تعد مميزة لأن الكلمة المستعملة فيها لا تتصل بالسلع أو الخدمات المعينة بها، أما إذا استعملت نفس الكلمة لتمييز نوع السفن فإنها تصبح غير مميزة.

تجدر الإشارة في الأخير أنه رغم عدم تطرق المشرع الجزائري لتعريف العلامات النوعية والضرورية، إلا أنه أدرج ضمن السمات أو الإشارات المستبعدة من التسجيل الأشكال الضرورية، حيث نص في المادة 3/7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات: تستثنى من التسجيل:

" الرموز التي تمثل شكل أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها"[1].

**ثانيا: العلامة الوصفية**

يقصد بالعلامة الوصفية العلامة التي تقوم على بيان العناصر المكونة للسلعة أو الصفات الجوهرية للمنتجات أو الخدمات والتي ترفع من قيمتها، ومثل هذه العلامات لا يمكن اعتبارها صحيحة فهي باطلة، بالتالي لا يمكن أن تشكل علامة لتمييز السلع والخدمات ومثال على ذلك " Ulta doux"، تفقد الطابع المميز، لأن كلمة "doux" أي "ناعم" تعتبر وصفا لإحدى أهم صفات غسول الشعر وهي النعومة، لأنه لا يجوز للصانع أو مقدم الخدمة أن يستأثر بحق استعمال التسميات التي تتضمن خصائص ومصدر، وجودة، وكل ما يتعلق بالمنتوج فمن شأن ذلك منع المنافسين الأخرين من استعمالها، ولعل الهدف من استبعاد مثل هذه العلامات من الحماية و اعتبارها باطلة هو ضمان اعلام المستهلك وحماية وقمع الغش[2].

[1] ـ المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[2] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 124، ص 125.

وبناء على ذلك لا تكون العلامة محلا للحماية القانونية إذا كانت علامة نوعية أو عادية أو وصفية، فهي لا تصلح أن تكون كعلامة بذاتها، إلا أنها تصلح أن تكون محلا للحماية القانونية في حال اتخاذها شكلا مميزا، كأن تكتب بطريقة خاصة مميزة أو توضع في شكل هندسي خاص، وفي هذه الأحوال تنصب الحماية القانونية على الشكل المميز الذي تتخذه، ويجوز لصاحب العلامة منع غيره من الاعتداء عليها[1].

العبرة من التمييز بين علامتين تكون بأوجه الشبه وليس بأوجه الاختلاف ما دام أنه بالإمكان أن تؤدي إلى الخلط بين العلامتين خلطا يخدع المستهلك العادي متوسط الحرص والانتباه، وإن تقدير التشابه بين العلامتين من المسائل الموضوعية التي تدخل في سلطة القاضي التقديرية[2].

وفي الأخير تجدر الإشارة على أن القانون الجزائري يتفق مع كافة الاتفاقيات الدولية والقوانين المقارنة على وجوب توفر صفة التمييز في العلامة، إذ نصت المادة 15 من اتفاقية تريبس لسنة 1994 على أنه: " تعتبر علامة أو مجموعة علامات التي تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة عن تلك التي تنتجها المنتجة الأخرى "[3].

أما المشرع المغربي فقد تناول هذا الشرط وهو بصدد تعريفه للعلامة وذلك في نص المادة 133 من قانون 17/97[4] المتعلق بحماية الملكية الصناعية، ونص عليه صراحة في المادة

[1] ـ ناصر عبد الحليم محمد سلامات، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، ثراء للنشر والتوزيع، عمان،2013، ص108.

[2] ـ مرجع نفسه، ص 109.

[3] ـ نقلا عن: فرفار زوهير، الحماية القضائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019، ص14.

[4] ـ قانون الملكية الصناعية المغربي رقم 17/97 الصادر بمقتضى ظهير شريف، رقم 1/00/19 الصادر في 2000/02/15، استتبعه بتعديل سنة 2005 من خلال القانون رقم 05/ 31 المعدل والمتمم للقانون 17/97 المتعلق بالملكية الصناعية، ج ر، عدد 4776، صادرة في 09/ 2000/03، المعدل بالقانون رقم 23/13 الصادر بالظهير شريف رقم 1/14/188/ الصادر في 21 نوفمبر 2014.

134من القانون 17/97 المتعلق بالملكية الصناعية المغربية على أنه: " يشترط الطابع المميز لشارة حتى تشكل علامة"، أما المشرع التونسي تطرق إلى هذا الشرط عند تعريفه للعلامة في فصل 1/2 من قانون 36/2001 على أنه: "شارة ظاهرة تمكن من تمييز المنتجات..."[1].

## الفرع الثاني
## أن تكون العلامة جديدة

يعد شرط الجدة من أهم الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة، والحقيقة أن شرط الجدة هو نفسه شرط التمييز في العلامة، لأنه عند تدقيق النظر نجد شرط التمييز عند الفقهاء يعني أن تكون العلامة المراد تسجيلها مختلفة عن العلامات المسجلة مسبقا من قبل تجار آخرين، أي أن هذا التمييز يعني أن العلامة يجب أن تكون جديدة وغير مقلدة أو مشابهة لعلامة مسجلة مسبقا[2].

ولم يشترط المشرع الجزائري في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات صراحة على هذا الشرط، إلا أنه يمكن أن نستشف ذلك من خلال المادة 07 من فقرة 09 من هذا الأمر، والتي تنص على أنه: " نستثنى من التسجيل: ...، 9ـالرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل..."[3].

---

[1] ـ قانون 36/2001 المؤرخ في 2001/04/17 المتعلق بحماية علامات الصنع والتجارة الخدمات، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، عدد31، الصادر بتاريخ 2001/04/17، والمعدل والمتمم بالقانون رقم 50/2007 في 2007/07/23، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، عدد60، الصادر بتاريخ 27جويلية 2007.

[2] ـ حمادي محمد رضا، الحماية الموضوعية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار،2022، ص16.

[3] ـ المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

أي أنه بمفهوم المخالفة يتم تسجيل الرموز غير المطابقة ولا المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل، بمعنى أنه لا يقبل بعلامة ليست جديدة عن تلك التي تم إيداع طلب تسجيلها، ومن باب أولى تلك التي تم تسجيلها والتي تمتع بحماية قانونية[1].

ولكي تعتبر العلامة جديدة يجب أن يتوافر فيها عنصر مميز لها على الأقل عن أي علامة أخرى مشابهة، وأنه يكفي لاعتبار العلامة جديدة ألا تؤدي إلى إحداث التضليل أو اللبس مع علامة أخرى مستعملة لتمييز نفس المنتجات أو البضائع [2].

عليه تعد العلامة فاقدة للشرط الجدة، إذ ما ثبت أن أحد التجار قد قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته، فإذا ما ثبت ذلك فإنه يمتنع على غيره استعمال أو تسجيل تلك العلامة وإلا وقع تحت طائلة القانون، إذ يحق لصاحب الشأن رفع دعوى جزائية إذا ما كانت العلامة مسجلة، فضلا عن حقه في رفع دعوى مدنية يطالب بها بالتعويض عما لحقه من ضرر جراء ذلك[3].

والجدة التي يعتمد بها في هذا الصدد، ليست الجدة المطلقة في خلق و ابتكار العلامة وإنما الجدة النسبية التي تكون مقيدة بحيز مكاني وحيز زماني وبنوع معين من أنواع المنتجات أو الفئات[4]. والتي سوف يتم التطرق إليها كل على حدى:

[1] ـ شريفي نسرين مرجع سابق، ص148.

[2] ـ محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2006، ص 30.

[3] ـ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص279.

[4] ـ نواة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة ولنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2015، ص52.

**أولا: من حيث المنتجات:**

إذا سبق استعمال العلامة من أحد الصناع أو التجار لتمييز نوع معي ن من السلع، فلا يمنع من استغلال نفس العلامة لتمييز سلع أخرى مختلفة عن السلع الأولى، أي أن الاستعمال الممنوع للعلامة من قبل الغير تكون في حدود المنتجات أو البضائع التي خصصت لها تلك العلامة، لذلك يجوز استعمال نفس العلامة لتمييز منتجات مختلفة ومتباينة، أي من صنف أخر، وتعتبر العلامة في كل حالة إنها علامة مميزة طالما أنها لا تؤدي إلى تضليل الجمهور وإيقاعه في اللبس[1].

والمشرع الجزائري لم ينص صراحة على اشتراط الجدة من حيث نوع المنتجات، إلا أنه يمكن استنتاج ذلك من خلال الأحكام القانونية الواردة في نص المادة 1/9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، التي تنص على أنه: " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع أو الخدمات التي يعينها لها ". وهو ما يعني أن استخدام علامة لتمييز السلع أو الخدمات التي عينها صاحب العلامة عند تسجيله لعلامته، لا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز سلع أو خدمات أخرى مختلفة[2].

فلا يصح مثلا استعمال العلامة التي تميز الساعات لتمييز المنبهات، ولا استعمال علامة للتبغ الخام لتمييز ورق السجائر، وتجدر الإشارة إلى أن أمر التشابه بين المنتجات مسألة متروكة لمحكمة الموضوع لتفصل فيها في حدود سلطتها التقديرية، كما أنا استعمال علامة لتمييز سلعة معينة لا يحول دون استعمالها على سلع من نوع أخر ما لم ينشأ عنه لبس أو خلط بين السلع[3].

[1] ـ صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص140، ص141.

[2] ـ كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص31.

[3] ـ ناصر عبد الحليم محمد سلامات، مرجع سابق، ص111.

وفي هذا الشأن ما دفع بعض التشريعات إلى اصدار جداول تتضمن بيان المنتجات التي تعد مكونة لفئة واحدة وذلك حسما للجدل عند فحص العلامة، ذلك أنه يمكن تسجيل علامة واحدة أكثر من مرة إذا تعددت استخدامها وتوزعت على منتجات لا تنتمي إلى فئة واحدة[1].

**ثانيا: من حيث الزمان:**

يتخذ شرط الجدة طابعا نسبيا من حيث الزمان وليس مطلقا، فلا يلزم أن تكون العلامة جديدة كل الجدة ولم يسبق استعمالها، بل تعتبر جديدة إذا كان قد سبق استعمالها من قبل شخص أخر ثم أوقف الاستعمال لفترة طويلة أو سبق أن انتهت مدة حماية العلامة المترتبة على تسجيلها دون أن يطالب بتجديد تسجيلها[2].

قد نص المشرع الجزائري أن مدة حماية العلامة التجارية هي عشرة سنوات قابلة للتجديد، وذلك حسب نص المادة 2/05 من الأمر 03/ 06 المتعلق بالعلامات، والتي تنص على أنه: "تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر(10) سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب"[3].

وعليه حماية العلامة تبدأ من وقت تسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، وتستمر طوال مدة تسجيلها فهي قابلة للتجديد لفترات متتالية، وأن أي اعتداء على العلامة من لحظة تسجيلها إلى غاية انتهائه يضفي على العلامة الحماية القانونية، وإذا وقع الاعتداء قبل تسجيل العلامة أو بعد انقضائها، فلا تمتد الحماية القانونية لها، فإن تقاعس مالك العلامة في تجديد تسجيلها فأي

[1] ـ ناصر عبد الحميد محمد سلامات، مرجع سابق، ص112.

[2] ـ مرجع نفسه، ص114.

[3] ـ المادة 5 الفقرة 02من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

اعتداء عليها في الفترة الممتدة بين انقضاء التسجيل وتجديده لا يمكن أن يضفي على العلامة الحماية القانونية[1].

وفقا لما تقدم يتبين أن العلامة مثلما تتقيد بنوع معين من المنتجات تتقيد أيضا بنطاق زماني معين، حيث أن القانون يحدد مدة معينة لملكية العلامة، وإذا ما انتهت هذه المدة دون أن يتقدم صاحبها بطلب تجديدها، فإن ذلك يعني أنه قد تنازل عن حقوقه في ملكيتها، وبالتالي يجوز للغير استعمالها لتمييز منتجاته دون أن يعد ذلك تعد على العلامة[2].

**ثالثا: من حيث المكان**

إن استغلال العلامة لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدول التي سجلت بها العلامة، وإنما يشمل الدولة بكامل إقليمها، أي أن نسبية العلامة تقدر بالنظر لإقليم الدولة بأسره وليس بالنظر لمكان معين منه كمكان استعمالها، أو مكان إنتاج السلع والمنتجات أو مكان تقديم الخدمات التي تحمل تلك العلامة، كاستعمال علامة على سلعة معينة في مدينة بجاية، فإن هذا يحول دون استخدامها لتمييز سلع مماثلة من ذات النوع في مدينة وهران على سبيل المثال، حيث تعتبر العلامة جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله[3]، وبتالي إذا استعملت علامة ما وسجلت في الخارج فإن ذلك لا يمنع من تسجيل نفس العلامة في الجزائر، باستثناء إذا تعلق الأمر بالعلامات المشهورة أو بالعلامات المسجلة دوليا، لأنها تتمتع بالحماية حتى و إن لم يتم تسجيلها في الجزائر.

[1] ـ زواش هاجر، قاسمي عيسى، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2022، ص 31.

[2] ـ حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص67.

[3] ـ حاج شعيب فاطمة الزهرة، الحماية القضائية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2017، ص85.

ومن خلال هذا سنتناول تلك الاستثناءين الواردين على مبدأ قيد جدة العلامة من حيث المكان فيما يلي:

**1. الاتفاقات الدولية**

يمكن للعلامة أن تتمتع بالحماية الدولية عن طريق تسجيلها لدى المنظمة الدولية للملكية الفكرية، ويتم التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد في 1891، والتي قد انظمت الجزائر إليها[1].

وبهذا يمنح نظام مدريد للمودع إمكانية اكتساب حماية علامته في عدة دول بواسطة طلب تسجيل واحد يتم إيداعه مباشرة لدى المكتب الوطني المختص، وبذلك ينتج عن التسجيل الدولي للعلامة في الدول المعنية في التسجيل نفس الأثار التي قد تنتج عن تسجيل العلامة بصفة مباشرة في كل من هذه الدول[2].

وعليه يفهم أنه في حال وجود اتفاقية دولية بين دولتين أو أكثر تضمن لرعايا كل من الدول الموقعة حماية علامتهم في الدول الأخرى حتى ولو كانت هذه العلامات غير مسجلة في الدول الأخرى، بل يقتصر تسجيلها على الإيداع في بلدها فقط[3]، فعلى سبيل المثال تنص المادة

[1] ـ الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 22 مارس 1972، المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المبرم في 14 أفريل 1891 والمعدل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في جوان 1911، ولاهاي في 2 نوفمبر 1925، وفي لندن 2جوان 1934، ونيس في 15 جوان 1957، وستوكهولم في 14 جويلية 1967، والمعدل في 28 سبتمبر 1979، ج ر ج ج، عدد 32.

[2] ـ الحاج عبد القادر شعبان، مرجع سابق، ص162، ص163.

[3] ـ حمادي زوبير، مرجع سابق، ص68.

2/06 اتفاقية باريس على أنه: "لا يجوز إبطال صحة العلامة استنادا إلى عدم إيداعها أو تسجيلها أو تجديدها في دولة المنشأ"[1].

وبناء على ذلك يمكن لعلامة جزائرية أن تتمتع بالحماية خارج الوطن في الدول التي يشملها المودع في التسجيل الدولي الذي قام به والتي تكون عضوا في اتفاقية مدريد، كما يمكن لعلامة أجنبية مسجلة دوليا أن تتمتع بالحماية في الجزائر.

ونص المشرع الجزائري على أن هذه التسجيلات الدولية الممتدة حمايتها إلى الجزائر في إطار الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر، يجب أن تخضع للفحص للتأكد من أنها غير مستثناة من التسجيل لتوفر سبب من أسباب الرفض وفق ما ينص عليه الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات[2].

**2. الاستثناء المتعلق بالعلامات المشهورة**

تعتبر العلامة المشهورة تلك العلامة المعروفة لدى عدد كبير من الجمهور، وبالنظر إلى الدعاية وكثرة توزيع المنتوج وعلى هذا الأساس اعتبرت مشهورة، ومثال على ذلك علامة "Adidas" للألبسة والأحذية الرياضية أو علامة (كوكا كولا) والأمثلة على ذلك كثيرة.

فهي تتجاوز شهرتها الحدود الوطنية وتكتسح عدد كبير من الدول نظرا لانتشار السلع أو الخدمات التي تميزها في الأسواق العالمية. وتتمتع العلامة الشهيرة بالحماية خارج اختصاصها المكاني

[1] ـ المادة 2/6من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن 2جوان ،1999، لاهاي في 6 نوفمبر 1925، ولندن في 2 جوان1934 ولشبونة في 31أكتوبر، 1958 وستوكهولم في 14 جويلية 1967.

[2] ـ الحاج عبد القادر شعبان، مرجع سابق، ص162.

والإقليمي، وبذلك يتوقف العمل بمبدأ إقليمية العلامة الذي يقتصر الحماية فقط داخل التراب الوطني فهي تصبح محمية في الخارج حتى لو لم تكن مسجلة في أي بلد.[1]

لم يحدد القانون الجزائري تعريفا للعلامة المشهورة، وإنما اكتفى بالإشارة في المادة 7من فقرة8 إلى أن " العلامة التجارية المشهورة تستثنى من التسجيل إذا استخدمت على سلع مماثلة ومشابهة لمؤسسة أخرى إلى درجة احداث تضليل بينهما[2]".

كما أشار أيضا في المادة 9 من فقرة 4 أنه لصاحب العلامة المشهورة في الجزائر الحق في منع الغير من استعمال علامته دون رضاه.

نلاحظ من خلال هذه النصين أن القانون الجزائري لا زال متمسك بالتعريف التقليدي للعلامة المشهورة ولا يبسط عليها الحماية إلا إذا تعلق الأمر بعلامات موضوعه على سلع أو خدمات مماثلة للعلامة المشهورة[3].

ونجد اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية كان موقفها واضح في هذا المجال، فقد نصت على أنه تتعهد دول الاتحاد برفض أو ابطال تسجيل أو منع استعمال العلامات التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة تحدث لبسا مع علامة يعتبرها بلد التسجيل شهيرة باعتبارها ملكا لأحد رعايا دولة من الدول الأعضاء المحمية[4].

---

[1] ـ الحاج عبد القادر شعبان، مرجع سابق، ص163.

[2] ـ تنص المادة 7 في فقرتها 8 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على ما يلي: **"يستثنى من التسجيل: ... الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو للاسم التجاري".**

[3] ـ سلامي ميلود،" العلامة التجارية المشهورة في القانون الجزائري"، مجلة دفاتر السياسية والقانون، عدد4، جامعة باتنة (الجزائر)،2011، ص164.

[4] ـ اتفاقية باريس، المتعلقة بالملكية الصناعية، مرجع سابق.

وبناء على ذلك تتمتع العلامة المشهورة والعلامة المسجلة دوليا بحماية خاصة، وذلك بخروجها عن القواعد المطبقة على العلامات، فكلا من هذه العلامات تحظى بحماية حتى وإن لم يتم تسجيلها، وذلك يعد خروجا عن مبدأ إقليمية العلامة.

## المطلب الثاني
## شرط قابلية التمثيل الخطي والمشروعة

وهناك شروط أخرى لكي تحظى العلامة بالحماية القانونية اللازمة التي نص الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات على نظام لتسجيلها، باعتباره إجراء ينصب في مصلحة صاحب العلامة، وحتى يتم التسجيل بشكل صحيح نص المشرع الجزائري على ضرورة توافر هذه الشروط، والتي هي شرط قابلية التمثيل الخطي (الفرع الأول)، أي أن تكون العلامة قادرة للإدراك عن طريق البصر كالأسماء، الكلمات، وشرط آخر المتمثل في شرط المشروعية (الفرع الثاني)، ويقصد به أن تكون العلامة غير مخالف للنظام العام والآداب العامة.

### الفرع الأول
### شرط قابلية التمثيل الخطي

وهو لشرط الذي يمثل الشكل أو المظهر الخارجي للعلامة، والذي نصت عليه المادة الثانية من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات حيث تنص " العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما فيها الأسماء والأشخاص والأحرف والأرقام والرسوم أو الصور أو الأشكال المميزة للسلع وتوضيبها والألوان بمفردها أو مركبة" [1]، وقد تبنت هذا الشكل معظم التشريعات المقارنة [2].

كما يعرف شرط قابلية التمثيل الخطي بشرط الإدراك عن طريق البصر، وهذا يعني أن العناصر التي يجوز أن تدخل في تركيب العلامة يلزم اظهارها بصورة مادية ملموسة يدرك عن طريق البصر بحيث تكون واضحة للأشخاص وبعبارة أخرى أن تكون مكتوبة من جهة وظاهرة بصورة مادية ملموسة من جهة أخرى.

أما العلامات التي لا يمكن تمثيلها خطيا لا يتم الاعتراف بها كما لا تكون قابلة لتسجيلها، و يترتب على هذا القول أن العلامات المكونة من رموز أو اشارات غير مادية لا تصلح مبدئيا أن تكون علامة، كعلامات التي تعتمد على حاستي السمع و الشم و مثال: النغمات الموسيقية، و علامات الرائحة[1].

غير أن جانبا من الفقه يرى بأن علامة الصوت و الرائحة يمكن حمايتها مادام أنه يمكن التعبير عنها بشكل قابل للتمثيل الخطي، و هو ما أثبته الواقع العملي حيث ظهرت العديد من العلامات التي تعتمد على الحواس، و صار تسجيلها ممكنا فعليا، فالعلامات التي تعتمد على الأصوات[2] هناك إمكانية لتسجيلها بشرط ضرورة تمثيله بيانيا، أو بواسطة السلم الموسيقي، أو تسجيلها عن طريق أشرطة التسجيل المقدمة للمصلحة المختصة بتسجيل لعلامة وتحديد الصوت المراد تسجيله بدقة[3] و من أمثلة العلامات الصوتية المسجلة نجد شركة" Metro Goldwyn Mayer" للأفلام السنيمائية قد نجحت في تسجيل علامة لها تتكون من صوت " زئير أسد".

أما تسجيل العلامات التي تستند على حاسة الشم فهنا يثور إشكال حول إمكانية تسجيلها إلا أن مكتب تسجيل العلامات في الولايات المتحدة الأمريكية سمح بتسجيل إحدى عطور الأزهار المستعملة في خيوط الخياطة والغزل والتطريز وذلك عن طريق تمثيلها بتفتح **"زهرة بلوريا"** لتمييزها عن غيرها من العلامات، في حين نجد أن القانون الاماراتي رقم (37) لسنة 1992

[1] ـ بوزيان حياة، بوعزيز نسيمة، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، ص 2020، ص 48.

[2] ـ ذهبت محكمة العدل الأوروبية في قراراها صادر بتاريخ 27 تشرين الثاني 2003 الى إمكانية اعتبار الأصوات كعلامة تجارية، وأنها قادرة على أداء وظيفة العلامة التجارية في تمييز منتجات أو خدمات أحد المشاريع عن غيرها، بالإضافة الى قيامها بتحديد شروط صارمة التي يتوجب على العلامة الصوتية أن تحققها من أجل أن تكون قابلة للتسجيل، حيث إمكانية تمثيلها بشكل مرئي بطريقة واضحة، دقيقة شاملة وموضوعية.

[3] ـ محمد حسان محمود لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بتجارة من حقوق الملكية الفكرية على البلدان العربية، القاهرة، 1996، ص 29.

والمعدل والمتمم بالقانون رقم (19) لسنة 2000 والقانون رقم (8) لسنة 2002 قد اعتبر في المادة الثانية منه أن الصوت يعتبر جزءا من العلامة التجارية اذا كان مصاحبا لها[1].

أصبحت بالتالي العلامة التي تعتمد على الرموز غير المادية منتشرة في مجال التجارة و الخدمات و أصبحت تحظى بالحماية القانونية في العديد من الدول، من بينها الولايات المتحدة الأمريكية التي تعتبر من الدول السباقة في تسجيل هذا النوع من العلامات[2] غير أن المشرع الجزائري لم يؤخذ بهذا التطور، ونص صراحة بالأخذ بالعلامات البصرية ولم ينص على علامات الصوت والرائحة، و هذا عكس ما جاءت به اتفاقية "**تريبس**" التي تجيز ضمنيا تسجيل الشارات غير البصرية كعلامات، مع اعطاء الحق لدول الأعضاء فيها في حظر ذلك إذا أرادت قوانينها الداخلية.

ومن خلال ما سبق نلخص القول أن العلامة يجب أن تتوفر على القابلية للتمثيل الخطي أو البياني أي رسمها و كتابتها، و ذلك من أجل القدرة على ضبطها و تحديد كل معالمها، و المشرع الجزائري لم يشترط كتابة العلامة باللغة العربية و هو بذلك يخالف التشريعات العربية التي تشترط كتابة العلامة باللغة العربية، و هو بذلك يخالف التشريعات التي تشترط كتابة العلامة باللغة العربية[3]، أو على الأقل ترجمتها الى اللغة العربية[4].

---

[1] ـ سميحة القيلوبي، مرجع سابق، ص 464.

[2] ـ ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حاج لخضر، باتنة،2012، ص 78.

[3] ـ مثال عن ذلك المشرع الأردني الذي يشترط وجوب كتابة العلامة باللغة العربية وذلك من خلال المادة 21 من النظام رقم 01 لسنة 1952.

[4] ـ المشرع المصري يشترط كذلك كتابة العلامة باللغة العربية أو على الأقل ترجمتها الى اللغة العربية وذلك من خلال نص المادة 64 من القانون 82 لسنة 2002.

**أولا: الأسماء**

هي تلك العلامة التي يطلق عليها كذلك بالعلامات اللفظية، التي تتكون من مصطلحات لها معاني أو دون معاني، و التي تجذب انتباه الجمهور يقوم التاجر أو الصانع باختيار تلك العلامة لتمييز سلعة أو خدمة عن غيرها من السلع [1].

يجوز اتخاذ أسماء الأشخاص و الأشياء علامة تجارية توضع على المنتجات و لكن شريطة أن تتخذ شكلا معينا و مميز، و لقد ذكر المشرع الجزائري ذلك في **المادة 02 الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات** "..... كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص "، فيمكن كتابته بطريقة لافتة للنظر بأحد الخطوط العربية مثلا، الفارسي أو الكرفي أو وضعه داخل أحد الأشكال الهندسية مثل دائرة أو مستطيل أو مثلث لأن الحماية تكون في هذه الحالة لهذا الشكل المميز و ليس للاسم ذاته و من أمثلة أسماء الأشخاص اطلاق اسم "**فورد**" كعلامة لمصنع السيارات و هو الاسم العائلي لصاحب هذه العلامة ،اسم "**لالة خديجة** " للمياه المعدنية، اسم "**حمود بوعلام**".

يجوز للتاجر أيضا أن يضع اسمه الخاص أو لقبه كعلامة لتمييز منتجاته و في هذه الحالة يشترط أن يتخذ هذا الاسم في كتابته شكلا مميزا ككتابة حروفه على شكل هندسي[2]، أو أن يستعمل امضاءه كعلامة بشرط أن يتخذ شكلا معين، كما يجوز اتخاذ عنوان الشركة الذي يضم أسماء الشركاء علامة بشرط أن يكون مميز، كما أباح للتاجر أيضا إذا لم يرد اتخاذ اسمه كعلامة أن يتخذ اسم الغير كعلامة و ذلك بعد أخذ إذن منه أو إذن ورثته اذا كان متوفي، أما الشخصية المجردة من الشكل الذي يميزه فلا يصلح أن تكون علامة لأن أهم خصائص العلامة أن تكون مميزة عن غيرها، فلا يصلح استخدام اسم مجرد مثل "**أحمد**" كعلامة مميزة للسلع و ذلك لتشابه الأسماء لأنه قد

[1] ـ نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2005، ص24.

[2] ـ ناصر عبد الحليم محمد سلامات، مرجع سابق، ص 44.

يكون اسما لعدة أشخاص آخرين بالمقابل كلما ابتعد الاسم المعتاد زادت قدرته التمييزية و إمكانية تسجيله[1].

أما الشخصيات الأدبية وشخصيات الفن فيمكن اتخاذها علامة، غير أنه إذا كانت ذات حماية أدبية لمصلحة مبتكرها فإنها تخضع لإذن صاحبها قبل اتخاذها علامة مثل (شكسبير) و (شارلي شابلن)، ويتم ذلك عن طريق العقود مع أصحابها أو ورثته[2].

وفيما يتعلق بالأسماء الجغرافية، فهي الأسماء التي تدل على إقليم دولة معينة أو تعطي دلالة حول المنشأ للعلامة محل التسجيل[3]. و يعد من الرموز التي يمكن أن تشكل علامة لتمييز المنتجات و الخدمات[4].

و في هذا الشأن يتم إمكانية اتخاذ الاسم الجغرافي كعلامة في التشريع الجزائري فان المشرع لم يدرجه ضمن تعداد الأشكال التي يمكن اتخاذها كعلامة و ذلك سواء في الامر رقم 57/66 الملغى[5]، أو الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات[6]، إنما اكتفى بالإشارة اليها ضمن الرموز المستثناة من التسجيل بسبب احداثها لبس مع مصدر جغرافي لسلع أو خدمات معينة، بحيث يجوز استخدام الاسماء الجغرافية كعلامة تجارية مثال "**إفري**" إذا لم تؤدي الى إحداث اللبس و التضليل حول تسميات المنشأ، و هذا ما نصت عليه المادة السابعة الفقرة السابع من الأمر 06/03 السالف

[1] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 82.

[2] ـ محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة النشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 18.

[3] ـ راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مرجع سابق، ص92.

[4] ـ إن جواز استعمال الاسم الجغرافي كعلامة مكرس في بعض التشريعات فقط مثل التشريع الفرنسي شرط أن لا يكون مساسا لتسمية المنشأ و بيان المصدر و نجد أن في بعض التشريعات بالعكس ترفض أن تتخذ (الأسماء الجغرافية) كعلامة و هو الوضع في ألمانيا، اسبانيا، دول الأنجلوسكسوبية.

[5] ـ الأمر 57/66 المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية، مرجع سابق.

[6] ـ الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

**الذكر بقولها:" تستثنى من التسجيل....: الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة...".**

يقصد بتسمية المنشأ حسب المادة الأولى من الأمر رقم 65/76[1] المتعلق بتسميات المنشأ: " تعني التسميات المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى و من شأنه أن يعين منتجا أو ناشئا فيه، و تكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوب حصرا أو أساسا للبيئة الجغرافية التي تشمل على العوامل الطبيعية أو البشرية"، و يتضح من خلال هذا النص أن المشرع الجزائري بين العلاقة اللصيقة الموجودة بين المنتجات و البيئة الجغرافية، حيث أن جودة بعض المنتجات ترتبط ارتباط وثيقا بالمكان الجغرافي الذي يسمح بإنتاجها و توفر العوامل الطبيعية و البشرية و تمنح المنتجات طابعا مميزا مثل " ماء سعيدة" " ماء إفري".[2]

ويفهم مما سبق أن المشرع الجزائري أجاز ضمنيا استعمال الاسم الجغرافي كعلامة شرط أن لا يؤدي بالمستهلك الى اعتباره مصدرا جغرافيا. وعليه يمكن القول أن المشرع الجزائري قد نهج منهج نظيره الفرنسي الذي ينص على منع استعمال اسم الجغرافي كعلامة إذا كان يمثل تسمية منشأ. وهذا ما ذهب اليه القضاء الفرنسي، فلقد اعتبر أن الاسم الجغرافي هو بيان للمصدر إذا أدت بالمستهلك الى أن يربط مكان الإنتاج بخصائص منسوبة الى منطقة جغرافية.

بالتالي يمكن القول أنه يجوز اتخاذ الاسم الجغرافي كعلامة إذا كان لا يترتب على استعمالها تضليل للمستهلك حول مكان الإنتاج و لا أن يكون تسمية منشأ، أو بيان المصدر، و الحكمة من ذلك هو حماية البيانات الجغرافية و لا سيما تسميات المنشأ التي تخضع لنظام خاص،

[1] ـ الأمر 65/76 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، جريدة رسمية للجمهورية الجزائرية، عدد59، الصادر في 23 جويلية 1976.

[2] ـ بهلول فاتح، قانون الملكية الصناعية، محاضرات في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2024، ص92.

كما أنه لا يجوز احتكارها من قبل شخص واحد فهي تعتبر ثروة جماعية و يجوز استعمالها من طرف كل المنتجين و التجار الذين لهم حق على ذلك.

وبالتالي فان تسجيل منطقة كعلامة لا يمنع الغير من المنتجين من استعمال اسم هذه المنطقة كعلامة بشرط أن تكون هذه الأخيرة متميزة عن الأولى، وبشرط آخر أن لا تكون العلامات مضللة للمستهلك، عن مصدر المنتجات أو الخدمات.

كما أجازت مختلف التشريعات على اتخاذ تسميات مبتكرة لم تكن معروفة من قبل أو أن تكون الكلمة ليس لها معنى في اللغة، و من بينها التشريع الجزائري الذي أجاز لأي شخص تاجر أو صانع باتخاذ تسمية مبتكرة لتمييز منتجاته أو خدماته عن غيرها المشابهة لها و من أمثلة، تسمية " **NIDO**"لتمييز نوع معين من الحليب المجفف، تسمية "**PERSIL**" لتمييز نوع معين من مسحوق الغسيل ،و يشترط في التسمية لكي يصح اعتبارها علامة تجارية أن تكون مبتكرة و الا كانت باطلة ،و الابتكار في التسمية يعتبر وحده كافيا دون الحاجة لان يتخذ هذا الابتكار شكلا معينا[1] .

ان استعمال تسمية معينة لا يمنع الآخرين من استعمال تسمية آخرى مختلفة عنها في الوقع على السمع بمعنى أنه إذا اتخذ تاجر علامة "Moon" بالإنجليزية فان هذا لا يمنع تاجر آخر من استعمال كلمة "قمر "كعلامة رغم أنها المقابل العربي لتلك الكلمة الانجليزية. [2]

**ثانيا: الحروف والأرقام**

أجاز القانون أن تتخذ العلامة التجارية شكل أرقام أو حروف معينة لتمييز المنتجات وذلك حسب المادة 2من الأمر 03 /06 المتعلق بالعلامات[3]، وفي هذه الحالة يمتنع على الأخرين

[1] ـ ناصت عبد الحليم محمد سلامات، مرجع سابق، ص 44.

[2] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 83.

[3] ـ المادة 2 من الأمر رقم 06/03 تنص:" **كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام...**".

من التجار، استخدام الأرقام أو الحروف نفسها في تمييز سلع متماثلة تثير الخلط واللبس في ذهن المستهلك

حيث يعتبر استعمال الارقام من العلامات التجارية المنتشرة حاليا في المجال الصناعي والتجاري لسهولة نطقها ووضوحها، اذ يجوز أن تتخذ الحروف وحدها علامة مثل حرفي "**LM**" لتمييز نوع من العطو، أو علامة "**BMW**" للسيارات.

كما يجوز كذلك اتخاذ الارقام كعلامة مثل رقم"**555**" لتمييز نوع من العطور ،كما نجد أيضا علامة تجارية تتكون من حروف و أرقام كما هو في علامة "**GHIH582**" للعطر المسمى بذلك [1]،و يجب أن تكون هذه الحروف و الارقام موضوعة بطريقة تضفي عليها طابعا مميزا لمنع تضليل جمهور المستهلكين.

كما يمكن استخدام الحروف الأولى الاسم التاجر أو الحروف الأولى الاسم الشركة كعلامة تجارية لتمييز منتجاته[2] مثل GKلتمييز نوع من العطور و LG لتمييز نوع معين من الثلاجات و الأدوات الكهرومنزلية، أو SONILEC أو AAS.

يثور التساؤل حول الحد الأدنى المسموح به من الأحرف والأرقام حتى يمكن قبوله كعلامة، خصوصا إذا كانت العلامة مشكلة من حرف وحيد أو رقم وحيد.

كذلك الحال إذا اشتركت علامتين أو أكثر في مقطع معين، فهل يحق لصاحب العلامة الأولى الذي كان له السبق في التسجيل أن يمنع الغير الذي يؤلف علامته من مقطع يشابه العلامة الأولى؟ أم أنه يمكن العلامة الثانية؟

[1] ـ محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 1983، ص83.

[2] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 100.

في رأينا أن العلامة إذا كانت مؤلفة من رقم وحيد أو حرف وحيد، يجب أن يكتب هذا الرقم أو ذلك الحرف بطريقة فنية متميزة كأن يكون بتركيب ألوان يعطيه طابعا متميزا، ويبقى المعيار هو مدى قدرة هذا الحرف أو الرقم بالشكل المعطى له على تمييز السلع أو الخدمات وكلما زاد العدد عن هذا الحد كان الحظ أوفر في قبول تسجيله كعلامة، بشرط القدرة على التمييز وتجنب ما من شأنه يوقع المستهلك العادي في اللبس والخلط.

قد اتجهت التشريعات المقارنة، اتجاهات شتى في هذه المسألة، حيث رفضت بعض الدول قبول علامة مشكلة من حرف واحد، كألمانيا التي رفضت فيها المحكمة قبول علامة مشكلة من حرف واحد، وبررت الرفض بأنه يجب أن يبتعد بصورة كاملة عن مظهر عادي.[1]

أما في فرنسا فيمكن استعمال الأرقام والأحرف كما هي، دون اشتراط أن تكون في شكل مميز، بشرط عدم إيقاع الجمهور في الغلط، و عدم إثارة أي التباس مع علامة أخرى، و لا يهم إذا تم تشكيل العلامة من حرف واحد أو مجموعة أحرف.[2]

أما فيما يتعلق باشتراك علامتين أو أكثر في نفس المقطع، فنجد محاكم بعض الدول تجيز ذلك في قضايا مرفوعة أمامها في حين محاكم أخرى ترفض ذلك.

فقد جاء في قرار محكمة استئناف القاهرة ـ الدائرة الثامنة التجاريةـ رقم 141 سنة 72 في 11/29/ 1955 " لا جدال في أنه من المتفق عليه أن هناك لاسيما في فئة المنتجات الطبية مقاطع تشترك فيها جملة ادوية بسبب دلالتها على مركب معين أو نوع معين من الأمراض فهناك مثلا المقطع ASP فهو مشترك في جملة أدوية منها ASPROL،ASPERO، ASPRIN ولا يمكن

[1] ـ نعيم مغبغب، مرجع سابق، ص 39.

[2] ـ مرجع نفسه، ص 37.

القول بأن هناك تشابها بين المركبات الثلاثة يتحتم معه إلغاء اثنين منها. ولذا فلا يمكن القول بأن مجرد الاشتراك في مقطع يعتبر عنصر تشابه يكفي لإلغاء العلامة الأخرى"[1]

وفي حين جاء قرار لمحكمة بوردو الفرنسية بتاريخ 28 نوفمبر 1949 ما يلي:

"L'utilisation par plusieurs personnes d'un même radial en l'espece ASTRO suivi de divers terminaisons ASTROLUX ets. Permet de s'opposer à e qu'un tiers utilise le même radical suivi d'une nouvelle terminaison ASTROLA".

معناه: يحق لمن أقدم على استعمال القسم الأول من الكلمة بعد أن أضاف إليه أقساما أخرى مختلفة، أن يعترض على أي شخص آخر يستعمل هذا القسم الأول، حتى ولو أضاف إليه أقساما أخرى، فالحق باستعمال هذه العلامة إنما يعود للمودع الأول.[2]

مع الملاحظ بأنه مع تطور استخدام التجارة الالكترونية ظهرت علامات تجارية الكترونية تتمثل في اسم الحقل و الذي هو عنوان الموقع الالكتروني من "yahoo.com" googl.com"، و قد أصبحت هذه الأسماء علامات على سبيل المثال علامة "amazon.com" التي تستخدم في تجارة الكتب أو علامة" B2C" و التي تستخدم لجذب الزبائن و كذا علامة ERICSON التي تستخدمها مؤسسة إريكسون للمنتوجات الإلكترونية.[3]

[1] ـ سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص 264.

[2] ـ بوغنجة بن عياد، العلامات التجارية بين احتكار الشركات الكبرى والحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2013، ص66.

[3] ـ جلول علالي، حسين بوعزارة، العلامة التجارية وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، 2019، ص 20.

**ثالثا: الرموز والرسوم والصور**

يجوز أن تتكون العلامة التجارية أيضا من رسم أو رمز أو صورة على أن تكون لها شكل يميز هذه السلع عن غيرها، و ذلك حسب المادة 02من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات[1] .

إذ يمكن اتخاذ رسم كعلامة تجارية كرسم **"نمر"** أو **"كلب"**، و قد يكون الرسم مشتق من صنف السلعة التي يميزها كاستخدام البقرة لتمييز منتجات الألبان، و في هذه الحالة فإن استخدام الرسم مجردا من أية إضافة لا ينشئ لصاحبه الحق في احتكاره، و بالتالي يجوز لتاجر آخر أن يقوم بإنتاج ذات السلعة و يستخدم ذات الرسم، أما إذا استخدمه التاجر الأول و أضاف اليه بعض الاشارات أو الكلمات أو قام بطلائه بأحد الألوان، فانه يصبح ذا شكل مميز مما يحظر على غيره استخدامه[2]، كما يمكن أن تتخذ العلامة شكل رموز مستمدة من الطبيعة كعلامة **"نحلة" ،"أسد "**، " تمساح" كعلامة **"LA COSTE" ، "شلالات".**

ويجب التنبيه هنا إلى أن كثير من الرموز لها ما يقابلها من الأسماء، فقد يستعمل تاجر شكل حمامة كعلامة تجارية وقد يقوم آخر باتخاذ اسم الحمامة كعلامة تجارية، ويرى البعض أن الرمز يستتبع ملكية التسمية الدالة عليه، فاذا اتخذت صورة **"شمس"** كعلامة تجارية فانه يمتنع عن منافس أن يستخدم لفظ **"شمس"** لتمييز منتجاته[3].

أما الصورة المقصودة اتخاذها كشكل من أشكال العلامة التجارية هي الصورة الفوتوغرافية للأشخاص إذ يمكن أن تتشكل العلامة من صورة الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة، ومثال ذلك قيام مؤسس سلسلة مطاعم **" KFC"** باستعمال صورته الشخصية كعلامة لمشروعه

[1] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص83.

[2] ـ ناصر عبد الحليم محمد السلامات، مرجع سابق، ص 34.

[3] ـ مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري، الدار الجامعية، الاسكندري،1986، ص733.

والتي تعد من ضمن أشهر العلامات، كما يجوز استعمال صورة عائدة للغير كعلامة ولكن لا بد من الحصول على موافقته أو موافقة ورثته[1].

كما يمكن اتخاذ صورة مشهور كعلامة بشرط موافقة هذا الشخص إذا كان حيا، أو موافقة ورثته إذا كان قد توفي[2].

و لا بد من الإشارة هنا الى قضايا استغلال صورة انسان في الدعاية التجارية، فعلماء النفس يؤكدون أن المستهلك الذي يقوم بشراء سلعة معينة ينصرف لا شعوريا تحت تأثير الصورة التي ارتبطت في ذهنه بالسلعة التي يشتريها، و يحدث هذا التأثير بصفة خاصة إذا كانت هذه الصورة لأشخاص مشهورين كنجوم سينما أو أبطال الرياضة[3].

أما بالنسبة لصور الأشخاص التاريخيين، فإن جانب الفقه الفرنسي يرى إمكانية اتخاذ صورة " شخصية تاريخية" متوفية كعلامة لكونها أصبحت ملكا عاما. وحسب دكتورة فرحة زراوي صالح[4] ترى أنه من الأصوب رفض هذه الفكرة لأنها تكاد تمس في بعض الأحيان بسمعة المعني بالأمر إذا استعملت للدلالة على منتجات عادية وغير مميزة. أما بالنسبة لجانب من الفقه الجزائري يرى عدم جواز استعمال صورة شخصية تاريخية متوفاة منذ زمن طويل، رغم أنها أصبحت ملكا عاما لأن في ذلك مساسا بسمعتها وخاصة إذا كانت موضوعة على منتجات لا تتناسب وقدسية الشخصية ومكانتها لدى الجمهور.

---

[1] ـ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص ـ ص 263، 264.

[2] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 102.

[3] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 85.

[4] ـ نقلا عن، فرحة زراوي صالح، القانون التجاري الجزائري (المحل التجاري والحقوق الفكرية)، القسم الثاني، دار النشر والتوزيع ابن خلدون، الجزائر، 2001، 43.

وقد قرر القضاء المصري على سبيل المثال أن صورة الملكة "كليوباترا"، تعتبر علامة مميزة وقابلة للحماية ولا يجوز الاعتداء عليها ووصفه على منتجات مشابهة، وعلى عكس من ذلك رفض مكتب تسجيل العلامات في بريطانيا تسجيل صورة الاميرة "ديانا" كعلامة لأن صورة وجهها ملك للعالم بأسره. في حين تم قبول تسجيل صورة " مونيكا لونيسكي" كعلامة لتمييز نوع معين من السيجارة[1].

**رابعا: الألوان**

يقصد بالألوان ذلك اللون الذي ينصرف إلى ألوان الطبيعة أو المائية أو الألوان المعدلة كيميائيا [2]، حيث رغم أن الألوان لا تنقل معلومات محددة إلى المستهلك إلا أنها قادرة على تمييز السلع و الخدمات عن غيرها، و قد نص عليها المشرع الجزائري في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات.[3]

يجوز استعمال الألوان كعلامة تجارية للمنتجات من سلع و خدمات، و هذا ما أشارت إليه المادة الثانية من القانون رقم 06/03 السالف الذكر، سواء كانت مفردة أو مركبة، و هذا عكس ما ورد في القانون الملغى 57/66، حيث اشترط المشرع ضرورة أن تكون الألوان عبارة عن ترتيبات و تركيبات، ولم يكن يسمح للون الواحد باتخاذ كعلامة لوحده، و هذا ما ذهبت إليه بعض التشريعات مثل التشريع المصري، و يبدو أن المشرع الجزائري أراد مسايرة بعض التشريعات الحديثة التي تتخذ من اللون الواحد علامة لنوع من السلع و الخدمات متى تم تسجيله مع العلامة كالتشريع الأمريكي و قانون العلامات التجارية القطرية الصادر في عام 2002 الذي

[1] ـ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 264.

[2] ـ مرجع نفسه، ص 270.

[3] ـ المادة 2 الفقرة 1 من الامر رقم 06/03 السالف الذكر:" **العلامات ..... كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما ..... الألوان بمفردها أو مركبة ....".**

نص: تعتبر علامة قابلة للتسجيل بوجه خاص ما يتخذ شكلا مميزا...، أو تشكيلة من الألوان أو لون واحد غير وظيفي..."[1]

لكن هذا لا يعني احتكار صاحب العلامة للون معين طالما كانت العناصر المشكلة للعلامة مختلفة عن العلامة المسجلة، وهذا ما ذهبت إليه محكمة العدل العليا الأردنية في قرار لها سنة 1955 بقولها:" ...إن مجرد تسجيل هذا اللون لا يمنع الآخرين من استعماله على علامة أخرى لنفس الصنف إذا كان هذا الاستعمال لا يؤدي إلى تشابه العلامتين في مجموعهما تشابها قد يؤدي إلى غش الجمهور...".

فالمعيار الذي أخذ به القضاء الأردني هو عدم إحداث اللبس والغش لدى الجمهور[2]

كذلك من بين الاتفاقيات التي سمحت بتسجيل اللون الواحد كعلامة إذا كان بإمكانه تأدية وظائفه، اتفاقية التجارة الحرة لأمريكا الشمالية ىn North American free Trade agreement" والتي يرمز لها بالرمز" NAFTA. وكذلك قانون العلامات التجارية القطرية الصادر في سنة 2002.

إذ بالرجوع إلى المشرع الجزائري فإنه يجوز اقتصار العلامة التجارية على لون واحد كلون الأحمر بالنسبة للمنتجات الغذائية، أو لون الأزرق بالنسبة للمواد الطبية، وكذلك يمكن أن تتخذ العلامة اجتماع ألوان عديدة بصورة متجانسة ومنسقة تتخذ شكلا خاصا ومتميزا مثال: علامة " **Signal** " متكونة من اللون الأحمر ثم الابيض ثم الأحمر، فهنا طريقة تنسيق الألوان هو الذي يكسبها طابعا مميزا.

[1] ـ عدنان غسان برونو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص174.

[2] ـ سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الجزء 4، 2003، ص 176.

بالإضافة إلى أنه من الممكن أن يمثل هذا اللون جزء من العلامة كعلامة "**Persil**" مساحيق الغسيل، وضعت نقاط كبيرة خضراء اللون داخل مجموعة من الدوائر.

و لكي تكتسب الألوان صفة العلامة و تصبح عنصرا فيها ، فلا بد من توفر فيها صفة التمييز و عنصر الجدة .

وفي حالة إذا قام التاجر بتسجيل لون معين كعلامة أو جزء منها فلا يمنع الغير من استعماله على علامة أخرى لنفس الصنف أو غيره، ما دام ذلك الاستعمال لا يؤدي الى تشابه العلامتين في مجموعها تشابه يؤدي الي غش الجمهور وتضليله[1].

**خامسا: أشكال المنتجات وأغلفتها**

قد تتخذ العلامة الشكل التي تصنع فيه السلع كما لو كانت مستديرة أو مربعة، كما قد تتخذ شكل الأغلفة التي تحيط بالسلع أو بالأواني التي تحويها[2]، مثل قنينة**Jean Paul Gautier** " للعطور عسلية اللون بالنسبة للنساء على شكل جسم امرأة، وأخرى على شكل جسم رجل زرقاء اللون بالنسبة للرجال أو بعض المشروبات الغازية.

أما العلامات التي تتخذ شكل خاص بالخدمات مثل البنايات، كعلامة خدمة بالنسبة لمطعم، ومتى تم اتخاذ الشكل كعلامة يحظر على الغير اتخاذ نفس الشكل أو شكل مشابه، إن كان من شأنه أن يؤدي الى اثارة الخلط في ذهن المستهلك.

[1] ـ صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 85.

[2] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 88.

ولكي يكون شكل السلعة أو توضيبه كعلامة يشترط أن يكون مميز، إذ كان الشكل من مستلزمات المنتجات فإنه لا يجوز اتخاذه كعلامة، لأن ذلك يؤدي إلى احتكار صاحب هذه العلامة واستعمالها للأبد، وبالتالي حرمان الأخرين من انتاجها[1].

وعليه تحظى الأشكال بالحماية القانونية الخاصة بالعلامات إذا أمكن فصلها عن المنتوج، أما إذا كان الشكل لصيقا بالوظيفة فلا يجوز حمايته وذلك بغرض منع احتكاره.

في الأخير يمكن القول أن العلامة تتكون من مختلف الرموز القابلة للتمثيل الخطي التي سبقت الإشارة إليها، سواء كانت رموزا اسمية وشفهية قابلة للكتابة والنطق والسمع، وهي العلامات المكونة من كلمات، حروف، أرقام، أسماء.

أو قد تكون رموزا تمثيلية قابلة للرؤية لكنها غير قابلة للنطق والسمع، وهي العلامات المكونة من رسوم وصور وأشكال ثلاثية الأبعاد، وألوان...، كما يمكن أيضا أن تتكون العلامة من عدة عناصر مميزة مجتمعة كتركيب تسمية مع رقم ولون أو أن تكون العلامة مركبة من شكل ولون، فالهدف من تجميع عدة عناصر مختلفة في قلب علامة واحدة هو الوصول الي طابع مميز قوي، لأنه كلما زادت العناصر المميزة التي تحتويها العلامة زاد تميزه.

كما يجدر بنا الملاحظة على أنه في بعض العلامات المشهورة هناك رموز توضع لكي يعرف المستهلك أو المنتج إن كانت تلك العلامة مسجلة أو غير مسجلة، فمثلا حرف (R) الذي يعني registered، الذي يوضع بعد اسم العلامة و يعني بذلك أن العلامة مسجلة، أما إذا وضع (TM )الذي يعني trademark هذا يعني أن العلامة مودعة و لم يتم تسجيلها بعد بصفة رسمية[2].

[1] ـ ناصر عبد الحليم محمد سلامات، مرجع سابق، ص 36.

[2] ـ بلقيرة عيدة، بوجلابة تيزيري، ملكية العلامة التجارية بين التسجيل والاستعمال، مذكر لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2020، ص 40.

**سادسا: البطاقات**

ويقصد بالبطاقات كل مسطح معين يتخذ شكلا مميزا، وقد تكون من الورق أو الكرتون أو القماش أو النسيج أو أي مادة أخرى، وقد تتخذ شكلا مربعا أو مثلثا أو مستطيلا أو مخروطيا أو أي شكل هندسي أخر، وتوضع هذه البطاقة على منتجات مصنع أو متجر للتعريف على منتجاته أو بضائعه وإشعار لجمهور المستهلكين.

وغني عن البيان، أن البطاقات بصفة مجردة لا تعتبر علامة متى كانت عامة الشكل، فلا يجوز اعتبار البطاقة التي تحتوي على شكل هندسي مجرد من الصفة المميزة علامة يمنع على الغير استعمالها، بل لابد أ يكون للبطاقة شكلا مميزا حتى يجوز أن تكون علامة، فمثلا إذا كانت البطاقة على شكل مثلث ذات أرضية خضراء وخطوط بيضاء وفي داخلها نجمة صغيرة صفراء ملونة ومحاطة بسيفين أو نخلتين، فانه يجوز اعتبارها علامة[1].

ولا بد من الإشارة في هذا المقام الى أن تحديد شكل العلامة في القانون جاء على سبيل الحصر، بمعنى أنه يجوز اتخاذ شكل آخر كعلامة لم يرد ذكره في القانون وتكون جديرة بالحماية، مثل الامضاءات والأغلفة وغيرها.

## الفرع الثاني
## المشـــــروعية

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية مميزة و جديدة و إنما يشترط أيضا أن تكون العلامة مشروعة، و يقصد بشرط مشروعية العلامة عدم مخالفتها للنظام العام و الآداب العامة و أن لا يكون استخدامها كعلامة ممنوعة بنص قانوني، و إلا كانت باطلة[2].

[1] ـ صلاح زين دين، ملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، 256.

[2] ـ منير محمد الجنبيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، لبنان، 2004، ص 21.

من حيث المبدأ، فان للشخص مطلق الحرية في اختيار علامة أو العناصر التي تتركب منها العلامة انسجاما مع الحرية الشخصية للتجارة والصناعة. لكن السؤال الذي يطرح هنا هل من المصلحة العامة ترك هذه الحرية للشخص نفسه بصورة مطلقة، أم لابد من وضع شروط مقيدة لها؟

لقد أخذت معظم التشريعات بالمبدأ المذكور كأصل عام، و لكن تفاوت التشريعات في مواقفها من القيود و الاستثناءات التي وضعتها، فمن التشريعات من ضيق من تلك القيود و الاستثناءات على ذلك المبدأ كالتشريع الفرنسي الذي حظر استعمال دمغة الحكومة و شعارها، و كذلك العلامات التي تؤدي الى خداع الجمهور باحتوائها على علامات كاذبة، و من التشريعات من وسع في تلك القيود و الاستثناءات على المبدأ كالتشريع الألماني الذي حظر استعمال الحروف و الاعداد و كذلك الشعارات و الرموز[1].

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فتعتبر العلامة غير مشروعة متى خالفت أحكام المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[2]، و يترتب مخالف أحكام المادة المذكورة سابقا بطلان العلامة[3]، فلا يكفي المظهر المميز للعلامة بكونها جديدة بل يجب أن تكون مشروعة بمعنى غير مخالف للنظام العام والآداب العامة، والعلامات التي تعد غير مشروعة بالاستناد الى المادة المذكورة هي:

**أولا: الرموز التي لا تعد علامة في المفهوم المادة1/2**

[1] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 76.

[2] ـ المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[3] ـ تنص المادة 20 من الفقرة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على ما يلي:" **يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 الى 10 من المادة 7 من هذا الأمر**".

العناصر التي ذكرتها المادة 02 التي تتشكل منها "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي....."، أما بالنسبة للعلامة التي تتخذ شكل صوتي أو غنائي أو شم فمثل هذه الرموز لم يقم المشرع الجزائري بتعدادها ضمن قائمة المعدة كعلامات بالنتيجة يمكن رفض تسجيلها[1].

**ثانيا: الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز**

يقصد بالملك العام أشياء أو رموز مملوكة للمجموعة الوطنية أي عموم الشعب أو المجتمع وهو عبارة عن معرفة وطنية أنتجتها أجيال متعاقبة كالتقليد أو الأعراف أو الطقوس أو الرموز الشعبية ذات الطابع الفلكلوري أو الثقافي أو الاجتماعي[2].

إن أهم ما تتميز به العلامة هو كونها خاصة بشركة أو تاجر معين دون غيره، فهي خاصة بأحد التجار أو مقدمي الخدمات أو أحد المنتجين، فمتى كانت كذلك جاز قبولها كعلامة، أما إذا افتقرت إلى هذه الميزة بحيث لا تؤدي لدى المستهلك وظيفة ربط البضاعة بصاحبها و لا يكون ذلك إلا إذا كانت العلامة عامة غير خاصة كان منطقيا رفض قبول تسجيل الرموز أو العلامات الخاصة بالملك العام، لأنها لا تفيد في بيان و تحديد هوية البضاعة من جهة، و من جهة أخرى ليس لأحد الحق في احتكار وضع رمز مملوكا للجميع على بضاعته هو، و يحرم بذلك الأخرين من الاستفادة من هذا الرمز أو ذلك الاسم أو غيره.

فمتى كان الرمز أو الإشارة المزعم اتخاذها علامة ملكا عاما، منع اتخاذها علامة، لكونها غير قادرة على تمييز السلع و الخدمات، إلا إذا أعطاها صاحبها تنسيقا مبتكرا بحيث يكسبها ما كانت تفتقر إليه، و هو خاصية التمييز، و مثال ذلك اتخاذ أحد ممارسي التجارة صورة برتقالة لتمييز بضاعته في السوق، فمنظر برتقالة منظر داخل في إطار الملك العام، لا يجوز لأحد الاستئثار به لتمييز

[1] ـ ميلود سلامي، مرجع سابق، ص64.

[2] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق ص 55.

منتجاته، إلا إذا أعطاه طابعا خاصا، بإضافة ألوان أو أحرف أو كلمات أو وضع في شكل هندسي معين، بحيث يصبح جزءا من منظر متميز و قادر على تمييز السلعة التي يشير اليها عن غيرها.

وطبقا للفقرة 2 من المادة 7 من قانون العلامات التي تستثنى من التسجيل الرموز الخاصة بالملك العام، فإنه يحظر تسجيل الرقم الوحيد كعلامة إذا كان يؤلف بمفرده العلامة، لأنه داخلا في الملك العام، أما إذا كان هذا الرقم جزءا من العلامة أو أنه أبرز في شكل خاص، فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيله، و كذلك الحال بالنسبة لكلمة standard إذا كانت منفردة لأنها كلمة انجليزية عامة تستعمل عادة في التجارة لوصف البضائع و ليس لتمييزها، و يطال الحظر أيضا كلمةmarshal و هي تدل على لقب عسكري في اللغة الأجنبية، يمتنع تسجيلها كعلامة، لأنها لا تخرج عن كونها لقبا عاما قد يؤدي الى غش الجمهور[1].

عموما فكل إشارة أو علامة غير قادرة أو تفتقر الى صفة التميز، لا يمكن قبولها كعلامة، ومن ثم يحظر استخدامها لهذا الغرض.

كما يتضمن الملك العام أيضا الوسائل الشعبية للعلاج والأدوية المنتجة تقليديا أو ما يسمى بالطب البديل، فالرموز الخاصة بالملك العام يمنع تسجيلها.

أما بالنسبة للرموز الخالية من أي تمييز بمعنى عادية ولا تتوفر فيها شروط التميز والابتكار فقد يقضي بإبطالها كعلامات النوعية أو وصفية أو الضرورية[2].

**ثالثا: الرموز المخالفة لآداب العامة وقيم المجتمع بموجب القانون الوطني**

[1] ـ صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص ـ ص 91، 92.

[2] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص52.

يكون الرمز المخالف للآداب العامة عرضة للبطلان و مستثنى من التسجيل[1]، و فكرة الآداب العامة تنصرف إلى الأخلاق و القيم السائدة في المجتمع، على سبيل الذكر لا تعد علامة الرموز التي تحمل دلالة جنسية أو اباحية أو صورة فاضحة تخدش الحياء العام ، و تشجع على الانحلال و الفسق و الفساد وفي المجتمع كرمز يستهزأ بعقيدة المجتمع كعبارة "خمور الجنة"، "مخمرة الصالحين "، كما يمنع استعمال أية كلمة تحتوي معنى بديئا أو سبا، بحيث يعاقب المشرع الجزائري على ذلك بموجب المادة **333 مكرر** من القانون العقوبات الجزائري[2].

إن مفهوم النظام العام و الآداب العامة هو مفهوم نسبي، و يختلف من دولة لأخرى و من مجتمع لآخر و إذا كان لا يوجد تعريف محدد متفق عليه بالنسبة للنظام العام، إلا أنه يمكننا اعتبار جميع الأعمال التي يكون لها أثر سلبي على المجتمع ككل و على سلامة أمنه و نظامه مخالفة للنظام العام، أما الأعمال المخالفة للآداب العامة فهي تلك الأعمال التي يعتبرها المجتمع غير أخلاقية [3]. فبالنسبة للدول الاسلامية مثلا والمجتمعات المحافظة أكثر تشددا من غيرها في منع استعمال الرموز المنافية للآداب والأخلاق الحسنة، في حين تتساهل بعض الدول في ذلك وفق معايير أخرى.

أما المشرع الفرنسي فينص على اشتراط المشروعية في العلامة و ذلك بموجب المادة 3/711 من قانون الملكية الفرنسي حيث قام باستبعاد الرموز المخالفة للنظام العام و للأخلاق

---

[3]- المادة 7 الفقرة 4 من الامر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[2] ـ المادة 333 مكرر من الأمر 66ـ156 المؤرخ في 6 يوليو 1966 و المتضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 49 ، المعدلة بموجب الامر 23/06 المؤرخ 20 ديسمبر 2006 التي تنص :" **يعاقب بالحبس من شهرين الى سنتين و بغرامة من 200.000 الى 100.000 دج كل من صنع أو حاز او استورد أو سعى في استيراد من أجل التجارة أو وزع أو أجر أو لصق ، أو أقام معرضا أو عرض أو شرع في العرض للجمهور أو باع أو شرع في البيع أو وزع أو شرع في التوزيع كل مطبوع أو محرر أو رسم أو اعلان أو صور أو لوحات زيتية أو صور فوتوغرافية أو أصل الصورة أو قالبها ،أو أنتج أي شيء مخل بالحياء ".**

[3] ـ عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص 126.

الحسنة[1]، أما التوجيه الأوروبي فقد نص على أنه لا يمكن منح العلامات المخالفة للنظام العام أو القواعد الأخلاقية المستقرة .

ومن هذه الناحية يتمتع المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بسلطة رقابة على مشروعية العلامة ومن حقه رفض تسجيلها إذا كانت تتعارض مع الآداب العامة وتخدش الحياء العام في الجزائر، كما يمكنه طلب ابطالها لدى السلطة القضائية المختصة إذا كانت مسجلة.

**رابعا: الرموز المضللة**

تهدف العلامة إلى حماية المستهلكين وتشجيع وضمان المنافسة المشروعة في الأسواق، وذلك من خلال قيامها بنقل معلومات معينة إلى أولئك المستهلكين عن المنتجات التي تحملها أو الخدمات التي ترافقها.

و بناء عليه يمتنع قانونا أن تتكون العلامة من أي عناصر قد يكون من شأنها تضليل المستهلكين عن مصدر المنتجات التي تحمل العلامة[2]. ومن أمثلة على العلامات المضللة، قيام شخص باستخدام صورة خروف كعلامة تحملها اللحوم التي يقوم ببيعه، مع أن تلك اللحوم هي في الواقع من لحوم الأبقار فالعلامة هذه تعتبر علامة مضللة ومخالفة للقانون ولا يجوز لهذا الشخص استعمالها ولا تسجيلها. بالنسبة للمشرع الجزائري استثنى مثل هذه العلامات من التسجيل بنص المادة 6l7 من الأمر 06l03المتعلق بالعلامات[3]، حيث منع المشرع كل رموز أو علامات مضللة تهدف الى ايقاع الجمهور فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع و الخدمات في الغلط و التدليس،

---

[1]- ART 711.3 C.F.R. propr. Intell: ne peut être adopte comme marque ou élément de marque un signe ...b) contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs. Ou dans l'utilisation et légalement interdite....."

[2] - عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص 139.

[3] - المادة 7/ من الامر 06/03 السالف الذكر:" **..... تستثنى من التسجيل ..... الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها** "

و في حالة تسجيل تلك العلامات المضللة يتم ابطالها، حيث يلجأ بعض التجار أو الصناع الى استغلال رمز مشهور لترويج منتوجه عن طريق اجراء تعديل طفيف قصد خداع الجمهور، و مثال ذلك : تحوز علامة( **DELFI**) على ثقة الجمهور المالك للسيارات لجودة النوابض الحاملة لعلامة "**DELFI**" فيلجأ شخص آخر لاستغلال هذه الثقة بطرح منتوجه من النوابض تحت اسـم "**BELFI**" .[1]

كما يمكن خداع المستهلكين في طبيعة المنتج مثلا، بأن المادة المصنع منها الملابس هي صوف طبيعي 100 % والحقيقة على ذلك كونه صوف صناعي مخلوط بصوف طبيعي، كما تعد العلامة مضللة تلك التي تشير الى جودة معينة لا يتضمنها المنتوج مثال ذلك، وضع علامة "**MOKALUX** "على قهوة من الدرجة الثانية من شأنها تضليل الجمهور لأن هذه العلامة تتعلق بقهوة من الدرجة الأولى، أو أن تتضمن أحد مكونات المنتوج أو خصائصه الأساسية والمقدمة بطريقة كاذبة مثل علامة"**CAPILLOSERUM**" لمنتوج لا يحتوي على مادة "**SERUM**".

و قد يرغب بعض الأشخاص إلى استخدام اسم منطقة جغرافية معينة، سواء أكانت دولة أو مدينة أو اقليما من الأقاليم، كعلامة تحملها البضائع التي يبيعها أو الخدمات التي يقدمها، فاذا لم يكن هناك أي صلة بين تلك المنتجات و الخدمات و بين تلك المنطقة الجغرافية التي تم اختيار اسمها، فمن غير الجائز استخدام و تسجيل ذلك الاسم كعلامة تجارية، اذ أن من شأنه أن يضلل المستهلكين عن مصدر المنتجات وأو الخدمات التي يحصلون عليها، خاصة اذا كانت المنطقة التي تم اختيار اسمها معروفة و مشهورة بإنتاج البضائع أو الخدمات المعينة من قبل طالب التسجيل[2].

مثال عن ذلك، أن يقوم شخص بتسجيل علامة تجارية تتعلق بالملابس" **ETALIANO**" فان ذلك يؤدي الى الاعتقاد بأن البضاعة ايطالية الصنع على الرغم من أنها

[1] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 85.

[2] ـ عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص 140.

صناعة دولة أخرى[1]، أو كأن يتم وضع كلمة باريس على عطر أجنبي من شأنه أن يوقع الجمهور في غلط و ذلك بالاعتقاد أن مصدرها باريس باعتبار أنها مشهورة بإنتاج العطور.

من الأمور التي يهتم بها المستهلكون عند اقتنائهم لمنتوج معين، مسألة خضوعه للرقابة والضمان من طرف المصالح والهيئات المختصة في ذلك، ولهذا قد يلجأ بعض التجار إلى استعمال علامات مكونة من عبارات توحي للمستهلك بأن المنتوج خاضع لرقابة خاصة أو لفحص طبي معين. بناء على ذلك تعد العلامات التي تستعمل مصطلحات صيدلية أو طبية لمنتجات لا تتمتع بهذه الصفة، علامات مضللة للجمهور.

فكثيرا ما اعتبر استعمال الجذر" **.pharm**" في علامات غير صيدلانية تضليلا للجمهور، أما إذا كانت مستعملة على منتجات صيدلانية فعلا، فإنها تكون صحيحة، فقد وافق المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تسجيل عدة علامات تحتوي على هذا الجذر، لأنها كانت فعلا متعلقة بمنتجات صيدلانية، مثل العلامة **Trust Pharma**"والعلامة،**Pharma Fraîcheur**".

كما تعتبر العلامات التي تكون فيها علامة" **DOCTEUR**"أو" **DR** " علامات مضللة مثل علامة **Dr koch s** " فقد اعتبرها القضاء الفرنسي علامة مضللة[2]، الا في حالة اذا ما كانت علامات خاصة بتقديم خدمات أو منتجات مصممة و مراقبة من طرف طبيب ،و أيضا ينطبق المنع كذلك على العلامات المكونة من عبارة"**Med**" ، أي**médical** "، حيث اعتبرت العلامة "**Prilmed**" الخاصة بمواد التنظيف والمواد الكيماوية، علامة مضللة لأنها توحي إلى المستهلك بأن تصنيع هذه المنتجات يتم برقابة طبية ومن طبيعتها تجنب الأخطار المحتملة أثناء الاستعمال . كما أن استخدام العبارات التي توحي للمستهلك بأن المنتوج صادر عن جهة رسمية أو يتمتع بضمانتها، تكون مضللة إذا لم تتوفر لديها حقا هذه الميزة، اذ أن العلامات المكونة من

[1] ـ محمود علي الرشدان، مرجع سابق، ص ـ ص 31ـ33.

[2] ـ نقلا عن، الحاج عبد القادر شعبان، مرجع سابق، ص ـ ص 190 ـ 192.

عبارة" **officiel**" **أو** " **رسمي**" مثلا تكون مرفوضة عند التسجيل اذا لم تتمتع بضمانة رسمية، ونتيجة لذلك رفض المعهد الفرنسي للملكية الفكرية تسجيل عدة علامات من هذا النوع مثل علامة " **L'officiel de l'équipement ménager**" الخاصة بالأجهزة المنزلية لأنها توهم الجمهور بأنها مضمونة من طرف هيئة رسمية [1]

ولا شك أن المشرع الجزائري بهدف من منع العلامات المضللة هو ضمان الحماية للمستهلك في حقيقة الأمر لكي لا يقع ضحية المنتجات أو الخدمات غير تلك التي تحملها العلامة الأصلية، و يذهب الفقه أن إقرار المشرع منع العلامة المضللة جاء في الأساس لحماية المستهلك و النظام العام الاقتصادي[2].

[1] ـ الحاج عبد القادر شعبان، مرجع سابق، ص 33.

[2] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 141.

**خامسا: الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو اسم تجاري تتميز بالشهرة في الجزائر**

تكون العلامة في هذه الحالة باطلة اذا كانت العلامة تتشابه مع علامة مشهورة في الجزائر، فيحق لصاحب العلامة المشهورة رفع دعوى لإبطال العلامة المشابهة لها[1].

إن مسألة تعريف العلامة المشهورة لم تتعرض لها القوانين والاتفاقيات باعتبارها من عمل الفقه إلا أن بعض القوانين أعطت مفهوما للعلامة المشهورة حيث عرفها القانون الأردني بأنها العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه، واكتسبت شهرة القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية[2].

أما بالنسبة للمشرع الجزائري ذكر هذا النوع من العلامات في المادة8/7 من الأمر 06/03[3] ولكن لم يتطرق الى تعريفها بل اعتبرها فقط كسبب يستوجب رفض تسجيل علامة مشابهة لها ،مع الملاحظة أنه قيد شهرة العلامة بأن تكون مشهورة في الجزائر و هذا يعني بمفهوم المخالفة أن العلامة المشهورة في بلد أخر و مجهولة في الجزائر لا تعد في نظر القانون الجزائري علامة مشهورة .

أما بالنسبة للعلامة التي تتشابه مع الاسم التجاري المشهور في الجزائر فمنح لصاحب ذلك الاسم الحق في طلب ابطال العلامة، وفي هذه الحالة أعطى الأولوية في الحماية للاسم التجاري المشهور على حساب العلامة.

كما اعتبر المشرع الجزائري أن العلامة تكون غير مشروعة في حالة اذا كانت ترجمة لعلامة مسجلة أو اسم تجاري و في هذه الحالة لم يحدد المشرع معنى الترجمة هل يقصد بها الترجمة

---

[1] ـ المادة 9 الفقرة 4 من الامر 06/03 التي تنص:" **لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامة دون رضاه وفقا للشروط المنصوص عليها المادة 8/7 المذكورة أعلاه ".**

[2] ـ عدنان غسان برونو، مرجع سابق، ص 100.

[3] ـ أنظر المادة 7 الفقرة 8 من الأمر 06/03 من قانون العلامات، مرجع سابق.

اللغوية فان المشرع بذلك وسع من مجال ابطال العلامات الى مالا نهاية ،و هذا ما يهدد استقرار المعاملات في المجتمع و اذا تم اعتماده يمكن على سبيل المثال ابطال علامة تحمل تسمية "**جبنة المراعي** " لأن لها مثيل في صورة أخرى تحمل تسمية "**Fromage de pâturage**"، أما إذا كان يقصد الترجمة الوظيفية فانه قد يحكم ببطلان معظم العلامات الموجودة في السوق الوطنية لاشتراكها في نفس الوظائف بشأن السلع و هو أمر غير مقبول [1].

و نجد أن المنع جاء لحماية العلامة التجارية المشهورة التي أصبحت راسخة في ذهن المستهلك فهو يعرف مصدر السلعة أو البضاعة و جودتها و تتحقق رابطة ما بين المستهلك و المنتج و هي الثقة فيها، فان أي تسجيل للعلامة تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة للعلامة المشهورة فان من شأن ذلك ايقاع جمهور المستهلكين في لبس، و من ثم يلحق الضرر بمالك العلامة التجارية المشهورة[2].

**خامسا: الرموز التي تحمل بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية**

يخضع التشريع الجزائري الى نص المادة 316 من اتفاقية باريس 1883[3] التي تنص على أن الدول الأعضاء تلتزم برفض تسجيل أو ابطال تسجيل و منع استعمال العلامات المكونة من الشعارات، أعلام أو الشعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو اشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة و الضمان، و قد استبعدت هذه الرموز لأن تسجيلها أو استعمالها يؤديان الى المساس بحق، و يسقط هذا الحظر إذا رخصت هذه الدولة أو تلك المنظمة لصاحب العلامة تسجيل ذلك الرمز كعلامة لبضائعه أو خدماته.

وبهذا الصدد تقع العلامة المسجلة تحت طائلة البطلان في الحالات التالية:

---

[1] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص ـ ص 38 ـ60.

[2] ـ سلامي ميلود، مرجع سابق، ص 81.

[3] ـ المادة 6 الفقرة3 من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية.

- الرموز المنقولة والمقلدة لشعارات رسمية للدولة: كإبطال علامة تحمل تسمية (الدستور للكهرباء) أو (مشروب المصلحة الوطنية ).

- في هذه الحالة اذا تم استغلال هذه الدمغات أو الشارات، فهي تعتبر جريمة يعاقب عليها القانون اذ تنص المادة 205 من قانون العقوبات الجزائري "يعاقب بالسجن المؤبد كل من قلد خاتم الدولة أو استعمل الخاتم المقلد..."[1].
- الرموز المنقولة والمقلدة الأعلام: سواء تعلق الأمر بالعلم الوطني أو بعلم دولة أجنبية
- الرموز المنقولة والمقلدة لاسم مختصر رسمي: كاستعمال بعض المختصرات الرسمية كعلامة على سبيل المثال علامة تحمل اسم (ONDA) الذي هو اختصار لمؤسسة الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.
- الرموز المنقولة أو المقلدة لشارة رسمية أو دمغة رسمية: كالشارات التي يضعها أفراد القوة العمومية أو أفراد الجيش الشعبي الوطني أو الرموز التي ترد في الدمغة الرسمية والأختام الخاصة بالإدارات العمومي.
- الرموز المنقولة و المقلدة لرموز خاصة بالمنظمات الدولية : كرمز منظمة الصليب الأحمر الدولي (حيث فرضت اتفاقيات جنيف التي أبرمت في عام 1949 على الدول التي انضمت اليها أن تتخذ الإجراءات الضرورية لمنع إساءة استخدام شعار الصليب الأحمر ، و منع استخدامه من أية جهة غير مخولة بذلك ، و عددت الاتفاقية جهات محددة على سبيل الحصر يحق لها وحدها استخدام هذا الشعار )،أو منظمة الصحة العالمية[2].

**سادسا: الرموز التي يحضر استعمالها بموجب اتفاقيات دولية متعددة الأطراف**

[1] ـ المادة 205 من قانون العقوبات، مرجع سابق.

[2] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 57.

بالرجوع إلى القانون العلامات الجزائري يلاحظ أن المشرع نص على قائمة من الرموز المستثناة من التسجيل ومن بينها الرموز التي يحضر استعمالها بموجب اتفاقية دولية متعددة الأطراف[1]، في حالة اذا صادقت الجزائر على هذه الاتفاقيات فإنها تشكل جزءا من نظامها القانوني، و يمنع على المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تسجيل الرموز المحضورة في هذه الاتفاقيات، كما له الحق في رفض تسجيلها.

و من بين الاتفاقيات الدولية التي انضمت اليها الجزائر اتفاقية نيروبي لحماية الرمز الأولمبي الخاص بالألعاب الرياضية الأولمبية المبرمة في مدينة نيروبي في كينيا في سنة 1981[2] التي تحضر استعمال أي اشارة تتكون من الرمز الأولمبي أو تتضمن ذلك الرمز كما هو محدد في ميثاق اللجنة الدولية الأولمبية، كما تلتزم الدول المنظمة بإلغاء تسجيل تلك الاشارة كعلامة و تتخذ التدابير المناسبة لحظر استعمالها كعلامة(المادة الأولى من معاهدة نيروبي).

أما في حالة وجود علامات تم تسجيلها قبل مصادقة الجزائر على هذه الاتفاقيات، فهنا يطرح تساؤل حول مصير هذه العلامات هناك احتمالين:

**الاحتمال الأول** :اما ابطال هذه العلامات بقوة القانون بأثر رجعي بحيث تعتبر كأن لم تكن و يؤسس هذا الاحتمال على نص المادة 132 من الدستور التي تجعل الاتفاقية أسمى من القانون الداخلي ،و بالنتيجة أسمى من قانون العلامات و مثل هذه النتيجة قد تؤدي الى الحكم بالإبطال التلقائي للعلامة دون الحاجة الى دعوى قضائية [3].

---

[1] ـ مادة 7 الفقرة 4 من الأمر 06/03 التي تنص:" **تستثنى من التسجيل ..... الرموز التي تحظر استعمالها بموجب ..... الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها** "

[2] ـ مرسوم رقم 84ـ 85 المؤرخ في 19 رجب عام 1404 الموافق 21 أبريل سنة 1984، يتضمن انضمام الجزائر الى معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي المعتمدة في نيروبي في 26 سبتمبر سنة 1981. معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي المعتمدة في نيروبي بتاريخ 26 سبتمبر 1981، ج ر العدد 17 سنة 1984.

[3] ـ أنظر المادة 21 و20 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات.

**الاحتمال الثاني**: في حالة كون العلامة المسجلة تقع ضمن دائرة الحضر المنصوص عليه في اتفاقية متعددة الأطراف فانه لا يمكن ابطالها الا بموجب حكم قضائي بناء على دعوى يباشرها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بصفة المدعي [1].

مما تقدم يتبين أن الشروط اللازم توافرها في العلامة التجارية هي أن تكون مميزة وجديدة ومشروعة فاذا لم تتوفر هذه الشروط أو نقص أحدهما، فلا تعتبر علامة تجارية وتكون باطلة، سواء تم تسجيلها أو لم يتم تسجيلها، فاذا كانت العلامة غير مميزة أو مشابهة مع علامات أخرى أو مقلدة أو مزورة أو كانت العلامة مضللة مخالفة للنظام العام كانت باطلة وجاز لإدارة العلامات التجارية رفض تسجيل العلامة، وإذا ما سجلتها فعلا رغم ذلك جاز طلب الحكم ببطلانها وشطب تسجيل العلامة.

[1] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 54.

## المبحث الثاني
## الشـــروط الشكلية

ان اختيار علامة صحيحة مستوفية للشروط الموضوعية التي يستوجبها القانون لا يكفي لكي تحظى هذه الاخيرة بحماية القانون واحتكارها من قبل صاحبها، لذلك وضعت التشريعات المختلفة مجموعة من الإجراءات وذلك لتمكين مالكي العلامة من الحصول على مركز قانوني سليم يمكنهم من حفظ حقوقهم، والتي تتمثل في الشروط الشكلية فهي الوسيلة التي تحول العلامة من الوجود الواقعي للعلامة الى المجود القانوني.

وتعتبر كذلك وسيلة وقائية تؤدي مهمة حماية العلامة ووسيلة لإعلام الغير بوجودها وبالتالي يمنع عليهم استعمالها.

ولقد أحالت المادة 13 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات فيما يخص تحديد شكليات إيداع العلامة وكيفيات فحصها وتسجيلها ونشرها الى التنظيم. تقضي دراسة الشروط الشكلية لتسجيل العلامة معرفة إجراءات إيداع طلب التسجيل العلامة وكذلك فحص طلب إيداع العلامة والذي يتضمن الفحص الموضوعي والشكلي (الفرع الأول) وانتهاء بتسجيل العلامة ونشرها (الفرع الثاني).

### المطلب الأول
### ايداع الطلب وفحصه

ان اختيار علامة صحيحة مستوفية للشروط الموضوعية التي يستوجبها القانون لا يكفي لكي تحظى هذه الاخيرة بحماية القانون، واحتكارها من قبل صاحبها فلا بد أن تتجسد ملكيتها قانونيا وذلك باتباع الاجراءات التي يتطلبها القانون، المتمثلة في ايداع طلب التسجيل لدى الهيئة المختصة (الفرع الأول)، وفحصه (الفرع الثاني).

## الفرع الأول
## ايداع طلب التسجيل

يوجد في القانون المقارن نظامين رئيسيان لاكتساب ملكية العلامة، إذ نجد من يتبنى نظام الاستعمال، وهناك من يتبنى نظام الإيداع.

**أولا- نظام الاستعمال**

إن اكتساب ملكية العلامة في هذا النظام يكون عن طريق واقعة مادية والمتمثلة في واقعة الاستعمال، حيث تعود ملكية العلامة للشخص الأول الذي قام باستعمال العلامة ولو سبقه غيره إلى تسجيلها[1]، وعليه أن يثبت أنه فعلا هو الأول من استعمل العلامة ولو سبقه غيره إلى تسجيلها، وعليه أن يثبت أنه فعلا هو الأول من استعملها، أي من وضعها على المنتجات وعرضها للبيع، فلا يتطلب على هذا الأخير القيام بأي إجراء لاكتساب العلامة في هذا النظام. ومن التشريعات التي طبقت هذا النظام نجد القانون الفرنسي.

والاستعمال المكسب لملكية العلامة هو الاستعمال التجاري أي الاستعمال الفعلي والجدي والمستمر للعلامة في مرافقتها للمنتجات والخدمات وتمييزها عن غيرها المنافسة لها في الأسواق، كما يجب أن يكون الاستعمال ظاهرا وعلنيا بكيفية تصل إلى الجمهور كوضع العلامة على المنتجات وعرضها للبيع [2].

ومن مزايا هذا النظام، أن يكون مالك العلامة الذي يهمل تسجيلها بمأمن من أن يغتصب علامته منافس له أو أن يقلدها بطريقة تسجيلها باسمه، إلا أنه لا يخلو من مساوئ لما يؤدي إليه من تشجي أصحاب العلامات على إهمال تسجيلها، كما أنه يجعل مركز صاحب التسجيل

[1] FRANCON Andre, cours de propriété littéraire, Artistique et industrielle, Litec, paris, 1999.

[2] HAROUN ALI, La protection de la marque au Maghreb, O.P.U, Alger,1979,p 34.

قلقا لمدة طويلة بسبب الأسبقيات التي يمكن أن تظهر من فترة لأخرى، هذا إلى جانب تعذر من له أسبقية الاستعمال في حالة حصول تنازع على ملكية علامة قديمة[1].

**ثانيا ـ نظام الإيداع**

فبمقتضاه يكون التسجيل أو الإيداع منشأ لحق ملكية العلامة[2]، أي يعتبر مالكا للعلامة الشخص الأول الذي قام بإجراء الإيداع أمام الجهة المختصة وفقا لإجراءات قانونية معينة تمهيدا لتسجيلها، عليه يعتد في هذا النظام بسبق إيداع العلامة وليس بسبق استعمالها، إذ أن الإيداع في هذا النظام هو الذي يؤدي إلى نشـــوء الحق على خلاف الأمر في نظام الاستعمال الذي يعـــد مقررا له.

لهذا النظام مزايا منها أنه يسمح بتحديد التاريخ الذي بدأ فيه استعمال العلامة واكتساب ملكيتها بدقة عكس نظام الاستعمال، كما أنه يسمح بإعلام الغير عن العلامات التي تم تسجيلها، وبالتالي فهو يسهل الأمر على من يريد اتخاذ علامة لتمييز منتجاته أو خدماته من معرفة إن كانت تلك العلامة قد سبق إيداعها أم لا وذلك بالرجوع إلى السجل الخاص بالعلامات، كما يحدد المنتجات أو الخدمات التي تغطيها العلام والتي تحظى بالحماية في إطارها[3].

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أخذ بالنظام الإيداع، فملكية العلامة تكون لمن كانت له الأسبقية في تسجيلها لدى المصلحة المختصة حيث نص المشرع على أنه: " يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة".

[1] ـ وهيبة لعوارم بن أحمد. مرجع سابق، ص 60.

[2] ـ المرجع نفسه، ص 60.

[3] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص ـ ص 153، 154.

كما نص في المادة 6 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه:" ما عدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو شخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس المذكورة أعلاه" ، فالعبرة في تقدير ملكية العلامة هي بسبق التسجيل لا بسبق الاستعمال لها، فإذا فرض و قام صاحب العلامة باستعمالها فعلا ظاهرا و عاما، و سبقه آخر إلى تسجيل ذات العلامة لتمييز نفس النوع من البضائع و المنتجات، كانت الأفضلية لمن ثبت تسجيله للعلامة لدى المصلحة المختصة قبل الآخر فتثبت له ملكيتها بالرغم من عدم استعمالها[1].

وعليه فاكتساب ملكية العلامة في القانون الجزائري تكون عن طريق إجراء الإيداع، وهو نفس النظام الذي انتهجه المشرع في التشريع السابق للعلامات، حيث نص أن ملكية العلامة تكون لمن كانت له أسبقية في إيداعها.

يقصد بالإيداع هو اجراء أولي في تسجيل العلامة [2]، فهي عملية تسليم أو ارسال ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة إلى المصلحة المختصة و ذلك بهدف تسجيل هاته العلامة و بالتالي حمايتها و استئثاره بالحقوق الناتجة عليها.

**1. اجراءات ايداع طلب تسجيل العلامة وطنيا:**

يقصد بها الإجراءات التي يجب إتباعها لكي يتم تسجيل العلامة، بحيث تصبح صالحة للاستغلال التجاري الحماية من طرف الدولة.

[1] ـ حمود نور الهدى، عزايزية شيماء، العلامة التجارية ـالاكتساب، الطبيعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022، ص 24.

[2] ـ شريفي نسرين، مرجع سابق، ص 149.

نصت المادة 13 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على: " تحدد شكليات إيداع العلامة وكيفيات وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم" ولهذا الغرض صدر المرسوم التنفيذي رقم 277/05 الذي ينظم إجراءات تسجيل العلامة التي تمر عبر المراحل.

**2. صاحب الايداع**

لم تحدد غالبية التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية الأشخاص الذين يحق لهم طلب تسجيل العلامة، فلم يحدد المشرعان الفرنسي والانجليزي وكذلك الأردني والعراقي الأشخاص الذين لهم الحق في طلب تسجيل العلامة التجارية.

وأيضا بالنسبة للمشرع الجزائري الذي كان من التشريعات الذي لم يحدد هؤلاء الأشخاص، كما لم يورد الشروط المتعلقة بطالب التسجيل، بل ترك المجال مفتوحا لكل من أراد امتلاك علامة سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا.

وبالتالي يمكن تحديد أصحاب الحق في الإيداع كالتالي:

**الشخص الطبيعي**

كل شخص طبيعي له الحق في تقديم طلب التسجيل، سواء كان تاجرا أم غير تاجر (مخترعا أو شخصا عاديا...)، وسواء كان مقيما في الجزائر أم غير مقيم في فيها، لكن القيد المهم هو أن يحدد البضاعة أم الخدمة التي يريد منها أن تحمل العلامة، وهذا أمر صعب لغير التاجر، فلا يستطيع مثلا موظف أن يحمل علامة تميز خدمته في الدائرة عن غيره لأن هذا يتعارض مع النظام العام[1].

[1] ـ نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية ـ ملكية الصناعية، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 301.

كما أنه يمكن لأي شخص أن يسجل علامة لمصلحة شخص أخر عن طريق الوكالة بناء على ما نصت عليه المادة 7 من المرسوم التنفيذي 277/05 المذكور سابقا، بشرط أن يرفق الطلب بالوكالة بحيث تكون تلك الوكالة مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه والمهام المخولة له في حدود ما يسمح به قانون العلامات.

بالنسبة للمقيمين خارج الجزائر فانه يتوجب عليهم توكيل وكيل معتمد من قبل وزير المكلف بالملكية الصناعية يمثلهم لدى المصلحة المختصة[1] و في هذا الصدد و طبقا للمادة 02 من القرار المؤرخ في 2009/5/12[2] الذي يحدد كيفيات منح الاعتماد للوكلاء في مجال الملكية الصناعية، فان الوزير المكلف بالملكية الصناعية يمنح اعتمادا للوكيل في مجال الملكية الصناعية لكل شخص طبيعي يستوفي الشروط المحددة و المتمثلة في:

أنه يجب أن يكون حاملا للجنسية الجزائرية و أن يكون مقيما في الجزائر، و أن يثبت الاقامة بعقد ملكية أو عقد الايجار، وأن يكون جامعيا، و ان يثبت تكوينا في مجال قانون الملكية الصناعية أو خبرة مهنية في الميدان لا تقل عن 3 سنوات[3].

وبالنسبة لطلب الحصول على اعتماد وكيل في مجال الملكية الصناعية فإنه يمكن لكل شخص أن يقدم طلبا الى الوزير المكلف بالملكية الصناعية مرفقا بوثائق المحددة في القرار.

---

[1] ـ المادة 13 الفقرة 2 من الأمر 06/03، والمادة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 346/08 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 277/05 في 2 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها والتي تنص على أنه تعدل ويتمم أحكام المادة 6 من المرسوم 05 /277 كما يلي:" **.... يجب أن يمثل طالبو تسجيل العلامات المقيمون في الخارج لدى المصلحة المختصة من قبل وكيل طبقا للكيفيات التي تحدد بقرار من الوزير المكلف بالملكية الصناعية ".**

[2] ـ قرار مؤرخ في 12 مايو 2005، يحدد كيفيات منح الاعتماد للوكلاء في مجال الملكية الصناعية، ر ج ج ج العدد 37 الصادر في 24 يونيو 2009.

[3] ـ المادة 03 من القرار المؤرخ في 12 ماي 2009، يحدد كيفيات منح الاعتماد للوكلاء في مجال الملكية الصناعية.

وطبقا للمادة 4 من نفس القرار يمنح مقرر الاعتماد من طرف الوزير المكلف بالملكية الصناعية خلال 60 يوما ابتداء من تاريخ إيداع طلب الاعتماد، وبعد ذلك يبلغ المقرر للمعني والى المصلحة المختصة لنشره في المنشور الرسمي للملكية الصناعية. و يتمتع الوكيل المعتمد بأهلية إيداع العلامات لصالح الغير سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا و يمنح للوكيل المعتمد أهلية القيام بكل الإجراءات للحصول على حقوق وكيله لدى المصلحة المختصة[1].

**الشخص المعنوي**

كذلك يسمح القانون الجزائري لكل شخص معنوي أن يودع طلب تسجيل علامة، سواء كان شخصا عاما أم خاصا، وسواء كان تجاريا أم مدنيا، سواء كان مقره في الجزائر أم خارجها.

لكن بالنسبة للشخص المعنوي الذي يكون مقره في الخارج فيجب عليه توكيل نائب قانوني مقيم في الجزائر ليتكفل بالإجراءات وفق ما تقتضيه المادة 13 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات.

ويتميز الشخص المعنوي عن الشخص الطبيعي بأمر هام وهو كونه يستطيع أن يسجل نوعا خاصا من العلامات هي العلامات الجماعية التي عرفتها المادة 2/2 من الأمر 06/03 بأنها " كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندها تستعملها هذه المؤسسات تحت رقابة مالكها".

فمن خلال هذا التعريف يتضح أن العلامات الجماعية تقتصر على الأشخاص المعنوية العامة والخاصة التي تتولى مراقبة وفحص المنتجات والخدمات[2].

[1] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 159.

[2] ـ لعماري وليد، "الإجراءات القانونية لتسجيل العلامة على المستويين الوطني والدولي"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، عدد 8، جامعة الجزائر 1، 2019، ص 53.

يلزم المشرع كل من يريد أن يستغل شكلا معينا كعلامة لتمييز منتجاته أو خدماته، أن يقدم طلبا الى الهيئة المختصة وذلك اما بنفسه أي بتوجيهه شخصيا أمام هذه الهيئة، أو بواسطة رسالة مضمونة مع طلب الاشعار بالتسليم أو عن طريق توكيل وكيل.

### 3. مكان الايداع

يتم ايداع طلب التسجيل في القانون الجزائري مباشرة لدى مديرية العلامات المتواجدة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، كما يجوز ارسال الطلب عبر البريد أو بأي وسيلة مناسبة تثبت الاستلام[1].

تمثل المصلحة المختصة طبقا للمادة 2 من الأمر 06/03 في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الذي حل محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي و الملكية الصناعية و محل المركز الوطني للسجل التجاري، و قبل ذلك كانت المصلحة المختصة تتمثل في المكتب الوطني للملكية الصناعية الذي أنشأ بمقتضى المرسوم رقم 63/ 248 المؤرخ في 10 يوليو 1963 [2]،وكانت اختصاصاته تشمل كل أنواع الملكية الصناعية و التقييس، ولكن لم يقتصر على هذا المجال فقط، بل كانت تشمل كذلك كل ما يتعلق بالسجل التجاري.

ثم أنشأ المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية بناء على الأمر رقم 73-62 المؤرخ في 21 نوفمبر1973[3] ونتيجة ذلك انتقلت اختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية في ميدان الملكية الصناعية الى مكتب الجديد الذي أصبح يتولى استلام وفحص طلبات

[1] ـ المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، مرجع سابق

[2] ـ المرسوم رقم 63-248 مؤرخ في 10 يوليو 1963، يتضمن انشاء مكتب الوطني للملكية الصناعية، ج رج ج، عدد 49، الصادر بتاريخ 19 يوليو1963. (ملغى)

[3] ـ أمر رقم 73 / 62 مؤرخ في 21 نوفمبر 1973 يتضمن إحداث المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، ج ر ج ج، عدد 95، الصادر بتاريخ 27 نوفمبر 1973. (ملغى)

الإيداع الخاصة بالعلامات في جميع أنواعها وتسجيلها ونشرها، وفيما يخص المكتب الوطني للملكية الصناعية، تغيرت تسميته فأصبح المركز الوطني للسجل التجاري، و تم تحويل كافة أعمال المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي و الملكية الصناعية المتعلقة بالعلامات و الرسوم و النماذج الصناعية و تسميات المنشأ الى المركز الوطني للسجل التجاري بموجب المرسوم 86- 248[1] و المرسوم 86-249[2] المؤرخان في 30 سبتمبر 1986، مع احتفاظ المعهد بصلاحياته فيمل يتعلق ببراءات الاختراع. وعليه فان الإجراءات الخاصة بالإيداع كانت تتم لدى المركز المكلف بالسجل التجاري والصناعية والتجارية، الى غاية صدور المرسوم التنفيذي رقم 98- 68[3] الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، والذي حل محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية فيما يخص صلاحياته المتعلقة بالاختراعات، و الرسوم و النماذج الصناعية و العلامات، و تسميات المنشأ.

مع الإشارة الى أن الصلاحيات المتعلقة بالتقييس منحت إلى هيئة جديدة سميت بالمعهد الجزائري للتقييس وانحصر اختصاص المركز الوطني للسجل التجاري في السجل التجاري وتنظيمه. والمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، ويؤدي المعهد مهمة الخدمة العمومية ويمارس صلاحيات الدولة فيما يتعلق بالملكية الصناعية ومن بين صلاحيات المعهد في ميدان العلامات:

[1] المرسوم التنفيذي رقم 248/68 المؤرخ في 30 سبتمبر 1986 يتضمن نقل الوصاية الى المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، ج ر ج ج، عدد 40، الصادر بتاريخ 1 أكتوبر 1986.

[2] ـ المرسوم التنفيذي 86- 249 مؤرخ في 30 سبتمبر 1986 يحول الى المركز الوطني للسجل التجاري، الهياكل والوسائل والأملاك والأعمال والمستخدمين الذين كان يحوزهم أو يسيرهم المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، فيما يخص علامات الطراز، والرسوم والنماذج والتسميات الأصلية، ج ر ج ج، عدد 40، الصادر بتاريخ 1 أكتوبر 1986.

[3] ـ المرسوم التنفيذي 98-68 مؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي، ج ر ج ج، العدد 11 الصادر في 2 مارس 1998.

ـ دراسة طلبات إيداع العلامات والرسوم وتسميات المنشأ.

ـ تسجيل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية وعقود التراخيص وعقود بيع هذه الحقوق.

يقوم صاحب العلامة بتقديم طلب التسجيل الى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، و قد حددت المادة 04من المرسوم 277/05[1]، ما يتضمنه ملف طلب تسجيل العلامة و الذي يشترط فيها بيانات الزامية و هي :

- طلب تسجيل يقدم في استمارة رسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل وإذا كان الأمر يتعلق بشخص معنوي فيجب ذكر اسمه وعنوانه أو مقره ومركزه.
- صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الاطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية و اذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة و يشكل ميزة للعلامة، على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة
- قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات
- وصل يثبت دفع رسوم الايداع والنشر المستحقة

يجدر الاشارة هنا أن طلب الايداع لا يقبل الا إذا قام مودع الطلب بدفع رسوم الايداع والنشر المستحقة، والمقدرة "16.000دج"، وذلك في حالة إيداع علامة من صنف واحد، أما إذا تعددت التصنيفات تضاعف الصنف الواحد ب "20.000دج"، وطبقا لمادة 09 من المرسوم 277/05 السابق الذكر فإن هذه الرسوم المدفوعة غير قابلة للاسترداد في حالة ما إذا تم سحب أو رفض طلب التسجيل.

ويعتبر تاريخ الايداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة طلب التسجيل.

[1] ـ مادة 4 من المرسوم 277/05 السابق الذكر.

بعد أن يقوم صاحب العلامة بتسليم ملف طلب الايداع، يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بإرساله الى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرتها و تتضمن تاريخ و ساعة الايداع [1]، و يشترط لقبول هذا الطلب ضرورة توفره على جميع البيانات المنصوص عليها المذكورة سابقا، و في حالة وجود أخطاء مادية واردة في الوثائق المودعة فان المودع يمكن له قبل تسجيل العلامة طلب استدراك الأخطاء المادية (المادة 8 من المرسوم التنفيذي أعلاه ). [2]

ولابد من الاشارة هنا الى امكانية المودع سحب طلب التسجيل في أي وقت قبل التسجيل، أي في حالة إذا عدل من قراره ورفض تسجيل العلامة فهنا يمكن أن يقوم بسحب الطلب، وإذا كان طلب السحب محرر من قبل الوكيل فيجب أن يرفق هذا الطلب بوكالة خاصة مؤرخة وممضاة تحمل اسم الوكيل وعنوانه (المادة 09 من المرسوم 277/05)، وفي حالة الموافقة على السحب لا تسترد الرسوم المدفوعة[3].

**ثانيا: اجراءات ايداع طلب تسجيل العلامة دوليا**

اذا رغب مالك العلامة أن تحظى علامته بحماية دولية، فعليه أن يتقدم بطلب تسجيلها دوليا أمام المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، الذي نص عليه **"اتفاقية مدريد"** [4]، ويتم ذلك وفق الاجراءات المنصوص عليها في هذا الاتفاق وكذلك "برتوكول الاتفاق" الذي تم اعتماده سنة، 1989 نذكر أهم هذه الاجراءات كالتالي :

[1] ـ المادة 3 من المرسوم التنفيذي 277/05، مرجع سابق.

[2] ـ المادة 8، مرجع نفسه.

[3] ـ المادة 9، مرجع نفسه.

[4] ـ اتفاقية مدريد المبرمة بتاريخ 14 أفريل 1891 والمتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات، والتي أعيد النظر فيها في ستوكهولم بتاريخ 14 /1967/7.

- يشترط على طالب التسجيل الدولي أولا أن يكون قد سجل العلامة أو أودع طلب لتسجيلها لدى مكتب الوطني للعلامات وأن يذكر في ذلك الطلب أنه يرغب في الاستفادة من التسجيل الدولي، ويبين الدول التي يرغب في مد الحماية اليها.

- ونشير هنا الى أن إيداع طلب التسجيل الدولي لا يتم مباشرة من طرف المعني وإنما يتم عن طريق مكتب الوطني المتلقي للتسجيل الأساسي الذي يسمى وفق المادة 2/2 " مكتب المنشأ "
- أوضحت اتفاقية مدريد وجوب تقديم الطلب الدولي على الاستمارات[1] المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية، و أن نظام مدريد ألزم مكاتب المنشأ بأن تقدم لمن يريد أن يودع طلب دوليا لتسجيل علامته التجارية استمارات معدة لذلك .
- فالمكتب الدولي للويبو يزود تلك المكاتب بهذه الاستمارات، وما على مكتب المنشأ الا أن يقدمها لمن يريد أن يودع طلبا لتسجيل الدولي للعلامات.
- وعلى الادارة المختصة في بلد المنشأ أن تشهد أن البيانات الواردة في هذا الطلب تطابق البيانات الواردة في التسجيل الأساسي، وأن تذكر تواريخ وأرقام إيداع وتسجيل العلامة في بلد المنشأ، وكذلك تاريخ طلب التسجيل الدولي[2].
- وعلى المودع أن يذكر السلع أو الخدمات التي يطالب بحماية علامتها، وأن يبين أيضا إن أمكن الصنف أو الاصناف المقابلة لها تبعا للتصنيف المعد بموجب اتفاق "نيس" بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات[3].

---

[1] ـ يقصد بالاستمارة: " ذلك النموذج الذي يعده المكتب الدولي للويبو لغايات إيداع طلب الدولي لتسجيل العلامات لدى المسجل الدولي للعلامات، ويوزعها على مكاتب المكلفة بتسجيل العلامات لدى الأطراف المتعاقدة في نظام مدريد، والتي تكون مكتب منشأ لتلك العلامات حسب مقتضى الحال ".

[2] ـ المادة 3 الفقرة 1 من اتفاقية مدريد، مرجع سابق.

[3] ـ المادة 3 الفقرة 2، مرجع نفسه.

- يتعين أن يتضمن الطلب الدولي صورة مستنسخة من العلامة و يجب أن تكون مطابقة للعلامة الواردة في الطلب الأساسي، و في هذا الموضوع ألزمت القاعدة التاسعة مقدم الطلب وضع صورة مستنسخة من العلامة، و التي يجب أن يكون مقاسها ملائما لإدراجها في الاستمارة الرسمية، و يجب أن تكون هذه الصورة واضحة باللونين الأبيض و الأسود و الألوان، اذا ما كانت الألوان عنصرا مميزا للعلامة، و في هذه الحالة يطلب من صاحب العلامة أن يحدد الألوان المستخدمة في العلامة و التي تميزها علما بأنه في حالة ما اذا رغب في حماية لون العلامة الملونة اضافة الى الواردة في طلب التسجيل كما ترفق هده النسخ بالإخطارات الصادرة عن المكتب الدولي . وتحدد اللائحة التنفيذية عدد هذه النسخ.

- وبعد ذلك ينتقل الطلب من المكتب الوطني الى المكتب الدولي للويبو للاطلاع والتحقق من مدى موافقته لاتفاق مدريد وذلك بفحصه بدقة من الناحية الشكلية فقط، أي من حيث اكتمال الوثائق والبيانات وأداء الرسوم، فاذا رفضه فانه يضرب على المودع أجل 3 أشهر من أجل تدارك النقص والا اعتبر متخليا عن طلبه، أما في حالة قبله فانه يسجل العلامة على الفور[1].

## الفرع الثـاني
## فحـــص الطلب

تتولى المصلحة المختصة أي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية القيام بفحص ملف الايداع من الناحية الشكل ومن الناحية المضمون، مقابل تحرير محضر يثبت تاريخ الايداع، ساعته ومكانه، وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم، ونظرا للبيانات المدرجة فيها تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين وهي بمثابة شهادة ايداع[2].

[1] ـ بوترعة شمامة، " الحماية القانونية للعلامات التجارية وفقا لاتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية لعام 1891"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 16، العدد 1، جامعة الاخوة منتوري، الجزائر، 2023، ص974.

[2] ـ شريفي نسرين، مرجع سابق، ص 150.

أما فيما يتعلق بسلطة الادارة في فحص الطلب التسجيل فقد انقسمت التشريعات إلى أربعة اتجاهات:

- الاتجاه الاول هو النظام الفرنسي وبمقتضاه يتم قبول طلب الايداع ودون فحص سابق، بمعنى أنه لا يجوز للإدارة أن ترفض الإيداع بحجة أن العلامة غير جديدة أو لأي سبب آخر.
- أما الاتجاه الثاني فهو النظام السويسري وبموجب هذا النظام توضع العلامة دون فحص سابق لها على أنه يحق الإدارة رفض طلب الايداع في حالة ما إذا كانت العلامة غير مشروعة أو مضللة أو لا تتوافر فيها أحد الشروط الموضوعية فهنا يتعين على صاحب الطلب أن يقوم بسحبه،
- أما فيما يتعلق بالاتجاه الثالث فهو الاتجاه الألماني وبمقتضاه يمكن الإدارة أن ترفض طلب الإيداع إذا تبين لها أن العلامة تشتمل على شعارات أو علامات مخالفة الآداب العامة، وقد تجد الإدارة أن العلامة المطلوب إيداعها مطابقة تماما لعلامة أخرى سبق إيداعها فيتوجب عليها عندئذ أن ترفض طلب الإيداع ـ أما الاتجاه الرابع فهو النظام الإنجليزي وبمقتضاه لا يقبل الإيداع ما لم تجري الإدارة المختصة فحصا سابقا للعلامة يكون متضمنا نشر طلب الإيداع بالإضافة إلى منح طلب الاعتراض للغير، على أن تقدم الاعتراضات إلى أمين السجل المختص بالإيداع ليتخذ قرارا بشأنه[1].

**أولا: الفحص الشكلي**

يقصد بالفحص الشكلي للإيداع قيام مصلحة العلامات بمراقبة مدى توفر الايداع على الشروط الشكلية له و المتمثلة في بيانات طلب التسجيل، و النسخ المطلوبة من العلامة و القائمة الخاصة بالسلع أو الخدمات، و الوصل المثبت لدفع رسوم الايداع، و قد أخذ المشرع الجزائري

[1] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 176.

بمقتضى المادة 10 من المرسوم 277/05[1] التي تنص " تفحص المصلحة المختصة ما إذا كان الايداع يستوفي الشروط المحددة في المواد من 4 الى 7 أعلاه، و عند عدم استيفاء الإيداع لهذه الشروط تطلب المصلحة المختصة من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين و يمكن تمديد هذا الأجل عند الاقتضاء لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب الطلب و في حالة عدم تسوية في الآجال المحددة ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل و في حالة رفض الطلب لا تسترد الرسوم المدفوعة ".

ومن خلال هذا النص ميز المشرع في إطار الفحص الشكلي للإيداع في حالتين هما:

- حالة استيفاء الطلب للشروط الشكلية وهنا تدلى المصلحة المختصة بتقرير ايجابي بقبول الفحص من حيث الشكل وتبدأ المرحلة الثانية أين تفحص الطلب من حيث الموضوع.
- و حالة عدم استفاء الطلب للشروط الشكلية و هنا نفرق بين وضعيتين قانونيتين هما: [2]

**اصدار قرار مؤقت:** في الحالة ما إذا كان الطلب غير مستوفي لشروطه الشكلية التي حددتها المواد 4 و7 من المرسوم أعلاه يمكن للمصلحة المختصة إصدار قرار بالرفض المؤقت ويتضمن هذا القرار دعوة المودع إلى تصحيح طلبه في مهلة شهرين ويمكن تمديد هذه المهلة لنفس المدة شريطة أن يتقدم المودع بطلب يعلل فيه سبب تمديد مدة التصحيح[3].

يجدر الاشارة على أنه يمكن للمودع أن يتظلم من هذا القرار إذا لاحظ أن طلبه الأصلي كان مستوفي لشروطه الشكلية وأن الرفض جاء غير مؤسس، وهنا المودع يكون مظلوم من هذا القرار لذلك تقوم الإدارة في الفصل في هذا التظلم على وجه السرعة إما بقبول التظلم وبالنتيجة المرور إلى الفحص الموضوعي، وإما برفض التظلم ودعوة المودع مجددا الى تصحيح طلبه الأصلي

[1] ـ مادة 10 من المرسوم 277/05 يحدد كيفيات إيداع العلامة وتسجيلها، مرجع سابق.
[2] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 73.
[3] ـ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 176.

في المهلة المذكورة سابقا فإذا قام المودع بالاستجابة إلى هذا القرار وصحح طلب التسجيل فإن المصلحة المختصة تمر إلى مرحلة الفحص الموضوعي.

**اصدار قرار بالرفض النهائي:** تصدر المصلحة المختصة قرار بالرفض النهائي في مرحلة الفحص الشكلي عندما لا يستجيب المودع إلى دعوة تصحيح طلبه في المهلة المقدرة بشهرين وعندئذ تتخذ المصلحة هذا القرار ولا يبقى للمودع غير الطعن القضائي لدى الجهة القضائية المختصة.

**ثانيا: الفحص الموضوعي**

نظم المشرع الجزائري الفحص الموضوعي للإيداع بمقتضى المادتين 11 و 12 من المرسوم 05/ 277[1] و يأتي هذا الفحص كإجراء لاحق للفحص الشكلي، حيث تشرع المصلحة المختصة في الفحص الموضوعي إذا تبين من الفحص الشكلي أن الإيداع استوفى الشروط الشكلية له.

ومن هنا تبحث المصلحة المختصة عما إذا لم تكن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو أكثر من أسباب من الرفض المنصوص عليها في قانون العلامات في المادة 07 من الأمر 06/03[2].

تضيف المادة 02/12 من نفس المرسوم[3] على أنه : "إذا تبين من الفحص أن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب من أسباب الرفض، تبلغ المصلحة المختصة بذلك المودع و تطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل لأقصاه شهران ابتداءا من تاريخ التبليغ و يمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناءا على طلب معلل من صاحب الطلب و لتقدير التشابه

[1] ـ المادة 11 و12 من المرسوم 05 / 277، مرجع سابق.
[2] ـ أنظر المادة 7 من الامر 06/03، مرجع سابق.
[3] ـ المادة الفقرة 2 من المرسوم 277/05، مرجع سابق.

المنصوص عليه في المادة 7الفقرة 8 و9 من قانون العلامات تأخذ المصلحة المختصة بين الاعتبار الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق و اذا تبين للمصلحة المختصة أن الفحص من حيث المضمون مطابق لجزء فقط من السلع و الخدمات المبينة في الطلب لا تسجل العلامة إلا لهذه السلع و الخدمات ".

بناءا على النص نستنتج أن الفحص الموضوعي يستهدف في الأساس على البحث في قابلية طلب للتسجيل كعلامة وتقدير التشابه.

**1. البحث في قابلية الطلب للتسجيل كعلامة:**

يقتضي هذا البحث قيام المصلحة المختصة بالتحري عما إذا كانت العلامة المودعة غير مستثناة من نطاق التسجيل و لهذا الغرض تتأكد المصلحة من مدى توفر الشروط الموضوعية في العلامة المودعة و المتمثلة أساسا في شرط التمييز، وشرط الجدة، و شرط الأسبقية في التسجيل حيث يرفض الطلب، إذا كان هناك ايداع سابق أو علامة مسجلة مملوكة لشخص أخر، و شرط القابلية للتمثيل الخطي تلك التي نصت عليها المادة 1/2 من قانون العلامات[1]. ولا يقتصر هذا الفحص الموضوعي على هذا الجانب بل يشمل كذلك الجوانب التي نصت عليها المادة 7 من الأمر 06/03 التي تم التطرق اليها سابقا والتي تتحدث عن العلامات الغير المشروعة ومخالفة للقانون التي لا تصلح لتسجيلها.

بناءا على ما تقدم يشمل الفحص الموضوعي البحث في هذه الأسباب ومدى توفرها في طلب المودع فإذا توفر سبب أو أكثر منها ينتهي هذا الفحص بصدور قرار يبلغ إلى المودع لإبداء ملاحظاته في أجل أقصاه شهران قابل للتمديد بطلب من المودع أو وكيله لنفس المدة بناءا على طلب معلل، وقد تقبل المصلحة المختصة طعن المودع كما قد ترفضه.

[1] ـ المادة 2 الفقرة 1 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

**2. تقدير التشابه**

خول المشرع الجزائري لمصلحة العلامات سلطة تقدير التشابه بمقتضى الفقرة الأخيرة من المادة 12 من المرسوم 277/05[1].

و الملاحظة أن هذه السلطة تمنح لمصلحة العلامات القدرة على رفض تسجيل العلامة على أساس التشابه[2] و التشابه يخص الرموز المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر ثم استخدامه لسلع مماثلة و مشابهة و يضاف إلى ذلك الرموز المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل أو محل تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، إذا كان من شأن هذا الاستعمال أن يحدث لبسا، و في حالة ما إذا تبين للمصلحة المختصة أثناء الفحص من حيث المضمون أنه مطابق لجزء فقط من السلع و الخدمات المبينة في الطلب فانه لا تسجل العلامة الا لهذه السلع و الخدمات[3].

## المطلب الثـاني
## التسجيل والنشـــر

إذا انتهى الفحص إلى قبول طلب تسجيل العلامة يستفيد المودع من شهادة تسجيل العلامة (فرع أول) والتي تعد كسند ملكية يخول لمالك العلامة حق الاستئثار بها والتمتع بالحماية القانونية، وبعد تسجيل وتقييد العلامة في السجل الخاص بها، وبعدها تأتي عملية النشر (فرع ثاني) والتي يدون فيه كل ما يتعلق من تسجيلات أو تجديدات للعلامة.

[1] ـ المادة 12 من المرسوم 277/05، مرجع سابق.
[2] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 77.
[3] ـ عدنان غسان برونو، مرجع سابق، ص 232.

## الفرع الأول
## تسجيـــل العلامة

يقصد بالتسجيل ذلك القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، والذي يؤدي إلى قيد العلامة في سجل خاص يمسكه المعهد، والذي يقيد في العلامات وكافة العقود الأخرى التي نص عليها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[1].

عليه، يتمتع المعهد الوطني من خلال اختصاصه في اتخاذ قرار التسجيل بسلطة واسعة في الفحص المسبق للتأكد من مشروعية العلامة المطلوب تسجيلها وحمايتها، ومن الصفة المميزة للمنتوج أو الخدمة عن باقي المنتجات والخدمات المماثلة، مع التحقق من عدم مطابقتها لأي علامة أخرى مسجلة أو قدم بخصوصها طلب التسجيل في إطار ما يسمى بالشروط الموضوعية للتسجيل إلى جانب الشروط الإجرائية، التي تكون بصدد نظر مدى توافرها لقبول التسجيل أو رفضه[2].

وهنا يظهر حاليا الفرق بين التسجيل والإيداع، فالإيداع هو عملية تسليم ملف التسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية؛ حضوريا أو عن طريق البريد، اما التسجيل فهو الإجراء الذي يقوم به مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، قصد قيد العلامة في السجل الخاص الذي يمسكه المعهد، وهذا ما يجعل تاريخ الإيداع سابق لتاريخ التسجيل، غير أن المشرع الجزائري بين أن للتسجيل أثر رجعي، أي أن مدة التسجيل يبدأ حسابها من تاريخ الإيداع[3]،

[1] ـ رمزي حوحو، كاهينة زواوي، " التنظيم القانوني للعلامات التجارية في التشريع الجزائري "، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، بسكرة، دون سنة النشر، ص39.

[2] ـ نواة حسين، مرجع سابق، ص58.

[3] ـ المادة 5 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

رغم أن التسجيل هو عملية لاحقة عن الإيداع إلا أن تاريخ الإيداع هو تاريخ التسجيل، والهدف من ذلك حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيئ النية.[1]

وهذا ما أكدته تشريعات كل من الجزائر والمغرب وتونس وذلك في نص المادة 5 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، والمواد 143 و149 من قانون 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية المغربي، وطبقا للفصل 21 من قانون 36/2001 المتعلق بالملكية الصناعية التونسي[2].

وتكتسب العلامة المسجلة الحماية القانونية لمدة عشر (10) سنوات قابلة للتجديد لمدة متتالية غير محددة طبقا للمادة 2/5 من الأمر رقم 06/03، ويمكن لصاحب العلامة تجديد التسجيل حتى يضمن بقاء حقه في العلامة. وطبقا لأحكام المادتين 17 و20 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، لا يجوز عند تجديد التسجيل إدخال أي تغيير على العلامة، أو شطب أو إضافة سلع وخدمات غير التي سجلت من أجلها العلامة مسبقا، إذ يتطلب كل تعديل في نموذج العلامة إضافة في قائمة السلع أو الخدمات إيداعا جديدا[3].

وعليه فإن صاحب العلامة ملزم بتجديد تسجيل العلامة حتى تستمر حمايته القانونية ، طالما أن المشرع لم يحدد عمليات التجديد ، وتنقضي بعدم تقديم طلب التجديد لدى المصلحة المختصة في المدة المحددة لها، أي إذا مرت مهلة ستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل، أو ستة (6) أشهر على الأكثر التي تلي هذا الانقضاء، ولم يقم صاحب العلامة بطلب تجديدها[4].

---

[1] ـ ونوغي نبيل، يوسفي علاء الدين، "شروط منح العلامة التجارية"، مجلة آفاق العلوم، المجلد 04، العدد15، جامعة زيان عاشور، الجلفة،2019، ص143.

[2] ـ حمادي محمد رضا، مرجع سابق، ص36.

[3] ـ شريفي نسرين، مرجع سابق، ص156.

[4] ـ فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص181.

وبناء على هذا يترتب على منح شهادة تسجيل العلامة لصاحبها الحق في طلب تجديد التسجيل بعد انقضاء مدة حماية علامته، والذي سوف نتطرق إليه فيما يلي:

**تجديد التسجيل**

نظم المشرع الجزائري هذا الحق بمقتضى المادة الخامسة (5) الفقرة الثالثة بقولها " يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر سنوات ويسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل وفق الأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق أمر 06/03[1] ".

وعند تجديد العلامة التي مضت عليها (10) سنوات فإنه يجب تقديم طلب التجديد إلى المصلحة المختصة، مع دفع رسوم التجديد خلال مدة ستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء المدة المذكورة أعلاه أو ستة (6) أشهر التي تالي تاريخ انتهاء العشر سنوات، وفي حالة عدم تقديم طلب التجديد خلال تلك المدة تعتبر العلامة باطلة ويجوز لكل ذي مصلحة تقديم طلب تسجيلها في نفس البضاعة أو الخدمة[2].

ويخضع طلب التجديد لفحص جديد تقوم به مصلحة العلامات بغرض التأكد من توفر شروط التجديد لاسيما شرط الإبقاء على النموذج الأصلي للعلامات والقائمة الأصلية للسلع والخدمات المرتبطة بها، وشرط إثبات استعمال العلامة خلال السنة السابقة لانقضائها وأخيرا شرط تقديم طلب التجديد في أجل ستة أشهر من انقضاء الحماية[3].

وفي حالة عدم توفر شرط من هذه الشروط يمكن للمصلحة أن تطلب من طالب التجديد تصحيح طلبه أو تكملة الوثائق الناقصة تحت طائلة رفض طلب التجديد، أما عند استيفاء هذا

[1] ـ المادة الخامسة من أمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[2] ـ فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص175.

[3] ـ عجة جيلالي، مرجع سابق، ص86.

الطلب للشروط القانونية الخاصة به يقبل هذا الطلب وتجدد الحماية لفترة عشر (10) سنوات يبدأ سريانها من تاريخ إيداع طلب التجديد[1].

وتجدر الإشارة على أن جميع القوانين أجازت تجديد التسجيل بعد انهاء هذه المدة، وبهذا يستطيع صاحب العلامة أن يضمن استمرار الحماية لمدة جديدة مساوية لمدة الأولى غالبا أ، علما أن القوانين لم تحدد المرات التي يجوز تسجيل فيها، وهذا يدل على أن لصاحب العلامة حق تجديدها لمرات متتالية وغير متناهية، طالما أنه ملتزم بالتجديد في الوقت المحدد له ووفق الأصول والإجراءات القانونية[2].

والحكمة من فرض تجديد التسجيل هي تيسير فحص طلبات تسجيل العلامات الجديدة، إذ يترتب على عدم تجديد تسجيل بعض العلامات شطبها من السجل، مما يخفف الأعباء على طالبي تسجيل علامات جديدة[3].

## الفرع الثاني
## النشـــــر

بعد دراسة المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ملف طلب إيداع وتسجيل العلامة على المنتوج أو الخدمة، والتأكد من استيفاء الإجراءات القانونية وصحة كل من الإيداع والتسجيل شكلا ومضمونا يصدر قرار نشرها، ليتم اعلام الجمهور أو حتى الصانعين والتجار بالعلامة المسجلة، واحتكارها من مستغلها الذي يحظى بحماية قانونية، حيث يتم إثر ذلك وضع على كل نسخة من النسخ الخمسة رقم التسجيل وطابع المصلحة وتأشيرة مدير المعهد أو ممثليه، ثم توجه إلى المودع أو وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة تسجيل.[4]

---

[1] ـ مرجع نفسه، ص86.

[2] ـ الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، ص190، ص191.

[3] ـ مرجع نفسه، ص 191.

[4] ـ نواة حسين، مرجع سابق، ص58، ص59.

ويتم نشرها في النشرة الرسمية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وذلك على نفقة صاحب العلامة، ويعد نشر العلامة بمثابة إثبات لحق موجودا سابقا عن طريق الإيداع أي كاشف للحق موجود المتمثل في التسجيل وليس منشأ له، فالهدف من النشر هو إعلام الجمهور عن العلامات المسجلة. كما يتم قيد العلامات في دفتر خاص يسمى دفتر العلامات وتقيد فيه كل التصريحات والعقود والأحكام القضائية التي لها علاقة بالعلامة التجارية[1].

نستنتج في الأخير أنه متى قام صاحب العلامة بجميع الإجراءات والكيفيات والشروط المنصوص عليها قانونيا، يصبح له الحق ملكية على علامته والتصرف فيها سواء بالتنازل أو الترخيص للغير باستعمال علامته أو بأي طريقة أخرى ويصح له كذلك حق حماية علامته من أي اعتداء قد يصيبه من الغير، فيمكن له المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي قد تصيبه.

[1] ـ حمادي زوبير، مرجع سابق، ص88.

# الفصل الثـاني
# الحقوق الواردة على تسجيل العلامـات

يترتب على سبق تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كسند ملكية العلامة، حق الاستئثار باستغلالها شخصيا من طرف مالكها عن طريق استعمالها على بضائعه أو سلع أو منتجاته التي يقدمها لجمهور المستهلكين للتعريف بها والإعلان عن جودتها ومميزاتها.

كما يترتب على تسجيل العلامة حق التصرف فيها بجميع أنواع التصرف، فلصاحبها الحق في ابرام كافة التصرفات القانونية التي تكون محلها العلامة المسجلة، وتنقسم هذه التصرفات التي ترد على العلامة إلى تصرفات ناقلة للملكية، والتي نجد فيها عقد البيع وعقد الهبة وعقد الوصية، بينما يتمثل النوع الثاني من التصرفات الواردة على العلامة في التصرفات غير الناقلة للملكية، كعقد الرهن وعقد الترخيص.

إلى جانب تمتع صاحب العلامة بحق التصرف في علامته فإنه يتمتع أيضا بحق حمايتها قانونيا في حالة الاعتداء على علامته إما عن طريق اللجوء إلى القضاء المدني، أو القضاء الجزائي، لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد والتي تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع طلب الحماية.

وكل هذا سنتناوله بتفصيل من خلال هذا الفصل والذي قسمناه إلى مبحثين:

المبحث الأول: التصرفات القانونية الواردة على تسجيل العلامة

المبحث الثاني: الحماية القانونية للعلامة

## المبحث الأول
## التصرفات الواردة على العلامة

تعتبر العلامة في ذاتها مالا منقولا (لها قيمة في التعامل )، و هي عبارة عن منقول معنوي قابل للتصرفات القانونية [1]، حيث بمجرد أن يقوم صاحب العلامة بتسجيلها في الهيئة المختصة يترتب على ذلك الشخص تملك العلامة و تمتعه بجميع سلطات و ذلك من استعمال و استغلال و التصرف طيلة مدة 10 سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع طلب التسجيل، و ذلك طبقا للمادة 5 من الامر رقم 06/03. الا أنه ونظر للطبيعة الخاصة للعلامات والخصائص التي تميز الحق في ملكيتها، لكونها منقولا معنويا فقد أجازت القوانين التصرف بها بمختلف أنواع التصرفات التي تنقسم الى نوعين إما أن تكون تصرفا ناقلا للملكية (المطلب الأول)، أو تصرفا غير ناقل للملكية (المطلب الثاني).

### المطلب الأول
### التصرف الناقلة لملكية العلامة

تنقسم التصرفات الناقلة للملكية التي يمكن أن ترد على العلامة إلى تصرفات ناقلة للملكية بعوض تتمثل في عقد البيع الذي يعتبر من أهم العقود الناقلة للملكية الواردة على العلامة، بحيث يلتزم فيها مالك العلامة بنقل ملكية علامته بمقابل ثمن نقدي يلتزم به المشتري (الفرع الثاني).

أما التصرفات الأخرى الواردة على العلامة الناقلة للملكية دون عوض فهي كذلك تنقسم إلى نوعين يتمثل النوع الأول في عقد الهبة الذي يبرم بين شخص يسمى الواهب أي مالك العلامة الذي يهب علامته لشخص آخر يسمى موهوب له دون مقابل، ويتمثل النوع الثاني في

[1] ـ الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 135.

عقد الوصية، وفيها يقوم الموصي أي مالك العلامة بالتوصية لملكية علامته الى شخص آخر (فرع الثاني).

## الفرع الأول
## التنازل بمقابل - (عقد البيع)

عرف المشرع الجزائري عقد البيع في المادة 54 في القانون المدني الجزائري[1] على أنه " العقد اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص نحو شخص أو عدة أشخاص اخرين بمنح أو فعل أو عدم فعل شيء ما ".

وباعتبار عقد بيع العلامة عقد فيشترط لانعقاده كغيره من العقود الأخرى توافر مجموعة من أركان موضوعية وأركان شكلية.

### أولا: أركان عقد بيع العلامة

يقوم عقد بيع العلامة على ثلاثة أركان وفقا للقواعد العامة، تتمثل في الرضا، والمحل، والسبب، فإذا انعدم ركن من هذه الأركان فلن يقوم العقد، ويكون باطلا بطلانا مطلقا، بالإضافة إلى الرسمية التي تعد الركن الأساسي في عقد بيع العلامة، فإن عدم اتباع الشكل الواجب، يترتب عليه الجزاء الذي نص عليه القانون وهو البطلان المطلق لتخلف أحد أركان العقد.

#### 1. الأركان الموضوعية

لكي ينعقد بيع العلامة صحيحا يجب أن يستجمع ثلاثة أركان، الركن الأول وهو التراضي، والركن الثاني وهو المحل الذي يشمل العلامة والثمن، إضافة الى ركن السبب الذي يعتبر الدافع الى إبرام العقد.

[1] - أمر رقم 75 - 58 المؤرخ في سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني الجزائري، ج رج ج، العدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.

**أ- التراضي**

يقصد بالتراضي توافق ارادتين أو أكثر على احداث أثر قانوني، و ان وجوده يستوجب التعبير عن ارادتين و يستلزم تطابقهما. [1]

ففي عقد بيع العلامة يستلزم لانعقاده اقتران ارادتين متطابقتين، إرادة كل من مالك العلامة مع إرادة مشتري العلامة حول طبيعة العقد وحول العناصر الجوهرية للعقد و على المسائل الثانوية كمسألة مكان و تنفيذ العقد أو طريقة ذلك، و يستوي أن يصدر الايجاب من البائع أو من المشتري، و هذا ما جاء في المادة 59 من القانون المدني الجزائري[2] :" يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن ارادتهما المتطابقتين دون الاخلال بالنصوص القانونية ".

و يكون التعبير عن الإرادة بجميع الطرق المنصوص عليها في القانون الجزائري في المادة 60 [3] "التعبير عن الإرادة يكون باللفظ و الكتابة، أو بالإشارة المتداولة عرفا كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالته على مقصود صاحبه .

ويجوز أن يكون التعبير عن الإرادة ضمنيا إذا لم ينص القانون أو يتفق الطرفان على أن يكون صريحا".

إلا أن وجود الرضا لا يكفي لاعتبار عقد البيع صحيحا نافذا و لازما، و إنما لابد أن يكون هذا الرضا صحيحا حيث يتعين تمتع المتعاقدين بالأهلية الكاملة و السليمة التي تمكنهم من

[1] طارق كاظم عجيل، الوسيط في عقد البيع (دراسة مقارنة)، الجزء الأول (انعقاد العقد)، دار هومة، عمان، 2009، ص 91.

[2] ـ المادة 59 من الامر75 ـ58، المتضمن قانون المدني، مرجع سابق.

[3] ـ المادة 60 من الامر 75 ـ 58، المتضمن قانون المدني، مرجع نفسه.

مزاولة التصرفات القانونية التي نصت عليها المادة 40 من القانون المدني الجزائري[1]، و أن يكونا خاليين من موانع و عوارض الأهلية و التي هي الجنون و العته، و الغفلة أو السفه، و أن تكون ارادتهما سليمة من كل عيب يشوبها من الغلط، التدليس، الاكراه، و الاستغلال، واذا وجد عيب من هذه العيوب في إرادة المتعاقدين يجعل العقد قابلا للإبطال لمصلحة المتعاقد المعيبة ارادته[2].

**ب ـ المحل**

لقد نص المشرع الجزائري في القواعد العامة للقانون المدني على المحل في عقد البيع من المادة 92 الى المادة 96، فاعتبره بأنه كل ما يلتزم به المدين وهو اما الالتزام بعمل، أو الامتناع عن عمل، أو بإعطاء شيء، أو حق عيني.

وفي عقد بيع العلامة على اعتباره من العقود الملزمة للجانبين وهذا يرجع إلى أنه ينشئ التزامات متقابلة على عاتق الطرفين (البائع والمشتري)[3]، وأهم التزام يقع على البائع هو نقل ملكية المبيع، ولذلك يعتبر المبيع محلا في عقد البيع، أما أهم التزام يقع على المشتري فهو دفع الثمن ولهذا يعتبر الثمن محلا ثانيا في عقد البيع.

فالمحل في عقد بيع العلامة اذن مزدوج يتكون من العلامة والثمن[4].

---

[1] تنص المادة 40 على: " **كل شخص بلغ سن الرشد متمتعا بقواه العقلية، ولم يحجر عليه، يكون كامل الاهلية لمباشرة حقوقه المدنية".**

**وسن الرشد تسعة عشر (19) سنة كاملة."**

[2] ـ محمد يوسف الزغبي، شرح عقد البيع في القانون المدني، العقود المسماة، 2004، ص24.

[3] ـ نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة، دار النهضة العربية، الجزء الأول (البيع)، بيروت، 1997، ص 31.

[4] ـ أدم وهيب النداوي، العقود المسماة في القانون المدني (بيع والإيجار)، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1999، ص 39.

**ب ـ1. العلامة كمحل التزام البائع**

الشيء المبيع هو محل التزام البائع، وهذا المحل في دراستنا يتمثل في العلامة، والذي يجب أن تكون موجودة وأن تكون مشروعة وأن تكون معينة وقابلة للتعيين.

**أن يكون المبيع موجودا**

تنص المادة 93 من القانون المدني الجزائري[1] بأنه " اذا كان محل الالتزام مستحيلا في ذاته كان العقد باطلا بطلانا مطلق "، فشرط وجود المبيع أو العلامة اقتضته المادة 93، و يعني الوجود هو أن تكون العلامة موجودة وقت انعقاد عقد البيع، أو أن تكون ممكنة الوجود بعد ذلك وغير مستحيلة أي يمكن التعامل بها و ذلك يتحقق من تاريخ تسجيل العلامة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[2]، و لذلك فإذا كانت العلامة غير موجود أصلا و لا يمكن وجودها في المستقبل فإن البيع يقع باطلا.

**أن تكون العلامة معينة أو قابلة للتعيين:**

من الشروط الجوهرية لانعقاد العقد أن يكون المبيع معينا أو قابلا للتعيين[3] و هذا ما نصت عليه المادة 94 من القانون المدني الجزائري[4]، و يعني هذا أن المبيع يجب أن يكون محددا تحديدا ينفي جهالته من قبل المشتري[5]، و في هذه الحالة اذا كان البائع يمتلك عدة علامات وجب

---

[1] ـ المادة93 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

[2] ـ نبيل إبراهيم سعد، مرجع سابق، ص 137.

[3] ـ المرجع نفسه، ص 130.

[4] ـ تنص المادة 94 من قانون المدني الجزائري:" **إذا لم يكن محل الالتزام معين بذاته وجب أن يكون معينا بنوعه ومقداره والا كان العقد باطلا".**

[5] ـ خليل أحمد حسن قدادة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، الجزء الرابع (عقد البيع)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 81.

على البائع تعيين العلامة محل البيع من بين مجموع العلامات بتحديد شكلها الخاص مثلا أو بذكر أوصافها التي تميزها عن باقي العلامات الأخرى .

**أن تكون العلامة مشروعة**

بمعنى يجب أن تكون العلامة مما يجوز التعامل بها أي غير مخالفة للنظام العام و الآداب العامة و هذا تطبيقا للمادة 93 من القانون المدني الجزائري التي تنص :" إذا كان محل الالتزام مخالفا للنظام العام و الآداب العامة كان باطلا بطلانا مطلقا" ، واستثنى المشرع الجزائري في هذا الشأن الرموز المخالفة للنظام العام و الآداب العامة من التسجيل في النص في المادة 07 الفقرة 4 من الأمر المتعلق بالعلامات [1] .

**ب ـ 2. العلامة كمحل التزام المشتري**

عقد البيع بوصفه من العقود المعاوضة لا بد أن يتضمن مقابلا لنقل ملكية الشيء المبيع الى المشتري والذي اصطلح تسميته الثمن، والثمن في البيع هو محل التزام المشتري.

والثمن هو العوض الذي يلتزم المشتري بدفعه للبائع والعوض في الأساس يجب أن يكون نقدا. وهو بذلك يشكل ركن أساسي من أركان عقد البيع، فبدون الثمن ليس هناك بيع[2].

ففي عقد بيع العلامة ولا ينعقد البيع إلا بوجوده، ويشترط أن يكون نقديا أي أن يكون مبلغا من النقود وهذا ما يميز البيع عن المقايضة، وأن يكون مقدرا أو قابلا للتقدير فهنا لا يشترط تحديد الثمن على وجه الدقة بل يجوز أن يحدد بسعر السوق مثلا، وان يكون جديا أي ألا يكون صوريا وتافها.

[1] ـ المادة 4/7 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[2] ـ نبيل إبراهيم سعد، مرجع سابق، ص 127.

**جـ ـ السبب**

يقصد بالسبب هو الغاية التي يقصد الملتزم الحصول عليها. بمعنى أخر هو الغرض الذي اتجهت نية المتعاقدين الى ابرام التعاقد و الباعث على ابرامه، في العقود الملزمة للجانبين يكون سبب الالتزام كل من المتعاقدين هو ارتقاب تنفيذ التزام المتعاقد الاخر، ففي عقد بيع العلامة يكون سبب التزام البائع بنقل الملكية العلامة هو ارتقاب الحصول على الثمن من المشتري، و سبب التزام المشتري بدفع الثمن هو ارتقاب الحصول على ملكية العلامة من البائع ، لذا فالتزام كل من بائع و المشتري مرتبط بالأخر، بحيث اذ تخلف التزام أحدهما عند الاتفاق فلا ينشأ التزام الاخر ، و بالتالي لا يوجد عقد بيع .[1]

ويشترط في السبب أن يكون موجودا و صحيحا بمعنى ألا يكون وهميا أو صوريا كما يشترط أن يكون السبب مشروعا[2] و يقصد بالمشروعية السبب أن يكون السبب منطقي من التعاقد و غير مخالف لنظام العام و الآداب العامة[3] كأن يكون سبب شراء العلامة هو أن يجعلها مستخدمة على سلع مغشوشة ناقصة للجودة المعتادة التي تقدمها العلامة من خلال سلعتها و خدمتها[4].

**2. الأركان الشكلية لعقد بيع العلامة**

أقر المشرع الجزائري شكلية بيع العلامة متى تم التنازل عنه لصالح شخص أخر، هذه الشكلية اعتبرها القانون ركن الرابع إلى جانب الرضا والمحل والسبب، فلا يكفي لانعقاد عقد بيع

[1] ـ هجرسي فايزة، مساهل سماح، بيع المحل التجاري في القانون التجاري الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، 2023، ص 20.

[2] ـ المادة 97 من القانون المدني الجزائري:" **إذا التزم المتعاقد لسبب غير مشروع أو لسبب مخالف للنظام العام أو الآداب العامة كان العقد باطلا ".**

[3] ـ بشار محمد دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت، دار الثقافة لنشر وتوزيع، عمان، 2010 ص 101.

[4] ـ صارة كبابي، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أو البواقي، 2019، ص 11.

العلامة توفر التراضي فقط بل يجب إلى جانب ذلك إتباع شكل خاص يفرضه القانون، والغالب في الشكل في القانون الحديث أن يكون سندا رسميا يجب أن يفرغ فيه عقد البيع.

**أ ـ الكتابة**

عرف المشرع الجزائري الكتابة في المادة323 مكرر من القانون المدني الجزائري[1] على أنها : " ينتج الاثبات بالكتابة من تسلسل حروف أو أوصاف أو أرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها و كذا طرق ارسالها ". بمعنى أن الكتابة هي عبارة عن مجموعة متسلسلة من حروف أو أوصاف أو أرقام أو أية علامات أو رموز.

بالرجوع إلى المادة 15 من الامر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات[2] نجد أن المشرع الجزائري قد اشترط الكتابة في عقد بيع العلامة، باعتبارها تندرج ضمن عقود التنازل " تشرط تحت طائلة البطلان الكتابة و امضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة في مفهوم المادة 14 أعلاه وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود ".

بحيث يجب افراغ عقد بيع العلامة في قالب رسمي و الذي يعتبر حجة مطلقة في مواجهة الطرف المقابل للعقد أو الغير، و هذه الحجة تشمل كامل التراب الوطني أي أنه حجة في مواجهة الجميع في كامل التراب الجزائري و ليس فقط في المكان الذي تم ابرام العقد فيه، و حجيته مطلقة، إلا إذا كان هذا العقد قد طعن به بالتزوير و إذا ثبت أنه عقد مزور تزول عنه الحجية المطلقة و يتم اثبات التزوير بشتى طرق الاثبات[3] و هذا حسب المادة 324 مكرر5 من القانون المدني الجزائري[4].

---

[1] ـ المادة 323 مكرر من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

[2] ـ المادة 15 من الامر رقم 06/03، مرجع سابق.

[3] ـ صارة كبابي، مرجع سابق، ص12.

[4] ـ المادة 324 مكرر 5 تنص:" **يعتبر ما ورد في العقد الرسمي حجة حتى يثبت تزويره، ويعتبر نافذا في كامل التراب الوطني**".

والغاية من افراغ عقد بيع العلامة في قالب رسمي هو حماية العلاقات التعاقدية والالتزامات الناتجة عنها ورغبة المشرع هنا هي تجنب النزاعات المحتملة لأن كل ما ورد في العقود الرسمية يعتبر حجية حتى يثبت تزويره، وبالتالي فإن الأطراف المتعاقدة محمية بسبب وجود العقد الرسمي[1].

**ب ـ قيد عقد بيع العلامة**

لا ينتقل الحق في العلامة إلا بعد قيد العلامة المتضمن بيع العلامة لدى المصلحة المختصة أي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، حيث نصت المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05/ 277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات و تسجيلها[2] على إجراءات نقل الحقوق المتعلقة بالعلامات و كيفية اثباتها و الأثر المترتب عليها بنصها : "يتم قيد الحقوق المتعلقة بالعلامة في سجل العلامات من قبل المصلحة المختصة بناء على طلب أحد الأطراف المعنية، يرفق طلب القيد بكل وثيقة أو عقد يثبت النقل يكون النقل نافذا في مواجهة الغير منذ تسجيله في سجل العلامات ".

**جـ ـ نشر عقد بيع العلامة**

إذا كانت العلامة تتوافر على جميع الشروط الموضوعية، و كان الإيداع صحيحا و تم تسجيلها بعد فحص الملف من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، فانه يتم تسجيل عقد بيع العلامة في سجل العلامات الموجود لدى المعهد الوطني، بعد ذلك ينشر في النشرة الرسمية

[1] ـ بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، جزء1، التصرف القانوني العقد والإرادة المنفردة، الطبعة5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007. ص 50.

[2] ـ المادة 22 من المرسوم التنفيذي 277/05 المحدد لكيفيات إيداع العلامة وتسجيلها، مرجع سابق.

للمعهد الوطني و ذلك على نفقة صاحب العلامة، و هذا ما نصت عليه المادة 29 من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها [1].

**ثانيا: التزامات طرفي عقد بيع العلامة**

لما كان عقد البيع من عقود المعاوضات المالية ويتمثل بمبادلة المبيع بثمن، فان أثاره لا بد أن تتمثل في ضمان انجاز هذه المبادلة، وتحقيق هذه المبادلة يقتضي جعله عقدا ملزما للجانبين وينشئ من لحظة ابرامه التزامات متقابلة تقع على كل من البائع والمشتري وتكفل ضمان انتقال الحقوق المتبادلة بينهما. وهذه الالتزامات تترتب في ذمة كل من الطرفين المتعاقدين بمجرد ابرام عقد البيع.

**1. التزامات بائع العلامة**

ينتج على عاتق البائع بعد انعقاد عقد بيع العلامة التزامات، وأول التزام هو نقل الملكية وينصب على عاتق البائع بمجرد ابرام العقد، وهناك التزامات أخرى تتمثل في التزام البائع بتسليم العلامة والالتزام بالضمان التعرض، وأيضا التزام بضمان الاستحقاق، وأخيرا التزام بضمان العيوب الخفية.

**أ ـ التزام البائع بنقل ملكية العلامة**

هو أول التزام ينصب على عاتق بائع العلامة بمجرد ابرام العقد، بالرجوع الى نص المادة 351 من القانون المدني الجزائري[2] التي تنص على :"البيع عقد يلتزم بمقتضاه البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا أخر في مقابل ثمن نقدي ".

[1] ـ المادة 29 من المرسوم التنفيذي 277/05، مرجع سابق.

[2] ـ المادة 351 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

وهذه المادة تطبق كذلك على طرفي عقد بيع العلامة، حيث يقوم البائع بنقل ملكية العلامة وتحويلها الى المشتري الذي بدوره يلتزم بدفع ثمن تلك العلامة لتنتقل له ملكيتها، وابتداءا من تلك اللحظة نفسها تدخل العلامة في الذمة المالية للمشتري وتكون له الصفة لإبرام التصرفات بخصوص تلك العلامة.[1]

**ب ـ التزام البائع بتسليم العلامة**

وهو الالتزام التي نصت عليه المادة 364 من التقنين المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 431 تقنين مدني مصري على ما يلي: " يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع ".

يتبين لنا من هذه المادة أن البائع يلتزم بتسليم المبيع أي العلامة المتفق عليها بالحالة التي كانت عليها وقت إبرام عقد البيع، وهذه الحالة قد يتفق عليها، فإذا وجد اتفاق بين البائع والمشتري على تحديد حالة المبيع وقت التسليم وجب الأخذ بها فالعقد شريعة المتعاقدين، وان لم يوجد في عقد البيع مثل هذا الاتفاق وجب الرجوع إلى أحكام القواعد القانونية.[2]

فالتسليم هو اجراء الذي يقصد به تمكين المشتري من المبيع بحيث يستطيع أن يباشر عليه سلطته كمالك دون وجود أي عائق.

أما المادة 367 من نفس القانون فنصت على أن تسليم العلامة يتم بطريقتين، اما بطريقة قانونية عن طريق الاستيلاء الفعلي على العلامة بحيث يتصرف فيه المشتري على أنه مالكه الحقيقي،

[1] ـ لحسين بن شيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، الطبعة الثالثة، دار هومة، الجزائر، 2008، ص 291.

[2] ـ جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية، البيع، الايجار، المقاولة، الطبعة الثالثة، دار الثقافة، عمان، 2014، ص78.

أو يتم بطريقة حكمية ويتم هذا التسليم بمجرد تراضي الطرفين أي في حالة الاتفاق بين البائع والمشتري على أن البائع سلم المبيع الى المشتري دون أن يرافق ذلك أي عملا مادي[1].

**ب ـ 1ـ زمان تسليم العلامة**

وفقا للمادة 281 من قانون المدني الجزائري في الفقرة الأولى[2] على :" يجب أن يتم الوفاء فور ترتب الالتزام نهائيا في ذمة المدين ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك "، يتبين من هذه المادة أن زمان تسليم العلامة يكون فورا بمجرد نشوء الالتزام في ذمة المدين و هو البائع، فإذا تم العقد صحيحا و انتقلت ملكية العلامة بالشكل القانوني فان الالتزام بالتسليم ينشأ فور تمام العقد و ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك[3].

**ب ـ 2. مكان تسليم العلامة:**

وفقا للمادة 282 من القانون المدني الجزائري، فان مكان تسليم العلامة هو المكان الذي توجد فيه العلامة وقت البيع مالم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك[4].

ونفقات التسليم تكون على البائع ما لم يوجد نص أو اتفاق يقضي بغير ذلك.

**ب ـ 3. جزاء الاخلال بالتزام التسليم**

يلتزم البائع بتسليم العلامة في الزمان ومكان المتفق عليه، فاذا أخل البائع بتنفيذ التزامه بتسليم المبيع أو تأخره عن الوفاء به فان المشرع قد أعطى الحق للمشتري بأن يطالب بتنفيذ العيني

---

[1] محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، العقد والإرادة المنفردة (دراسة مقارنة في القوانين العربية)، دار الهدى، الجزائر، 2007، ص 88.

[2] ـ تنص المادة 282 من القانون المدني الجزائري على:" **إذا كان محل الالتزام شيئا معينا بالذات، وجب تسليمه في المكان الذي كان موجودا فيه وقت نشوء الالتزام ما لم يوجد اتفاق أم نص يقضي بغير ذلك".**

[3] ـ أدم وهيب النداوي، مرجع سابق، ص 57..

[4] ـ علي الهادي لعبيدي، البيع والايجار، الطبعة الرابعة، دار الثقافة، الأردن، 2010، ص105.

للعقد أو المطالبة بفسخه مع التعويض، و بالتعويض في الحالين إذا اقتضى الامر، وهذا تطبيقا لنص المادة 119 من القانون المدني الجزائري[1].

**جـ ـ التزام البائع بضمان التعرض**

لا يكفي أن يقوم البائع بنقل ملكية العلامة وأن يقوم بالتسليم إلى المشتري، بل يجب عليه أيضا أن يضمن له انتفاعا هادئا كاملا بالعلامة. فلا قيمة بالنسبة للمشتري أن يتسلم الشيء المبيع أي العلامة، ثم يراه بعد ذلك قد انتزعت منه[2]، لذلك يرتب عقد بيع العلامة في ذمة البائع التزام بضمان العلامة للمشتري وحيازته حيازة هادئة، وهذا يعني أن على البائع أن يمتنع من القيام عن أي عمل من شأنه أن يعرقل أو يعيق حيازة المشتري من السلطات التي يخولها له حق ملكية العلامة، كأن يمتنع البائع من استغلال نفس العلامة أو سمة مشابهة لها وعدم منافسة المشتري، وهذا ما نصت عليه المادة 371 من القانون المدني[3].

ويشترط لقيام الالتزام بضمان التعرض الصادر من البائع شخصيا على حيازة المشتري، أن يقع التعرض فعلا من البائع للمشتري لا مجرد الاحتمال بوقوعه، فمجرد الخشية من التعرض لا تخول للمشتري الرجوع بالضمان على البائع، فمثلا مجرد تهديد البائع للمشتري بالتعرض له لا يكفي لقيام ضمان التعرض طالما لم يقع هذا التعرض بالفعل[4].و أن يكون التعرض الذي وقع فعلا من شأنه أن يحول، كليا أو جزئيا، دون انتفاع المشتري بالعلامة. وبناءا على ذلك إذا لم يكن يترتب على التعرض حرمان المشتري من الانتفاع بالعلامة فغن ذلك لا يعتبر تعرضا موجب للضمان.

---

[1] ـ طارق كاظم عجيل، مرجع سابق، ص 45.

[2] ـ نبيل إبراهيم سعد، مرجع سابق، ص 357.

[3] ـ تنص المادة 371 من القانون المدني الجزائري:" **يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري".**

[4] ـ محمد صبري السعدي، مرجع سابق، ص 96.

كما يلتزم البائع أيضا أن يدفع التعرض الصادر من الغير على المشتري، والغير طرف أجنبي عن العقد يدعي حق يتعلق بالعلامة وفي هذه الحالة يكون البائع ملزما بأن يدفع عن المشتري هذا التعرض. ولكي يتحقق ضمان البائع تعرض الغير للمشتري يجب أن يكون التعرض قانونيا أي أن يستند المتعارض إلى حق قانوني يدعيه، أما إذا تعرض المشتري إلى تعرض مادي فلا يضمنه البائع وإنما يكون على المشتري دفع ذلك بالوسائل القانونية المتاحة.

كما يجب لقيام التزام البائع بضمان التعرض الصادر من الغير أن يكون الحق الذي يدعيه الغير موجودا في العلامة وقت البيع، في حالة إذا ادعى الغير أنه كان مالكا للعلامة وقت العقد وأن البائع قد باع ما لا يملكه، أو أن يكون قد آل إلى الغير بعد البيع عن طريق البائع نفسه[1].

**د ـ التزام البائع بضمان الاستحقاق:**

يقصد بالاستحقاق حرمان المشتري من حيازة العلامة والانتفاع بها كليا أو جزئيا، نتيجة عدم استطاعة البائع رد التعرض الصادر من الغير، أي نجاح الغير في منازعته للمشتري واستحقاق المبيع أي العلامة أي حق من الحقوق التي تعتبر أدائها تعرضا.

وبالتالي يلتزم البائع بدفع التعرض القانوني للمشتري جراء الأضرار التي لحقته نتيجة فشل عن دفع التعرض الصادر من الغير[2]، فهنا وجب على البائع التدخل لمنع هذا التعرض بالطرق القانونية، كالدخول في الدعوى المرفوعة ضد المشتري أو رفع دعوى ضد المعترض أي الغير و اذا نجح البائع في دفع التعرض فانه يكون قد نفذ التزامه بضمان التعرض تنفيذا عينيا، أما اذا أخفق

[1] العايب سمير، حميطوش زكرياء، ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017، ص 39.

[2] ـ العبودي عباس، شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني البيع والايجار "دراسة مقارنة معززة بالتطبيقات القضائي"، دار الثقافة، عمان، 2014، ص 156.

في ذلك و استحق المبيع أي العلامة استحقاقا كليا أو جزئيا أي ثبت حق الغير على العلامة ففي هذه الحالة يجب على البائع تعويض المشتري عن الأضرار التي لحقت به نتيجة هذا الاستحقاق[1]

**هـ ـ التزام البائع بضمان العيوب الخفية**

لا يكفي أن يضمن البائع للمشتري عدم التعرض له في وضع يده على العلامة وحيازته حيازة هادئة، بل يجب أن يضمن له حيازة مجدية نافعة لأن المشتري نظرا الى الفائدة التي سوف يحصل عليها من العلامة، فإذا كان في العلامة عيب ينقص من مقدار فائدتها كان وجود الثمن تحت يد البائع بلا مبرر مشروع[2].

والعيب الخفي يقصد به عيب ينقص من قيمة الشيء أو من الانتفاع به حسب الغاية المقصودة منه.

ويشترط لكي نكون بصدد عيب خفي يجب توفر فيه الشروط الأربعة والتي هي:

- يجب أن يكون العيب موجودا وقت تسليم العلامة، فإذا لم يكن كذلك و ظهر بعد التسليم فإن البائع لا يلزم بضمانه [3].
- أن يكون العيب خفيا إذا لم يكن بمقدور المشتري أن يكتشفه لو فحص المبيع أي العلامة بعناية الرجل العادي، حيث أن العيب الذي يمكن اكتشافه بعناية الرجل العادي لا يمكن للمشتري أن يتمسك بضمان البائع له، إذا أهمل المشتري فحص المبيع، كما قد تكون نيته اتجهت إلى التنازل عما تحويه العلامة من عيوب.

[1] ـ العبودي عباس، مرجع سابق، ص 157.

[2] ـ مهلب ليدية، مرادي ليندة، النظام القانوني لعقد بيع العلامة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، 2015، ص 39.

[3] ـ خليل أحمد حسن قدادة، مرجع سابق، ص 177

- أن لا يكون المشتري عالما بالعيب وقت المبيع، بمعنى أن لا يكون المشتري عالما بالعيب الذي يعتري العلامة، فعلم المشتري بالعيب وقت البيع يسقط حقه في الرجوع على البائع فيما بعد، لأن سكوت المشتري وقت البيع بالرغم من علمه بوجود العيب، يعتبر بمثابة تنازل عن حقه في الرجوع .
- أن يكون العيب مؤثرا، والعيب يكون مؤثرا إذا كان ينقص من قيمة العلامة أو ينقص من الانتفاع بها، إذ أن العيوب التي جرى العرف على التسامح فيها لا تعطي للمشتري حق الرجوع بدعوى ضمان العيب الخفي.

**2. التزامات مشتري العلامة**

بما أن عقد بيع العلامة من العقود التي ترتب التزامات متقابلة لأنه من العقود الملزمة لجانبين، الأمر الذي يرتب أثار قانونية على عاتق المشتري ولهذا ينتج عن انعقاد بيع العلامة التزامات على عاتق المشتري تتمثل في:

**أ ـ التزام المشتري بدفع ثمن العلامة:**

إن الالتزام الأساسي الذي يقع على عاتق المشتري مقابل حصوله على العلامة هو الالتزام بدفع الثمن، وهو مبلغ من النقود الذي اتفقت عليه الأطراف المتعاقدة ويتم الوفاء به دفعة واحدة أو بالتقسيط على حسب الاتفاق يكون واجب الأداء في الزمان والمكان المتفق عليه[1].

وإذا أخل المشتري بهذا الالتزام كان للبائع الحق في طلب فسخ عقد البيع أو بإلزام المشتري بتنفيذ هذا الالتزام عينيا مع التعويض إذا كان له سبب، أو يقوم البائع بحبس العلامة عن المشتري الى غاية تنفيذه لالتزامه.

[1] ـ بلحاج العربي، مرجع سابق، ص 67.

**ب ـ الالتزام بتسلم العلامة ودفع المصاريف:**

كما يقع على المشتري التزام بتسلم العلامة من البائع و يقصد به وضع المشتري يده فعلا على العلامة، و حيازتها حيازة حقيقية، وفيما يتعلق بمكان وزمان تسلم المبيع فانه طبقا للمادة 394 من القانون المدني الجزائري، إذا لم يتفق الأطراف على مكان أو زمان تسلم المبيع ولم يوجد عرف بشأن ذلك وجب على المشتري أن يتسلمه في المكان الذي يوجد فيه المبيع وقت البيع[1]، أما بالنسبة لنفقات تسلم المشتري للعلامة فانه طبقا للمادة 395 من القانون المدني تكون على عاتق المشتري، ما لم يوجد عرف أو اتفاق يقضي بغير ذلك[2].

## الفرع الثـاني
## التنـازل بدون مقـابل

**أولا: الهبة**

إن الهبة هي التصرف التبرعي الشائع و المشهور بين الناس فهي بموجب كونها تمليك بخروج من الذمة الواهب الى ذمة الموهوب له، فهي سبب لانتقال ممتلكاته أو جزء منها عينا، حيث نصت المادة 205 من قانون الاسرة [3]:" يجوز للواهب أن يهب كل ممتلكاته أو جزءا منها عينا ، أو منفعة ، أو دينا لدى الغير".

وبالرجوع الى الامر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات لم ينص صراحة على إمكانية تقديم العلامة كهبة، ولكن نصه في المادة 11 من هذا الامر على إمكانية نقل الحقوق، يفهم أن ذلك

[1] ـ جعفر الفضلي، مرجع سابق، ص 76.

[2] ـ بلحاج العربي، مرجع سابق، ص 80.

[3] ـ القانون رقم 84ـ 11المؤرخ في 09 رمضان 1404، الموافق ل 9 يونيو 1984 المتضمن قانون الاسرة، المعدل والمتمم بالأمر رقم 02/05 في 27 فبراير 2005، ج ر ج ج، عدد 15، المؤرخة في 27 فبراير 2005.

يشمل الهبة كما لم يتضمن من هذا الامر قواعد وإجراءات الهبة لذا يتوجب العودة الى القواعد العامة.

**1. تعريف عقد الهبة**

من خلال مادة 202 من قانون الأسرة عرف المشرع الجزائري الهبة على أنها:" الهبة تمليك بلا عوض، ويجوز للواهب أن يشترط على الموهوب له القيام بالتزام يتوقف قيامها على انجاز الشرط".

يتضح من خلال المادة 202من قانون الأسرة، أن المشرع الجزائري قد اعتبر الهبة من التصرفات لا من العقود و لكن بالرجوع الى نص المادة 206 من قانون الاسرة التي نصت على :" تنعقد الهبة بالإيجاب و القبول، وتتم الحيازة، ومراعاة أحكام قانون التوثيق في العقارات و الإجراءات الخاصة في المنقولات"، نستخلص أن الهبة تنعقد بالإيجاب و القبول و لذلك يمكن اعتبارها كسائر العقود تخضع للقواعد العامة التي تنظم مختلف العقود سواء كانت تبرعات أو غيرها، كما أن الهبة عقد يتم بين الاحياء، و هذا ما يفهم من نص المادتين 202 و 206 في كون الهبة تمليك بلا عوض من جهة و من جهة أخرى تنعقد الهبة بالإيجاب و القبول فكل هذه التصرفات لا تتم الا بين الاحياء.[1]

**2. أركان عقد الهبة**

إن عقد الهبة الوارد على العلامة رغم كونها عقد تبرعي إلا أنها كسائر العقود الأخرى يستلزم لانعقادها توفر جملة من الأركان والتي هي الأركان الموضوعية والأركان الشكلية.

[1] ـ رابح عبد المالك، النظام القانوني لعقود التبرعات (الوصية، الهبة، الوقف)، في قانون الاسرة الجزائري والفقه الإسلامي، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2017، ص 81.

**أ- الأركان الموضوعية:**

الهبة عقد، وتطبيقا للنظرية العامة للعقد، فان المشرع الجزائري اشترط لانعقاد عقد الهبة الوارد على العلامة أن يستوفي عدة أركان يتمثل الركن الأول في التراضي، وذلك بتطابق الإيجاب من الواهب بالعلامة وقبول الموهوب له، فالإيجاب والقبول يعدان ركنان مهمان في الهبة إذ تخلف أي ركن منهما بطلت الهبة، وذلك حسب المادة 206 من القانون الأسرة، ويشترط أن يكون الواهب سليم العقل وبالغا 19 سنة وغير محجور عليه. أما الركن الثاني فهو المحل وهو الشيء الموهوب، والشيء الموهوب محل دراستنا يتمثل في العلامة.

كما يعتبر السبب ركنا في عقد الهبة ويعرف عن أنه الدافع المباشر الذي يقصد المتعاقد الوصول اليه، ومعناه الدافع من هبة العلامة أو الباعث من وراء الهبة ويشترط لصحة الهبة أو يكون السبب مشروعا غير مخالفا لنظام العام والآداب العامة.

**ب ـ الأركان الشكلية**

لا يكفي لتمام عقد الهبة توافر الأركان الموضوعية التي سبق ذكرها (التراضي، المحل، السبب)، وانما اشترط المشرع الجزائري ضرورة توافر أركان شكلية لتنبيه الواهب إلى خطورة التصرف المقدم عليه، و أن يتدبر و يفكر مليا فيما هو مقبل عليه، ذلك أن الواهب يتجرد من ماله الذي وجهه للغير دون مقابل، فالشكلية ضرورية لحمايته نظرا لما تتضمنه من إجراءات و أشكال طويلة و معقدة توفر الحماية للموهوب له و تضمنه حقه في حالة نزاعه مع ورثة الواهب.

**ب ـ 1. الكتابة**

و يقصد بالشكلية المطلوبة في عقد الهبة الواردة على العلامة هي ضرورة إفراغ رضاء الطرفين الواهب و الموهوب له في شكل رسمي على يد الموثق المختص، بل وجب إفراغ رضائهما في شكل رسمي من قبل الأشخاص المؤهلين في تحرير العقود الرسمية المنصوص عليهم في المادة 324

من القانون المدني الجزائري[1]، و في حالة عدم افراغ الهبة في قالب رسمي أي لم يتم احترام شرط شكلية عقد الهبة هنا تعد باطلة و غير منتجة لأثارها القانونية و ذلك حسب المادة 206 من قانون الاسرة .[2]

**ب ـ 2. تسجيل عقد الهبة في سجل العلامات**

يقوم الواهب بتسجيل العلامة باسم الموهوب له في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لكي يصبح الموهوب له مالك للعلامة و يمكن التصرف فيها، و يتم قيد جميع بيانات الهبة المتعلقة بالعلامة يذكر اسم الواهب و الموهوب له و العلامة محل الهبة و السلعة التي تحمل العلامة كما يتم ذكر مواطن أطراف عقد الهبة و عدة بيانات أخرى.[3]

**ب ـ 3ـ نشر عقد الهبة في الصحف الرسمية:**

إن الهدف من نشر الهبة في الصحف الرسمية هو اعلام الجمهور بالمالك الجديد للعلامة، ولذلك لابد من القيام بهذا الاجراء.

**3. الالتزامات المترتبة على عقد الهبة**

يترتب على انعقاد الهبة في العلامة بشكل الصحيح وتوافرها على الشروط المطلوبة قانونا مجموعة من الآثار القانونية، سواء كان ذلك بين المتعاقدين أو في مواجهة الغير، فهو ينشئ مجموعة

[1] بلكالم دليلة، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق ة العلوم السياسية، جامعة أكلي محند اولحاج، بويرة، 2020، ص 22.

[2] ـ تنص المادة 206 من القانون المدني الجزائري:" **تنعقد الهبة بالإيجاب والقبول، وتتم الحيازة، ومراعاة أحكام قانون التوثيق في العقارات والإجراءات الخاصة في المنقولات**
**وإذا اختل أحد القيود السابقة بطلت الهبة".**

[3] ـ سلول ريم بشرى، زنيخري صبرينة، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوف والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023، ص38، ص39.

من الالتزامات تقع على الغالب على عاتق الشخص الواهب، وهذا منطقي لكون الهبة أيا كان محلها عقدا تبرعيا، غير أنه يرتب في بعض الأحيان التزامات على الشخص الموهوب له، فينشئ مثلا التزام على الشخص الموهوب له بأداء العوض متى كانت الهبة مقدمة مقابل عوض، كما أجازت ذلك المادة 202 من القانون الأسرة.

**أ- التزامات الواهب**

يقع على عاتق الواهب 4 التزامات وهي نقل ملكية الشيء الموهوب الى الموهوب له، وتسليم الشيء الموهوب للموهوب له، وضمان التعرض والاستحقاق، وضمان العيوب الخفية.

**أ ـ1. نقل ملكية العلامة من الموهوب الى الموهوب له:**

نصت المادة 202 من قانون الأسرة على أن (الهبة تمليك بلا عوض)، فيستفاد من هذا النص أن الهبة إذا انعقدت مستوفية الأركان والشروط وفق ما تقضي به المادة 206 من نفس القانون ينشئ التزاما على عاتق الواهب بنقل ملكية العلامة إلى الموهوب له، و يلتزم الواهب بأن يقوم بكل ما من شأنه أن يسهل نقل الملكية، كتقديم العقود و الشهادات اللازمة و المعلومات الضرورية للتسجيل، و الكف عن أي عمل يعرقل نقل ملكية العلامة[1].

**أ ـ2. الالتزام بتسليم الشيء الموهوب (العلامة):**

إن هذا الالتزام هو فرع للالتزام بنقل الملكية، حيث يقع على الواهب التزام بتسليم العلامة الى الموهوب له بالحالة التي كانت عليها وقت صدور الهبة أي دون احداث أي تغيير فيها، وإذا لم يكن الواهب قد سلم الشيء الموهوب أي العلامة للموهوب له فانه يكون ملزما بتسليمه، وإذا لم يسلمه يكون ملزما بالمحافظة عليه الى أن يسلمه للموهوب له.[2]

[1] ـ صارة كبابي، مرجع سابق، ص 37.

[2] ـ كمال حمدي، المواريث الهبة والوصية، منشأة المعارف، الإسكندرية،1987، ص 164.

والتسليم يتم حسب اتفاق طرفي العقد من خلال تحديد زمان ومكان التسليم، وإذا لم يعين الاتفاق المكان والزمان من أجل تسلم الشيء الموهوب وجب له أن يتسلمه في المكان الذي يوجد فيه الشيء الموهوب وقت الهبة.

وإذا أخل الواهب بالالتزام بالتسليم، فيجوز للموهوب له أن يطالب بالتنفيذ العيني متى كان ذلك ممكنا، كما يجوز للموهوب له أن يطالب بفسخ الهبة لعدم التسليم عملا بالقواعد العامة.

**أ-3. ـ التزام الواهب بضمان التعرض والاستحقاق:**

ترتب الهبة في ذمة الواهب التزاما بضمان العلامة للموهوب له وحيازته حيازة هادئة.

بالرجوع إلى أحكام الشريعة الإسلامية نجدها تقضي أن الواهب لا يضمن للموهوب له لا التعرض الصادر من الغير ولا الاستحقاق المترتب عليه، غير أن التشريعات المدنية العربية جعلت الواهب ضامنا للتعرض والاستحقاق، فيضمن الواهب التعرض الصادر منه، بأن يمتنع عن كل عمل من شأنه التعرض للموهوب له، كإتلاف العلامة أو التصرف فيها لمصلحة شخص أخر، كما أن عليه أن يضمن التعرض الصادر من الغير، إلا أن المشرع الجزائري لم يعالج هذا النوع من الالتزام في عقد الهبة في أحكام قانون الأسرة.

لذا لم يبقى إلا الرجوع إلى المادة 222 من القانون المدني الجزائري الذي يحيل إلى أحكام الشريعة الإسلامية التي تقضي بأن لا ضمان على الواهب في حالة الاستحقاق إلا إذا تعمد الواهب إخفاء سبب الاستحقاق أو كانت الهبة على العلامة بعوض، كأن يخفي الواهب مثلا وثائق تثبت حق الغير على العلامة[1].

[1] ـ محمد يوسف عمرو، الميراث والهبة دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 262.

**أ ـ4. التزام بضمان العيوب الخفية**

لم يتعرض قانون الأسرة للالتزام بضمان العيوب الخفية في مجال عقد الهبة وسكت عنها، فلا بد من الرجوع إلى الأحكام الموضوعية في الفقه الإسلامي، حيث أن الواهب لا يضمن العيوب الخفية لأنه متبرع، ومع ذلك يلتزم الواهب بأن يضمن للموهوب له حيازة العلامة حيازة هادئة وهذا يقضي أن تكون العلامة خالية من العيوب التي تنقص من قيمتها أو من نفعها، وإذا تعمد الواهب إخفاء العيب كان ملزما بتعويض الموهوب له عن الضرر الذي سببه العيب، على أن يكون هذا التعويض أقل من التعويض المتعارف عليه في عقد البيع.

وهذا ما أخذ به التشريع الفرنسي أيضا فهو لم يلزم الواهب بضمان العيوب الخفية، لأن هذه العيوب ان وجدت لا تتسبب في اضرار الموهوب له[1].

**ب- التزامات الموهوب له**

إن الأصل أنه لا يوجد التزامات على عاتق الموهوب له باعتبار أن الهبة عقد تبرع، فتكون عقدا ملزم لجانب واحد وهو جانب الواهب، ولكن كما سبق ذكره أن الهبة قد تكون بعوض كما أن الواهب يفرض على والموهوب له بعض النفقات والمصاريف الخاصة بالعقد ولذلك فان التزامات الموهوب له هي الالتزام بدفع العوض والالتزام بنفقات الهبة.

**ب- 1 ـ التزام الموهوب له بالعوض:**

فالأصل أن عقد الهبة الوارد على العلامة عقد تبرعي إذ لا يشترط على الموهوب له تقديم عوض مقابل تقديم العلامة له، لكن إذا اشترط الواهب على الموهوب له بأن يلتزم بتقديم

[1] ـ غادة أحمد، أحكام عقد بيع العقار في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون عقاري، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي، الاغواط، 2015، ص 68.

عوض يؤديه في مقالب الهبة على العلامة فهذا يكون التزام بأداء العوض في الهبة وهذا ما أكدته المادة المادة 202من قانون المدني الجزائري.

و يستفاد من هذا النص أنه يجوز تعليق الهبة التي تكون محلها العلامة على شرط واقف أو فاسخ يلتزم به الموهوب له، فلا تكون الهبة نافذة إلا بتنفيذ الموهوب له هذا الشرط، و قد يكون العوض المشترط لمصلحة الواهب أو لمصلحة الغير، أو للمصلحة العامة، على أن يكون العوض أقل من قيمة المال الموهوب حتى يكون الفرق بين القيمتين هبة محضة.[1]

و إذا أخل الموهوب له بتأدية العوض دون أي عذر مقبول، كان للواهب أو ورثته من بعده المطالبة بالتنفيذ العيني، أو اجباره على أداء العوض متى كان ممكنا، وإن استحال التنفيذ العيني وجب عليه تعويض الواهب على الضرر الذي لحق به جراء عدم تنفيذ الالتزام الواقع على عاتقه، و هذا عملا بأحكام المادة 176 من قانون المدني الجزائري :" **اذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه ، ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأت عن سبب لا يد له فيه ، و يكون الحكم كذلك اذا تأخر المدين في تنفيذ التزامه**"، و يجوز أيضا للواهب أمام استحالة الموهوب له أداء العوض أن يطلب فسخ العقد و ينتقل حق الفسخ هذا لورثته من بعده فقط .[2]

أما إذا كانت قيمة العوض تقرب من قيمة المال أو تزيد عليها ويعلم الموهوب ذلك فإن العقد يكون معاوضة لا هبة.

[1] ـ غادة أحمد، مرجع سابق، ص 69، ص 70.

[2] ـ بلكالم دليلة، مرجع سابق، ص50.

**ب -2ـ التزام الموهوب له بنفقات الهبة:**

الأصل أن تكون نفقات الهبة الواردة على العلامة على الموهوب له مثل عقد البيع و هذه النفقات متمثلة في مصروفات العقد و رسوم تسجيل العقد و مصروفات تسلم العلامة و نفقات الموثق في مرحلة انتقال ملكية العلامة للموهوب له و توثيق الهبة لدى الموثق إلا إذا اتفقا طرفي عقد الهبة أن تكون نفقاتها على عاتق الواهب[1].

**ثانيا: الوصية**

أعطى المشرع الجزائري صلاحية لمالك العلامة بالتصرف في ملكه بيعا ورهنا وإبرام مختلف التصرفات القانونية، فله أيضا الحق في أن يوصي بملكية العلامة إلى الغير في حدود القانون، ويعتبر هذا التصرف الانفرادي تصرفا مضافا الى ما بعد موت مالك العلامة.

فالوصية هنا تعتبر من التصرفات الناقلة لملكية العلامة من الموصي إلى الموصى له بمجرد تحقق واقعة وفاة الموصي وكذلك عدم ردها من الموصى له. لذا نجد الشريعة الإسلامية قد عالجت هذا التصرف ووضعت له شروطا وأحكاما يرجع ذلك الى ما يتركه الانسان بعد موته من تركة.

عرف المشرع الجزائري الوصية في المادة 184 من قانون الاسرة بأنها:" تمليك مضاف الى ما بعد الموت بطريقة التبرع "، ويقصد أن الوصية هي تصرف بإرادة منفردة تنشأ بإرادة الموصي وحده دون غيره يقوم قبل موته بالتبرع بالعلامة ونقل ملكيتها الى شخص اخر دون عوض على سبيل التمليك.

و تقوم على عدة أركان هي الموصي و الموصي له و الموصي به و الصيغة .[2]

[1] ـ صارة كبابي، مرجع سابق، ص 49.

[2] ـ عاشور مريم، عبد الكريم تسعديت، التصرفات الواردة على العلامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2014، ص14.

**1. أركان الوصية**

**أ ـ ركن الصيغة**

اختلفت كلمة الفقهاء في اعتبار الصيغة، أهي الايجاب وحده أو هي مجموع الايجاب والقبول، فذهب الجمهور منهم إلى أن الصيغة تتحقق بالإيجاب وحده أي يكون انشاء الوصية بالإيجاب وحده المعبر من طرف الموصي بالعلامة وقبول القابل بالعلامة. و حجتهم في ذلك أن الوصية عقد يتم بتوافق ارادتين لأنه يؤدي الى تمليك العلامة للموصى له، ويتم هذا التمليك بتطابق الايجاب و القبول[1].

أما قبول الموصى له بالعلامة فهو شرط وليس ركنا، إذ أن الوصية تنعقد بإيجاب الموصي وحده وأن القبول شرط لنفادها ولزومها وذلك لأن الوصية تصرف مضاف الى ما بعد الموت وبالتالي قبول الموصي له لا قيمة له ما دام الموصي يستطيع الرجوع في الوصية قبل الموت.

**ب ـ ركن الموصي**

نصت المادة 186 من قانون الأسرة على أنه :" يشترط في الوصي أن يكون سليم العقل بالغ من العمر 19 سنة على الأقل "[2].

نستخلص من هذه المادة أنه يشترط على الموصي لكي تكون وصيته التي محلها العلامة أن يكون سليم العقل أي يكون في قواه العقلية عند تأديته للوصية، حيث إذا كان منعدم العقل أو مجنون أو معتوه فلا تصح وصيته وتكون قابلة للإبطال لأن سلامة العقل شرط لصحة الوصية، كما يشترط أن يكون بالغ 19 سنة كاملة.

[1] ـ بلكالم دليلة، مرجع سابق، ص 53، ص 54.

[2] ـ قانون رقم 84 ـ11 المتضمن قانون الاسرة المعدل والمتمم، مرجع سابق.

والى جانب هذين الشرطين في نفاذ صحة الوصية، تجدر الإشارة إلى عنصر الرضا الذي لا بد أن يتوفر في الوصية من طرف الموصي لأن المكره لا تصح وصيته و ذلك حسب المادة 88 من القانون المدني الجزائري[1]

**ج - ركن الموصى له**

من بين الشروط الواجب توفرها في الموصى له أي الشخص الذي يتحصل على العلامة دون مقابل، أن يكون هذا الشخص موجودا ومعلوما وقت الوصية وفي حالة إذا كانت الوصية للجنين فهنا قد تعرضت المادة 187 من قانون الأسرة، لمسألة الحمل فأجازت الايصاء للحمل شريطة أن يولد حيا.

- أن يكون الموصى له معلوما أي يكون اسمه ولقبه معلوما أو القيام بالإشارة إلى شخص بالوصف أو الجنس، فإذا كان الموصى له مجهولا جهالة تامة اعتبرت الوصية باطلة لاعتبار الموصى له مجهولا.
- ألا يكون الموصى له وارث للموصي:
- جاء في المادة 189 من قانون الاسرة الجزائري:" لا وصية لوارث الا إذا أجازها الورثة بعد وفاة الموصي"

إلا أنه يمكن إجازة الوصية للوارث بشرط عدم رفض بقية الورثة و أن تكون في حدود الثلث على ذلك.، إلا أنه قد تصح بإجازة الورثة الآخرين و أن تكون في حدود الثلث[2].

[1] - تنص المادة 88 من القانون المدني الجزائري على:" **يجوز ابطال العقد للاكراه إذا تعاقد شخص تحت سلطان رهبة بينة المتعاقد الآخر في نفسه دون حق...**"

[2] - قانون رقم 84 -11 المتضمن قانون الاسرة المعدل والمتمم، مرجع سابق.

**د ـ ركن الموصى به:**

ويقصد بالموصى به هو محل الوصية وهي العلامة، وحسب المادة 190 من قانون الاسرة التي تنص:" للموصي أن يوصي بالأموال التي يملكها ...."

بالرجوع إلى نص المادة يشترط : أن يكون الموصي هو المالك الحقيقي للعلامة و صاحب التصرف فيها من تمليك، كما يشترط بعد وفاة الموصي أن تكون العلامة قابلة للتمليك وأن تكون العلامة صالحة أن تكون ارث و تصح أن تكون محلا للوصية و يصلح التعامل معها .[1] كما يشترط عدم تجاوز الوصية الواردة على العلامة حدود التركة فإنه ينظر إلى قيمة العلامة وقت تنفيذ الوصية، حيث يكون للموصى له الحق في استعمال و استغلال العلامة متى كانت قيمة العلامة لا تزيد عن ثلث التركة، و ما زاد يكون موقوفا على إجازة الورثة، و كذلك الحال عندما تقل قيمة العلامة عن ثلث التركة.

## المطلب الثاني
## التصرفات غير الناقلة للملكية

بالإضافة إلى التصرفات الناقلة للملكية السالفة الذكر يمكن لصاحب العلامة أن يتصرف في علامته دون أن يؤدي ذلك إلى نقل ملكيتها، حيث يحتفظ المالك بملكيتها، ومن بين هذه التصرفات نجد: الرهن الذي يلجأ من خلاله التاجر إلى رهن علامته من أجل الحصول على الأموال اللازمة لاستمرار تجارته، وقد يرى مالك العلامة ضرورة استثمار علامته والحصول على الأرباح وتوسيع تجارته ويكون ذلك من خلال إبرام عقد الترخيص لاستغلال علامته إلى الغير. وعليه تم التطرق في هذا المطلب عقد الرهن العلامة في (الفرع الأول) وعقد الترخيص لاستغلال العلامة في (الفرع الثاني).

[1] بلكام دليلة، مرجع سابق، ص57.

## الفرع الأول
## رهن العـــــلامة

يتم إبرام عقد رهن العلامة بين مالك العلامة المسجلة الذي يرغب في الحصول على الائتمان التجاري والسيولة اللازمة لمواصلة تجارته، ويسمى بالمدين الراهن، أما الطرف الثاني في العلاقة التعاقدية فهو الدائن المرتهن والذي قد يكون شخصا طبيعي أو معنوي، مؤسسة مالية عامة أو خاصة، والتي غالبا ما تكون مؤسسة مالية، نظير الاعتبارات المالية التي تتوفر عليها هذه المؤسسات[1].

لقد أجاز المشرع الجزائري في المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[2] رهن العلامة، حيث جاء فيما يلي: "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها ".

وعليه فإن الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة تكون قابلة لانتقال الكلي والجزئي، حيث يمكن أن تكون العلامة محل عقد رهن عن طريق رهن المحل التجاري باعتبارها عنصر من عناصره، وفي هذه الحالة يجب على الأطراف المتعاقدة ذكر العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة، وهذا ما نصت علية المادة 199 من القانون التجاري، ولكن ذلك لا يمنع أن تكون العلامة محل رهن بصورة مستقلة على المحل التجاري[3].

كما سبق أن أشرنا في الأمر06/03 السالف الذكر أن المشرع الجزائري قد أجاز رهن العلامة، لكنه لم يوضح كيفية ذلك، مما يستدعي الرجوع إلى الأحكام العامة للرهن الحيازي

---

[1] ـ فواز يوسف، كايد معماري، انتقال الحق في العلامة (دراسة مقارنة)، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر قانون خاص، كلية دراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017، ص37.

[2] ـ الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[3] ـ بهلولي فاتح، مرجع سابق، ص 33.

للمنقول على العلامات، باعتبارها مال منقول فهي تخضع لأحكام هذا الرهن، فإذا كانت ضمانا لدين مدني طبقت عليه أحكام القانون المدني، وإذا كانت ضمانا لدين تجاري طبقت عليه أحكام القانون التجاري[1].

وبالتالي نجد العلامة استثنت كغيرها من باقي عناصر الملكية الصناعية من مبدأ الحيازة، فهي لا تنتقل إلى الدائن المرتهن لأن انتقالها يؤدي إلى حرمان صاحبها من استغلالها.

وكما تجدر الإشارة أن عقد الرهن قد يقع على علامة مستوفية لشروط التسجيل، كما يمكن أن يقع على علامة ما تزال في مرحلة التقديم عن طريق الإيداع لدى الجهة المختصة ما دام أثار التسجيل تعود بأثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب، وهذا ما أشار إليه المشرع الجزائري في المادة 15 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه: " يشترط تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة... "[2].

**أولا: شروط انعقاد عقد رهن العلامة**

لانعقاد عقد رهن العلامة لا بد من توافر مجموعة من الشروط الموضوعية والشروط الشكلية المتمثلة في

**1. الشروط الموضوعية**

لا يمكن أن ينشأ عقد لرهن العلامة دون توافر أركانه، فلا بد من توافر الإيجاب و القبول بين المتعاقدين بالإضافة إلى الأهلية اللازمة لإبرام العقد وأن تكون إرادته سليمة وخالية

[1] ـ بن زيدي فتحي، "عقد رهن العلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، عدد2، جامعة سطيف 2، الجزائر، 2020، ص338.

[2] ـ دواره خليل قويدر، نجية بادي بوقيجة، "مظاهر المرونة في عقد رهن العلامة التجارية"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14، عدد2، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2021، ص412.

من أية عيوب، أيضا ركني المحل و السبب، حيث يتم البحث في هذه الأركان بالرجوع إلى القواعد العامة[1].

**أ-الشروط الموضوعية الخاصة**

إضافة إلى الأركان السابقة الذكر لابد من توافر الشروط الموضوعية الخاصة وهي من الشروط الضرورية، والتي لا يمكن أن يتم عقد رهن العلامة دون توافرها:

**بالنسبة للراهن**

هو أحد أطراف رهن العلامة وهو الشخص الذي يقدم علامته كضمان لدين عليه، كما يمكن أن يكون كفيلا عينا، يجب أن يكون الراهن مالكا للشيء المرهون، وكما يجب أن يكون أهل للتصرف أثناء إبرامه عقد الرهن وإلا كان التصرف باطلا[2].

**بالنسبة للعلامة:**

تشترط الكتابة في عقد رهن العلامة، حيث نص المشرع الجزائري في المادة 15 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات حيث تنص: "تشترط تحت طائلة البطلان، الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة..."[3]، وعليه يتم تحرير عقد رهن العلامة في محرر رسمي، ويعتبر العقد المبرم بين الطرفين عقدا شكليا و ليس رضائيا بدليل اشتراط الكتابة لانعقاد التصرف الوارد عليه وإلا كان باطلا[4]، حيث يكون هذا الشرط إثبات للرهن وبمثابة حماية للأطراف المتعاقدة و الغير.

---

[1] ـ فؤاد يوسف، كايد معاري، مرجع سابق، ص38.

[2] ـ محمد الصادق بن عودة، أحكام رهن المحل التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص28.

[3] ـ المادة 15 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[4] ـ بن زيد فتحي، مرجع سابق، ص343.

**قيد رهن العلامة في سجل العلامات**

صاحب العلامة ملزم بقد علامته وتسجيلها في السجل الوطني للعلامات، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري، غير أنه لم ينص صراحة على تسجيل عقد الرهن في الأمر 03/ 06 المتعلق بالعلامات، إلا أنه يعتبر من التصرفات الناقلة للحقوق الواردة على العلامة، كالترخيص الذي نص عليه في المادة 17 من الأمر السالف الذكر، بهدف الاحتجاج به تجاه الغير وبذلك قيد الرهن في سجل العلامات حتى يترتب أثاره و إلا كان العقد باطلا[1].

كما ألزم القانون التجاري في نص المادة 121 من الأمر 05/02 المتضمن القانون التجاري، على أنه يجب إتمام إجراءات القيد خلال مدة 30 يوم من تاريخ ابرام العقد التأسيسي للرهن تحت طائلة البطلان، رغم كونه مفرغ في عقد رسمي[2].

**النشر**

المدين الراهن ملزم بقيامه بشهر علامته المرهونة، فلابد من نشر كل تغيير يطرأ على العلامة في سجل العلامات، ويعتبر قيد الرهن على سجل العلامات من التغيرات التي تطرأ على السجل حيث يتوجب نشر هذا التغيير في الصحف الرسمية حتى يكون هذا العقد حجة على الغير[3].

وعليه بما أن عقد رهن العلامة يكون دون حيازتها، فيكون هذا النشر لغرض تبيان للجمهور أن العلامة تم الرهن عليها.

[1] ـ حمادي محمد رضا، مرجع سابق، ص51.
[2] ـ بن زيد فتحي، مرجع سابق، ص343.
[3] ـ بلكالم دليلة، مرجع سابق، ص68.

**ثانيا: أثار عقد الرهن**

يترتب على عقد رهن العلامة مجموعة من أثار والتي تكون على شكل التزامات بين أطراف هذا العقد بالنسبة للمدين الراهن والدائن المرتهن:

**1. التزامات المدين الراهن**

**أ-التزام المدين الراهن بالحفاظ على العلامة**

تنص المادة 953 من القانون المدني الجزائري على أنه: "يضمن الراهن سلامة الرهن ونفاذة، وليس له أن يأتي عملا ينقص من قيمة الشيء المرهون..."[1]، يتضح من نص المادة أنه يقع على عاتق المدين الراهن التزام بالمحافظة على العلامة المرهونة وعدم القيام بأي عمل من شأنه المساس بقيمتها، كما عليه دفع كل ادعاء الغير بحق هذه العلامة المرهونة.

**ب-التزام بالإخطار**

تنص المادة 1/123 من القانون التجاري على أنه: " في حالة نقل المحل التجاري تصبح الديون المقيدة مستحقة الأداء بحكم القانون إذا لم يقم مالك المحل التجاري بإبلاغ الدائنين المقيدين في المحل المختار خلال خمسة عشر يوما من قبل أو نعن طريق غير قضائي ، عن رغبته في نقل المحل التجاري وعن المركز الجديد الذي يريد أن يقيمه به"[2]، يستنتج من نص المادة أن الراهن ملزم بتبليغ الدائنين بالمقر الجديد لعلامته خلال خمسة عشر يوم من قبل رغبته في نقل المحل.

[1] ـ المادة 953 من القانون المدني، مرجع سابق.

[2] ـ المادة 123 الفقرة 1 من أمر رقم 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري الجزائري، ج ر ج ج، عدد101 المؤرخ في 19 ديسمبر 1975 المعدل والمتمم بالأمر رقم 02/05 المؤرخ في 6 فيفري 2005، ج ر ج ج، عدد 11 المؤرخ في 9 فيفري 2005.

**ج-التزام بالنفقات العقد والقيد**

حسب ما نصت عليه المادة 2/833 من القانون المدني الجزائري على أنه: "تكون مصاريف القيد وتجديده وشطبه على الراهن مالم يتفق على غير ذلك"[1]، يفهم من نص المادة أنه تقع على عاتق الراهن كل المصاريف المترتبة عن عقد الرهن الحيازي للعلامة من قيد وتسجيل ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك.

**2. التزامات الدائن المرتهن**

يقع على عاتق الدائن المرتهن في حالة رغبته في التنفيذ على العلامة المرهونة ببيعها بالمزاد العلني التزام بإنذار مالك العلامة المرهونة والدائنين المقيدين قبل صدور الحكم الذي أمر بالبيع، بالاطلاع على دفتر الشروط و بيان اعتراضاتهم أو ملاحظاتهم وحضورهم مرسى المزاد إذا رغبوا في ذلك[2]، وقد يكون السبب الذي أدى بالدائن المرتهن إلى المطالبة بهذا الإجراء، كإخلال المدين لالتزام من التزاماته، لأن أي تصرف يقوم به هذا الأخير يكون محله العلامة المرهونة فيمكن أن يقر بهذا التصرف بالتأمين الممنوح للدائنين[3].

## الفرع الثاني
## الترخيص باستعمال العلامة

يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة أحد النتائج المترتبة عن حق الملكية، الذي يتمتع به صاحب العلامة حيث لا يمكن للغير استغلالها دون ترخيص من صاحبها، وهذا الترخيص يأخذ شكل العقد والذي هو اتفاق بين صاحب العلامة والشخص المرخص له[4].

---

[1] ـ المادة 2/833 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

[2] ـ أنظر المادة 127 الفقرة 1 من أمر رقم 59/75 المتضمن القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق.

[3] ـ بالكالم دليلة، مرجع سابق، ص71.

[4] ـ عجة جلالي، مرجع سابق، ص96.

وقد ظهر هذا العقد عندما توطدت فكرة انفصال ملكية العلامة منقولا معنوية عن استعمالها وبذلك يجوز أن يكون مستعمل العلامة غير مالكها، حيث عرف عقد الترخيص باستعمال العلامة لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وبفضل المزايا التي حققها كنظام للتعاون المستثمرين المشروعات انتشر في العالم ليتيح أفضل الفرص للتوسع التجاري اعتمادا على شهرة العلامة [1].

**أولا: تعريف الترخيص**

يعرف الترخيص بأنه "العقد الذي بواسطته يوافق صاحب العلامة على منح الغير حق استغلالها كليا أو جزيئا مقابل دفع رسوم مناسبة للاستغلال تسمى بالإتاوات وتعتبر هذه العملية بالنسبة لصاحب العلامة وسيلة لاستثمارها خارج موطنه، وفيما يخص بالمرخص له فهو يستفيد من حق استعمالها"[2].

والمشرع الجزائري قد نص في المادة 09 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه: "الحق في العلامة يخول صاحبه...ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع وخدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها...".

وكما نصت المادة 16 منه على أنه: "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استئثاريه أو غير استئثاريه، لكل واحد من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها"[3].

[1] ـ الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، ص140.

[2] فرحة زواوي صلاح، مرجع سابق، ص253.

[3] ـ المادة 16 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

انطلاقا من النصين السابقين فإن المشرع أجاز لصاحب الحق في العلامة أن يمنح للغير رخص باستغلالها ووضعها على السلع أو الخدمات التي تم تسجيل العلامة أو تم إيداع طلب تسجيل بشأنها.

ويشترط تحت طائلة البطلان أن يتضمن العقد مدة الترخيص والمنطقة المحددة له، مع تعيين السلع والخدمات محل الترخيص، كما يستوجب قيد الرخصة في سجل العلامات، وهذا وفقا الأحكام المادتين 23 و24 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05[1]، وهذا أيضا ما نصت عليه المادة 17 من الأمر06/03 [2].

**ثانيا: أنواع الترخيص**

إن المرخص في إطار عقد ترخيص العلامة يتمتع بحرية كاملة في اختيار نوع الترخيص الذي بموجبه يمنح حق الانتفاع واستعمال علامته للمرخص له، إذ قد يمنح ترخيص استئثاريا، أو غير استئثاريا، كما يمكن أن يمنح ترخيصا وحيدا.

**أـ الترخيص الاستئثاري**

عقد الترخيص الاستئثاري لاستغلال العلامة معناه استئثار المرخص له ولوحده باستغلال العلامة محل الترخيص لجميع ما تشمله من منتجات أو بعضها حسب بنود العقد، دون أن يتجاوز الاستغلال المدة أو المنطقة المحددتين له، ولا يحق للمرخص نفسه باستعمالها على ذات المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية والمدة الزمنية المتفق عليها، ولا يجوز أن يمنح حق استغلالها لغير المرخص له[3].

[1] ـ شريفي نسرين، مرجع سابق، ص155، ص156.

[2] ـ المادة 17 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[3] ـ رقيق ليندة، "أثار تسجيل العلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 7، العدد2، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2020، ص841.

**ب ـ الترخيص غير الاستئثاري:**

الترخيص غير الاستئثاري هو العقد الذي بموجبه يمنح صاحب العلامة ترخيصا أخر لذات العلامة على نفس المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية لشخص أو الأشخاص أخرين، أو يقوم باستغلال العلامة هو بنفسه مع منح ترخيص للغير[1]، أي في هذه الحالة لا يملك المرخص له حق منح ترخيص باستغلال السلع والبضائع والمنتجات محل العلامة إلى شخص أخر، بل يستأثر بهذا الحق صاحب العلامة فقط.

**ج ـ عقد الترخيص الوحيد:**

يستطيع المرخص والمرخص له حسب الترخيص الأحادي كما يطلق عليه البعض، أن يتفقا على أن يكون الترخيص وحيدا بموجبه يستطيع صاحب العلامة التجارية استغلالها، إضافة الى المرخص له دون غيره من المرخصين لهم، حيث لا يجوز لطرفي عقد الترخيص منح تراخيص أخرى جديدة أو التنازل عنها[2].

**ثالثا: أثار عقد الترخيص**

يعتبر عقد الترخيص عقد ملزم للجانبين تترتب عنه التزامات تقع على عاتق المرخص وعلى عاتق المرخص له.

[1] ـ عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن،2005، ص166.

[2] ـ بوعش وافية، عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020، ص240.

**أ ـ التزامات المرخص**

**أ ـ 1ـ الالتزام بتسليم العلامة**

من بين أهم الالتزامات الواقعة على عاتق المرخص صاحب العلامة هو الالتزام بتسليم العلامة إلى المرخص له، وباعتبار أن عقد الترخيص لا ينصب على ملكية العلامة وإنما يرد على حق الاستعمال، فإن الالتزام الذي يقع على عاتق المرخص يتمثل في وضع العلامة تحت تصرف المرخص له، وذلك بتمكينه من الانتفاع بالعلامة خلال المكان والمدة المتفقة عليها في العقد[1].

و تجدر الإشارة أنه في حالة قيام المرخص ببيع العلامة إلى الغير أثناء سريان عقد الترخيص فإن حق المرخص له في استغلال العلامة يبقى قائما ونافذا تجاه المشتري الجديد للعلامة[2].

**أ ـ 2ـ الالتزام بضمان**

إلى جانب الالتزام بتسليم العلامة يرتب عقد الترخيص على عاتق المرخص الالتزام بالضمان الاستغلال، ويخضع هذا الضمان للقواعد العامة من حيث ضمان عدم التعرض، والاستحقاق سواء من شخصه أو من الغير طيلة مدة العقد، إذ يعد استعمال الغير للعلامة بمثابة تعرض، و إذا كان هذا التعرض على شكل تقليد فإنه ينبغي على المرخص له إخطار المرخص بذلك حتى يبادر باتخاذ الإجراءات القانونية لدفع هذا الاعتداء، وإذا التزم الصمت بعد الإخطار يمكن للمرخص له الادعاء بنفسه في دعوى التقليد، و إذا كان التعرض ماديا في شكل منافسة من الغير فمن حق المرخص له المطالبة بالتعويض دون إخطار المرخص[3].

---

[1] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص216.

[2] ـ عجة جيلالي، مرجع سابق، ص105.

[3] ـ بوعش وافية، "عن اختلال التوازن العقدي في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية"، مجلة أبحاث قانونية سياسية، العدد السادس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل، 2018، ص395.

وكما يلتزم المرخص بضمان الاستحقاق فيضمن أن صاحب الحق في ملكية العلامة لا ينازعه أحد، وتنعقد مسؤولية المرخص إذا تبين عدم ملكيته للعلامة ويكون من حق المرخص له أن يفسخ العقد ويسترد كافة المبالغ التي دفعها[1].

وكذلك يلتزم المرخص أيضا بضمان العيوب الخفية المتعلقة بالعلامة، والتي قد تحول دون الاستغلال الأمثل للعلامة من قبل المرخص له[2]، والعيب الخفي في العلامة هو ذلك العيب الذي يؤدي إلى الانتقاص من قيمتها أو من الانتفاع بها سواء كان العيب متعلقا بالعلامة مباشرة أو يتعلق بالمنتجات التي تندرج تحت العلامة[3]. ومثال عن ذلك كأن يقدم المرخص عدة تراخيص بشأن نفس العلامة التي رخصها للمرخص له دون علم هذا الأخير خلال مرحلة فترة إبرام العقد، أو كافتقاد العلامة لأحد الشروط الموضوعية لقبول تسجيلها ومع ذلك قام بإيداع طلب التسجيل لعدم ملاحظة المعهد الوطني للملكية الصناعية عند قيامها بإجراءات التسجيل.

**أ ـ 3ـ الالتزام بتقديم المساعدة الفنية**

يتمثل هذا الالتزام، بقيام صاحب العلامة بتقديم كافة الوثائق والمستندات التي من شأنها تسهيل عملية استغلال العلامة من قبل المرخص له، ويتجلى ذلك بكيفية الإدارة والتسويق التنظيم، وكذا الوسائل المادية التي تساعده على الاستغلال الأمثل للعلامة، وتقديم الإرشادات والنصائح اللازمة من أجل الحفاظ على سمعة العلامة.

[1] ـ الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، ص144.

[2] ـ حمادي زوبير، مرجع سابق، ص108.

[3] ـ بالكم دليلة، مرجع سابق، ص99.

ويعتبر هذا الالتزام من قبل الالتزامات الجوهرية للمرخص حتى يتمكن المرخص له من تحقيق النتيجة المرجوة من عقد الترخيص [1].

**ب ـ التزامات المرخص له**

**ب ـ 1ـ التزام المرخص له باستعمال العلامة:**

بما أن عقد الترخيص يمنح الحق للمرخص له باستغلال العلامة، فإن هذا العقد ذاته يفرض عليه استغلالها ويجعل ذلك واجبا عليه، وهذا نظرا لكون استعمال العلامة يزيد من قيمتها وشهرتها ويعمل على المحافظة عليها. فهذا أهم التزام يقع على المرخص له لأن عدم الالتزام بذلك قد يعرض مالك العلامة إلى شطب علامته، كما ينشأ عن عدم استعماله للعلامة الحق بفسخ العقد من جانب المرخص[2].

وعليه على المرخص له الاستغلال الجدي والمتتالي والمشروع للعلامة المرخصة له في الأغراض والحدود المقررة بموجب عقد الترخيص، ولا يجوز له الانقطاع عن استغلالها لمدة تفوق 03 سنوات بحسب المادة 11 من الأمر رقم 06/03 أو ما يسمح به القانون، كما لا يجوز للمرخص له التنازل عن استغلال كل أو جزء من العلامة المرخص له إلى طرف ثالث، وبالمقابل يحول له هذا الترخيص منافسيه من استغلالها بدون ترخيص من مالكها الأصلي[3].

وكذلك يدخل ضمن هذا الالتزام، استغلال العلامة في المنطقة الجغرافية المحددة في العقد وتسويقها ضمن الإطار المتفق عليه، كذلك يجب أن يكون الاستغلال عقلانيا وفق منظور

[1] ـ حمادي بالقاسم، حموته عبد العلي «عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 8، العدد1، 2021، ص630.

[2] ـ أسامة نائل المحسين، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص66.

[3] ـ بوعش وافية، مرجع سابق، ص397.

القانون وأن لا يتجاوز حدود القانون والبنود العقدية، حتى لا يصبح محل العقد مخالف للنظام العام والأدب العامة[1].

[1] ـ حامدي بلقاسم، عبد العلي حموته، مرجع سابق، ص632.

**ب ـ 2ـ التزام المرخص له بالمحافظة على العلامة:**

كما يلتزم المرخص له بموجب عقد الترخيص بأن يبذل العناية الواجبة في استعمال العلامة والمحافظة عليها، وهذا يعني أن ألا يضع العلامة على منتجات من صنعه أقل جودة من السلع التي يصنعها المرخص ويضع عليها العلامة المرخص باستعمالها[1].

كما عليه المحافظة على سمعة العلامة في أذهان الجمهور والامتناع عن أي فعل يمس بسمعتها، وبالإضافة إلى ذلك وجب عليه أن يشير في تعاملاته مع الغير بصفته كمرخص له، وعند إخلاله بواجب المحافظة على سمعة العلامة محل الترخيص تقوم عليه المسؤولية التعاقدية[2].

**ب ـ 3 ـ التزام المرخص له بدفع مقابل الترخيص**

بما أن عقد الترخيص من العقود الملزمة للجانبين، فإلا جانب التزام المرخص بتسليم العلامة إلى المرخص له فإنه بالمقابل يلتزم هذا الأخير بدفع مقابل استعمال علامة المرخص، إذ يعد الالتزام بدفع مقابل الترخيص شرط من الشروط الأساسية لعقد الترخيص، فهو يعتبر سبب التزام المرخص بتمكين المرخص له من استعمال علامته[3].

ويتوقف تحديد مقدار المبلغ الذي يدفعه المرخص له إلى عدة عوامل منها شهرة العلامة ومقدار المنفعة التي تعود على المرخص له من استخدامها، وقد يلتزم المرخص له بدفع المبلغ جزافا ويتم سداده بشكل أقساط دورية أو على أساس نسبة من المبيعات أو الأرباح وتدفع بصورة دورية[4].

---

[1] ـ الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، 146.

[2] ـ عجة جيلالي، مرجع سابق، ص108.

[3] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص220.

[4] ـ الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، ص146.

**ب ـ 4ـ التزام المرخص له بالمحافظة على السرية الفنية**

يستلزم على المرخص له بالمحافظة على سرية المعرفة الفنية والأسرار التجارية التي يستأثر بها من أسلوب الترخيص، والتي بإمكانها أن تعطي للعلامة ميزة تنافسية وشهرة على غيرها من العلامات، حيث تتمثل تلك السرية في كيفية توزيع المنتجات الموسومة عليها العلامة المرخصة وكيفية استعمالها، وطريقة العرض والوسائل الصناعية فكل هذه عبارة من المعارف الفنية والأسرار التجارية الخاصة بالسلع والتي يلتزم المرخص له بالحفاظ عليها وعدم الإفصاح عنها[1].

فإفشاء هذه الأسرار أمام الغير وخاصة المنافسين لذات العلامة أو المنتج يؤدي إلى إضعاف الثقة للعلامة أمام جمهور المستهلكين ويجعلها عرضة للتقليد، حيث يلتزم المرخص له بهذا الالتزام إما في مرحلة المفاوضات إلى ما بعد انقضاء العقد.[2]

فالحفاظ على السرية يعتبر من بين الأسباب التي تساهم في نجاح المشروع التجاري، وكذا في فاعلية عقد الترخيص مما ينتج أثارا إيجابية سواء بالنسبة للمرخص له أو المرخص، أو المستهلك عن طريق حمايته من التقليد الذي قد ينشئ في حال إفشاء بعض من المعارف الفنية، أو انتحال العلامة عن طريق المنافسة غير المشروعة[3].

[1] ـ بوعش وافية، عن اخلال التوازن العقدي في عقد الترخيص استغلال العلامة، مرجع سابق، ص399.

[2] ـ بدار محمد أنيس، قاسمي أحلام، النظام القانوني لعقد ترخيص العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد رحمان ميرة، بجاية، 2022، ص69.

[3] ـ حامدي بلقاسم، عبد العلي حموته، مرجع سابق، ص631.

## المبحث الثاني
## الحماية القانونية للعلامة

إن إتمام عملية التسجيل للعلامة بالشكل المنصوص عليه في القانون، ينتج عنه اعتراف قانوني لهذه العلامة، ويتجسد هذا الاعتراف في الاستفادة من الحماية القانونية التي يرتبها القانون لتلك العلامة المسجلة، وتتجلى هذه الحماية في أن صاحب العلامة قرر له القانون دعوى قضائية من خلالها يطلب حماية القضاء لحقه في العلامة ويمكن أن يقاضي كل من يعتدي على هذا الحق، ومن خلال استعراض نصوص القانون المنظم للعلامات في الجزائر نجد بأنه هناك نوعين من الحماية القانونية، وهذا ما سوف ندرسه في المطالب التالية:

المطلب الأول: الحماية المدنية

المطلب الثاني: الحماية الجزائية

### المطلب الأول
### الحماية المدنية

تعد الحماية المدنية الوسيلة الوحيدة لحماية العلامة متى كانت غير مسجلة، فيجوز لكل من وقع تعد على حقه في العلامة أن يرفع دعوى مدنية على من أحدث التعدي، وتمكين صاحب العلامة الحصول على تعويض، وهذه الحماية تستند في عمومها إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية، ويمارس صاحب العلامة غير المسجلة الحماية المدنية للحق في علامته من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة[1].

وبذلك يتمتع الحق في العلامة بالحماية المدنية والتي تكون مكفولة في دعوى المنافسة غير المشروعة، سواء كانت تلك العلامة مسجلة أم غير مسجلة، فلا يشترط التسجيل لقيام هذا النوع

[1] ـ بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2015، ص8.

من الحماية بل أن الحماية المدنية تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية ملكية العلامة متى كانت هذه الأخيرة غير مسجلة.

ومن ثم لدراسة دعوى المنافسة غير المشروعة تتطلب تعريفها، وبيان الأساس القانوني لها (فرع الأول)، وتحديد شروط ممارستها (فرع الثاني)، وأخيرا الأثار المترتبة على دعوى المنافسة غير المشروعة (فرع الثالث).

## الفرع الأول
## دعوى المنافسة غير المشروعة

للمنافسة أهمية كبيرة في الحياة الاقتصادية باعتبارها حافزا للتقدم الاقتصادي والتقني، ولكن لتحقيق ذلك لا بد من ممارستها في حدودها المشروعة وضمن مناخ ملائم لها، أما إذا انحرفت عن ذلك فإنه يمكن أن يترتب عليها أضرارا بسبب التصرفات التي قد تصدر عن المنافسين، والتي تعبر غير قانونية، وذلك بقصد جذب العملاء والاستفادة بشكل غير عادل من جهود المنافسين الأخرين أو القضاء على المنافسين[1].

أما دعوى المنافسة غير المشروعة تعتبر وسيلة مهمة لحماية حق مالك العلامة وتقرير التعويض عن الضرر الذي يصيبه من جراء تقليدها أو تزويرها، وهي تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية المالك إذا كانت العلامة غير مودعة، ويجوز أن ترفع الدعوى المدنية بالمنافسة غير المشروعة من مالك العلامة أو من أي شخص أخر أصابه ضرر من جراء المنافسة غير المشروعة،[2] ومن هنا فلا بد من معرفة ما تمثله هذه الدعوى من خلال تعريفها بدعوى المنافسة ثم بيان الأساس القانوني التي تستند إليه.

[1] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص385.

[2] ـ نقلا عن: الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، ص ـ ص374373 .

**أولا: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة**

للتمكن من صياغة تعريف شامل وجامع لدعوى المنافسة غير المشروعة، لا بد من الرجوع إلى الاجتهادات القضائية ومختلف التشريعات القانونية لإيجاد تعريف قانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة.

**1. التعريف الفقهي**

عرفتها الدكتورة سميحة القيلوبي بأنها: "استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو العرف أو العادات أو الشرف".[1]

كما عرفتها الأستاذة نادية فضيل على أنها:" استخدام التاجر لأساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم".[2]

وعرفها محمد المسلومي بأنها: " هي التي تتحقق باستخدام التاجر لوسائل منافية للعادات، والأعراف، والقوانين التجارية، والمضرة بمصالح المنافسين، والتي من شأنها التشويش على السمعة التجارية، وإثارة الشك حول جودة المنتجات لنزع الثقة من منشأته، أو وضع بيانات غير صحيحة على السلع بهدف تضليل الجمهور".[3]

[1] ـ نقلا عن: كاهنة زواوي، المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجيستر، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر ـ بسكرة ـ، 2007، ص07.

[2] ـ فوضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص183.

[3] ـ نقلا عن: أحمد مروان داود القصراوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة وفق التشريع الأردني والاتفاقات الدولية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجيستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، 2014، ص67.

**2. التعريف التشريعي**

نجد المشرع الجزائري لم يذكر حالات المنافسة غير المشروعة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وإنما نص على دعوى المنافسة غير المشروعة، في نص المادة 2/27 من قانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[1]، حيث نص على أنها:" تعتبر الممارسات التجارية غير النزيهة في مفهوم هذا القانون الممارسات التي يقوم بها العون الاقتصادي وهي كالتالي:

- ـ تشويه سمعة عون اقتصادي منافس لنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو منتجاته أو خدماته.
- ـ تقليد العلامات أو تقليد منتجاته أو خدماته "[2].
- كما نصت المادة 10من الفقرة الثانية من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية التي نصت على المنافسة غير المشروعة، على النحو التالي: " تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية، وتكون محظوظة بصفة خاصة ما يلي:
- ـ كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأي وسيلة كانت لبس مع منشأة أحد المنافسين أنشاطه الصناعي أو التجاري.
- ـ البيانات والادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها وصلاحيتها للاستعمال أو كميتها".[3]

[1] ـ فرفار زوهير، الحماية القضائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019، ص58.

[2] ـ المادة 27 من الأمر 04 /02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتضمن للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج، العدد 41، الصادر في 27 جوان 2004.

[3] ـ المادة 10 الفقرة 2 من اتفاقية باريس للملكية الصناعية، مرجع سابق.

أما قانون التجارة المصري لعام 1999 فقد نص في المادة 66 على أنه: "تعتبر منافسة غير مشروعة كل فعل يخالف العادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية، ويدخل في ذلك على وجه الخصوص الاعتداء على علامات الغير أو اسمه التجاري أو على براءة الاختراع الصناعية التي يملك حق استثمارها وتحريص العاملين في متجره على إذاعة أسراره أو ترك العمل عنده، وكذلك كل فعل أو ادعاء يكون من شأنه إحداث اللبس في المتجر أو في منتجاته أو إضعاف الثقة في مالكه في القائمين على إدارته في منتجاته".[1]

على هذا الأساس يمكن القول بأن الأعمال التجارية الشريفة التي لا تخالف قواعد القانون والأعراف والعادات التجارية تعتبر أعمال منافسة مشروعة، حيث إنها تقيس مدى نجاح المشروع، وعكس ذلك نكون أمام منافسة غير مشروعة تلحق الضرر بالغير، الذي يكون له الحق في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة لأجل المطالبة بالتعويض.[2]

**ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة**

لقد اختلف الفقه والقضاء حول تحديد الأساس القانوني الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذا راجع لكون المشرع لم يضع أحكاما خاصة لتنظيم المسؤولية المترتبة على المنافسة غير المشروعة، فقد استند بعض الفقه هذه الدعوى إلى القواعد العامة من باب المسؤولية التقصيرية، بينما ذهب فريق أخر من الفقهاء إلى القول إن المنافسة غير المشروعة تعد من قبيل الجزاء عن التعسف في استعمال الحق، في حين يرى جانب أخر من الفقه أن أساس هذه الدعوى يبين الحق المقرر للتاجر في حماية حق ملكية متجره.

[1] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص270.

[2] ـ إبراهيم محمد عبيدات، الأسرار التجارية مفهوم والطبيعة القانونية وألية الحماية (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2015، ص 270، ص 271.

وعليه يتجه الرأي الراجح، على أن فكرة حماية العلامة باعتبارها مال معنوي بدعوى المنافسة غير المشروعة على أساس المسؤولية التقصيرية، وهذا تطبيقا لفكرة الخطأ المرتكب من أي شخص يأتي بأعماله ضررا لصاحب الحق عليها أو مخالفة للقيم والأخلاق التجارية، والذي يلزم من ارتكبه التعويض.[1]

كما أيد هذا الرأي، المشرع الفرنسي حيث استند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى نص المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي والتي تنص على أن: "كل فعل يصدر على الإنسان محددا ضررا بالغير يلزم بالتعويض من تسبب به بخطئه"[2]، والتي تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي تنص بأن: " كل فعل أي كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير، يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".[3]

وذلك بحجة أن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة يتطلب توافر نفس الشروط المتطلبة في دعوى المسؤولية التقصيرية والمتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية.

## الفرع الثاني
## شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

يشترط لتحريك دعوى المنافسة غير المشروعة توافر مجموعة الشروط والمتمثلة في الخطأ (شرط وجود منافسة غير مشروعة)، الضرر، وأخيرا الرابطة السببية.

[1] ـ نواة حسين، مرجع سابق، ص134.

[2] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص275.

[3] ـ المادة 124من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

**أولا-الخطأ**

لم تعرف القوانين الخطأ عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل غير المشروع، بل تركت ذلك للفقه والقضاء، والخطأ كما استقر عليه رأي الفقه والقضاء هو" إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل لذلك الواجب"، يتكون من عنصرين، الأول موضوعي يتمثل في الإخلال بواجب قانوني، والثاني شخصي يتمثل في توافر التمييز لدى المخل بهذا الواجب.[1]

الخطأ في الدعوى المنافسة غير مشروعة له معنى خاص يختلف عن معناها في الدعوى المدنية عن العمل المشروع، فالخطأ في المنافسة غير المشروعة يتطلب أن تكون هناك منافسة بين شخصين، وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء كان أحدث ضررا عمدا أو عن مجرد إهمال، أي سواء توافر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير وسوء النية، أو كان الخطأ غير مقصود[2].

وعليه، يقتضي لتوافر عنصر الخطأ أن تكون هناك منافسة، وحالة المنافسة تتمثل بالقيام بنفس النشاط الذي يقوم به صاحب العلامة، ويشترط في هذه الحالة أن يؤدي هذا النشاط إلى تضليل جمهور المستهلكين بحيث يشتبه عليهم، كأن يقوم المعتدي باستعمال العلامة على منتجات مشابهة لمنتجات مالك العلامة مثلا، وبالتالي يمكن أن يكون الضرر خلال تشويه سمعة منتجاته في السوق، ويرى البعض أنه لا يشترط حالة التماثل الكامل بين النشاطين بل يكفي أن يكون النشاطين متقاربين بحيث يمكن لأحدهما التأثير في عملاء الأخر.[3]

وعليه بالإضافة إلى حالة قيام المنافسة يستوجب أيضا عدم مشروعية فعل المنافسة والتي تتمثل بالأفعال والممارسات التي تتعارض مع الممارسات الشريفة أو مع العادات و الأصول

[1] ـ وهيبة لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص299.

[2] ـ الجغبير حامدي غالب، مرجع سابق، ص398.

[3] ـ إبراهيم محمد عبيدات، مرجع سابق، ص 275، ص276.

المطبقة في المعاملات التجارية، لهذا فإن كل فعل يخالف تلك العادات والأصول يعتبر من أفعال المنافسة غير مشروعة.[1]

**ثانيا-الضرر**

لا مجال لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة مالم ينجم عن فعل التعدي على العلامة ضرر يصيب التاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته، إذ أن إقامة دعوى منافسة غير مشروعة بدون تحقق الضرر يؤدي إلى ردها.[2]

فلا محل للمسؤولية إلا إذا ترتبت عن المنافسة غير المشروعة ضررا، سواء كان الضرر ماديا يصب التاجر في أمواله أو معنويا يصيبه في سمعة منتجاته.[3]

وتجدر الإشارة أن الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة لا يلزم أن يكون الضرر وقع فعلا، بل يكفي أن يكون محتملا الوقوع في المستقبل، كما أنه يقع عبء إثبات الضرر على عاتق المدعي المتضرر جراء التعدي على علامته.[4]

**ثالثا- العلاقة السببية**

الرابطة السببية تعتبر عنصر لازم لانعقاد المسؤولية المدنية ولتحديد مدى التعويض الناجم عن هذه المسؤولية، فلا يمكن إلزام شخص ما بتعويض عن الضرر عند توافر الفعل والضرر

[1] ـ إبراهيم محمد العبيدات، مرجع سابق، ص276.

[2] ـ عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص188.

[3] ـ نواة حسين، مرجع سابق، ص138.

[4] ـ بسكري رفيقة، "الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 6، العدد 02، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2019، ص144.

فقط دون الرابطة السببية، بل لابد أن يكون من شأن الفعل أن يؤدي إلى هذا الضرر، بمعنى أن يكون الضرر مترتبا على هذا الفعل[1].

## الفرع الثالث
## أثار دعوى المنافسة غير المشروعة

في حالة استيفاء شروط وجود المنافسة غير المشروعة، يجوز للتاجر المتضرر رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض والتوقف عن ممارسة الفعل الغير المشروع.

### أولا-التعويض

للمدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة أن يطالب بالتعويض عن الضرر اللاحق به في تجارته وشخصه جراء المتعدي عليه على أساس ما فاته من ربح و ما لحقه من خسارة، و لا يستحق التعويض إلا ثبت أنه لحقه ضرر محقق واقع فعلا أو سيقع حتما، أما إذا لم يحدث أي ضرر أو كان الضرر محتملا، فإن القاضي يحكم بوقف أفعال المنافسة غير المشروعة فقط.[2]

### ثانيا-وقف الاعتداء

تعد دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى علاجية ووقائية في نفس الوقت، ولا يقتصر الأمر على التعويض عن الضرر المالي و المعنوي فقط، بل لابد من إيقاف استمرار المنافسة غير المشروعة ي أيضا، إذ يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة المنتجات و الأدوات التي تكون موضوع ارتكاب جنحة، وقد منح المشرع الجزائري السلطة القضائية صلاحيات واسعة لاتخاذ الإجراءات اللازمة لوقف استمرار المنافسة غير المشروعة، ومع ذلك، إذا استمرت هذه المنافسة غير المشروعة

[1]- عبد الله حسين الخرشوم، مرجع سابق، ص188.

[2] - فرفار زوهير، مرجع سابق، ص62.

بعد صدور الحكم، فيمكن للطرف المتضرر رفع دعوى جديدة يطالب فيها بالتعويض عن الأضرار اللاحقة لصدور الحكم، وفي هذه الحالة يحكم بالتعويض بالإضافة إلى الغرامة التهديدية.[1]

## المطلب الثاني
## الحمـاية الجزائيـــة

تقتصر الحماية الجزائية على العلامة المسجلة أو التي تم إيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية دون العلامة غير المسجلة التي لا تتمتع بأية حماية.

يقصد بالحماية الجزائية في مجال دراستنا هو تحديد النصوص الجزائية التي تشمل حماية المصالح المتعلقة بالعلامة، حيث أن هذه النصوص تتصدى إلى تجريم صور التعدي على هذه العلامة، باعتبارها من الحقوق الذهنية لمالكها، وذلك بتجريم جميع الأفعال غير المشروعة التي تؤدي إلى الاعتداء على هذا الحق أو تؤدي إلى خطر على صحة المستهلك، أو رغبته في تفضيل بضاعة أو منتج أو خدمة عن غيرها، وكذلك فرض الجزاءات والتدابير على مرتكبيها.

وعليه سوف نسلط الضوء في هذا المطلب على المتابعة الجزائية في الفرع الأول، وتحديد صور الاعتداء على العلامة في الفرع الثاني، والعقوبات المقررة لجنحة تقليد العلامة في الفرع الثالث.

### الفرع الأول
### المتـابعة الجزائيـــة

إن المقصود بالمتابعة الجزائية، تلك الإجراءات التي يتمكن من خلالها المتضرر من جريمة وبموجب القانون من إقامة دعوى عمومية أمام القضاء الجزائي للمطالبة بحقه. سيتم التطرق من

[1] ـ حمادي زوبير، مرجع سابق، ص181، ص182.

خلال هذا الفرع الى أساس المتابعة الجزائية ومن لهم الحق في المتابعة ومن هم الأشخاص المتابعون وهذا كما يلي:

**أولا: أساس المتابعة الجزائية**

لكي تتمتع العلامة بالحماية الجزائية لا بد من توفر شروط حتى يتمكن صاحبها من اتخاذ إجراءات المتابعة ضد كل من يقوم بالاعتداء بالتقليد على علامته. وتتمثل هذه الشروط في:

**1. أن تكون مسجلة**

و يقصد بذلك أن يكون صاحب العلامة قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل العلامة لدى الهيئة المختصة، فالتسجيل شرط أساسي لتمتع العلامة بالحماية الجزائية.[1]

**2. الحماية الجزائية للعلامة تقتصر على السلع أو الخدمات المعينة لها :**

يجب على طالب تسجيل العلامة أن يحدد نوع السلع و الخدمات التي يرغب في تسجيلها[2] ، و هذا ما نستشفه من نص المادة 09 من الامر 06/03 و التي تنص :"يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها "[3]، و الملاحظ من نص المادة أن الحماية الجزائية للعلامة لا تمتد على جميع أنواع السلع و الخدمات الأخرى التي لم يعينها لها.

**3. الحماية الجزائية للعلامة مقيدة من حيث الزمان والمكان**

تتمتع العلامة بالحماية الجزائية من حيث الزمان لمدة 10 سنوات قابلة للتجديد لفترات متتالية، تسري بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، أما من حيث المكان فتقتصر على إقليم الدولة التي

[1] ـ مرجع نفسه، ص 209.

[2] ـ عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 201.

[3] ـ الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

سجلت فيها العلامة، مع عدم الإخلال بالاتفاقيات التي انضمت اليها الجزائر[1]، و هذا ما يستشف في نص المادة 13 من المرسوم التنفيذي 05/ 277 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها [2]. ويمكن القول أن الحماية الجزائية للعلامة المقيدة من حيث الزمان وذلك بفترة التسجيل والتجديد، و مقيدة من حيث المكان و ذلك حسب الحدود الجغرافية للبلد المسجلة فيه.

**ثانيا: أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية**

نص المشرع الجزائري على أن الدعوى الجزائية الرامية إلى حماية العلامة لا تقبل ألا من مالك العلامة، أو صاحب الترخيص باستعمالها متى توفرت الشروط المنصوص عليها ضمن المادة 31 من قانون العلامات[3]، أو النيابة العامة، وذلك ضد القائم بفعل الاعتداء وفي هذا الصدد سوف نتطرق إلى الأطراف يباشرون دعوى تقليد العلامة وهم:

**1. مالك العلامة**

و يعتبر الضحية و هو الشخص الذي قام بتسجيل العلامة أولا، و يحق له رفع الدعوى العمومية و هذا ما نصت عليه المادة 28 من الامر 03/ 06، بقولها أنه يحق لصاحب تسجيل العلامة رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليد للعلامة المسجلة[4].

[1] ـ لعجال سميحة، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2017، ص 29.

[2] ـ المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفيات ايداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق

[3] ـ تنص المادة 31 من المر 06/03:" عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص، يمكن المستفيد من حق استئثار علامة أن يرفع، بعد الإعذار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه".

[4] ـ عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 202.

**2. المرخص باستعمال العلامة:**

هو كل شخص استفاد من رخصة استغلال العلامة مملوكة للمرخص، و هذه الرخصة بواسطتها يمنح صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامة كليا أو جزئيا بصورة استئثارية أولا و ذلك بمقابل يكون في شكل اتاوات[1]، و هو حق شخصي .

**3. النيابة العامة**

هي المخول لها أصلا بتحريك الدعوى العمومية ورفعها ومباشرتها أمام القضاء وفقا لبنود نص المادة 1 من قانون الإجراءات الجزائية.

**ثالثا: الأشخاص المتابعون جزائيا**

ترفع دعوى التقليد ضد مرتكب جريمة تقليد العلامة بحيث يكون فعل هذا الأخير تاما، والأشخاص المتابعون هم المقلد والشريك:

**1. المقلد:**

هو الفاعل الأصلي لجريمة تقليد العلامة، و ذلك بقيامه باستنساخ العلامة استنساخا كليا أو جزئيا للعناصر الأساسية المكونة لها[2] . ولا يمكن رفع دعوى التقليد على الفاعل الأصلي لوحده إذا كان له شريكا أو عدة شركاء.

**2. الشريك:**

لم يتطرق قانون العلامات 06/03 إلى النص على الشريك تاركا الأمر إلى القواعد العامة الواردة في قانون العقوبات المتعلق بالمساهمة في الجريمة، و يعتبر شريكا في جريمة التقليد

[1] ـ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص252.

[2] ـ وهيبة لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص 268.

عند اتفاق عدة أشخاص على القيام بفعل واحد حيث يساهم كل واحد منهم بدور في تنفيذها، و يشترط كذلك الرابطة المادية للجريمة لأن مجموع عمل هؤلاء الأشخاص يؤدي إلى تحقيق واقعة إجرامية واحدة، منه فان الشريك يشترط فيه العلم بأن العلامة المقلدة أو العلامة المراد تقليدها مسجلة[1].

**رابعا: المحكمة المختصة بنظر الدعوى**

نصت المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية[2] على أن المحكمة المختصة بنظر الجنحة هي محكمة محل وقوع الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين، أو شركائهم، أو مكان إلقاء القبض على أحد المتهمين.

و بالتالي طبقا للقاعدة العامة فان المحكمة المختصة بنظر جنحة تقليد العلامة، هي محكمة مكان ارتكاب الجريمة أي مكان وقوع الفعل الضار، أو مكان القاء القبض على أحد المتهمين، و إذا ارتكبت الجريمة في مكان و ظهرت نتائجها في عدة أمكنة، مثل تقليد علامة و استغلالها على أوسع نطاق، فان المحكمة المختصة بنظرها هي محكمة مكان تقليد أحد عناصر الملكية الصناعية أو الملكية الأدبية و الفنية[3].

[1] ـ سميحة لعجال، مرجع سابق، ص 30.

[2] ـ المادة 329 من قانون الاجراءات الجزائية، مرجع سابق.

[3] ـ سمير جميل حسين الفتلاوي، مرجع سابق، ص ـ ص 396، 397.

## الفرع الثاني
## صور الاعتداء المباشر على العلامة

عرف المشرع الجزائري التقليد في المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[1] على أنه :" كل عمل يمس بالحقوق الاستئثاريـــة لعلامة قـام به الغير خرقا لحقوق صـاحب العلامة ".

ومن هذا التعريف نستنتج أن المشرع أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد الذي يشمل كل التصرفات التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة، وتتمثل الأفعال التي تشكل اعتداءا على العلامة فيما يلي:

**أولا: تقليد العلامة**

**1. التقليد بالنقل**

يقصد به وضع علامة مطابقة تماما للعلامة المسجلة من حيث الشكل لها نفس التجسيد ونفس الحجم والشكل وبذات الألوان، بمعنى القيام بعملية نقل حرفي للعلامة عن طريق نسخها ووضعا على منتوج أو خدمة دون ترخيص من مالكها بهدف توظيفها في مجال المنافسة دون وجه حق. [2]

[1] ـ المادة 26 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[2] ـ صالحي عقيلة، مسرور حفصة، الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2020، ص36.

**أ- أركان جريمة التقليد بالنقل:**

**الركن المادي**: هو ذلك السلوك الاجرامي الذي يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية فيعاقب جزائيا على ذلك في حد ذاته، أي يكفي لقيام الجنحة توافر العنصر المادي المتمثل في صنع علامة مماثلة لعلامة الغير.[1]

**الركن المعنوي**: لم ينص المشرع الجزائري على النية الاجرامية أي القصد الجنائي، بل اكتفى بتقرير الجزاء و اثبات الفعل المتمثل في ذلك، و أن النص لم يتضمن أية عبارة تقيد القصد.[2]

**2. التقليد بالتشبيه**

يقصد بجريمة التقليد بالتشبيه حسب جانب من الفقه الجزائري " اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين[3]"، كما عرفه البعض الآخر بأنه :" وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه من العلامة الأصلية مما يؤدي إلى احتمال الخلط بين هاتين العلامتين "[4] ، و هنا يظهر الفرق بين جريمة التقليد بالنقل و جريمة التشبيه، لكون الأولى تشترط النقل الكلي أو الجزئي للعلامة أي أحد عناصرها المميزة و لا يهم إن كان من شأن ذلك احداث خلط ، أما الثانية فهي اصطناع علامة مشابهة للعلامة الأصلية من شأنها اثارة الخلط في ذهن المستهلك للاستفادة من سمعة العلامة الاصلية .

و يفترض في جريمة تقليد العلامة بالتشبيه إلى وجود عنصرين، العنصر المادي المتمثل في اصطناع علامة مشابهة للعلامة الأصلية الذي يؤدي بالجمهور إلى الخلط بين العلامتين، و

[1] - بن علي بوعلام، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسات التطبيقية الجامعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة التكوين المتواصل، معسكر، 2013، ص 79.

[2] - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 120.

[3] - فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص260.

[4] - صلاح سلمان الأسمر، العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1986.

العنصر المعنوي المتمثل في توافر نية خداع المستهلك، أي أن المعتدي قام بتشبيه العلامة عن قصد لتغليط المستهلك[1].

**ثانيا: جريمة وضع علامة مملوكة للغير (اغتصاب العلامة)**

اغتصاب علامة يعني وضع المغتصب على منتجاته أو الأشياء التابعة لتجارته علامة هي ملك للغير.

فبالنسبة للمشرع الجزائري لم ينص في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات صراحة على هذه الصورة من جرائم تقليد العلامة على خلاف الأمر 57/66 الملغى حيث نصت المادة 28 منه على أنه " يعاقب بغرامة من 1000 الى 20.000 دج، وبسجن من ثلاثة أشهر الى ثلاث سنوات أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الذين يضعون عن طريق التدليس، على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي في ملك غيرهم".

وتقوم جنحة وضع علامة مملوكة للغير على الركنين المادي والمعنوي.

**1. الركن المادي**

إن الركن المادي لهذه الجريمة، يتمثل في وضع علامة أصلية مسجلة تسجيلا صحيحا مملوكة للغير على منتجات لم تخصص لها وبدون ترخيص من مالكها.[2]

و من صور هذه الجريمة استعمال الأوعية أو العبوات الفارغة التي تحمل العلامات مملوكة للغير و إعادة تعبئتها بمنتجات تشبه منتجات الأصلية ، كأن يستعمل الصانع قنينات خاصة بعلامة مشهورة لملأها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك، أو نماذج الزجاجات التي

[1] ـ بن علي بوعلام، مرجع سابق، ص81.

[2] ـ ناصر عبد حليم محمد السلامات، مرجع سابق، ص 216.

تستخدم لتعبئة العطور، و تسمى هذه الجريمة أيضا بجريمة الملء أو التعبئة، فالعنصر المادي إذن يتمثل في استعمال أكياس، قنينات، أغلفة، لاصقات عليها العلامة الأصلية المملوكة للغير و ربطها بمنتوج غير المنتوج الأصلي[1].

وحتى يعتبر فعل وضع العلامة مملوكة للغير معاقب عليه يجب أن يكون لغرض تجاري وفي إطار تخصيص العلامة.

**2. الركن المعنوي**

تعتبر جريمة استعمال علامة مملوكة للغير من الجرائم العمدية التي يفترض فيه أن الجاني يعلم بأنه يقوم باستعمال علامة مملوكة للغير، ويلزم لقيامها أن ترتكب بسوء نية أو سوء قصد بمعنى القصد الجنائي الخاص، حيث تتوجه نية الجاني إلى استعمال العلامة على منتجاته لتضليل المستهلكين حول مصدر المنتجات بحيث يتعذر عليهم التمييز بين المنتجات التي تحمل العلامة بطريقة مشروعة وبين التي تحمل العلامة بدون وجه حق. بالنسبة للمشرع الجزائري لم يشترط سوء النية في هذه الجريمة مخالفا بذلك الكثير من القوانين الأخرى[2].

**ثالثا: جريمة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع**

يعاقب المشرع الجزائري جزائيا الأشخاص الذين يقومون ببيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة، كما يعاقب الذين يقومون بعرض هذه المنتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو مشبهة. وتتكون هذه الجريمة من ركنين:

[1] ـ حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 197.

[2] ـ الحاج يوسف حاته، عاشور كوبي، جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2019، ص 39.

**1. الركن المادي**

**أولا:** تقوم هذه الجريمة على أن يقوم المتهم ببيع بضائع تحمل علامات مزورة أو مقلدة لتحقيق ربح أو دونه حيث تنحصر هذه الجريمة على البائع دون المشتري، إلا في حالة قيام هذا الأخير بإعادة بيعها مع علمه بتزوير أو التقليد[1].

**ثانيا:** و يكون العرض عن طريق وضع البضائع و المنتجات في مواجهة المحل التجاري أو عرضها للبيع بطريقة غير مباشرة، و لا يشترط للقيام هذه الجريمة أن يتم بيعها بمقابل ثمن، بل يمكن أن تتم عن طريق المقايضة، أو دون مقابل[2].

**2. الركن المعنوي**

القصد الجنائي اختلف بين التشريعات[3]، إذ يراها البعض أنها من الجرائم العمدية التي تتطلب توفر القصد الجنائي العام، وهو قصد الاحتيال إضافة إلى القصد الجنائي الخاص هو سوء النية بالغش، غير أن المشرع الجزائري خالف ذلك ولم يشترط لقيام الجنحة توفر القصد في هذه الجريمة.

**الفرع الثالث**

**العقوبات المقررة لجنحة التقليـــــد**

تقضي المادة 32 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات[4] :" ..... فان كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر الى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة

[1] ـ حمادي زوبير، مرجع سابق 198.

[2] ـ وهيبة لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص 199.

[3] ـ التشريعات: اللبنانية، السورية، الأردنية، اتفقت على توفر النية لدى الجاني والمتمثلة في خداع المستهلك في ذاته البضاعة ومصدرها الأصلي.

[4] ـ المادة 32 من الامر 03/ 06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ألف دينار (000 500 2 دج) الى عشرة ملايين دينار (000 000 10) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة،
- مصادرة الأشياء والمسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة،
- اتلاف الأشياء محل المخالف "

وانطلاقا من هذا النص فان المشرع الجزائري قرر عقوبات أصلية لجنحة التقليد تتمثل في الحبس والغرامة وأخرى تكميلية تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ومصادرة الوسائل المستعملة في المخالفة واتلاف الأشياء محل المخالفة.

**أولا: العقوبات الأصلية لجنحة التقليد**

العقوبات الأصلية هي تلك التي يجوز الحكم بها دون أن تقترن بها أية عقوبة أخرى، و تتمثل بالنسبة للجنح في الحبس و الغرامة المالية و طبقا للمادتين 32 و 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات يجوز للقاضي أن يطبق عقوبة الحبس وحدها أو عقوبة الغرامة وحدها، أو يطبقهما معا حسب ظروف كل جريمة[1].

**1. الحبس**

يعتبر الحبس عقوبة أصلية سالبة للحرية، و يقصد بها إيداع المحكوم عليه في إحدى المؤسسات العقابية المدة المقررة في الحكم، و قد اختلفت التشريعات الخاصة بالعلامة في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضه على مرتكب أي جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة، و هذا الاختلاف يكون

[1] ـ رحمون أميرة، رحماني وناسة، الجرائم الواقعة على العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، 2016، ص 66.

بحسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة[1]، و هي تختلف باختلاف طبيعة الجريمة، ففي جنح تكون مدة الحبس من شهرين إلى خمسة سنوات، أما في المخالفات فهي من يوم واحد على الأقل إلى شهرين[2].

وبالرجوع إلى المادة 32 من الأمر 06/03، فان كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين.

أما بالنسبة لجنح الاعتداء الأخرى على العلامة من غير جنحة التقليد فيعاقب عليها طبقا الأحكام المادة 33 من الامر 03/ 06[3] بالحبس من شهر الى سنة .

**2. عقوبة الغرامة**

هي عقوبة مالية تتمثل في دفع المحكوم عليه مبلغا ماليا للدولة، و بالتالي فهي عقوبة تمس بالذمة المالية للمحكوم عليه[4]، و تختلف عقوبة الغرامة وفقا للأمر 03/ 06 بحسب ما إذا كانت مقررة لجنحة التقليد و الجنح المترتب بها أو المقررة للجنح الأخرى .

**أ-الغرامة المقررة لجنحة التقليد والجنح المرتبط بها:**

حسب المادة 32 من الامر 03/ 06 فان العقوبة تكون من مليونين و خمسمائة ألف دينار جزائري (2.500.000) إلى عشرة ملايين دينار جزائري(10.000.000 ).

[1] ـ عائشة الشابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، قانون الاعمال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2014، ص 79.

[2] ـ حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 217.

[3] ـ المادة 33 من الامر 03/ 06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[4] ـ ناصر عبد الحليم محمد سلامات، مرجع سابق، ص 325.

**ب-الغرامة المقررة للجنح غير المرتبط بالتقليد:**

حسب المادة 33 من الأمر 06/03 فإن العقوبة تكون من خمسمائة ألف دينار جزائري (500000) إلى مليونين دينار جزائري (2 000 000).

**ثانيا: العقوبات التكميلية**

العقوبات التكميلية هي تلك التي تكون مرتبطة بالعقوبات الأصلية (الحبس والغرامة)، حيث لا يستطيع القاضي توقيع عقوبات تكميلية دون أن يكون قد وقع عقوبات أصلية، فهي الأصل في الجزاء والتي تليها تعتبر الفرع، وتختلف الأخيرة حسب الظروف التي تمت فيها الجريمة أما بالنسبة لهذه العقوبات فقد ذكرها الأمر 03 /06 بحيث يمكن أن تكون اجبارية أو اختيارية وهي:

**1. الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:**

أورد المشرع الجزائري عقوبة تكميلية أخرى في المادة 32 من الامر 06/03 تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، حيث في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ جنحة التقليد وذلك للحد من التقليد.

والملاحظ من خلال صياغة نص المادة 32 أن المحكمة المعروضة أمامها الدعوى ملزمة بتطبيق عقوبة الغلق، وذلك بعد تطبيق عقوبة الحبس أو الغرامة.

و ما يعاب في مادة 32 أن المشرع الجزائري لم يحدد المدة القصوى للغلق المؤقت للمؤسسة، كما أنه لم يبين على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق، ومن ثم فان الأمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية .[1]

[1] ـ راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 120.

**2. المصادرة**

إلى جانب الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة نص المشرع على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في مصادرة المنتجات و الأدوات التي استخدمت لارتكاب جنحة التقليد ، و هذا ما تضمنته المادة 32 من الامر 03/ 06 و لتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجريمة قد ارتكبت و صدر الحكم بعقوبة جزائية، و عليه فان الحكم بالمصادرة هو الزامي للقاضي في حالة الحكم بإدانة المتهم[1].

نلاحظ أن نص المادة 32 من الامر 06/03 أكثر صراحة لأنه نص على عقوبة مصادرة الأشياء والوسائل المستعملة في هذه الجنحة، أما التشريع القديم فكانت المادة 32 من الأمر 57/66 تعتبر هذه العقوبة جوازية، أي أن القاضي له أن يحكم بها كما له أن يصرف نظره منها.

**3. الإتلاف**

الإتلاف هو اعدام نسخ أو صور العلامة محل الاعتداء ووضع حد للسلع والأشياء المقلدة وجعلها غير صالحة للاستعمال أو الاستهلاك.

فزيادة عن المصادرة تأمر المحكمة في جميع الحلات بإتلاف الأشياء محل المخالفة، أي المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة والأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب جريمة التقليد، ويقصد بالعبارة في جميع الحالات أنه يجب الحكم بالإتلاف حتى إذا كان قرار المحكمة يتضمن تبرئة المتهم. و منه تعتبر عقوبة الاتلاف في نظر القانون الزامية لأنها تحمي صحة المستهلك من تناول السلع التي تحمل علامات مقلدة و التي قد تكون تحتوي على مواد خطيرة .[2]

[1] ـ صانت آمنة، "الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد العلامة"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، المجلد 2، الشلف، 2020، ص 91.

[2] ـ وهيبة لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص 349.

وفي الأخير تجدر الملاحظة إلى أن المشرع الجزائري لم يترك أية سلطة تقديرية للقاضي في اتخاذ العقوبات التكميلية، بل يجب على القاضي الحكم بها على مرتكب جنحة تقليد العلامات الى جانب الحبس والغرامة أو بإحداهما.

# خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع الأثار المترتبة على تسجيل العلامة يتبين لنا أن العلامة هي كل سمة قابلة لتمييز السلع والخدمات التي ينتجها أو يقدمها أشخاص مختلفون من مستثمرين صناعيين، تجار، ومقدمي خدمات بغرض تعريفها للمستهلك، والتي نظم أحكامها المشرع الجزائري وبالتحديد من خلال الأمر 06/03 المؤرخ في 23 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات بحيث أنه أعطى شروطا دقيقة من أجل الاعتراف بعلامة معينة.

ومن بين الشروط التي نص عليها المشرع الجزائري لصحة العلامة توفر جملة من الشروط الموضوعية والتي هي شرط الصفة المميزة ويقصد بها أن تكون للعلامة شكل يميزها عن غيرها من العلامات.

بالإضافة إلى شرط التمييز هنا شرط الجدة أي أن لا تكون هذه العلامة قد سبق استخدامها في إطار السلعة أو الخدمة مشابهة لها و في نفس الإقليم و هنا لا يقصد الجدة المطلقة أي التي لم يسبق يستعملها نهائيا بل الجدة النسبية.

وهناك شرط آخر يتمثل في شرط القابلية التمثيل الخطي أي أن العناصر التي يجوز أن تدخل في تركيب العلامة تستلزم إظهارها في صورة مادية ملموسة بمعنى أن تدرك بواسطة حاسة البصر

كما يشترط لقبول العلامة أن تكون المشروعية أي غير مخالف للنظام العام والآداب العامة طبقا للمادة 7 من الأمر 03/ 06 المتعلق بالعلامات،

بالإضافة إلى الشروط الموضوعية توجد شروط شكلية والمتمثلة في مجموعة من الإجراءات المتبعة من طرف مالك العلامة والتي تبدأ بتقديم طلب إيداع تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة ثم فحص هذا الطلب من طرف هذه الأخيرة، وفي حالة توفر كل الشروط المطلوبة يتم تسجيلها ونشرها في السجل الخاص بالعلامة، وباستفاء العلامة لكل الشروط القانونية لصحتها ينشأ حق لصاحب العلامة، حيث أخذ المشرع الجزائري بالأولوية في الاستعمال للحد من النزاعات التي

تثور حول ملكية العلامة. وينتج عن هذا الحق جملة من الحقوق، كاحتكار استغلالها على السلع والخدمات المسجلة لأجلها والمماثلة لها فقط، كما يمكنه أن يتصرف فيها بكافة التصرفات الجائزة قانونا والذي يمكن أن يكون بشكل مستقل عن التصرف في المحل التجاري، بحيث يمكنه التنازل عنها بنقل ملكيتها بالبيع أو الهبة أو الوصية أو بالترخيص للغير باستعمالها أو رهنها وذلك من خلال المدة القانونية المحددة بعشر سنوات قابلة للتجديد. كما يترتب عن تسجيل العلامة التمتع بالحماية بحيث يمكن لصاحب هذه العلامة أن يستفيد من الحماية في حال وقوع التعدي عليها والتي هي الحماية المدنية والحماية الجزائية.

وبعد البحث والدراسة، تم التوصل الى أهم النتائج المتمثل في:

1. يمكن لكل شخص أن يتخذ علامة ما لمنتجاته أو خدماته ولكن بشرط أن تكون قابلة للتمثيل الخطي وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 2 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات، وهذا ما تتفق عليه معظم التشريعات المقارنة، كما جاء تعداد الأشكال التي يمكن أن تكون علامة في نص المادة على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، تماشيا مع التطورات في هذا المجال.
2. لقد اشترط المشرع الجزائري أن تكون العلامة المكونة من رموز قابلة للتمثيل الخطي أي يمكن إدراكها بالنظر، ومن ثم فهو يعترض بذلك يعترض تسجيل العلامات التي تدرك بحاسة السمع أو الشم أي العلامات الصوتية وعلامات الرائحة، وهذا جاء مخالفا لبعض التشريعات التي أجازت تسجيل علامات الصوتية وعلامات المدركة بحاسة الشم.
3. أدرج المشرع مفهوما جديدا في التشريع الخاص بالعلامات، ويتعلق الأمر بالعلامات المشهورة، فلقد نص المشرع الجزائري في التشريع الراهن على حمايتها الشيء الذي أغفله في التشريع السابق للعلامات وذلك في نص الفقرة 8 من المادة 7 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، إذ حظر تسجيل أية علامة مماثلة أو مشابهة، أو تلك التي تشكل ترجمة لها، يمل استعمالها على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة وفقا لما جاءت به اتفاقية لحماية

الملكية الصناعية، إلا أنه لم يحدد معيار شهرة العلامة، كما جاءت المادة 7 الفقرة 8 لتوسيع من نطاق حماية العلامات المشهورة لتشمل المنتجات و الخدمات الغير المماثلة و ذلك وفقا لما جاءت به اتفاقية تريبس إذ يتبين أن المشرع الجزائري قام بنقل النص الوارد في اتفاقية تريبس نقلا حرفيا. وعليه فإن العلامات المشهورة تتمتع بالحماية حتى وإن لم يتم تسجيلها، إذ لصاحبها الحق في إبطال أي علامة تشكل اعتداء على حقوقه.

4. وفيما يخص شروط صحة العلامة يلاحظ أن المشرع حرص على بيان الرموز المستبعدة من التسجيل ووسع من قائمة الرموز التي لا يمكن أن تشكل علامة، والتي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة والحقوق السابقة وتلك التي من شأنها إحداث اللبس وخداع المستهلك عن مصدر المنتجات أو نوعيتها.
5. وفيما يتعلق باكتساب ملكية العلامة فان المشرع تبنى نفس الموقف مع التشريع السابق، حيث أن اكتساب الحق في العلامة يكون عن طريق الإيداع، إذ أن ملكية العلامة تكون للشخص الأول الذي قام بإجراءات إيداع العلامة، وفي هذه الحالة جاء مخالفا للمشرع الفرنسي الذي تبنى نظام الاستعمال لاكتساب الملكية.
6. يلاحظ أيضا أن المشرع الجزائري في التشريع الراهن حدد مفهوم التقليد سالكا بذلك مسلك المشرع الفرنسي، حيث حدد جنحة التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الاستئثارية المعترف بها لصالح صاحب العلامة المودعة، و هذا خلافا للتشريع السابق للعلامة الذي قام بالتعداد الأفعال التي تشكل تعديا على العلامة و التمييز بين جريمة التقليد بمعنى الكلمة و جريمة التشبيه، و تحديد الجرائم الأخرى التي تشكل اعتداء على الحقوق الاستئثارية لصاحب العلامة، أما الأحكام الراهنة فهي لم تميز بينهما و حكمة المشرع في ذلك هو إخضاع كل التصرفات التي تمس بحقوق صاحب العلامة لنفس الجنحة و من ثم لنفس العقوبة. إلا أنه كان عليه تحديد الجرائم الأخرى المتعلقة بجريمة تقليد العلامة وتشبيهها.

7. وفيما يخص العقوبات الواقعة على أفعال التقليد فإن المشرع بالمقارنة مع ما كان منصوص عليه في التشريع السابق قام برفع مبلغ الغرامة، إلا أنه قام بتخفيف عقوبة الحبس.
8. ان المشرع الجزائري لم يذكر صراحة كل من الهبة والوصية بل جمع كل التصرفات الواردة على العلامة تحت كلمة " نقل " بالرغم من أنه ذكر في بعض مواده على الترخيص والرهن.
9. المشرع الجزائري خالف بقية التشريعات حيث أنه جعل تسجيل العلامة شرط أساسي لحمايتها مدنيا وجزائيا غير أن التشريعات الأخرى تمنح العلامة غير المسجلة الحماية المدنية.

**المقترحات**

**1.** تعديل المادة 2 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات ذلك بقبول تسجيل العلامات الصوتية وعلامات الرائحة أي العلامات غير المدركة بحاسة البصر.
2. افراد أحكام خاصة بإبرام التصرفات القانونية محل العلامة في قانون العلامات وتنظيمها بشكل مستقل، حتى لا يتيه صاحب الحق في البحث عنها ضمن أحكام القانون المدني والتجاري.
3. تمديد الحماية المدنية على العلامة غير المسجلة عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة كما هو الشأن في التشريعات المقارنة والبقاء على شرط التسجيل للاستفادة من الحماية الجزائية منح العلامة غير المسجلة حماية مدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.
4. تعديل المادة 32 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات وذلك بتحديد المدة القصوى للغلق المؤقت للمؤسسة المرتكبة لأفعال تقليد العلامة وتحديد مصير عمال المؤسسة بعد غلقها نهائيا.

# قائمة المراجع

## أولا: المراجع باللغة العربية

### أ- الكتب

1- أدم وهيب النداوي، العقود المسماة في القانون المدني (بيع والايجار)، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1999.

2- إبراهيم محمد عبيدات، الأسرار التجارية (المفهوم والطبيعة القانونية وآليات الحماية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، دون بلد النشر، 2015.

3- أسامة نائل المحسين، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2011.

4 - الجغبير حمدي غالب، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.

5- العبودي عباس، شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني البيع والإيجار (دراسة مقارنة معززة للتطبيقات القضائي)، دار الثقافة، عمان، 2014.

6 - الفضلي جعفر، الوجيز في العقود المدنية (البيع، الإيجار، المقاولة)، الطبعة الثالثة، دار الثقافة، عمان،2014.

7- بشار محمد دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الأنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

8- بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، الجزء 1، التصرف القانوني العقد والإرادة المنفردة، الطبعة 5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

9- حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.

10 ـ حامدي كمال، المواريث الهبة والوصية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1987.

11ـ خليل أحمد حسن قدادة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.

12ـ شريفي نسرين، حقوق الملكية الفكرية (حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية)، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2014.

13ـ سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.

14ـ سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الجزء 4، 2003.

15ـ سي يوسف زاهية حورية، الوجيز في عقد البيع (دراسة مقارنة ومدعمة باجتهادات قضائية وفقهية)، الأمل للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 2008.

16ـ صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، 2005.

17ـ _____، الملكية الصناعية والتجارية (براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية)، دار الثقافة، عمان، 2012.

18ـ صلاح سلمان الأسمر، العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري، مكتبة دار ثقافة، عمان، 1986.

19ـ طارق كاظم عجيل، الوسيط في عقد البيع (دراسة مقارنة)، الجزء الأول، دار هومة، عمان، 2009.

20ـ عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.

21ـ عجة الجيلالي، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، منشورات زين الحقوقية، الجزء الرابع، لبنان، 2015.

22ـ عدنان غسان برونو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.

23ـ علي هادي لعبيدي، البيع والإيجار، الطبعة الرابعة، دار الثقافة، الأردن، 2010.

24ـ فاضلي ادريس، المدخل الى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2002.

25ـ فرحة زواوي صالح، القانون التجاري الجزائري (المحل التجاري والحقوق الفكرية)، القسم الثاني، نشر وتوزيع ابن خلدون، الجزائر، 2001.

26ـ فوضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2001.

27ـ لحسين بن شيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، الطبعة الثالثة، دار هومة، دار الثقافة، عمان، 2014.

28ـ محمد حسان محمود لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية على البلدان العربية، القاهرة، 1996.

29ـ محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، العقد والإرادة المنفردة (دراسة مقارنة في القوانين العربية)، دار الهدى، الجزائر، 2007.

30ـ محمد يوسف الزغبي، شرح عقد البيع في القانون المدني (العقود المسماة)، 2004.

31ـ محمود يوسف العمرون، الميراث والهبة (دراسة مقارنة)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

32ـ محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 1983.

33ـ محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

34ـ مصطفى كمال طه، أصول القانون التجاري، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1986.

35ـ مغبغب نعيم، المركات التجارية والصناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2005.

36ـ منير محمد الجنبيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، لبنان، 2004.

37ـ ناصر عبد الحليم محمد سلامات، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، ثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

38ـ نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة، دار النهضة العربية، الجزء الأول (البيع)، بيروت، 1997.

39ـ نواة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والتوزيع، تيزي وزو،2015.

40ـ نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية ـ الملكية الصناعية، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2005.

41- وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة التقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.

**ب ـ الأطروحات والمذكرات الجامعية:**

**ب/1ـ الأطروحات**

1ـ بوعش وافية، عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020.

2ـ حاج شعيب فاطمة الزهرة، الحماية القضائية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2017.

3. حمادي محمد رضا، الحماية الموضوعية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2022.

4. رابح عبد المالك، النظام القانوني لعقود التبرعات (الوصية، الهبة، الوقف في قانون الأسرة الجزائري والفقه الإسلامي)، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر1، 2017.

5. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

6. كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.

7. ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2012.

**ب/2 مذكرات الماجستير**

1- أحمد مروان داوود القصراوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة في التشريع الأردني والاتفاقيات الدولية، رسالة مقدمة لنيل درجة ماجستير في قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، 2014.

2ـ الحاج عبد القادر شعبان، مميزات العلامة في القانون الجزائري والقانون الفرنسي، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 ـ محمد بن أحمد، 2011.

3ـ بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجيستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2015.

4ـ بوغنجة بن عياد، العلامات التجارية بين احتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر1، بن يوسف بن خدة، 2013.

5ـ فواز يوسف كايد معماري، انتقال الحق في العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجيستر، تخصص قانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017.

6ـ كاهنة زواوي، المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007.

7ـ محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2006.

**ب/3ـ مذكرات الماستر**

1ـ الحاج يوسف حاته، عاشور كوبي، جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2019.

2ـ الشابي عائشة، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2014.

3ـ العايب سمير، حميطوش زكرياء، ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية العلوم والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017.

4ـ بلقيرة عيدة، بوجلابة ثيزيري، ملكية العلامة بين التسجيل والاستعمال، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق م العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2020.

5ـ بلكالم دليلة، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، بويرة، 2020.

6ـ بن علي بوعلام، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسات التطبيقية الجامعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة التكوين المتواصل، معسكر،2013.

7 ـ بوزيان حياة، بوعزيز نسيمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020.

8ـ بوشوارب سليمة، الإجراءات التحفظية لإثبات العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015.

9ـ جلول علالي، حسين بوعزارة، العلامة التجارية وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثليجي، الأغواط.

10ـ حمود نور الهدى، عزايزية شيماء، العلامة التجارية ـ الاكتساب، الطبيعة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022.

11ـ رحمون أميرة، رحماني وناسة، الجرائم الواقعة على العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، 2016.

12ـ زواش هاجر، قاسيمي عيسى، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2022.

13ـ سلول ريم بشرى، زنيخري صبرينة، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023.

14 ـ صالحي عقيلة، مسرور حفصة، الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2020.

15ـ صرياك أحلام، التصرفات الواردة على المحل التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2019.

16ـ عاشور مريم، عبد الكريم تسعديت، التصرفات الواردة على العلامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2014.

17ـ غادة أحمد، أحكام عقد بيع العقار في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون عقاري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي، الاغواط، 2015.

18ـ لعجال سميحة، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2017.

19ـ كبابي صارة، التصرفات الواردة على العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019.

20ـ فرفار زوهير، الحماية القضائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019.

21 ـ محمد الصادق بن عودة، أحكام رهن المحل التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.

22ـ مجبر كوثر شمس الهدى، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018.

23ـ مهلب ليدية، مرادي ليندة، النظام القانوني لعقد بيع العلامة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، 2015.

24ـ هجرسي فايزة، مساهل سماح، بيع المحل التجاري في القانون التجاري الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج،2023.

**ج ــ المجالات**

1ـ بسكري رفيقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 6، العدد 2، جامعة باتنة، الجزائر،2019، ص ـ ص 403، 420.

2ـ بن زيدي فتحي، عقد رهن العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الأبحاث والقانونية والسياسية، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف2، 2020، ص ـ ص 337، 353.

3ـ بوترعة شمامة، الحماية المدنية للعلامات التجارية وفقا لاتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات لعام 1891، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد16، العدد 1، جامعة الإخوة منتوري، الجزائر، 2023، ص ـ ص 962، 980.

4ـ بوعش وافية، "عن اختلال التوازن العقدي في عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية"، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 6، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل، الجزائر، 2018، ص ـ ص 389، 405.

5ـ حمادي بالقاسم، حموته عبد العلي، عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد8، العدد 1، جامعة باتنة، الجزائر، 2021، ص ـ ص 620، 635.

6ـ حوحو رمزي، كاهينة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008، ص ـ ص 30، 47.

7ـ دواره خليل قويدر، نجيبة بادي بوقميجة، مظاهر المرونة في عقد رهن العلامة التجارية، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 14، العدد 2، جامعة الجزائر1، الجزائر،2021، ص ـ ص 405، 423.

8ـ رقيقة ليندة، آثار تسجيل العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 7، العدد2، جامعة باتنة1، الجزائر، 2020، ص ـ ص 836، 853.

9ـ سلامي ميلود، "العلامة التجارية المشهورة"، مجلة دفاتر السياسية والقانونية، العدد4، جامعة باتنة، الجزائر، 2011، ص ـ ص 163، 173.

10ـ صامت آمنة، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد العلامة، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2020، ص 200.

11ـ لوحايدية عبد الناصر، الإجراءات القانونية لتسجيل العلامة على المستويين الوطني والدولي، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد 8، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر1، 2019، ص ـ ص 49، 68.

12ـ ونوغي نبيل، يوسفي علاء الدين، شروط منح العلامة التجارية، مجلة آفاق العلوم، المجلد 4، العدد 15، جامعة زبان عاشور، الجلفة،2019، ص ـ ص 136، 145.

**د ــ الاتفاقيات الدولية**

1 ـ اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، المعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 2 يونيو 1911، ولاهاي في 6 نوفمبر 1925، ولندن في 2 يونيو1943، ولشبونة في 31 أكتوبر 1958، وستوكهولم 14 جويلية 1967، ج ر ج ج، العدد 10ـ صادر في 4 فيفري 1975.

2ـ الأمر رقم 72/ 10 المؤرخ في 22 مارس 1972، المتضمن انضمام الجزائر الى اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المبرم في 14 أفريل 1891، والمعدلة في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في جوان 1911، ولاهاي في 2 نوفمبر 1925، وفي لندن 2 جوان 1934، ونيس 15 جوان 1957، وستوكهولم في 14 جويلية 1967، والمعدل في 28 سبتمبر 1979، ج ر ج ج، العدد 32.

3ـ اتفاقية تريبس المنعقدة بتاريخ 1994/04/16، المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

4ـ مرسوم رقم 84/ 85 المؤرخ في 21 أفريل 1984، يتضمن انضمام الجزائر الى معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي المعتمدة في نيروبي في 26 سبتمبر 1981، ج ر ج ج، العدد 17 الصادر بتاريخ 24 أفريل 1984.

**ذ ـ النصوص التشريعية**

1 ـ أمر رقم 66 / 57 مؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية، ج ر ج ج، العدد23 الصادر في 22 مارس 1966. (ملغى)

2ـ أمر 66 / 156 الصادر في 8 يوليو 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج ، العدد 49 الصادر 11 يوليو 1966، معدل ومتمم.

3ـ الأمر رقم 155/66 الصادر في 8 يونيو 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، معدل ومتمم، منشورات بيرتي، الجزائر، 2008/2007.

4ـ أمر رقم 73 / 62 الصادر في 21 نوفمبر 1973 يتضمن إحداث المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، ج ر ج ج، العدد95، الصادر 27 نوفمبر 1973.

5ـ أمر رقم 75/ 58، الصادر في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج، العدد31، الصادر في 13 مايو 2007 معدل و متمم

6ـ أمر رقم 75 /59، الصادر في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، ج ر ج ج، العدد 71، الصادر في ،30 معدل ومتمم.

7ـ أمر رقم 76 / 65 الصادر في 16 جويلية 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، ج ر ج ج، العدد 59، الصادر في 23 جويلية 1976.

8ـ أمر رقم 84/ 11 الصادر في 9 يونيو 1984 المتضمن قانون الأسرة، ج ر ج ج، العدد 24، لسنة 1984 معدل ومتمم.

9ـ أمر رقم 03/ 06 الصادر في 19 يوليو 2003 يتعلق بالعلامات، ج ر ج ج، العدد 32، الصادر في 8 جوان 2011.

10ـ أمر رقم 04/ 02 الصادر في 23 يونيو 2004، المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج، العدد 41، الصادر في 27 جوان 2004 معدل ومتمم.

**رـ النصوص التنظيمية**

1ـ المرسوم التنفيذي رقم 63 / 248 مؤرخ في 10 يوليو 1963 المتضمن إنشاء المكتب الوطني للملكية الصناعية، ج ر ج ج، العدد 49، الصادر في 19 يوليو 1963.

2ـ المرسوم التنفيذي رقم 68/ 248 مؤرخ في 30 سبتمبر 1986 المتضمن نقل الوصاية على المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد40، الصادر في 1 أكتوبر 1986.

3ـ المرسوم التنفيذي رقم 249/68 مؤرخ في 30 سبتمبر 1986 يحول إلى مركز الوطني للسجل التجاري، الهياكل والوسائل والأملاك والأعمال والمستخدمين الذين كان يحوزهم أو يسيرهم المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، فيما يخص علامات الطراز، والرسوم والنماذج والتسميات الأصلية، ج ر ج ج، العدد 40، الصادر بتاريخ 1 أكتوبر 1986.

4 ـ المرسوم التنفيذي رقم 98/ 68 مؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، ج ر ج ج، العدد 11 الصادر في 1 مارس 1998.

5ـ المرسوم التنفيذي رقم 05/ 277 مؤرخ في 2 أوت 2005 يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر ج ج، العدد 54 الصادر في 7 أوت 2005 معدل و متمم.

6ـ قرار مؤرخ في 12 مايو 2009 يحدد كيفيات منح الاعتماد للوكلاء في مجال الملكية الصناعية، ج ر ج ج، العدد 37، الصادر في 24 يونيو 2009.

**ز ـ القانون الأجنبي**

1ـ قانون الملكية الصناعية المغربي رقم 97/ 17 الصادر بمقتضى ضاهر شريف، رقم 1.00.19 الصادر في 15 فيفري 2000، استتبعه بتعديل سنة 2005 من خلال القانون رقم 05/ 31 المعدل والممتم للقانون 97/ 17 المتعلق بالملكية الصناعية، الجريدة الرسمية المغربية، العدد 4776، الصادرة في 2000/3/9، المعدل بالقانون رقم 23/13 الصادر بالظهير شريف رقم1.14.188 الصادر في 21 نوفمبر 2014.

2ـ القانون 36/2001 المؤرخ في 17/ 2001/4 المتعلق بحماية علامات الصنع والتجارة والخدمات، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 31، الصادر في 17/4/ 2001، والمعدل والمتمم بالقانون رقم 2007.50 المؤرخ في 23 جويلية 2007، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية العدد 60 الصادر بتاريخ 27 جويلية 2007.

**س ـ المحاضرات**

- بهلولي فاتح، قانون الملكية الصناعية، محاضرات في مقياس قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2024.

**ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية**

## Ouvrages

1. CHAVANNE Albert et BURST Jean Jacques, Droit de la propriété industrielle, 2eme éd, Dalloz, Paris, 1980.
2. HAROUN ALI, la protection de la marque au Maghreb, O.P.U, Alger, 1979.
3. FRANCO André, cours de propriété littéraire, Artistique et industrielle, Litec, paris, 1999.

# فهرس المحتويـات

قـائمة المختصـــرات

مقدمة ..... 1

**الفصل الأول الشروط القـانونية لتسجيل العلامـات ..... 8**

المبحث الأول الشروط الموضوعية ..... 10

المطلب الأول الطابع المميز وشرط الجدة ..... 10

الفرع الأول أن تكون العلامة مميزة ..... 11

أولا: العلامة النوعية أو الضرورية ..... 13

ثانيا: العلامة الوصفية ..... 14

الفرع الثاني أن تكون العلامة جديدة ..... 16

أولا: من حيث المنتجات: ..... 18

ثانيا: من حيث الزمان: ..... 19

ثالثا: من حيث المكان ..... 20

1. الاتفاقات الدولية ..... 21

2. الاستثناء المتعلق بالعلامات المشهورة ..... 22

المطلب الثاني شرط قابلية التمثيل الخطي والمشروعة ..... 24

الفرع الأول شرط قابلية التمثيل الخطي ..... 24

أولا: الأسماء ..... 27

ثانيا: الحروف والأرقام ..... 30

ثالثا: الرموز والرسوم والصور ..... 34

رابعا: الألوان ..... 36

خامسا: أشكال المنتجات وأغلفتها ..... 38

سادسا: البطاقات ..... 39

الفرع الثاني المشـــروعية.....40
أولا: الرموز التي لا تعد علامة في المفهوم المادة1/2 .....41
ثانيا: الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز.....41
ثالثا: الرموز المخالفة لآداب العامة وقيم المجتمع بموجب القانون الوطني .....43
رابعا: الرموز المضللة.....44
خامسا: الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو اسم تجاري تميز بالشهرة في الجزائر.....48
خامسا: الرموز التي تحمل بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية.....49
سادسا: الرموز التي يحضر استعمالها بموجب اتفاقيات دولية متعددة الأطراف.....50
المبحث الثاني الشـــروط الشكلية.....53
المطلب الأول ايداع الطلب وفحصه.....53
الفرع الأول ايداع طلب التسجيل.....54
أولا- نظام الاستعمال .....54
ثانيا ـ نظام الإيداع.....55
1.اجراءات ايداع طلب تسجيل العلامة وطنيا: ..... 56
2.صاحب الايداع ..... 57
3.مكان الايداع..... 60
ثانيا: اجراءات ايداع طلب تسجيل العلامة دوليا.....63
الفرع الثـاني فحـــص الطلب.....65
أولا: الفحص الشكلي .....66
ثانيا: الفحص الموضوعي.....68
1.البحث في قابلية الطلب للتسجيل كعلامة: ..... 69
2.تقدير التشابه ..... 70
المطلب الثـاني التسجيل والنشـــر.....70

الفرع الأول تسجيـــل العلامة.....71
الفرع الثاني النشـــــر.....74
**الفصل الثـاني الحقوق الواردة على تسجيل العلامـات.....76**
المبحث الأول التصرفات الواردة على العلامة .....78
المطلب الأول التصرف الناقلة لملكية العلامة.....78
الفرع الأول التنازل بمقابل - (عقد البيع) .....79
أولا: أركان عقد بيع العلامة.....79
1.الأركان الموضوعية ..... 79
2.الأركان الشكلية لعقد بيع العلامة ..... 84
ثانيا: التزامات طرفي عقد بيع العلامة.....87
1.التزامات بائع العلامة ..... 87
2.التزامات مشتري العلامة..... 93
الفرع الثـاني التنـازل بدون مقـابل.....94
أولا: الهبة .....94
1.تعريف عقد الهبة ..... 95
2.أركان عقد الهبة ..... 95
3.الالتزامات المترتبة على عقد الهبة ..... 97
ثانيا: الوصية.....102
1.أركان الوصية ..... 103
المطلب الثاني التصرفات غير الناقلة للملكية.....105
الفرع الأول رهن العـــــلامة.....106
أولا: شروط انعقاد عقد رهن العلامة.....107
.1الشروط الموضوعية ..... 107

ثانيا: أثار عقد الرهن ..... 110
1.التزامات المدين الراهن ..... 110
2.التزامات الدائن المرتهن ..... 111
الفرع الثاني الترخيص باستعمال العلامة ..... 111
أولا: تعريف الترخيص ..... 112
ثانيا: أنواع الترخيص ..... 113
ثالثا: أثار عقد الترخيص ..... 114
المبحث الثاني الحماية القانونية للعلامة ..... 120
المطلب الأول الحماية المدنية ..... 120
الفرع الأول دعوى المنافسة غير المشروعة ..... 121
أولا: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة ..... 122
1.التعريف الفقهي ..... 122
2.التعريف التشريعي ..... 123
ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة ..... 124
الفرع الثاني شروط دعوى المنافسة غير المشروعة ..... 125
أولا-الخطأ ..... 126
ثانيا-الضرر ..... 127
ثالثا- العلاقة السببية ..... 127
الفرع الثالث أثار دعوى المنافسة غير المشروعة ..... 128
أولا-التعويض ..... 128
ثانيا-وقف الاعتداء ..... 128
المطلب الثاني الحمـاية الجزائيـــة ..... 129
الفرع الأول المتـابعة الجزائيـــة ..... 129

أولا: أساس المتابعة الجزائية ..... 130
1.أن تكون مسجلة..... 130
2.الحماية الجزائية للعلامة تقتصر على السلع أو الخدمات المعينة لها :..... 130
3.الحماية الجزائية للعلامة مقيدة من حيث الزمان والمكان..... 130
ثانيا: أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية..... 131
1.مالك العلامة ..... 131
2.المرخص باستعمال العلامة:..... 132
3.النيابة العامة ..... 132
ثالثا: الأشخاص المتابعون جزائيا ..... 132
1.المقلد: ..... 132
2.الشريك:..... 132
رابعا: المحكمة المختصة بنظر الدعوى ..... 133
الفرع الثاني صور الاعتداء المباشر على العلامة..... 134
أولا: تقليد العلامة ..... 134
1.التقليد بالنقل ..... 134
2.التقليد بالتشبيه ..... 135
ثانيا: جريمة وضع علامة مملوكة للغير (اغتصاب العلامة) ..... 136
1.الركن المادي ..... 136
2.الركن المعنوي ..... 137
ثالثا: جريمة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع ..... 137
1.الركن المادي ..... 138
2.الركن المعنوي ..... 138
الفرع الثالث العقوبات المقررة لجنحة التقليـــد..... 138

أولا: العقوبات الأصلية لجنحة التقليد.....139
1.الحبس ..... 139
2.عقوبة الغرامة..... 140
ثانيا: العقوبات التكميلية.....141
1.الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة: ..... 141
2.المصادرة..... 142
3.الإتلاف..... 142
**خاتمة .....144**
**قـائمة المراجع .....149**
**فهرس المحتويـات.....166**
**ملخص**

# الأثار القانونية المترتبة على تسجيل العلامات


## ملخص

تحتل العلامة مكانة مهمة ومميزة بين الحقوق الملكية الصناعية، وتبرز أهمية الدور الذي تلعبها العلامة كونها تشكل هوية خاصة بالسلع والخدمات التي تميزها، الأمر الذي يمكن المستهلكين من الاختيار بين السلع والخدمات بما يلبي حاجياتهم، ويدفع مالكي العلامات بتحسين نوعية سلعهم وخدماتهم، مما يؤدي إلى زيادة النشاط التجاري.

تكتسب ملكية العلامة نتيجة استيفاء مجموعة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها، المتمثلة في شرط التميز والجدة وقابلية التمثيل الخطي وشرط المشروعية، بالإضافة إلى توافر الشروط الشكلية التي تضفي على العلامة طابعا رسميا، تجعلها في قالب معترف به قانونيا.

يترتب على تمام تسجيل العلامة مجموعة من أثار قانونية، يكمن جوهرها في ثبوت ملكية العلامة لمن قام بتسجيلها والقيام بمختلف العمليات القانونية عليها، كاحتكار استغلالها أو التصرف فيها، بالإضافة إلى تكريس المشرع الجزائري لحماية قانونية ضد كل تعدي عليها.

## *Abstract*

The importance of the role played by the mark is that it forms a special identity for the goods and services that distinguish them, which enables consumers to choose between goods and services to meet their needs, and drives the owners of the marks to improve the quality of their goods and services, which leads to increased commercial activity.

The ownership of a mark is acquired as a result of the availability of a set of objective conditions that make it capable of achieving its own subjectivity, namely the requirement of distinctiveness, novelty, written representability and legality, in addition to the availability of formal conditions that give the mark an official character, making it in a legally recognized form.

The registration of a mark entails a number of legal effects, the essence of which lies in proving the ownership of the mark to the person who registered it and conducting various legal operations on it, such as monopolizing its exploitation or disposal, in addition to the legal protection established by the Algerian legislator against any infringement of the mark.