الباب الثاني: عناصر الملكية الصناعية ذات القيمة الفنية

إن عناصر الملكية الصناعية ذات القيمة الفنية هي تلك المبتكرات التي تشمل الشكل الخارجي أو تسمى بالمبتكرات الجمالية، وهي الحقوق المعنوية الصناعية التي ترد على العلامات التجارية وتسميات المنشأ وهو ما سيتم تفصيله فيما سيأتي:

الفصل الأول: العلامة التجارية

لم تعد العلامة اليوم مجرد وسيلة للتمييز بين المنتجات أو الخدمات عن غيرها، بل أصبحت وسيلة قانونية في خدمة إستراتيجية المؤسسات، لتوسيع أسواقها في كل مناطق العالم، كما تظهر أهمية العلامة باعتبارها قيمة مالية في ذمة مالكها مستقلة عن المؤسسة التي تستغلها، ويظهر ذلك في الاستثمارات التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في مجال العلامات والنجاح الذي حققته في ذلك.

وعليه سيتم تعريف العلامة التجارية وبيان شروط تسجيلها والآثار المترتبة على ذلك ثم انقضاؤها وأخيرا الحماية القانونية المقررة لها.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها أو يوفرها شخص أو مؤسسة ما، وهي توفر لمالكها حق الانتفاع بها، وتحديد السلع والخدمات التي يقدمها أو الترخيص للغير بالانتفاع بها، كما توفر للمستهلك سهولة التعرف على السلع والخدمات المتعلقة بها. لذلك سيتم تعريفها ثم تحديد وظائفها.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية:

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

الفرع الأول:التعريف اللغوي للعلامة التجارية: العلامة : جمعها علامات، ومعناها

العلامة: ما ينصب في الأرض فيهتدى به.

العلامة: الفصل بين الأرضين.

العلامة: سمة أو أمارة أو شعار تعرف به الأشياء.[1]

1- معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي.

/ https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar

الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي للعلامة التجارية: أورد الفقه عدة تعاريف لها وذلك كما يلي:

العلامة:« وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين والتجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية بحيث إذا اتخذ أحد التجار أو المنتجين علامة تجارية أو صناعية معينة تمييزا لبضائعه أو منتجاته فإنه يمتنع عن غيره من التجار أو المنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع مماثلة».[1]

عرفها سمير جميل حسين الفتلاوي بأنها:« كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر، أو يصنعها المنتج، أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها، لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات».[2]

وعرفها صلاح زين الدين بأنها:«كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون».[3]

المطلب الثاني: وظائف العلامة التجارية:

إن العلامة التجارية تخدم مصالح جميع أطراف العلاقة الاقتصادية، فهي من جهة تخدم التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة بتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها، وهي أيضا وسيلة للمستهلك للتعرف على السلعة أو الخدمة التي يرغبها ويفضلها عن غيرها لأسباب شخصية أو موضوعية، ومن ثم فإن للعلامة التجارية عدة وظائف تؤديها.

الفرع الأول: العلامة التجارية محددة المصدر وخصائص المنتوج: إن العلامة التجارية هي التي تعطي للمنتجات والخدمات ذاتيتها التي تميزها عن غيرها بيسر وسهولة، ذلك أنها توضح مصدر المنتجات والبضائع والخدمات كما توضح مصدر جهة الإنتاج أيضا.[4]ومن ثم تلعب العلامة التجارية دورا هاما في تكريس السمعة والشهرة التجارية للتاجر والصانع ومقدم الخدمة في الميدان التجاري والصناعي.[5]

1- محمد حسنين، المرجع السابق، ص 197.
2- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 253.
3- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دون طبعة، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2006، ص248، 249.
4- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 141.
5- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص41.

الفرع الثاني: العلامة التجارية وسيلة للتعرف والدعاية للمنتوج: تعد العلامة التجارية إحدى وسائل الإعلان المهمة عن المنتجات والخدمات،[1]كونها تؤدي دورا مهما في التعرف على المنتج أو السلعة بالنسبة لأطراف العلاقة الاقتصادية دون حاجة لبيان خصائص وأوصاف المنتج أو الخدمة، إذ يكفي أن يذكر المشتري للبائع اسم العلامة التي تحملها السلعة التي يريد شراءها فيتعرف عنها، فالعلامة التجارية تمنح للمستهلك تكرار شراء المنتج أو السلعة التي يريد اقتناءها بنفس الخصائص والنوعية ودرجة الجودة التي يرغبها.

الفرع الثالث: العلامة التجارية أهم وسائل المنافسة المشروع: تعد العلامة التجارية عنصرا أساسيا في القطاع الاقتصادي عموما والتجاري خصوصا، وتلعب دورا بارزا في عملية تسويق المنتجات والبضائع والخدمات،[2]وذلك بما لها من تأثير واسع على المستهلك الذي يرغب في سلعة أو خدمة ما تحمل علامة تجارية معينة هي المفضلة حسب اعتقاده.

المبحث الثاني: أنواع العلامة التجارية وأشكالها

للعلامة التجارية أنواع مختلفة، حددها المشرع الجزائري على سبيل المثال في الأمر رقم 03-06. كما أنها تتخذ أشكالا مختلفة، هي محددة كذلك على سبيل المثال في هذا الأمر، والتي سيتم توضيحها في المطلب الأول والثاني من هذا المبحث.

المطلب الأول: أنواع العلامة التجارية:

تتنوع العلامة التجارية بتنوع النشاط التجاري الذي يمارسه التاجر، سواء كان تجاريا، أو صناعيا، أو خدماتيا، ويندرج مع هذا التقسيم تقسيمات أخرى للعلامة منها ما حدده المشرع الجزائري في أمر 03-06 ومنها ما لم يحدده، والتي سنوردها تباعا.

الفرع الأول: من حيث موضوعها: تنقسم إلى:

أولا: العلامة الصناعية: يقصد بالعلامة الصناعية التي يضعها الصانع أو المنتج على السلع التي ينتجها أو يقوم بصناعتها وذلك لتمييزها عن مثيلاتها من السلع الأخرى، ويهدف إلى لفت انتباه الجمهور إليها سواء أكان المنتج أو المصنع يتولى تسويق وتوزيع السلع بنفسه، أو أنه يقتصر فقط على صناعتها.

ومفهوم السلع هنا يؤخذ بالمفهوم الواسع سواء تعلق الأمر بالمنتوجات الصناعية أو الطبيعية أو الزراعية أو التقليدية، وساء أكانت خامة أو مصنعة... إلخ وهو ما أشار إليه

1- حمد الله محمد حمد الله، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط2، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997، ص85.

2- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص47.

المشرع الجزائري في المادة 2 فقرة 3 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات حيث عرف السلعة بأنها: «السلعة هي كل منتوج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما أو مصنعا». ومن أمثلة العلامات الصناعية، (علامة مرسيدس للسيارات، علامة الآيرباص لمحركات الطائرات، علامة سوني للأجهزة الإلكترونية... الخ).

تعد علامة الصنع علامة تجارية إلزامية مثل بقية أنواع العلامات في القانون وقد نص المشرع الجزائري في المادة 3 من الأمر رقم 03- 06 على: « تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة...».

ثانيا: العلامة التجارية: يقصد بالعلامة التجارية، العلامة التي يضعها التاجر على السلع والبضائع التي يقوم ببيعها وتوزيعها، سواء كانت من إنتاجه أو بعد شراءها من المنتج مباشرة أو شراءها من تاجر الجملة، وذلك لغاية تمييزها عن السلع والبضائع المماثلة.

والعلامة التجارية تؤخذ بمفهومها الواسع هي الأخرى سواء تعلق الأمر بالمنتجات التجارية أو الزراعية أو مواد أولية أو مصنعة، وأمثلة هذه العلامة، (علامة نوكيا للاتصالات، إيفري للمشروبات، مايكروسوفت لأجهزة الإعلام الآلي، بيجو للسيارات...إلخ).

ثالثا: علامة الخدمة: عرف الفقه علامة الخدمة بأنها كل إشارة أو رمز يتخذ شعارا لتمييز منتجات منشاة تجارية أو صناعية، أو شعارا لتمييز الخدمات التي تقدمها منشأة معينة.[1]

فعلامة الخدمة تشير إلى خدمة أو خدمات مرتبطة أو غير مرتبطة بسلع أو بضائع فهي لا تظهر على هذه الأخيرة وإنما على الأشياء التي يستخدمها التاجر في أداءه للخدمة، مثل (خدمات البنوك، وشركات التأمين، وشركات النظافة، وشركات النقل).

وقد عرف المشرع الجزائري الخدمة في المادة الأولى من الأمر 03- 06 بأنها:«كل أداء له قيمة اقتصادية»، كما عرفها في المادة الثانية من المرسوم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش[2]بأنها:" كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتوج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".

1- نبيل محمد أحمد صبيح، حماية العلامة التجارية والصناعية في التشريع المصري واتفاقيات الجات، دون طبعة، القاهرة: دار النهضة العربية، 1999، ص 25.

2- المادة 2، المرسوم التنفيذي 90-39، المؤرخ في 3 رجب 1410 الموافق 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 5، سنة 1990.

ولقد أصبحت علامة الخدمة بموجب المادة الثالثة من الأمر 03-06 إجبارية:"تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت عبر أنحاء التراب الوطني".

الفرع الثاني: من حيث طريقة استخدامها: تنقسم إلى:

أولا: العلامة الفردية: هي العلامة الخاصة بشخص محدد، طبيعي كان أو معنوي الذي يتولى استغلالها في نشاطه الصناعي أو التجاري، فهي بذلك مستعملة من قبل الصناع أو التجار أو مقدمي الخدمات لتمييز المنتجات أو الخدمات عن غيرها، وسواء كان استغلالها بمعرفة صاحبها أو عن طريق الغير، حيث يعد استعمال العلامات الفردية الأكثر انتشارا، كما تمثل محل تنظيم أغلب التشريعات لضمان المنافسة المشروعة وحمايتها.[1]

ثانيا: العلامة الجماعية: نصت المادة الأولى الفقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على العلامة الجماعية وعرفتها بأنها كل: «علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها».

وعليه يمكن تعريف العلامة الجماعية بأنها علامة تستعملها عدة مؤسسات تملك نوعا معينا من المنتوجات لها ميزة مشتركة ويجمعها اتحاد يسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لمشروع اقتصادي معين[2] وذلك بممارسة الرقابة على منتوجات ليست من صنعه أو إنتاجه أو المواد المصنوعة منها، أو جودتها، أو طريقة إنتاجها، أو الدقة المتبعة في صنعها، إلى غير ذلك من مميزات وخصائص تلك المنتوجات.[3]

إن الهدف من العلامات الجماعية هو إظهار البضائع التي وضعت عليها العلامة الجماعية قد جرى فحصها ومراقبتها من قبل الجهة الاقتصادية مالكة العلامة الجماعية، فدورها رقابي كونها تدل على مواصفات وبيانات المنتوجات من حيث النوعية والجودة والمصدر وطريقة الصنع.[4]

ومنح المشرع الجزائري في المادة 22 من الأمر 03- 06 المتعلق بالعلامات الحق لأي شخص معنوي سواء كان خاضعا للقانون العام أو الخاص أن يملك علامة جماعية،

1- سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة دكتوراه،(غير منشورة)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014، ص74.

2- محمد حسنين، المرجع السابق، ص 202.

3- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، القاهرة، دار النهضة العربية، 1971، ص 302.

4- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 74.

مشترطا في المادة 23 منه أن يكون نظام استعمال العلامة الجماعية المتضمن القانون الأساسي لهذه العلامة محددا لشروط خاصة باستعمالها وأن تنص على ممارسة رقابة فعلية عند استعمالها.

ثالثا: العلامة المشتركة: لقد نص المشرع الجزائري على هذا النوع من العلامات في المرسوم التنفيذي 05-277[1] كما يلي: « يخضع طلب تسجيل العلامة المشتركة لنفس شروط الفحص من حيث الشكل والمضمون المنصوص عليها في هذا المرسوم، إضافة إلى فحص يتعلق بالشروط المنصوص عليها في المادتين 22 و23 من الأمر رقم 03-06

يبلغ كل تعديل لنظام استعمال العلامة المشتركة المذكور للمصلحة المختصة التي تقيده في سجل العلامات ويسري مفعوله ابتداء من تسجيله في سجل العلامات».

الفرع الثالث: من حيث تركيبها: تنقسم إلى:

أولا: العلامة المكونة من الشكل البسيط: يمكن أن تتألف العلامة من الشكل الذي يتخذه المنتوج بما فيها الشكل الخارجي له كالغلاف أو الأوعية أو طريقة الغلق وكذا طريقة توضيب المنتوج من البلاستيك أو الزجاج أو الورق، فكل هذه الأشكال تعتبر بمثابة علامات تجارية إذا كانت تتسم بصفة التميز عن غيرها.

إلا أن المشرع الجزائري في المادة 7 فقرة 3 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات استثنى ومنع من التسجيل الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها، هذا فضلا على أن الأشكال التي تأخذها العلامة يمكن حمايتها بواسطة قوانين الرسوم والنماذج الصناعية.

ثانيا: العلامة المكونة من الشكل المركب: لم ينص المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على الأشكال ثلاثية الأبعاد صراحة إلا أن ذلك يدخل في عموم الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها وبالتالي يمكن إضفاء الحماية على هذا النوع من العلامات شريطة توافره على الشروط المفروضة من حيث تميزها بشكل واضح عن غيرها.

الفرع الرابع: من حيث طبيعتها: تنقسم إلى:

1- المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 05/08/02، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 54، المؤرخة في 05/08/07، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 63 المؤرخ في 2008/11/16.

أولا: العلامة الصوتية: ويقصد بها كل إشارة أو دلالة معينة مكونة من لحن أو جمل موسيقية معينة تستخدم لتمييز سلع أو خدمات معينة،[1] أو استخدام لحن موسيقي لمصاحبة الشعار الإعلامي، ويمكن تسجيل العلامة الصوتية في شريط وتقديمها إلى المصلحة المختصة لتسجيلها حتى تحظى بالحماية القانونية.

ثانيا: العلامة الخاصة بحاسة الشم وعلامة الذوق: إلى جانب العلامة الصوتية أجازت بعض التشريعات تسجيل العلامات الخاصة بحاسة الشم، بغرض تمييز المنتجات عن غيرها. فقد سمح تشريع الولايات المتحدة بشكل صريح بتسجيل العلامة الصوتية والعلامة الخاصة بحاسة الشم، ومثال ذلك تسجيل عطر الأزهار الذي يذكر بتفتح زهرة "بلوميريا" ويستعمل في خيوط الخياطة والغزل والتطريز.

ثالثا: العلامة المرئية: بالنسبة للتشريع الجزائري، فقد نصت المادة 02 من أمر 03-06 على أن العلامات هي" كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي...."، وعليه لا يجوز إيداع وتسجيل العلامات الخاصة بحاسة الشم وعلامة الذوق بقصد توفير الحماية لهما، وإنما اكتفى المشرع بتسجيل وحماية العلامات المرئية فقط.

الفرع الخامس: العلامة المشهورة: لم يعرف الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات مفهوم العلامة المشهورة إلا أنه أشار إلى رفض تسجيل العلامات إذا كانت مشابهة لعلامة مشهورة في الجزائر حيث نص في المادة 7 فقرة 8 منه على أنه:« تستثنى 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..».

المطلب الثاني: أشكال العلامة التجارية:

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

الفرع الأول: رموز التسمية: وتتمثل في:

1- عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، دراسة تحليلية تأصيلية مزودة ومدعمة بالاجتهادات القضائية، دون طبعة، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص96.

أولا: الأسماء والكلمات التي تأخذ شكلا مميزا: باستقراء القوانين المقارنة للعلامات يتبين لنا أنها سمحت للمنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة باتخاذ اسمه الشخصي كعلامة تجارية لتمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات، على أن يتخذ هذا الاسم شكلا مميزا، وهذه الصورة للعلامة التجارية شائعة الاستعمال كإطلاق اسم (PEUGEOT) مثلا لتمييز نوع من أنواع السيارات.

ويجب أن يظهر الاسم بشكل مميز، كأن يكتب بخط خاص كالخط الفارسي أو الكوفي، أو أن يحاط بدائرة أو مربع، ولا يكفي مجرد كتابته بأحرف كبيرة دون أن يتخذ أي شكل مميز.[1]

ثانيا: الحروف والأرقام: كثيرا ما تتخذ العلامة التجارية شكل أرقام أو حروف معينة لتمييز المنتجات، وفي هذه الحالة يمتنع على الآخرين من التجار والمنتجين استخدام الأرقام أو الحروف نفسها في تمييز سلع مماثلة، ومن أمثلة هذه العلامات:7UP، 333، 555، GMC BMW، وهذا لتمييز أنواع من السيارات أو المشروبات الغازية أو الألبسة.

الفرع الثاني: الرموز الشكلية: وتتمثل في:

أولا: العلامات المكونة من الصور أو الألوان أو الرسومات: يمكن أن تستمد العلامة التجارية من الصور أو الألوان أو الرسومات.

1- **الصور:** أجاز المشرع الجزائري وكذا اتفاقية (تريبس) استخدام الصورة كعلامة تجارية لتمييز المنتجات أو الخدمات، ويستوي الأمر أن تكون هذه الصورة مستمدة من الطبيعة كصورة شجرة أو زهرة أو صورة حيوان (الفيل مثلا) أو مستمدة من الكواكب كالهلال والنجوم أو المركبات والطائرات... الخ. كما يمكن أن تتخذ الصور الفوتوغرافية للإنسان كعلامة تجارية إذ يمكن أن تتخذ العلامة التجارية من صورة التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة أو صورة ترجع للغير شريطة حصول موافقته على ذلك.[2]

2- الألوان: أجازت المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إمكانية اتخاذ الألوان سواء أكانت مفردة أو مركبة كعلامة تجارية.

والألوان التي يمكنها أن تشكل علامة تجارية هي الألوان المتجانسة والمتداخلة والمنظمة، فيجب جمع هذه الألوان أو خلطها بشكل مميز، ومثال ذلك لون أزرق داخل دائرة

1- ادوارد عيد، الأعمال التجارية والتجار والمؤسسة التجارية، دون طبعة، بيروت، مطبعة ياخوس وشرتوني، 1971، ص 466.

2- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 83.

سوداء... الخ، فاللون الواحد يثير صعوبة في مدى اعتباره علامة تجارية خاصة إذا لم يقترن بلفظ أو رمز أو صورة تميزه عن غيره.

3- الرسومات: يمكن أن تتخذ العلامة التجارية شكل رسم أو مجموعة رسومات معينة كأن يستخدم التاجر أو مقدم الخدمة رسم فني يتضمن مناظر مستوحاة من الطبيعة كالأنهار والجبال والحيوانات أو أن يكون الرسم مستوحى من الخيال، شريطة أن يكون لها شكل مميز ومبتكر.

ويرى الفقه إمكانية استعمال المنظر العام دون أن يعتبر ذلك حكرا على شخص معين إلا أنه يصبح محميا فيما إذا كان المنظر يدخل في تكوين علامة ما،[1] لأن الأصح هو اعتبار الرسومات المأخوذة من المناظر العامة تخرج عن دائرة الاستعمال كعلامة تجارية، كونها ملك للكافة ولا يمكن لأحد أن يستأثر بها، إلا إذا شكلت العلامة خاصية منفردة بإضافة إشارات أو رموز مميزة لها.

المبحث الثالث: تسجيل العلامة التجارية في الجزائر وآثاره:

لا يكتسب الحق في العلامة التجارية إلا بعد تسجيلها، كما أن التسجيل هو شرط أساسي للحصول على الحماية القانونية للعلامة في حالة الاعتداء عليها، وتختلف القوانين المقارنة من حيث الأثر الذي يرتبه التسجيل، فقد يكون مجرد قرينة على ملكية العلامة، وقد يكون التسجيل هو التصرف المنشئ لملكية العلامة.

المطلب الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية وحالات رفض تسجيلها:

تخضع العلامة التجارية عند تسجيلها لشروط منها ما هو موضوعي، كشرط التميز والقابلية للإدراك الحسي، ومنها ما هو شكلي، كشرط التسجيل والنشر، وهناك علامات تستثنى من التسجيل، كالرموز الخاصة بالملك العام، والرموز المظللة للجمهور.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية: يشترط التشريع الجزائري عند تسجيل العلامة التجارية، شروطا موضوعية معينة حتى يقبل طلب التسجيل الذي يقدمه صاحب العلامة، وهو ما سيتم بيانه في الفروع التالية:

أولا: أن تكون العلامة التجارية مميزة: ويقصد بشرط التميز، أن يكون للعلامة التجارية شكل يميزها عن غيرها من العلامات، أي أن تكون لها ذاتية تحول بينها وبين

1- Albert chavanne; Jean jacques burst;opcit, page 534.

التشابه مع غيرها، ومن ثم فإن الأشكال والرموز العادية أو الشائعة الاستعمال لا يمكن أن تتخذ صورة العلامة.

ولقد ذهب القضاء الجزائري إلى أن العبرة في تسجيل العلامة أو إبطالها، يكون بمناقشة العلامة المراد حمايتها، والتأكد من أنها تحمل تسمية تتوفر على الخاصيات والمميزات التي تميزها عن غيرها، وفي هذا الشأن اتجهت المحكمة العليا في إحدى قراراتها[1] إلى أن العبرة بتميز العلامة التجارية هو تمتعها بالخاصيات والمميزات التي تميزها عن غيرها، وأن سبق الإيداع والتسجيل لدى الهيئة المختصة لا يكفي وحده لإبطال أي علامة تجارية.

ويعد شرط تميز العلامة مقرر لفائدة مالك العلامة حماية له من المنافسة غير المشروعة، وفي ذات الوقت لفائدة المستهلك حماية له من اقتناء منتجات مماثلة أو مشابهة، وبذلك فإن الطابع المميز للعلامة يعد شرطا لازما لاعتبارها علامة تجارية، كما أن العلامة التجارية التي ينعدم فيها الطابع المميز للمنتوج عن غيره لا تتمتع بأية حماية، ولو كانت مسجلة لدى الهيئة المختصة.[2]وشرط تميز العلامة التجارية تضمنته اتفاقية باريس لسنة 1883 في المادة السادسة الفقرة "ب" (خامسا) التي حددت حالات رفض تسجيل العلامة أو إبطالها إذا كانت مجردة من أية صفة مميزة.

ثانيا: أن تكون جديدة: يشترط أن تكون العلامة التجارية جديدة، حتى تحظى بحماية القانون، واعتبار العلامة جديدة أو شاغرة يعني أنها وقت إيداعها لم تكن محل طلب تسجيل من الغير، والأمر هنا لا يتعلق بالجدة المطلقة كتلك المطلوبة في براءة الاختراع، وإنما يتعلق بالجدة النسبية، فالمهم أن لا يقع الاختيار على علامة تؤدي إلى إثارة الاختلاط بعلامة أخرى.

واعتبار العلامة جديدة ليس فقط في إطار المنطقة التي يمارس فيها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة نشاطه، بل يشمل كامل الإقليم الوطني، باعتبار أن العلامة ترافق المنتجات والخدمات عند تداولها، كما أنها تغطي كامل التراب الوطني.

1- قرار المحكمة العليا، في 99/07/13، ملف رقم 190797، الغرفة التجارية والبحرية، المجلة القضائية، العدد1، 2000، ص 125-128.

2- وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

وكون الجدة نسبية في العلامة لأنها لا تتعلق بالجدة في الابتكار بل في التطبيق، إذ قد تكون العلامة المتخذة قد سبق تسجيلها إلا أن مدة حمايتها قد انتهت ولم تجدد، أو انقضت بإحدى طرق الانقضاء، ففي هذه الحالة يمكن أن تكون محل إيداع جديد.[1]

ثالثا:أن تكون قابلة للتمثيل الخطي:بين المشرع الجزائري في المادة2 من الأمر 03-06 أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، والمقصود بذلك أن تكون مكتوبة من جهة وظاهرة بصورة مادية ملموسة من جهة ثانية.

فالمشرع الجزائري يشترط إذا كانت العلامة التجارية مكونة من كلمة أو كلمات أن تكون مكتوبة، سواء أكانت الكتابة باللغة العربية لوحدها، أو مقترنة بلغة أجنبية أو أن تكون اللغة العربية أكثر وضوحا إلى جانبها اللغة الأجنبية.

وبذلك فإن المشرع الجزائري لم يساير التطور التشريعي في هذا المجال، فقد أصبحت العلامة التجارية التي تعتمد على الصوت والرائحة والرموز غير المادية منتشرة في مجال التجارة والخدمات، وأصبحت تحظى بالحماية القانونية التي تتمتع بها العلامة المادية، خاصة العلامات الصوتية التي تملكها شركات الدعاية والإعلان والمحطات التلفزيونية.[2]

رابعا: أن تكون مشروعة: تقضي القواعد العامة أن جميع التصرفات وكذا المعاملات بين الأفراد مهما كان نوعها لا تكون صحيحة ونافذة إذا ثبت مخالفتها للنظام العام والآداب العامة. وانطلاقا من هذا المبدأ فقد اتجه المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية إلى منع تسجيل العلامة التجارية المكونة من الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة حيث نص على أنه: « تستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها».[3]

وانطلاقا من هذا النص فإنه لا يمكن اتخاذ الكلمات والعبارات المشينة والماسة بالحياء العام، وكذا الصور والرسومات والأشكال الفاضحة كعلامة تجارية، وكذا الرموز التي يحظر القانون استعمالها.

1- راشدي سعيدة، المرجع السابق، ص 126-131.

2- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه، (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر-باتنة-، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2011-2012، ص76-78.

3 المادة 07 فقرة 04 من الأمر03-06 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد44، بتاريخ 23 يوليو سنة 2003.

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية: إن تسجيل العلامة التجارية ليس أمرا اختياريا ولا متروكا لرغبة مالك العلامة، فالمشرع الجزائري أوجب ضرورة تسجيلها لدى المصلحة المختصة، كما حدد إجراءات الإيداع والفحص، حيث أن مالك العلامة لا يستفيد من الحماية القانونية المقررة إلا بعد استيفاء هذه الشروط.

أولا: الإيداع: يقصد بالإيداع التصرف الذي يطلب بموجبه الشخص الطبيعي أو المعنوي من الإدارة المختصة تسجيل العلامة التي يختارها، ويكون مالكا شرعيا لها أي إرسال ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة، وقد حددت المادة 03 من المرسوم التنفيذي 05-277 كيفية إيداع العلامة، وذلك بتقديم طلب التسجيل لدى المصلحة المختصة أو يرسل عن طريق البريد، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، وذلك إما من صاحب العلامة شخصيا أو وكيل عنه، وإذا كان صاحب الطلب مقيما في الخارج يتوجب عليه أن يعين له وكيلا للقيام بإجراءات الإيداع نيابة عنه، وذلك بموجب وكالة مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه.[1]

ويحرر طلب التسجيل في شكل نموذج تسلمه المصلحة المختصة ويحتوي وجوبا على بيانات إجبارية منها: اسم المودع وعنوانه الكامل، صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية، وإذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة ويشكل ميزة لها على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة. وكذا قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات، بالإضافة إلى وصل يثبت دفع رسوم الإيداع.[2]

ثانيا: فحص ملف الإيداع: يقوم المعهد الوطني الجزائري للمكية الصناعية بفحص الملف من ناحية الشكل ومن ناحية الموضوع، فإذا اعتبر الملف صحيحا من حيث الشكل والموضوع، يعد الإيداع مقبولا، على اثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع، ساعته ومكانه وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم.[3]

إن المعهد المذكور أعلاه يتمتع بسلطة رفض الإيداع في حالة عدم ذكر البيانات الإجبارية وعدم إدراج المستندات في الملف ويجوز له في حالة مخالفة مادية أو عدم دفع الرسوم، منح المودع مهلة شهرين لتصحيح إيداعه ويقصد بالمخالفة المادية في تكوين

1- المواد 06 و07 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
2- المواد 03 و04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
3- المواد 11 و12 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

الملف، مثلا بيان غير دقيق أو غير كاف للأصناف التي تنطبق عليها العلامة. وإذا لم يقم المودع في المهلة الممنوحة له بتصحيح ملفه يحق للمصلحة المختصة رفض الإيداع[1]

وفيما يخص فحص الإيداع من ناحية الموضوع، فتبحث المصلحة المختصة عما إذا لم تكن العلامة المودعة مستثناتا من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 03-06.[2]

وبعد أن تتأكد المصلحة المختصة من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض، فإنها تقوم بتسجيل العلامة، وإذا تبين للمصلحة المختصة أن الفحص من حيث المضمون مطابق لجزء فقط من السلع والخدمات المبينة في الطلب، لا تسجل العلامة إلا لهذه السلع والخدمات.[3]

ثالثا: تجديد الإيداع: يمكن تجديد تسجيل العلامة لفترات متتالية تقدر بعشر (10) سنوات. على أن يسري التجديد من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل،[4] وقد نص المشرع الجزائري في المادة 17 من المرسوم التنفيذي 05-277 على وجوب ألا يتضمن تجديد تسجيل العلامة، أي تعديل جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعنية.

مع العلم أن طلب التجديد يقدم إلى المصلحة المختصة، مع دفع رسوم التجديد، ستة(6) أشهر قبل انقضاء التسجيل، أو ستة (6) على الأكثر التي تلي انقضاء التسجيل، كما يرفق طلب التجديد بكل الوسائل التي تثبت بأن العلامة قد استعملت خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل.[5] وفي حالة عدم استيفاء هذه الشروط يرفض طلب التجديد.[6]

رابعا: التسجيل والنشر

1- التسجيل: إن التسجيل هو قرار قيد العلامة، حيث تمسك المصلحة المختصة سجلا خاصا تقيد فيه العلامات التي تبين بعد الفحص أنها مطابقة شكلا ومضمونا. كما تقيد فيه كل العقود المنصوص عليها في الأمر 03-06.[7]

1- المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
2- المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
3- المادة 12 من المرسوم التنفيذي 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
4- المادة 05 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات.
5- المواد 18 و19 من المرسوم التنفيذي 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
6- المادة 21 من المرسوم التنفيذي 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
7- المادة 14 من المرسوم التنفيذي 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

كما يمكن لكل شخص بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل، وكذلك استنساخ لما قيد في السجل أو شهادة تثبت عدم وجودها، وتسلم المصلحة المختصة لصاحب التسجيل أو لوكيله شهادة تسجيل عن كل علامة مسجلة.[1]

2- النشر: أما النشر فيتكفل به المعهد الجزائري للملكية الصناعية ويكون ذلك بصفة دورية.[2]حيث تنشر في النشرة الرسمية تسجيلات وتجديدات العلامات، إضافة إلى إبطالها وإلغائها وكذلك كل قيد سجل بمقتضى الأمر 03-06.

الفرع الثالث: حالات رفض تسجيل العلامة التجارية: أورد المشرع الجزائري في المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، الحالات التي يتوجب فيها رفض تسجيل العلامة، وأسباب هذا الرفض. وهذه الحالات هي:

- الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 02 (الفقرة الأولى).
- الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز.
- الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تقتضيها.
- الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.
- الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم، مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك.
- الرموز التي يمكن أن تظلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.
- الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله.

1- المواد 15 و16 من المرسوم التنفيذي 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
2- المادة 29 من المرسوم التنفيذي 05-277، يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

– 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 الاسم التجاري.

– الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

المطلب الثاني: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية:

يترتب على تسجيل العلامة لدى الهيئة المكلفة بالملكية الصناعية اكتساب الحق في العلامة، وهو ما أقره المشرع الجزائري في أمر 03-06 المتعلق بالعلامات، ويتمتع عندئذ مالك العلامة بجميع الحقوق الواردة على العلامة باعتبارها ملكا له، ويحق له التصرف فيها بكل أوجه التصرفات الجائزة قانونا، سواء بعوض أو بدون عوض، وهو ما يتم تبيانه فيما يأتي:

الفرع الأول:الحق في الحماية: نص المشرع الجزائري على أنه يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، ودون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقات الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر(10) سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب.[1]

الفرع الثاني: حق ملكية العلامة التجارية: نصت المادة 05 فقرة01 من أمر03-06 على أنه:«يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة...». كما نصت المادة 09 فقرة01 من نفس الأمر على أنه:«يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها...».

ويتضح من نص المادتين، أن تسجيل العلامة التجارية يكسب صاحبها أهم حق عليها وهو حق الملكية والذي يتيح له حق استعمالها على السلع والخدمات التي يعينها لها.

فالحق في ملكية العلامة مرتبط بضرورة التسجيل كون المشرع الجزائري لا يجيز استعمال أي علامة إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها، ومرتبط كذلك بضرورة الاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو الخدمات المتصلة بها.[2]

1- المادة 05 الفقرة 01 و 02 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات.
2- المواد04 و11 من الأمر رقم 03-06، المتعلق بالعلامات.

كما أن المشرع الجزائري لا يعتد بحق الملكية على العلامة إلا بعد تسجيلها واستعمالها في مدة معينة، بل أنه يمنع استعمال أية علامة قبل تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها. بالإضافة إلى أن ذلك التسجيل له حجة مطلقة تجاه الكافة، وبواسطته ينشأ الحق في ملكية العلامة، وهو ليس وسيلة كاشفة للحق في ملكية العلامة، وإنما هو وسيلة مقررة له.

أولا: حق التصرف في العلامة التجارية: نص المشرع الجزائري في المادة 09 من الأمر 03-06 على أنه: «... فإن الحق في العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها».

والمقصود بالتنازل عن العلامة التجارية هو التصرف فيها بكافة أنواع التصرفات من نقل ملكيتها للغير بالبيع أو الهبة أو الوصية أو تقديمها كحصة في الشركة، كما يشمل كذلك عقد رهن العلامة دون نقلل ملكيتها.

ولأن العلامة التجارية هي وسيلة من وسائل جذب العملاء، قد تعد عنصرا مهما من عناصر المحل التجاري، فهي بحكم الدور الذي تلعبه في النشاط التجاري مرتبطة وجودا وعدما بالمحل التجاري. فهل معنى هذا أنه لا يمكن التصرف في العلامة التجارية بمعزل عن التصرف في المحل التجاري؟

بالنسبة للمشرع الجزائري فقد اتجه إلى إجازة التصرف في العلامة التجارية بكافة أنواع التصرف وحتى استقلالا عن التصرف في المحل التجاري، وذلك في الأمر 03-06.[1]

ومن ثم فإن المشرع الجزائري أجاز لصاحب العلامة التجارية التنازل عنها سواء بنقل ملكيتها بالبيع أو الهبة أو الوصية، كليا أو جزئيا أو تقديمها كحصة في الشركة أو إجراء أي حق عيني عليها أو الحجز عليها باعتبارها مالا مملوكا لصاحبه، وذلك استقلالا عن التصرف في المحل التجاري.

كما ربط المشرع الجزائري التصرف في العلامة التجارية استقلالا عن التصرف في المحل التجاري بعدم تظليل الجمهور أو الأوساط التجارية وإلا كان التصرف باطلا.[2]

ومن أنواع التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية:

1- نصت المادة 14 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات على أنه: « بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة (المحل التجاري) يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها».

2- نصت المادة 14 فقرة 02 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات على أنه: «يعد انتقال الحقوق باطلا إذا كان الغرض منه تظليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة».

1- بيع العلامة التجارية: إن بيع العلامة التجارية في التشريع الجزائري يكون إما بالتصرف فيها مع المحل التجاري بكافة عناصره الأخرى وفقا لأحكام المواد 79 إلى117 من القانون التجاري[1]، أو بالتصرف فيها منفصلة عنه.

والحكمة من تقرير ارتباط العلامة التجارية بالمحل التجاري عند بيعه هو القضاء على اللبس والخلط الذي قد يقع فيه جمهور المستهلكين في تحديد مصدر هذه البضائع أو مصدر بيعها، إذ يظل العملاء معتقدين أن البضائع التي تحمل العلامة ذاتها لا تزال تابعة للمحل التجاري الذي تم التصرف فيه.[2]

إلا أن التصرف في المحل التجاري بالبيع وشمول ذلك العلامة التجارية أو العلامات المتعلقة به ليس من النظام العام، وبالتالي يجوز الاتفاق على خلاف ذلك، أي أنه يجوز للبائع الاحتفاظ بعلامته التجارية أو العلامة المرتبطة بالمحل التجاري عند بيعه لهذا المحل.[3]

كما يجوز التصرف في العلامة باعتبارها ذات قيمة اقتصادية هامة وذلك من خلال التنازل عنها كحصة في رأس مال الشركة، سواء كان التنازل عن ملكيتها كليا للشركة أو بالتنازل على سبيل الانتفاع فقط، حيث تعود ملكية العلامة لمالكها عند انتهاء مدة الشركة.[4]

ونلاحظ أن التصرف في العلامة التجارية بالارتباط مع التصرف في المحل التجاري أو بالاستقلال عنه يخضع لشروط شكلية تختلف عن بقية التصرفات التجارية الأخرى. والتي منها الكتابة الرسمية وإمضاء الأطراف، وكذلك شرط قيد نقل الحقوق المتعلقة بالعلامة.[5]

مع العلم أن المشرع الجزائري يجيز جميع التصرفات على العلامة الفردية دون العلامة الجماعية، حيث نصت المادة (24) من الأمر 03-06 على أنه: «لا يمكن أن تكون العلامة الجماعية محل انتقال أو تنازل أو رهن ولا يمكن أن تكون تحت طائلة أي حكم تنفيذي جبري».

2- رهن العلامة التجارية: حيث أجاز المشرع الجزائري في المادة 14 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر، رهن العلامة التجارية، وتقرير الرهن على العلامة قد يكون برهن

1- الأمر 75-59، المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975، يتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية عدد101، مؤرخة في 1975/12/19

2- سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص486

3- نفس المرجع، ص487 .

4- نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية- دراسة في القانون المقارن-، ط1، بيروت، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، 2005، ص142.

5- المواد 99 و147 من القانون التجاري الجزائري، والمادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277.

المحل التجاري وتطبق في ذلك أحكام المادة 119 من القانون التجاري الجزائري.[1] كما يمكن رهن العلامة التجارية مستقلة عن رهن المحل التجاري.

ثانيا: حق الترخيص باستعمال العلامة التجارية: يعد الترخيص شكلا من أشكال استغلال العلامة، ولأسباب متعددة قد يتخلى مالك العلامة للغير في حدود عقد الترخيص باستغلال علامته، وقد يلجأ للترخيص تفاديا للوقوع تحت طائلة سقوط الحق في العلامة خاصة إذا تعذر عليه استغلالها بنفسه أو بواسطة نائب عنه.

ويقصد بعقد الترخيص باستعمال العلامة، العقد الذي يتصرف بموجبه صاحب العلامة (المرخص) للمتصرف له (المرخص له) في العلامة المملوكة له عن طريق منح هذا الأخير حق إنتاج السلع التي تحمل العلامة بكميات معينة وفي حدود إقليم معين، وخلال مدة معينة وفقا لشروط عقد الترخيص.[2]

ونص المشرع الجزائري في الأمر 03-06 على أن:«الحق في العلامة يخول صاحبه ... ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها...».[3]

كما نصت المادة 16 من نفس الأمر على أنه:«يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استئثارية أو غير استئثارية، لكل واحد من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها».

أي أن المشرع الجزائري أجاز من خلال النصين السابقين لصاحب الحق في العلامة أن يمنح للغير رخصا باستغلالها ووضعها على السلع أو الخدمات التي تم تسجيل العلامة أو تم إيداع طلب تسجيل بشأنها.

وحق المرخص له في استعمال العلامة التجارية بترخيص من مالكها، شبيه بعقد الإيجار الذي ينشئ حقا شخصيا تجاه مالك العلامة، يخول له ذلك استعمال العلامة تجاريا، وهو بذلك لا ينقل ملكية العلامة إلى المرخص له.[4]

والترخيص باستعمال العلامة قد يكون بالتصرف مع المحل التجاري أو استقلالا عنه شأنه في ذلك شأن بقية التصرفات الواردة على العلامة التجارية.

1- نصت المادة 19 من القانون التجاري الجزائري على: « لا يجوز أن يشمل الرهن الحيازي للمحل التجاري من الأجزاء التابعة له إلا.....وعلامات المصنع أو التجارة.... ».

2- حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، القاهرة، دار الكتب القومية، 1993، ص6.

3- المادة 09 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

4- منصور عبد السلام الصرايرة، الترخيص باستعمال العلامة في القانون الأردني، دراسة مقارنة، دون طبعة، عمان، دار رندة للنشر والتوزيع، 2003، ص 57، 58.

وقد نص المشرع الجزائري في أمر 03-06 على أنه:«يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 أعلاه، المبرم وفقا للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة.

يجب قيد الرخصة في سجل العلامات الذي تملكه المصلحة المختصة. تحدد كيفيات مسك السجل عن طريق التنظيم وتمسك المصلحة المختصة مستخرجا لسجل مرقم ومؤشر عليه».[1]

والملاحظ على هذه المادة أن المشرع الجزائري رتب أثرا قانونيا هاما على عدم قيد الترخيص في السجل الخاص بالعلامات وذلك ببطلان عقد الترخيص بطلانا مطلقا شأنه شأن بقية التصرفات الواردة على العلامة كعقود النقل أو الرهن المتعلقة بها.

ويقع على عاتق المرخص (مالك العلامة) السماح للمرخص له باستغلال العلامة في المجال التجاري أو الصناعي أو الخدماتي، وأن لا يتعرض له في استغلالها طول الفترة المتعلقة بالرخصة في الاستغلال، كما يضمن له حمايتها من أشكال التعدي عليها، والالتزام بضمان العيوب الخفية للعلامة (الخطأ في تسجيلها شكلا وموضوعا أما المرخص له فيقع على عاتقه استغلال العلامة بحسن نية، ووضعها على المنتوجات المصنوعة أو الموزعة، أو الخدمات المقدمة وذلك في نطاق الإقليم المسموح باستعمال العلامة فيه والمحدد في عقد الترخيص، كما يلتزم باحترام بنود وشروط العقد بالإضافة إلى دفع المستحقات، ويمنع عليه منح تراخيص للغير كما يلتزم أيضا بالحفاظ على سمعة العلامة والمحافظة على قيمتها.

وفي حالة عدم قيام المرخص له بالالتزامات الملقاة على عاتقه يمكن لصاحب العلامة التمسك بحقوقه المكتسبة اتجاه المرخص له.[2]

وتجدر الإشارة إلى أن عقد الترخيص يتطلب من مالك العلامة أن يتأكد باستمرار من حسن انتفاع المرخص له بالعلامة.[3]

1- المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

2- نصت المادة 18 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات على أنه:«يمكن لصاحب العلامة التمسك بالحقوق المكتسبة تجاه حامل الرخصة الذي يخل بأحد الشروط المذكورة في المادة 17 أعلاه».

3- سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 273، 274.

المطلب الثالث: الحماية القانونية للعلامة التجارية

إن الحق في العلامة كأي حق من حقوق الملكية الصناعية يتمتع بحماية قانونية، لذلك فإن التشريعات المقارنة ومنها التشريع الجزائري، لم تكتف بتقرير الحماية المدنية للعلامة، وفق قواعد العامة للمسؤولية المدنية فقط، وإنما خصت العلامة بحماية جنائية خاصة.

ونظرا لكون العلامة بحكم وظيفتها تتعدى الحدود الإقليمية للدولة الواحدة، فقد تقرر توفير حماية دولية ترجمت في إبرام عدة اتفاقيات دولية، من أجل ضمان حماية أفضل لهذه العلامة.

تتمتع العلامة التجارية بحماية قانونية داخلية وأخرى دولية.

الفرع الأول: الحماية الداخلية للعلامة التجارية(في التشريع الجزائري): للعلامة التجارية حماية قانونية بمقتضى أحكام القانون المدني، والتي تتبني أساسا على التعويض، كما لها حماية جزائية، تهدف إلى منع كل اعتداء قد يلحق بمالك هذه العلامة. وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في القانون المتعلق بالعلامات.

أولا: الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري: تهدف الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى وقف الاعتداء على العلامة وتمكين مالكها أو المرخص له باستعمالها من التعويض، وذلك بالاستناد إلى قواعد المسؤولية التقصيرية، أو عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة والتي تستند إلى القانون04-02.[1]

1- دعوى التعويض ووقف الاعتداء على العلامة: تستند هذه الدعوى في عمومها إلى القواعد العامة في التعويض عن الخطأ حسب نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري. وحتى تقوم هذه المسؤولية يجب أولا أن تتوفر أركان المسؤولية التقصيرية من خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما.

وعليه يمنع التعدي على أي علامة، لأنه في هذه الحالة سيتمكن صاحبها من إيقاف هذا التعدي على علامته والحصول على تعويض عن الأضرار التي لحقت بها،[2] لذلك فمن اعتدى على علامة مملوكة للغير، فقد أخل بالتزام فرضه عليه القانون وهو عدم الإضرار

1- القانون رقم 04- 02 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 24 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية الجزائرية عدد 41، المؤرخة في 27 يونيو سنة 2004.

2- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 200.

بالغير، لذلك وجبت عليه المسؤولية التقصيرية ضمن الأحكام العامة للقانون المدني، وعليه مهما كان الاعتداء على العلامة فإنه يوجب التعويض.

وهو ما يؤكده المشرع الجزائري في المادة 29 من الأمر 03-06 التي تنص على أنه:«إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية...».

وعليه ينعقد الاختصاص بالنظر في طلب التعويض ووقف الاعتداء على العلامة في هذه الحالة مباشرة للقاضي الجزائي بمناسبة النظر في الدعوى الجزائية وفي هذه الحالة يصدر حكما واحدا يتضمن الشقين الجزائي والمدني، وهي-حسب نص هذه المادة- دعوى مكفولة لصاحب الحق في العلامة، كما يمكن للمستفيد من عقد الاستغلال أن يرفعها.[1]

وتهدف الدعوى المدنية المستندة إلى أحكام الأمر 03-06 إلى المطالبة بوقف كل أفعال التعدي التي تمس بالعلامة المرتبطة بالفعل المجرم المتمثل في التقليد بكافة صوره، ففي هذه الحالة يكفي المساس بحق مالك العلامة حتى يتم قبول الدعوى، دون اشتراط وقوع ضرر فعلي.[2]

2- دعوى المنافسة غير المشروعة: تقوم الممارسات التجارية أساسا على مبدأ حرية المنافسة المكفول قانونا، والذي يسعى بموجبه الصناع والتجار ومقدمي الخدمة إلى استقطاب الزبائن بكافة الوسائل المشروعة التي لا تخرج عن إطار الأعراف التجارية والقوانين والأنظمة المطبقة.[3]

أما إذا خرجت هذه المنافسة عن إطارها المشروع واتبعت أساليب مخالفة لقواعد الممارسة التجارية النزيهة، اعتبرت منافسة غير مشروعة، وجاز للطرق المتضرر متابعة مرتكبي تلك الأفعال عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.

بالرجوع إلى القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وتحديدا المادة 27 منه التي عددت بعض صور المنافسة غير المشروعة بقولها:«تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:...- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس

1- المادة 31 من أمر 03-06، المتعلق بالعلامات.
2- عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية -دراسة مقارنة- ط1، بيروت، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص 802.
3- ريبي وروبلو، المطول في القانون التجاري، ترجمة منصور القاضي، ط2، بيروت، لبنان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2011، ص 723.

أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك...».

ويمثل ركن الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة عنصرا ماديا يتمثل في اللجوء إلى الوسيلة غير المشروعة، أي غير المتوافقة مع الأعراف التجارية، وعنصر معنوي يستند إلى السيطرة على السوق التجارية والاستئثار بالزبائن، ويرمي المنافس بعمله هذا إلى إحداث اللبس والخلط بين تجارته وتجارة غيره ولا يهم أن يكون الخطأ عمديا أو غير عمدي.[1]

ولا يكفي لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة حدوث خطأ بل لابد من وجود ضرر هذا الأخير الذي قد يكون ماديا ينصب على حق من الحقوق المالية، أو معنويا يصيب حقا معنويا لمالك العلامة التجارية، ويقع عبء إثبات الضرر على طالب التعويض سواء كان مالك العلامة أو المرخص له باستعمالها.

مع وجوب إثبات وجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر الذي لحق بالمدعي حيث تقدر المحكمة الفاصلة في الموضوع وجود الرابطة السببية وتستخلصها من خلال الوقائع التي من شأنها إلحاق الضرر بالمدعي.

أما فيما يتعلق بالإجراءات التي تضمن وقف أعمال المنافسة غير المشروعة المنصوص عليها ضمن القانون 04-02 نصت المادة 39 منه على إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها ضمن هذا القانون، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، كما يمكن الحكم بمصادرة السلع المحجوزة التي كانت محل ارتكاب فعل التقليد.[2]

ثانيا: الحماية الجزائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري: تقتصر الحماية الجزائية على العلامة الجارية المسجلة أو التي تم إيداع طلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة، كما أن الحماية الجزائية المقررة للعلامة التجارية ترد على العلامة في حد ذاتها بغض النظر عن القيمة الاقتصادية للسلعة أو الخدمة المرتبطة بها. وقد نص المشرع الجزائري على العديد من الجرائم التي تمس العلامة التجارية وأهم هذه الجرائم، جريمة تقليد العلامة التجارية والتي تأخذ صور متعددة، كما أورد المشرع الجزائري جريمة عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة وجريمة وضع علامة تجارية غير مسجلة.

1- حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ط1، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، 2011، ص 400.

2- المادة 44 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.

1- تقليد العلامة: عرف المشرع الجزائري التقليد في المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه:«مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة». وانطلاقا من هذا النص فإن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد، والذي يقصد به كل الأفعال والتصرفات الماسة بمالك العلامة التجارية.[1]

وعليه تشمل أفعال تقليد العلامة ما يلي:

أ-استعمال علامة مطابقة (تزوير العلامة): يقصد بمطابقة العلامة، النقل الحرفي للعلامة الأصلية بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مماثلا للعلامة الأصلية.[2]

ومنه يقوم الاصطناع أو التزوير على ركن مادي، والذي يتحقق بمجرد القيام بعملية التزوير فعلا حتى ولو لم تستخدم أو توضع العلامة المزورة على المنتجات أو الخدمات لتميزها.

ويمكن اكتشاف التزوير الواقع على العلامة عند إيداعها لدى المصلحة المختصة قصد تسجيلها، وذلك لسبق وجود علامة مسجلة مطابقة لها تطابقا تاما،[3] مثل:(حلويات الجندول، باتيسري الجندول)، (BANITA تعد تقليدا لتسمية HABANITA)، والتي تمثل نوعا من العطور. كما يقوم التزوير على ركن معنوي والذي لم يشر المشرع الجزائري إليه ضمن أحكام الأمر 03-06، هذا الأخير الذي لم يتضمن أي عبارة تدل على ضرورة توافر القصد الجنائي بالنسبة لجنحة التقليد بصورة عامة، حيث نصت المادة 26 من الأمر 03-06 على أن كل عمل صادر من الغير ويمس بحقوق صاحب العلامة المسجلة هو جنحة معاقب عليها قانونا دون الإشارة لعنصر العمد.

ولتفادي تسجيل علامتين متطابقتين وبالتالي وقوع فعل التزوير ألزم المشرع الجزائري المصلحة المختصة أخذ الموافقة الكتابية لمالك العلامة المسجلة المحمية إذا تم تقديم طلب تسجيل علامة مماثلة أو مشابهة لها[4]، ومثال ذلك فإن شركة كوكا كولا لم تمانع عند تسجيل علامة بيبسي كولا.

إذن لا يشترط ضرورة توفر القصد الجنائي الخاص أو نية الاحتيال لأن العنصر المادي وحده كاف لقيام الجريمة أي أن الركن المعنوي مفترض في هذه الجريمة.

1- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 259.

2- أحمد محرز، القانون التجاري، دون طبعة، القاهرة، دار النهضة العربية، 1995، ص 322.

3 - Ali Haroun, la protection de la marque au Maghreb, o p u, Alger, 1979, page 161

4- المادة 12 فقرة 04 من المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

ب-استعمال علامة مشابهة (تقليد العلامة): يقصد باستعمال علامة مشابهة (مقلدة) اصطناع علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، حيث من شأن ذلك تضليل المستهلك ووقوعه في الخلط بين العلامتين لوجود اللبس بينهما،[1] فالفاعل في التشبيه أو التقليد لا ينقل العلامة الأصلية برمتها كما هو الحال في استعمال العلامة المطابقة تماما، وإنما يدخل عليها بعض التغييرات مع الاحتفاظ بمظهرها العام، كإدخال تغيير في الألوان أو في وضع الصور والرسومات، أو في حجم الحروف أو الأرقام...الخ بحيث يمكن للعلامة الجيدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية.[2]

وتعد الأفعال المتعلقة باستعمال علامة مشابهة، الصورة المثلى لجريمة التقليد والأكثر انتشارا في الجزائر.[3]

ويشترط لقيام جنحة استعمال علامة مشابهة (تقليد علامة)، وجود ركن مادي. حيث يشترط المشرع الجزائري أن يكون استعمال العلامة التجارية المشابهة يحدث لبسا لدى جمهور المستهلكين، وقد نصت المادة 07 فقرة 09 من الأمر 03-06 على أنه:«تستثنى من التسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا».

مثال: (Selectra تقليد لـ: Selecto) (ariell تقليد لـ: ariel)

كما يشترط كذلك وجود شرط معنوي، على أساس أن هذه الجريمة هي من الجرائم العمدية، لذلك يتطلب الأمر توفر القصد الجنائي (قصد الغش)، وهو ما لم يشترطه المشرع الجزائري صراحة، على عكس الاجتهاد القضائي الجزائري الذي يشترط ضرورة توافر القصد الجنائي الخاص لدى الفاعل.[4]

ج- استعمال علامة مزورة أو مقلدة: لم ينص المشرع الجزائري على هذه الصورة من صور التعدي على العلامة صراحة في الأمر 03-06 إلا أنه يمكن القول أن هذه الجنحة تقوم عند بيع أو عرض منتجات أو خدمات عليها علامة مطابقة أو مشابهة، وهذا هو ركنها المادي، حيث تعتبر هذه الجريمة مستقلة بذاتها عن باقي جرائم التقليد، ويستوي

1- بوشعيب البوعمري، "العلامة التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، **مجلة المحكمة العليا**، عدد خاص، التقليد في ضوء القضاء والاجتهاد القضائي، قسم الوثائق، 2012، ص 16.
2- علي جمال الدين عوض، القانون التجاري، القاهرة، دار النهضة العربية، 1963، ص 358.
3- فرحة زرواي صالح، المرجع السابق، ص257.
4- وذلك بخلاف المادة 32 من أمر 03-06، المتعلق بالعلامات، التي لا تشترط سوى القصد الجنائي العام، وهو موقف لا يتماشى مع أحكام اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

الأمر أن يكون البائع أو العارض هو القائم بصنع أو إنتاج العلامة أو لم يشارك في ذلك، أي أن المستعمل لم ينسخها أو ينتجها بل وجدها واستعملها.[1]

ويعد بيع المنتوج الذي يحمل علامة مسجلة تقليدا، إذا كان ذلك دون ترخيص من مالك العلامة المحمية،[2] كما يشترط أن يكون البيع أو العرض تجاريا وليس لغايات أخرى.[3]

وفيما يخص الركن المعنوي فإن المشرع الجزائري لم يشترط في الأمر 03-06 قصدا جنائيا خاصا في جنحة بيع أو عرض منتجات أو خدمات عليها علامة مطابقة أو مشابهة، وعليه فإن القصد الجنائي من الظروف التي يراها القاضي مناسبة لقيام الجريمة ويمكن للمستعمل أن يثبت العكس عن طريق الإثبات.[4]

د- استعمال علامة مملوكة للغير: لم ينص المشرع الجزائري في الأمر 03-06 صراحة على هذه الجريمة من جرائم تقليد العلامة، ويمكن القول أن الركن المادي في هذه الجريمة يكون بوضع التاجر لعلامة على منتجاته أو خدماته دون أن يكون مرخص له بوضعها عليها، كما يشترط أن يكون وضع هذه العلامة أو لصقها لغرض تجاري وليس لغرض التزيين أو التجميل، وتقع هذه الجريمة في الغالب في حالة ملأ الفوارغ التي تحمل العلامة الأصلية، مثل ملأ الزجاجات والأكياس والصناديق الفارغة بسوائل ومواد أو منتجات أخرى غير مخصصة لها، والتي تحدث الخلط مع العلامات الأصلية.[5]

ولم يشترط المشرع الجزائري في الأمر 03-06 القصد الجنائي الخاص وإنما يكفي أن يتم اغتصاب العلامة أو وضع العلامة الأصلية على منتجات أو خدمات ليست تحت حمايتها.

2- الجزاءات المترتبة على دعوى التقليد: نصت المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه:"مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.00 دج إلى عشرة ملايين (10.000.00دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

1- ميلود سلامي، المرجع السابق، ص177.
2- سعيدة راشدي، "حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري"، **المجلة الأكاديمية للبحث القانوني**، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، العدد1، (2012)، ص 226.
3- المادة 09 فقرة 03 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات.
4- صلاح الدين الناهي، المرجع السابق، ص171.
5- سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 319.

– الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة،

– مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة،

– إتلاف الأشياء محل المخالفة."

وانطلاقا من هذا النص فإن المشرع الجزائري قرر عقوبات أصلية لجنحة التقليد تتمثل في الحبس والغرامة وأخرى تكميلية تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ومصادرة الوسائل المستعملة وإتلاف الأشياء محل المخالفة.

أ– **العقوبات الأصلية:** تتمثل العقوبات الأصلية لجنحة التقليد في الحبس والغرامة.

– **الحبس:** نصت المادة 32 من أمر 03–06 السالفة الذكر على أنه يعاقب بالحبس من ستة أشهر (06) إلى سنتين (02) كل من يرتكب جنحة التقليد.

– **الغرامة:** إلى جانب عقوبة الحبس نص المشرع الجزائري على عقوبة الغرامة والتي تتراوح ما بين مليونين وخمسمائة ألف (2.500.000دج) إلى عشرة ملايين (10.000.000دج).

أو إحدى هاتين العقوبتين فقط مع الحكم بالعقوبات التكميلية.

ويلاحظ أن المشرع لم يتطرق إلى حالة العود كظرف مشدد أو إيقاف التنفيذ كظرف مخفف.

ب– العقوبات التكميلية: وقد تم النص عليهم في المادة 32 السالفة الذكر وتتمثل في:

– **الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة:** ويكون ذلك في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية حيث يقرر القاضي الأمر بغلق المؤسسة، إلا أن المشرع الجزائري لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت.

– **المصادرة:** وتتمثل في مصادرة المنتوجات والأدوات التي استخدمت لارتكاب جنحة التقليد، ولا يمكن للقاضي أن يحكم بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية، ومنه فالحكم بالمصادرة هو إلزامي للقاضي في حالة الحكم بإدانة المتهم.

– **الإتلاف:** ويتمثل في إتلاف الأشياء محل المخالفة والتي قد تشمل المنتجات التي تحمل علامة مقلدة أو الوسائل التي تستعمل لارتكاب الجريمة، وقد اعتبرها المشرع إلزامية للقاضي للحكم بها في حالة إدانة المتهم.[1]

1- المادة 29 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات.

الفرع الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية: من أجل ضمان حماية فعالة للعلامة على المستوى الدولي انضمت الجزائر إلى مجموعة من الاتفاقيات الدولية، منها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، كما أنه من الاتفاقيات الهامة في هذا المجال والتي مازالت لم تنظم إليها الجزائر، اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس).

أولا: حماية العلامة التجارية وفق اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883:

تعد اتفاقية باريس أول اتفاقية دولية في مجال حماية الملكية الصناعية – بما فيها العلامة التجارية– حيث تمكنت من بسط الحماية على المستوى الدولي فأصبح هذا النظام يسري في كل الدول الأعضاء في الاتفاقية (الذين بلغ عددهم 174 عضو). وتتألف اتفاقية باريس من 30 مادة جاءت بقواعد تنظيمية وقواعد عامة تسري على جميع أنواع حقوق الملكية الصناعية،

ومن أهم مبادئ اتفاقية باريس التي تناولت العلامة ما يلي:

1- مبدأ المعاملة الوطنية لرعايا دول الاتحاد: وهو أهم مبادئ هذه الاتفاقية، حيث جاء فيه: «يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حاليا أو قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول للمواطنين، وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية. ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين ضد أي إخلال بحقوقهم بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين».[1]

2- مبدأ الأسبقية: نصت اتفاقية باريس على هذا المبدأ كما يلي:«كل من أودع طبقا للقانون في إحدى دول الاتحاد طلبا للحصول على .... أو علامة صناعية أو تجارية يتمتع هو أو خلفه فيما يختص بالإيداع في الدول الأخرى بحق أسبقية خلال المواعيد المحددة فيما بعد».[2]

3- مبدأ استقلال العلامات: جاء في أحكام اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883 بأنه: " تعتبر العلامة التي سجلت طبقا للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ"،[3] أي أنه إذا تم

1- المادة 02 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.
2- المادة 04 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.
3- المادة 06 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

تسجيل علامة طبقا لقانون بلدها الأصلي ثم سجلت بعد ذلك في دولة أو أكثر من دول الاتحاد، فإن كل هذه العلامات تعتبر من تاريخ تسجيلها مستقلة عن العلامة المسجلة في البلد الأصلي، إذ أن كل علامة تخضع لأحكام القانون الوطني للبلد الذي سجلت فيه، ونفس الأمر ينطبق على تجديد العلامة وانقضائها.[1]

4- مبدأ تسجيل العلامة الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي: أوجبت المادة 6 (خامسا (1)) من اتفاقية باريس على دول الاتحاد أن تقبل بإيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة في بلدها الأصلي ووفقا لنظامها القانوني أن تمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها، أي كما سجلت في بلدها الأصلي، ويترتب على ذلك أنه يتعين على دول الاتحاد قبول تسجيل العلامة الأجنبية متى استوفت شروط تسجيلها بحسب بلدها الأصلي.

ثانيا: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس): من مظاهر حماية العلامة التجارية في اتفاقية تربس:

1- نصت هذه الاتفاقية على الحماية الجزائية في المادة 61 منها، والملاحظ على هذه المادة أن العقوبات المقررة فيها سواء كانت أصلية كالحبس أو الغرامة، أو عقوبات تبعية كالمصادرة والإتلاف، كلها جاءت بصيغة الوجوب والإلزام.

كما يستخلص من خلال نص المادة 61 السالف الذكر، أنه أضفى الحماية القانونية للعلامة التجارية عن طريق توضيحها للإجراءات الجنائية التي يتعين إتباعها في حالة التقليد المتعمد للعلامات المسجلة.

ب- ألزمت اتفاقية (تريبس) الدول الأعضاء بأن تتضمن قوانينها إمكانية الحكم بالتعويضات المناسبة لصاحب حق الملكية الفكرية المعتدى عليه.

حيث نصت المادة 45 على: «1- للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات مناسبة عن الضرر الذي لحق به بسبب التعدي على حقه في الملكية الفكرية من جانب متعدي يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي.

2- وللسلطات القضائية أيضا صلاحية أن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق المصروفات التي تكبدها والتي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي المناسبة. وفي الحالات المناسبة يجوز للبلدان الأعضاء تخويل السلطات القضائية صلاحية أن تأمر باسترداد

1- الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية تحاليل ووثائق، ط1، الجزائر، مطبعة الكاهنة، 2004، ص145.

الأرباح و/أو دفع تعويضات مقررة سلفا حتى حين لا يكون المعتدي يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي».

ثالثا: اتفاقية مدريد: قررت اتفاقية مدريد المبرمة في 14 نيسان1891 وضع النظام العام للإيداع الدولي للعلامة التجارية، حيث بمقتضاها يعود لكل شخص تابع لأحدى الدول المتعاقدة أو الموقعة أو مقيم فيها أو له فيها محل عمل أن يطلب إيداع علامته إيداعا دوليا في المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في (برن) بسويسرا، شرط أن تكون العلامة قد أودعت أولا في الدول التي يتبع لها طالب الإيداع[1] .

وبموجب هذا الإيداع الدولي تتمتع العلامة التجارية بالحماية في جميع الدول الموقعة على اتفاقية مدريد كما لو كانت مسجلة في كل دولة فيها.

المبحث الرابع: انقضاء الحق في العلامة:

إن الحق في العلامة قد ينقضي لسبب أو لآخر، وقد يكون هذا السبب إراديا أو يكون غير إرادي، حيث أن المشرع الجزائري في أمر 03-06 أورد طرق انقضاء الحق في العلامة تحت عنوان سقوط الحقوق وذلك كما يلي:

المطلب الأول: انقضاء الحق في العلامة بناء على إرادة صاحبها:

ينقضي الحق في العلامة بناء على إرادة صاحبه في حالتين اثنين وهما حالة التخلي وحالة العدول وهو ما سيتم توضيحه فيما يلي:

الفرع الأول: التخلي: نص المشرع الجزائري على إمكانية تجديد تسجيل العلامة التجارية لفترات متتالية دون تحديد حد أقصى لذلك،[2] فإن لم يقم صاحب العلامة بتجديد تسجيلها في المدة المحددة (6 أشهر التي تسبق انقضاءها أو 6 أشهر على الأكثر التي تلي تاريخ انقضائها) فإنه سيفقد حقه عليها، فعدم التجديد يعد من قبيل التخلي الضمني عن العلامة أي تركها، وعليه تنقضي ملكية العلامة بعد ذلك، غير أنه لا يحق للغير إيداعها وتملكها بعد هذه المدة إلا بعد مدة سنة على الأكثر، حيث استثنى المشرع الجزائري من التسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة للعلامات التي انتهت فترة حمايتها منذ سنة على الأكثر قبل تاريخ إيداع طلب تسجيلها، والمطبقة على سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة

1- نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دون طبعة، الإسكندرية، دار الجامعة الجيدة، 2013، ص 86، 87.
2- المادة05 فقرة 03 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات.

لتلك التي سجلت من أجلها العلامة والتي من شأنها إثارة اللبس، ونفس الأحكام تطبق على العلامة الجماعية التي انتهت مدة حمايتها منذ ثلاث سنوات على الأكثر.[1]

الفرع الثاني: العدول: نص المشرع الجزائري في أمر 03-06 على أنه:«يمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها».[2]

وقد حددت المادة 25 من المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها إجراءات العدول عن العلامة حيث نصت على ما يلي:«...يتم العدول الجزئي أو الكلي عن التسجيل لدى المصلحة المختصة بناء على طلب المالك. في حالة ما إذا قدم طلب العدول من قبل وكيل، يرفق الطلب بوكالة خاصة مؤرخة وممضاة تتضمن اسم الوكيل وعنوانه. يقيد العدول في سجل العلامات ولا يكون نافذا في حق الغير إلا بعد تسجيله».

وتجدر الإشارة أنه في حالة وجود عقد الترخيص، وتم تسجيله لدى المصلحة المختصة فإن قبول العدول عن تسجيل العلامة مرتبط بتقديم تصريح يتضمن موافقة المستفيد من الرخصة المسجلة على هذا العدول.[3]

المطلب الثاني: انقضاء الحق في العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها:

كما يمكن أن ينقضي الحق في العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها وذلك في حالتين وهما حالة بطلان تسجيل العلامة وحالة إلغاء تسجيلها وهو ما سيتم توضيحه فيما يلي:

الفرع الأول: بطلان تسجيل العلامة: حتى يتمتع مالك العلامة بالحقوق الاستئثارية الناتجة عن تسجيل العلامة، يجب أن يكون التسجيل صحيحا، وإذا حدث وأن تم تسجيل علامة ثم ظهر أنه كان لا ينبغي تسجيلها باعتبارها أنها غير مستوفية لشروط أو أكثر من الشروط الواجب توافرها قانونا لصحة العلامة، فإن تسجيل العلامة يعد بذلك باطلا. حيث نص المشرع الجزائري على إمكانية إبطال تسجيل علامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع من قبل الجهة القضائية المختصة في حالة عدم صحة تسجيلها وذلك بناء على طلب من المصلحة المختصة أو من الغير.[4]

1- المادة 07 فقرة 09 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات.
2- المادة 19 من أمر 03-06، المتعلق بالعلامات.
3- المادة 26 من المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
4- المادة 20 فقرة 01 من 03-06، المتعلق بالعلامات.

وتجدر الإشارة إلى أنه يجوز للمحكمة أن تحكم بالإبطال بالنسبة لجزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة،[1] وتبقى العلامة صحيحة بالنسبة للجزء الآخر، وذلك إذا تعلقت المخالفة بنوع المنتجات أو الخدمات التي تغطيها العلامة. كأن تكون مثلا مشابهة لمنتجات أو خدمات علامة أخرى مشابهة أو مماثلة للعلامة الأولى إلى درجة إثارة خلط في ذهن الجمهور.

مع ملاحظة أنه لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها. وتتقادم هذه الدعوى بخمس (5) سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة، ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء النية.[2]

وفي حالة صدور حكم نهائي بإبطال تسجيل العلامة فإن المصلحة المختصة تقوم بقيده في سجل العلامات،[3] ويتم نشره بقصد إعلام الغير بوضعية العلامة وما لحق بها من تغيير.

الفرع الثاني: إلغاء تسجيل العلامة: حددت المادة 21 من الأمر 03-06 الحالات التي يجوز فيها إلغاء تسجيل العلامة التجارية حيث نصت على ما يلي:«تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة بناء على ما يلي:

أ- طلب من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 (الفقرات 3، 5 إلى 7) من هذا الأمر بعد تسجيل العلامة وظل قائما بعد قرار الإلغاء، غير أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتجا من المادة 07 (الفقرة2)، فإن التسجيل لا يلغى إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها.

طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا للمادة 11 أعلاه».

ويلاحظ على هذا النص أن الحالات التي يجوز فيها إلغاء العلامة هي الحالات المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 03-06 أي الحالات المستثناة من التسجيل كعلامة، أما الحالة المنصوص عليها في المادة 11 من نفس الأمر فتتمثل في الاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توضيبها أو على صلة مع الخدمات المعروفة بالعلامة ويترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ما عدا في الحالات الآتية:

ب- إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث (3) سنوات دون انقطاع.

1- المادة 27 من المرسوم التنفيذي 05- 277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.
2- المادة 2/20 من أمر 03-06، المتعلق بالعلامات.
3- المادة 2/27 من المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

ت- إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفا عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر».

ونشير إلى أنه إذا توافرت الشروط السابقة لإلغاء العلامة، وكانت متعلقة بجزء فقط من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة فلا يشمل الإلغاء إلا ذلك الجزء من هذه السلع أو الخدمات.[1]

وإلغاء تسجيل العلامة التجارية يكون بموجب حكم قضائي بناء على دعوى مرفوعة من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر، ويخضع الحكم القضائي القاضي بإبطال العلامة لإجراءات التسجيل والنشر السابقة ليعلم الكافة بذلك، ولم ينص المشرع الجزائري في أمر 03-06 على فترة لتقادم دعوى الإلغاء.

الفصل الثاني: تسميات المنشأ:

تعتبر تسميات المنشأ من العناصر الأساسية لحقوق الملكية الصناعية التي تهدف إلى تمييز المنتجات عن غيرها، حيث يستعملها المنتجون لتمييز البضائع عن تلك المشابهة لها ومنحها شهرة وطنية ودولية، وعليه سيتم تعريف تسميات المنشأ وبيان شروط تسجيلها والآثار المترتبة على ذلك ثم انقضاؤها وأخيرا الحماية القانونية المقررة لها.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لتسميات المنشأ:

تكتسي تسميات المنشأ للمنتجات أهمية بالغة في ضمان جودة ونوعية البضاعة المعروضة للبيع، باعتبارها ضامنة لصفات وميزات غير موجودة في منتجات مشابهة لها، تجذب اهتمام المستهلك وتعود بالنفع على المنتج وذلك لزيادة استهلاك منتجاته سواء كانت زراعية أو صناعية أو تقليدية، لذا يجب في البداية تحديد تعريف تسميات المنشأ وخصائصها ثم تبيان أنواعها.

المطلب الأول: تعريف تسمية المنشأ وخصائصها:

لتسميات المنشأ دور مهم في ضمان جودة ونوعية البضاعة المعروضة للبيع، باعتبارها ضامنة لصفات وميزات غير موجودة في منتجات مشابهة لها تجذب اهتمام المستهلك وتعود بالنفع على المنتج(بكسر التاء)، وذلك لزيادة استهلاك منتجاته سواء كانت زراعية أو صناعية أو تقليدية، ولذلك سيتم تعريف تسميات المنشأ، ثم بيان خصائصها.

1- المادة 28 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

الفرع الأول: تعريف تسمية المنشأ: تعددت التعاريف المقدمة بشأن تسميات المنشأ في الاتفاقيات الدولية وعند فقهاء القانون وكذا في التشريع الجزائري، ولعل الهدف من إعطاء هذه التعاريف المختلفة هو تقديم معلومات أساسية عن مفهوم تسميات المنشأ وذلك كما يلي:

أولا: تعريف تسميات المنشأ في اتفاقية لشبونة واتفاقية باريس: عرفت المادة 2 فقرة 1 من اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي تسميات المنشأ، بنصها على أنها: " تعني، التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية".[1]

وبخصوص اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية فقد نصت في المادة الأولى منها على أنه:" تشمل الملكية الصناعية .... وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ...".[2]

ثانيا: تعريف تسميات المنشأ وفقا للفقه: عرفها الدكتور سمير حسين الفتلاوي بأنها:"هي التسمية التي تستغل كرمز لمنشأة صناعية في البلد أو المنطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى بحيث يكون الإنتاج منسوبا حصريا أو أساسا لبيئة جغرافية تتمتع بعوامل طبيعية أو بشرية".[3]

أو هي:" أداة جماعية يستخدمها المنتجون لترويج منتجات أراضيهم والحفاظ على ما اكتسبه من جودة وسمعة مع مرور الزمن".[4]

أما نوري حمد خاطر فقد عرفها على أنها: " تسميات جغرافية توضع على المنتجات لتمييزها عن غيرها من حيث تحديد نوعيتها وجهة إنتاجها للجمهور، لضمان عدم تضليلهم بحيث تعود جودة المنتجات لبيئة إنتاجها".[5]

ثالثا: التعريف التشريعي لتسميات المنشأ: وبخصوص التعريف التشريعي لتسميات المنشأ فقد عرفها المشرع الجزائري في المادة الأولى من الأمر رقم 76-65 [1]كما يلي:"

1- اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخ في 31 أكتوبر (تشرين الأول) 1958، كما تم تعديله في استوكهولم في 14 يوليو (تموز) 1967، والنظام التنفيذي المؤرخ في 5 أكتوبر (تشرين الأول) 1976.

2- زروتي الطيب، المرجع السابق، ص139

3- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص253.

4- نظام لشبونة، الحماية الدولية لأدوات تعريف المنتجات المميزة من منطقة جغرافية معينة، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ص3، تاريخ الزيارة 2020/03/15
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ar/geographical/942/wipo_pub_942.pdf

5- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية والصناعية - دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي-، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص367.

تعني –تسميات المنشأ– الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة، أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية".[2]

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

ووفقا لنص المادة 14 من القانون 98–10 المؤرخ في 22–08–1998 المتضمن قانون الجمارك الذي يعرف منشأ البضاعة أو مصدرها بما يلي: "يعتبر منشأ بضاعة ما، هو البلد الذي استخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة أو جنيت أو صنعت فيه"، ويفهم من هذا النص أن تسمية منشأ البضاعة أو المنتج تتعلق أساسا بمكان جغرافي محدد قد يكون هذا المكان هو الذي استخرجت منه المنتجات أو جنيت فيه أو صنعت فيه وهذا المكان قد يكون بلد أو جهة أو منطقة منه، ولإثبات ذلك تطالب إدارة الجمارك بشهادة المنشأ لمعرفة مكان نشأة هذه المنتجات، تسلمها في الجزائر الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة وذلك وفقا لشروط محددة.[3]

وتعرف تسميات المنشأ بموجب المادة 02 من اتفاق لشبونة (بشأن حماية تسميات المنشأ)على النحو التالي:"تعني تسميات المنشأ طبقا لهذا الاتفاق، التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية".[4]

1- الأمر رقم 76-65 مؤرخ في 18 رجب عام 1396 الموافق 16 يوليو سنة 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 59، المؤرخ في 23 جويلية 1976.

2- المادة 01 من الأمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 يوليو سنة 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 59، المؤرخ في 23 جويلية 1976.

3- كريم تهاني، النظام القانوني لتسميات المنشأ للمنتجات، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة الجزائر-1-، الجزائر، 2011- 2012، ص07.

4- اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي، المؤرخة في 31 أكتوبر 1958،كما هو مراجع في استوكهولم في 14 يوليو 1967، ومعدل في 28 سبتمبر 1979.

كما أضافت نفس الاتفاقية أن بلد المنشأ هو :" البلد الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج، أو هو البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي يمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج".[1]

ومن أمثلة تسميات المنشأ المعروفة ما يلي:

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

الفرع الثاني: خصائص تسمية المنشأ: من أهم خصائص تسميات المنشأ كعنصر من عناصر الملكية الصناعية كونها تتضمن حقوقا جماعية، بالإضافة إلى أنها غير قابلة للتصرف فيها فلا يمكن أن تكون محل تنازل أو تخلي بالقوة أو أن تخضع لحق الامتياز.

أولا: تسميات المنشأ حق جماعي: فهي موضوعة لاستعمال واستثمار الأراضي الزراعية المملوكة لمجموعة من المنتجين، وليس ملك لفرد واحد،[2] بمعنى أنها حق لمنتجي المنطقة المعنية بها والذين تتوفر في منتجاتهم المواصفات المحددة قانونا.

ثانيا: تسميات المنشأ مخصصة ومحجوزة فقط للمنتوج: الذي يقدم النوعية وخصائص خاصة به، راجعة للمكان الجغرافي الواقع فيه وتكون تحت تصرف شخص موهوب ومبدع يعرف كيفية استغلالها جيدا، ومن النتائج المترتبة على تسميات المنشأ هو وجود علاقة غير قابلة للفسخ والفصل بين العوامل البشرية من جهة ونمط وأسلوب الزراعة، أي ما يعرف بالصناعة المحلية للمنطقة والعوامل الطبيعية بمعنى"المناخ الخاص بالمنطقة".[3]

المطلب الثاني:أنواع تسمية المنشأ:

إن مسألة تحديد أنواع تسميات المنشأ ضرورة علمية وهذا ما سيتم التطرق إليه في هذا المطلب، حيث نتناول النوع الأول وهو تسميات المنشأ المحمية وتسميات المنشأ المراقبة ثم تسميات المنشأ البسيطة أو العادية.

1- المادة 02 الفقرة 02 من اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي.

2- jacques Azéma, Jean christophe galloux, droit de la propriété industrielle,7 eme édition, Dalloz,2012,p793.

3- بقاسمي كهينة، استقلالية النظام القانوني للملكية الفكرية، رسالة ماجستير،(غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص61.

الفرع الأول: تسميات المنشأ المحمية: ظهر نظام تسميات المنشأ المحمية بسبب الحاجة الملموسة والملحة إلى ضمان سبل الحماية من ممارسات الغش التجاري التي طالت منشأ المنتجات الزراعية ولاسيما منتجات النبيذ، وتسمية المنشأ المحمية هي الاسم الجغرافي لبلد أو إقليم أو جهة وتستخدم للدلالة على منتج ناشئ في هذا البلد أو الإقليم وتعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية.[1]

الفرع الثاني: تسميات المنشأ المراقبة: تسميات المنشأ المراقبة: وهي تسميات تتمحور حول الخمور ذات النوعية الرفيعة وتمس هذه التسميات على الأخص المنتجات التي تقتصر فقط على التخمير كالكحول المحلية، وهي منتجات مصنوعة غالبا من العنب الطري والمياه الروحية وهي خمور تحظى بالتصفية والتقطير لبعض الفواكه وعصرها.

كما أن هناك نصوص خاصة تضع أنظمة لتسمية المنشأ المراقبة لبعض المنتجات كالأجبان وأوراق التبغ والجوز والكحول والمياه الروحية، وهنا الجدير بالذكر أن تسمية المنشأ المراقبة هي تسميات المنطقة أو لمحل يعمل على تعيين المنتوج للمنطقة الجغرافية، حيث أن عوامل الإنتاج تضمن النوعية الجيدة، بالإضافة إلى ذلك فهي تسميات محجوزة لمنتجات تنشأ في مجال جغرافي وبوسائل إنتاج معدة للاستعمال المحلي ثابت ودائم وخصوصا فيما يتعلق بالخمور بما في ذلك الوسائل المستعملة في صنع الخمور والمقطرات الخاصة بها.[2]

الفرع الثالث: تسميات المنشأ البسيطة أو العادية:على العموم هي التسميات الشائعة، والتي تمس مختلف المنتجات، وجاء النص عليها في اتفاقية باريس والتي نصت في المادة الأولى الفقرة الثالثة منها على:" تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي وإنما تطبق كذلك في الصناعات الزراعية والاستخراجية وعلى جميع المنتجات المصنعة أو الطبيعية مثل الأنبذة والحبوب وأوراق التبغ والفواكه والمواشي والمعادن المعدنية والزهور والدقيق". وكذلك بالنسبة لاتفاقية تريبس والتي أولت حماية خاصة بالأنبذة والمياه الروحية.[3]

1- نعيمة مرازقة، تسميات المنشأ بين التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، رسالة ماجستير،(غير منشورة)، جامعة الجزائر-1-، 2013/2012.ص25.

2- يسعد فضيلة، "الطبيعة القانونية لتسميات المنشأ"، **مجلة العلوم الإنسانية**، المجلد 32، العدد 03 (ديسمبر 2021)، ص441.

3- نعيمة مرازقة، المرجع السابق، ص26.

المبحث الثاني: شروط اكتساب الحق في تسميات المنشأ:

إن تسمية المنشأ لا تحظى بالحماية القانونية ولا ترتب آثارها إلا إذا تم تسجيلها بعد توفر شروط موضوعية وأخرى شكلية وذلك كما يلي:

المطلب الأول: الشروط الموضوعية لمنح تسميات المنشأ:

حتى تحظى تسميات المنشأ بالحماية القانونية لابد أن تتوفر فيها كافة الشروط المنصوص عليها في المادة الأولى من الأمر 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ وهي، أن تقترن التسمية باسم جغرافي، وأن تعين هذه التسمية منتوجات معينة، وأن تكون هذه المنتوجات ذات ميزات منسوبة لبيئة جغرافية معيّنة.

الفرع الأول: يجب أن تقترن التسمية باسم جغرافي: لا يمكن أن تعين المنتوجات إلا بتسمية تثبت مكان نشأتها، ويدل الاسم الجغرافي على بلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، و يعد كاسم جغرافي الاسم الذي يجب أن يكون تابعا لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ويكون متعلقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتوجات وعلى هذا الأساس يجب أن تكون تسميات المنشأ مطابقة لمميزات المكان الجغرافي الذي أنشأ فيه المنتوج، وعليه فتسمية المنشأ ترتبط بشكل أساسي بالاسم الجغرافي الذي نشأت فيه المنتجات موضوع الحماية.[1]

الفرع الثاني: يجب أن تعين التسمية منتجا: يجب أن ترتبط التسمية بإنتاج معين ينتج في تلك المنطقة الجغرافية، بحيث يكون هو سبب تلك التسمية ومقترن بها، حيث نص المشرع الجزائري على وجوب وجود منتج (بفتح التاء) في المنطقة، وذلك في المادة 01 فقرة 01 من الأمر 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ وذلك كما يلي:"تعني (تسمية المنشأ) الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة .....ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه...".

الفرع الثالث: يجب أن تكون جودة المنتوجات بفعل عوامل طبيعية وبشرية: لا يكفي أن تكون المنتجات موجودة في منطقة معينة لكي يمكن حمايتها عن طريق تسمية المنشأ، بل يجب أن تكون المنتوجات بفعل عوامل طبيعية خارجة عن إرادة الإنسان ودون تدخل منه، ويضاف إليها بدرجة أقل عند تصنيعها خبرة الإنسان، فقد تكون الصفة الطبيعية على ذلك الإنتاج مقتصرة على تلك المنطقة بصفة أساسية، وقد توجد بمناطق أخرى بدرجة أقل ويضاف لهذا وذلك تدخل خبرة الإنسان، وقد تكون الخبرة عن التصنيع تقليدية أو بإدخال

1- سمير حمالي، حماية المستهلك في ظل تشريعات الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراه، (غير منشورة)، جامعة الجزائر-1- ، 2015، ص64.

آلات تقنية حديثة، وفي جميع الأحوال تكون الصفة الطبيعية لها الغلبة على الصفة البشرية.[1]

الفرع الرابع: يجب أن تكون تسمية المنشأ مشروعة: يجب أن لا تكون تسميات المنشأ مخالفة للقانون أو للنظام العام والآداب العامة، حيث نص المشرع الجزائري صراحة في المادة 04 من الأمر رقم 76-65 على عدم توفير الحماية القانونية لتسميات المنشأ غير المتطابقة مع التعريف الذي جاء به في المادة 01 من نفس الأمر، كالتسميات غير النظامية أي التسميات التي لا تراعي ولا تتوفر فيها شروط الأمر المذكور أعلاه، والتسميات المشتقة من أجناس المنتجات أي جميع أنواعها بالإضافة لذلك فقد استبعد المشرع الجزائري من الحماية تسميات المنشأ المخالفة للأخلاق العامة والآداب.[2]

المطلب الثاني: الشروط الشكلية لمنح تسميات المنشأ:

وهي مجمل الإجراءات الواجب استيفائها لتسجيل تسمية المنشأ لدى المصلحة المختصة بذلك،[3]بحيث تصبح صحيحة للاستغلال التجاري ومحمية قانونا، ومن بين هذه الشروط: الإيداع التسجيل والإشهار.

الفرع الأول: الإيداع: إن طلب الإيداع يقدم لدى الجهة المختصة والمخول لديها الحق في تنظيم حقوق الملكية الصناعية، وعليه يجب معرفة مضمون طلب الإيداع والأشخاص المؤهلين للإيداع وكذلك الجهة المختصة والموكل إليها مهمة استلام الطلبات.

أولا: مضمون طلب الإيداع: أقر المشرع الجزائري في الأمر 76-65 أنه:" لا يجوز تسجيل تسميات المنشأ الأجنبية كما هي عليه حسب مفهوم هذا الأمر، إلا في إطار تطبيق الاتفاقيات الدولية التي تكون الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية طرفا فيها وشريطة المعاملة بالمثل في البلدان الأعضاء لتلك الاتفاقيات".[4]

وقد حدد المشرع الجزائري ضمن أحكام الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ، والمرسوم رقم76-121[5]جميع المعلومات والوثائق التي يجب أن يتضمنها طلب تسجيل

1-عزيزة شبري، حنان مناصرية، "تسميات المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق"، **مجلة الإجتهاد القضائي**، العدد الرابع عشر،(أفريل2017)، ص408.

2- لبيب علي محمود أبو عقيل، الحماية القانونية لتسميات المنشأ في القانون الجزائري-دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه،(غير منشورة)، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2020- 2021، ص52.

3- بالنسبة للدولة الجزائرية، فإن المصلحة المختصة بتسجيل وحماية عناصر الملكية الصناعية هي: المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية(I.N.A.P.I).

4- المادة 06 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.

5- المادة 1 من المرسوم رقم 121/76 المتعلق بكيفيات تسجيل وإشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، المؤرخ في 18 رجب 1396 الموافق 16 يوليو 1976 الصادرة في الجريدة الرسمية بتاريخ 23 يوليو 1976، عدد 59، ص 870.

تسميات المنشأ لدى الجهة المختصة بذلك، وقد جاءت المادة 11 من الأمر رقم 76-65 السالف الذكر بوجوب أن يتضمن طلب التسجيل ما يلي:

1- اسم وعنوان المودع وكذا نشاطه.

2- تسمية المنشأ المعنية وكذلك المساحة الجغرافية المتعلقة بها.

3- قائمة المنتجات المشمولة بهذه التسمية.

4- ذكر النص المتعلق بالتسمية والمشتمل بوجه الخصوص (المميزات الخاصة للمنتجات المشمولة بتسمية المنشأ، وشروط الاستعمال لتسمية المنشأ وخاصة فيما يتعلق بنموذج العنوان المحدد في نظام الاستعمال).

ثانيا:الأشخاص المؤهلون لتقديم طلب التسجيل: نصت المادة 02 من الأمر 76-65 على أنه:"تحدث تسميات المنشأ بناء على طلب الوزارات المختصة، وذلك بالاتفاق مع الوزارات المعنية الأخرى وكذلك بناء على طلب:

- كل مؤسسة منشأة قانونا، أو

- كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط منتج (بكسر التاء) في المساحة الجغرافية المقصودة".

كما أضافت المادة 10 من نفس الأمر أنه:"يمكن أن يودع طلب التسجيل لتسمية المنشأ باسم:

- كل مؤسسة منشأة قانونا ومؤهلة لهذا الغرض،

- كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط منتج (بكسر التاء) في المساحة الجغرافية المقصودة

- كل سلطة مختصة".

وأراد المشرع الجزائري بهذين النصين بيان أن تسمية المنشأ لا تسجل إلا بناء على مبادرة من هؤلاء الأشخاص، بحيث لا يجوز لغيرهم طلب تسجيل هذه التسمية لدى المصلحة المختصة.

ثالثا: الجهة المختصة باستلام طلبات تسجيل تسميات المنشأ: نص المشرع الجزائري في الفقرة الأولى من المادة 8 من الأمر 76-65 السالف الذكر على أنه:"كل طلب تسجيل

لتسمية منشأ متمم طبقا للمادة 5 أعلاه، يجب أن يسلم إلى الجهة المختصة قانونا، أو أن يوجه إليها بموجب رسالة موصى عليها مع العلم بالاستلام".[1]

ويتمثل مضمون نص المادة 5 من نفس الأمر في أنه:" لا تودع تسميات المنشأ الوطنية بقصد التسجيل إلا من المواطنين".

كما أضاف المشرع الجزائري في نص المادة 08 فقرة من نفس الأمر بأنه:"وكل طلب تسجيل لتسمية المنشأ متمم طبقا للمادة 6 أعلاه، يجب أن يسلم إلى المصلحة المختصة قانونا بواسطة ممثل جزائري مفوض قانونا ومقيم في الجزائر".

وعليه فإن الجهة القانونية المختصة باستلام طلبات تسجيل تسميات المنشأ في القانون الجزائري، ومختصة بالنظر بالطلبات لإصدار قرار الموافقة على تسجيل تسميات المنشأ هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في21-02-1998.[2]

رابعا: دفع الرسوم: نصت المادة 9 من الأمر 76- 65 على أنه:"يخضع طلب التسجيل لتسمية المنشأ لدفع رسم محدد بموجب مرسوم"، ويتم تحديد الرسوم الواجبة الدفع عن طريق المرسوم التنفيذي رقم 76-121 السالف الذكر، لكل نوع من أنواع تسجيل تسميات المنشأ وطنية، أو دولية(رسم الإيداع والتجديد، الرسم المستوفى للحصول على المعلومات، الرسوم المتعلقة بسجل تسميات المنشأ، رسم التجديد).

الفرع الثاني: التسجيل: نصت المادة 16 من الأمر 76-65 على أنه:"إذا كان طلب التسجيل مستوفيا لمقتضيات هذا الأمر، عمدت المصلحة المختصة قانونا إلى تسجيله على مسؤولية المودع وتبعته في الإشهار".

كما تقتني المصلحة المختصة قانونا، سجلا لتسميات المنشأ المسجلة، ويوضع هذا السجل تحت تصرف الجمهور، ومنه يمكن لكل شخص الحصول على نسخ أو ملخصات عن التسجيلات أو الوثائق التي سمحت لهذه التسجيلات، وذلك مقابل دفع رسم محدد لهذا الغرض.[3]

1- المادة 08 فقر 01 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.

2- المرسوم التنفيذي رقم 98-68 مؤرخ في 24 شوال عام 1418 الموافق 21 فبراير عام 1998، يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي.

3- المادة 18 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.

الفرع الثالث:النشر(الإشهار): بعد موافقة الجهة المختصة على الطلب المقدم من أجل تسجيل تسميات المنشأ وقبوله قانونا تقوم هذه الجهة بنشر تسميات المنشأ في النشرة الرسمية للملكية الصناعية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.[1]

المبحث الثالث: آثار تسجيل تسميات المنشأ:

يترتب على تسجيل تسميات المنشأ لدى المصلحة المختصة الحق في حمايتها لمدة معينة بالإضافة إلى ثبوت جملة من الحقوق والالتزامات منها حق صاحب التسجيل في ملكيتها والتصرف فيها عن طريق استعمالها أو الترخيص باستعمالها، والتزامه باستعمالها ودفع الرسوم المخصصة لها.

المطلب الأول: حق الحماية لتسميات المنشأ:

نصت المادة 17 من الأمر 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ على أنه:" يسري مفعول التسجيل الخاص بتسمية المنشأ لمدة عشر سنوات ابتداء من تاريخ إيداع الطلب"، مع إمكانية تجديد هذه المدة دائما لمدة متساوية، إذا استمر المودع على تلبية المقتضيات المحددة في هذا الأمر.

المطلب الثاني: حقوق صاحب تسميات المنشأ:

ينتج عن استيفاء إجراءات التسجيل مبدئيا تحديد حقوق للمودع، تتمثل على الخصوص في اكتساب الحق في ملكية تسميات المنشأ، ومن ثم يكون له الحق في الاستغلال والتصرف، وكذا حق مراقبة الإنتاج.

الفرع الأول: اكتساب الحق في ملكية تسميات المنشأ: للإيداع بالنسبة لتسميات المنشأ دور جوهري في اكتساب ملكية تسمية المنشأ، كما أن تميز تسمية المنشأ بالطابع الجماعي، يجيز لكافة المنتجين في المساحة الجغرافية المقصودة طلب الاستفادة من نفس التسمية، شريطة أن تكون منتجاتهم ذات نفس الجودة ونفس الميزات وهذا يعود إلى عنصر جوهري ألا وهو عدم اعتبار تسميات المنشأ حقا حصريا لصالح منتج معين دون غيره، إذن فالحق في التسمية لا يمنح بصفة حصرية للشخص الذي قام بإيداعها، بل يمنح لمجموعة من الأشخاص الذين يمارسون نشاطهم كمنتجين في منطقة أو ناحية جغرافية معينة، والذين يحترمون النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بتسمية المنشأ.[2]

1- المادة 9 من المرسوم رقم 76-121 المتعلق بكيفيات تسجيل وإشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها.
2- كريم تهاني، المرجع السابق، ص45، 46.

أولا: حق استعمال تسميات المنشأ: نص المشرع الجزائري في الأمر 76-65 على أنه:"كل تسمية للمنشأ يجب أن تستعمل طبقا لنظام الاستعمال لتلك التسمية، وذلك دون المساس بأحكام هذا الأمر والنصوص المتخذة لتطبيقه"، أي أنه يجب أن يستخدم المنتجون تسميات المنشأ للترويج لمنتجات أراضيهم والحفاظ على ما اكتسبته من جودة وسمعة مع مرور الزمن.[1]

ثانيا: الحق في التصرف بتسميات المنشأ: من خلال النصوص القانونية المنظمة لتسمية المنشأ، يتضح أنه لم تنظم عمليات التنازل أو الرهن بالنسبة لتسمية المنشأ كغيرها من الحقوق الصناعية الأخرى، وإنما ذكر في المادة 21 من الأمر 76-65المتعلق بتسميات المنشأ، عملية الترخيص للغير، أي أنه لا يمكن لأي أحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة إذا لم يرخص له بذلك صاحبها، فالمادة أجازت الترخيص لصاحب التسمية دون أن توضح كيفيات ذلك، ويرى جانب من الفقه أنه لا يجوز لصاحب شهادة تسجيل تسمية المنشأ التنازل عن التسمية مهما كانت طبيعة العملية بالمجان أو بعوض، ولا يجوز له رهنها للأسباب التالية:

السبب الأول: وهو سبب قانوني، حيث لم ينص المشرع على إمكانية القيام بهذه العمليات، وهذا خلافا لبقية حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى حيث نص صراحة على أنه يجوز لصاحب الرسم أو النموذج أن يتنازل عن رسمه أو نموذجه أو أن يرهنه، وكذلك بالنسبة لصاحب براءة الاختراع وصاحب العلامة التجارية.

السبب الثاني: تعتبر تسمية المنشأ تسمية جماعية، لكونها ترجع إلى كافة المنتجين القائمين في المنطقة الجغرافية المقصودة، والتي يجب أن تضفي على منتجاتهم نفس الجودة والميزات المحددة في نظام الاستغلال، ولذا تظهر تسمية المنشأ كحق غير قابل للتقادم وغير قابل للتنازل من جهة أخرى، والهدف هو حماية مصالح المنتجين المقيمين في المنطقة المقصودة.[2]

ثالثا: الترخيص بالاستغلال تسميات المنشأ: نص الأمر 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ على أنه:" لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة إذا لم يرخص له بذلك صاحبها، حتى ولو ذكر المنشأ الحقيقي للمنتج، أو كانت التسمية موضوع ترجمة أو نقل

1- المادة 19 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.
2- كريم تهاني، المرجع السابق، ص47- 50.

حرفي أو كانت مرفقة بألفاظ "الجنس" أو "النموذج" أو "الشكل" أو "التقليد" أو "بألفاظ مماثلة".[1]

وبالتالي يكون المشرع الجزائري قد وضح بالنسبة للترخيص بأنه: يمكن لصاحب تسمية المنشأ الترخيص للغير باستعمالها على العكس من عمليات التنازل والرهن الذي أبقى الأمر فيهما غامضا.

الفرع الثاني: حق مراقبة الإنتاج: تعتبر مراقبة الإنتاج للسلع والمنتجات التي تحمل تسميات المنشأ، لدراسة مدى تطابقها مع البيئة الجغرافية المنسوبة لها من حقوق صاحب تسميات المنشأ، إذ تقوم في هذه الحالة السلطات المختصة إدارية كانت أم صحية بمراقبة عمليات الإنتاج المستمرة للسلع والمنتجات بالاعتماد على ما تملكه من مراكز ومخابر متمرسة بهذا الشأن.[2]

المطلب الثالث: الالتزامات المترتبة على نشوء الحق في تسميات المنشأ:

من بين الالتزامات التي تقع على عاتق صاحب شهادة تسميات المنشأ هي الالتزام باستغلالها والالتزام بدفع الرسوم.

الفرع الأول: الالتزام باستغلال تسميات المنشأ: لقد نص المشرع على أن يكون هذا الاستغلال وفق دفتر الشروط الملتزم به أثناء إيداع طلب تسجيل تسمية المنشأ، بمعنى أن المودع ملزم باستعمال التسمية موضوع التسجيل وفقا للنصوص التنظيمية الخاصة بها، هذا ما اشترطه المشرع بالنص على أنه يجب أن تستعمل كل تسمية منشأ طبقا لنظام الاستعمال لتلك التسمية، وذلك دون المساس بأحكام الأمر76-65 والنصوص المتخذة لتطبيقه، ويتضح من هذا النص بأن الاستغلال يجب أن يكون وفقا لنظام الاستعمال المنصوص عليه في المادة11من الأمر76-65، والجدير بالذكر أنه يتوجب على المودع أن يتضمن طلبه بصفة إلزامية مراجعة النصوص القابلة للتطبيق على التسمية، والهدف من ذلك هو تحديد النظام القانوني الساري على تسمية المنشأ المسجلة.[3]

الفرع الثاني: الالتزام بدفع الرسوم: يلتزم صاحب شهادة تسمية المنشأ بدفع الرسوم القانونية المحددة في القوانين المنظمة لها لاسيما الأمر76-65 والمرسوم رقم 76-121، السالفي الذكر.(وقد سبق شرح هذا العنصر سابقا).

1- المادة 21 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ، السالف الذكر.
2- المادة 22 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.
3- كريم تهاني، المرجع السابق، ص50- 53

وعليه فإن كل مقدم لطلب تسجيل تسميات المنشأ ملزم بدفع الرسوم كاملة، إلا أن هذه الرسوم أصبحت قليلة جدا في الوقت الحاضر لعدم توافقها مع الوضع الاقتصادي والتجاري الحالي وذلك راجع إلى قدم القوانين المنضمة لهذا الموضوع.

المبحث الرابع:الحماية القانونية لتسميات المنشأ:

تكتسي تسميات المنشأ للمنتجات أهمية بالغة في ضمان جودة ونوعية البضاعة المعروضة للبيع، باعتبارها ضامنة لصفات وميزات غير موجودة في منتجات مشابهة لها، لذلك فهي تتميز بحماية قانونية مقررة لها بموجب التشريعات الوطنية للدول، إضافة إلى الحماية التي تقرها بعض الاتفاقيات الدولية وذلك كما يلي:

المطلب الأول: الحماية الداخلية لتسميات المنشأ(في التشريع الجزائري):

لقد منح المشرع الجزائري الحماية القانونية المدنية والجزائية لتسميات المنشأ، إذا توفرت شروط تسجيلها الموضوعية والشكلية السالفة الذكر وذلك كما يلي:

الفرع الأول: الحماية المدنية لتسميات المنشأ: إن الاعتداء على أي حق من حقوق الملكية الصناعية، بما فيها تسميات المنشأ يتسبب في الغالب في ضرر مادي ومعنوي لصاحب الحق، ويختلف الوضع في حالة ما إذا كان الاعتداء قد تم من شخص تربطه بصاحب الحق رابطة تعاقدية، أو من شخص لا تربطه بصاحب الحق أي رابطة تعاقدية، ففي الحالة الأولى تكون المطالبة بالتعويض طبقا لقواعد المسؤولية التعاقدية، أما في الحالة الثانية فتكون المطالبة بالتعويض على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية الناشئة عن خطأ الغير وبالتالي تثبت المسؤولية المدنية في الحالتين وفقا للقواعد العامة بتوافر أركانها الثلاثة(الخطأ، الضرر، العلاقة السببية بينهما)، كما تتحقق الحماية المدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة التي نستخلصها من استقراء قوانين الملكية الصناعية، ذلك أن هذه الأخيرة لم تنظم صراحة هذه الدعوى إنما بشكل ضمني.[1]

وعليه لصاحب تسميات المنشأ ومالكها الحقيقي الحق الاستفادة من التعويض وجبر الضرر الذي أصابه نتيجة لارتكاب عمل من الأعمال التي تدرج ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة،[2]مما يجعل مقدار التعويض يؤسس على خسارة المالك والمدعي رافع الدعوى

1- كريم تهاني، المرجع السابق، ص63.

2- نظم المشرع الجزائري في الأمر المتعلق بالمنافسة القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية و نزاهتها الأمر الذي يسمح لنا بالقول - بمفهوم المخالفة- أن العاملين بالوسط التجاري قد يلجئون في إطار تعاملهم اليومي إلى استعمال ممارسات غير نزيهة يطلق على هذه الأساليب المنافسة غير مشروعة.

من أرباح وما لحقه من عطل وضرر، وتكون السلطة التقديرية لقاضي الموضوع في تحديد التعويض.[1]

الفرع الثاني: الحماية الجزائية لتسميات المنشأ: لقد كرس المشرع الجزائري حماية جزائية لتسميات المنشأ بهدف ردع الأفعال غير المشروعة وكذا حماية للمصالح المشروعة للأشخاص، ويعد الاعتداء على هذه المصالح في نظر القانون جريمة يختص أحد فروعه بالنص عليها وهو ما سنبينه فيما يلي:

أولا: صور التعدي على تسميات المنشأ: يأخذ التعدي على تسميات المنشأ إحدى الصور التي يعتبرها القانون جريمة قائمة بأركانها، ويمكن أن تكون محلا للمساءلة الجزائية وهذه الصور هي:

1- جريمة تقليد تسميات المنشأ: إذا كانت تسميات المنشأ هي نوع خاص من البيانات الجغرافية، فما هو التقليد في تسميات المنشأ؟ وكيف يتحقق ذلك؟

أ- تعريف تقليد تسميات المنشأ: إذا كان التقليد هو كل تصنيع لمنتوج بالشكل الذي يجعله شبيها في ظاهره لمنتوج أصلي وذلك بنية خداع المستهلك، فإن تقليد تسميات المنشأ هو كل ما من شأنه استعمال تسميات منشأ معروفة على منتج آخر غير مرتبط ارتباطا ماديا بالأرض، مما يؤدي إلى إيهام المستهلك عن المنشأ الحقيقي للمنتوج.[2]

ولقد تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف تقليد تسميات المنشأ بصفة غير مباشرة، وذلك من خلال استقراء نصوص المادتين 21 و28 من الأمر رقم 76-65 حيث اعتبر من خلال نصوص المادتين السالفتي الذكر أنه: يقصد بهذه العبارة كل استعمال غير مشروع لتسميات منشأ مسجلة، سواء كان هذا الاستعمال بصفة مباشرة أو غير مباشرة، حتى ولو تم ذكر المنشأ الحقيقي للمنتجات أو فقط ترجمة التسمية أو نقلها حرفيا أو إرفاقها بألفاظ مثل "الجنس" أو "النموذج" أو "الشكل" أو "التقليد" وبذلك يكون المشرع الجزائري قد اعتمد على المفهوم الواسع والضيق لعملية التقليد، حيث يرى تيار من الفقه الجزائري[3] أن التقليد في مجال تسميات المنشأ هو الاستعمال المباشر أو غير المباشر لتسميات المنشأ أو أنه لا يحق لأحد استعمال تسميات منشأ مسجلة.

1- الجيلالي عجة، منازعات الملكية الفكرية الصناعية والتجارية الدعوى المدنية والدعوى الجزائية والطرق البديلة- دراسة مقارنة-، منشورات زين الحقوقية، جزء 6، ط1، بيروت، لبنان، 2015، ص 357.

2- نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية- حقوق المؤلف والحقوق المجاورة- حقوق الملكية الصناعية، دون طبعة، الجزائر، دار بلقيس، 2014، ص136.

3- فرحة زراوي، المرجع السابق، ص259.

ب- الجزاءات القانونية المقررة لجنحة تقليد تسميات المنشأ: قرر المشرع الجزائري لجنحة تقليد تسميات المنشأ عقوبات أصلية وأخرى تكميلية وهو ما سنوضحه فيما يلي:

- **العقوبات الأصلية:** نص عليها المشرع في الأمر 76-65 المتضمن تسميات المنشأ وتتمثل في الحبس من03 أشهر إلى03 سنوات والغرامة من2000 دج إلى20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

والملاحظ أن المشرع الجزائري ترك للقاضي الجزائي السلطة التقديرية في تحديد الإدانة إما الجمع بين العقوبتين، عقوبة الإكراه وعقوبة الغرامة المالية، وإما الحكم بإحدى العقوبتين على مزوري تسميات المنشأ المسجلة، وعلى المشاركين في تزويرها.

ويمكن الحكم كذلك بالحبس من شهر واحد إلى سنة واحدة، والغرامة من 1.000 إلى 15.000 د.ج، أو إحدى هاتين العقوبتين على الذين يطرحون عمدا للبيع أو يبيعون منتجات تحمل تسمية المنشأ المزورة.[1]

- **العقوبات التكميلية:** يمكن أن تأمر المحكمة بلصق الحكم في الأماكن التي تعينها، وكذا نشر نصه كاملا أو جزءا منه في الجرائد التي تعينها، وذلك كله على نفقة المحكوم عليه.[2]

2- جريمة الغش في تسميات المنشأ: المنشأ يعد استعمال تسمية المنشأ المنطوية على غش فعلا إجراميا أخطر من التقليد لها، فهو يعد أسلوبا للتحايل وجذب المستهلك وتضليله بطرق غير مشروعة، إذ جرم المشرع الجزائري الغش الموجه للمستهلك بشكل عام، وبما أن تسميات المنشأ أداة لتمييز المنتجات عن بعضها، وتكسب ثقة المستهلك، فقد جرمه المشرع ضمنيا.

أ- تعريف الغش في تسميات المنشأ: يقصد بالغش في تسميات المنشأ الإدعاء بأن سلعة ما هي من منشأ جغرافي ليست من إنتاجه، وهو كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع، ويكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية، وإخفاء عيوبها، أو إعطائها شكلا أو مظهرا لسلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة ولا يتطلب أن يكون الشيء المدخل في البضاعة من طبيعة أخرى تغاير طبيعتها، فقد يكون

1- المادة 30 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.
2- المادة 30 فقرة أخيرة من الأمر 76-65، المتعلق بتسميات المنشأ.

من نفس الطبيعة لكن يختلف عنه في الجودة فلا يشترط أن تتغير طبيعة البضاعة بعد الحذف أو الإضافة، بل يكفي أن تكون قد زيفت.[1]

وللغش في تسميات المنشأ أربع صور هي: (إنشاء منتجات أو بضائع مغشوشة، الغش بالإضافة أو الخلط، الغش بالإنقاص، الغش بالصناعة).

ب- جزاءات جريمة الغش في تسميات المنشأ: أدرج المشرع الجزائري عقوبة هذا الاعتداء(الذين يطرحون عمدا للبيع أو يبيعون منتجات تحمل تسمية المنشأ المزورة) في الأمر 76-65 المتعمق بتسميات المنشأ، وهذا ما جاء في نص المادة 30 فقرة 02 بأنه يعاقب كل من طرح عمدا أو باع منتجات تحمل تسمية منشأ مزورة بغرامة من 1.000 إلى 15.000 د.ج والحبس من شهر واحد إلى سنة واحدة أو إحدى هاتين العقوبتين.

ملاحظة: تشترك جريمة الغش مع جريمة التقليد في الحكم بهذه العقوبة.

المطلب الثاني: الحماية الدولية لتسميات المنشأ:

إن الاتفاقيات الدولية تعتبر أهم وسيلة للحماية الدولية للحقوق، لأنها تبرم بين عدة دول وتسمح لباقي الدول بالانضمام إليها متى استوفت شروط معينة، ويعد اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي هو أول من استخدم هذا المصطلح وذلك في المادة 02 منه.

الفرع الأول: مضمون الحماية وفق اتفاق لشبونة إن اتفاق لشبونة المؤرخ في 31 أكتوبر 1958 أتى على الاعتراف بمفهوم "تسميات المنشأ"على الصعيد الدولي، والهدف من هذا الاتفاق هو إلزام الدول الأعضاء بأن تسهر داخل أراضيها على حماية تسميات المنشأ الخاصة بمنتجات البلدان الأخرى الأعضاء في الاتحاد الخاص بتلك التسميات المعترف بها والخاضعة بهذه الصفة لحماية بلد المنشأ، من خلال محاربة أفعال التزوير والتقليد في تسميات المنشأ.[2]

الفرع الثاني: الإجراءات القضائية لحماية تسميات المنشأ في اتفاق لشبونة: نص اتفاق لشبونة في المادة الثامنة منه على الإجراءات القضائية وذلك كما يلي:"يجوز اتخاذ الإجراءات القضائية الضرورية بهدف حماية تسميات المنشأ في كل بلد من البلدان الأعضاء في الإتحاد الخاص، طبقا للتشريع القومي، وذلك

1- بناء على طلب الإدارة المختصة أو النيابة العامة،

1- الكاهنة زواوي، "أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ"، **مجلة المفكر**، العدد 12(2015)، 334.
2- كريم تهاني، المرجع السابق، ص100.

2- بواسطة أي طرف ذي مصلحة، سواء كان شخصا طبيعيا أم معنويا، خاصا أم عاما".[1]

المطلب الثالث: سقوط الحق في تسميات المنشأ:

إن الحق المترتب على تسميات المنشأ ليست أبدية بل ينقضي لأسباب عدة أهمها: انتهاء مدة تسجيلها(10سنوات)، أو بانقضاء مدة تجديد تسجيلها، كم تنقضي بموجب حكم قضائي يقضي بشطبها والتنازل عنها أو تعديلها.

أي أن تسميات المنشأ تنقضي بإحدى الطريقتين، إما عن طريق إصدار أمر من المحكمة يقضي بشطب التسمية أو تعديلها، وإما عن طريق تنازل صاحب شهادة التسجيل عن التسمية المسجلة بتقديم تصريح إلى المصلحة المختصة.

- **الانقضاء أو التعديل بحكم من المحكمة:** نص الأمر76-65 على أنه:"يمكن للمحكمة المختصة، بناء على طلب أي شخص له مصلحة مشروعة، أو أي سلطة مختصة، أن تأمر بما يأتي:

1- شطب التسجيل لتسمية المنشأ بناء على السببين التاليين:

- استبدال التسمية من الحماية طبقا لأحكام المادة 4،
- زوال الظروف والأسباب الداعية لتسجيل التسمية.

2- تعديل التسجيل لتسمية المنشأ بناء على أحد الأسباب التالية:

- لعدم تغطيتها تمام المساحة الجغرافية،
- لأن مميزات المنتجات المذكورة في الطلب لم تعد كافية،
- لأن المنتجات المعينة في الطلب لم تعد جميعها مغطاة بالتسمية".[2]

ويجب أن يتضمن طلب شطب أو تعديل التسجيل لتسمية المنشأ، اسم الطالب وعنوانه وموضوع الطلب والتسجيل المطلوب شطبه أو تعديله وكذا الأسباب الداعية لتقديم الطلب.[3]

وتبلغ المحكمة طلب شطب التسجيل لتسمية المنشأ أو تعديله إلى المستعملين وإلى المصلحة المختصة قانونا والتي تقوم بنشره في النشرة الرسمية للملكية الصناعية على نفقة الطالب.[4]

1- المادة 08 من اتفاق لشبونة لسنة 1958.
2- المادة 23 من من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.
3- المادة 24 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.
4 - المادة 25 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.

- **التنازل عن تسمية المنشأ:** نص المشرع الجزائري في الأمر 76- 65 بأنه:"يجوز لصاحب تسمية منشأ مسجلة، في كل حين، أن يتنازل عن آثار التسجيل المعني، وذلك بموجب تصريح خطي ومصدق يتضمن الإشارة إلى أسباب التنازل ونشره لقاء دفع الرسم".[1]

الخاتمة:

تعتبر حقوق الملكية الصناعية والتجارية من أدوات التنمية الفعالة، وإحدى الوسائل الهامة التي تساهم في تطور النظام الاقتصادي وازدهار التجارة، ونظرا لهذه الأهمية الكبيرة فقد سعت معظم الدول ومنها الجزائر إلى إدراج الملكية الصناعية والتجارية ضمن سياساتها الوطنية وسنت تشريعات مختلفة تكفل حماية هذه الحقوق من أي اعتداء.

وعليه فالحماية تحقق تنمية بشرية مستدامة وتدفع الاستثمار وتشكل أهم حافز مادي لخلق المعرفة، لأنها تضمن للمبتكر والمبدع أن يفصح عن إبداعاته واختراعاته دون التخوف من تعرضها إلى أي انتهاك، ولاشك في أن فعالية الحماية لا تكون إلا إذا كان النظام القانوني فعال و متكامل يأخذ بعين الاعتبار التحولات الجديدة التي تنتج عنها نزاعات حديثة خاصة تلك التي تأتي نتيجة المنافسة في السوق الحر.

إذن نظرا للدور المهم لحقوق الملكية الصناعية في حفز الجهود العلمية للعلماء والباحثين نحو مزيد من الابتكارات والاختراعات في عديد من المجالات التي تغطي كافة أوجه النشاط الاقتصادي، أصبح من الضروري أن تركز الجهود الوطنية والدولية لتطوير مهمة حماية الملكية الصناعية من جوانبها التشريعية والمؤسسية، حتى تكون قادرة على أداء الدور المطلوب منها في إحداث النقلة الفنية والتكنولوجية للدول منفردة أو في إطار المجتمع الدولي.

وبالنسبة للنظام القانوني الجزائري في مجال حماية الملكية الصناعية فإنه يتميز بتأطيره تقريبا لكافة عناصر الملكية الصناعية، فهو يشمل براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة والعلامات وتسميات المنشأ.

ويضاف إلى ذلك انضمام الجزائر إلى العديد من الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية عناصر الملكية الصناعية، وعلى رأسها اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، كما انضمت إلى المنظمة العالمية للملكية الفكرية، وذلك بغرض التعاون مع الدول الأعضاء من أجل تدعيم حماية الملكية الصناعية في كل أنحاء العالم.

1 - المادة 27 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ.