



جامعة العربي التبسي - تبسة - الجزائر

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

تخصص : قانون أعمال

الموسومة بعنوان:

حماية العلامة التجارية

تحت إشراف الأستاذ:

• قريد الطيب

من إعداد الطالبتين:

• نصري إيمان

• زمال وليدة

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة في البحث	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	أستاذ محاضر -أ-	مطروح عدلان
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر -ب-	قريد الطيب
ممتحنا	أستاذة محاضرة -أ-	نوبري سعاد

السنة الجامعية : 2018/2017

الخطية لا تحصل أي مسؤولية على ما يرد في هذه المذكرة



قال تعالى:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ

وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ

وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

مقدمة

عرف المجتمع الدولي تطورات اقتصادية كبيرة، حيث تحررت التجارة الدولية بين الدول و انفتحت الأسواق العالمية، و تميل انتقال الأشخاص والأموال غير الدول وازدهرت الحركة التجارية و بعد تبين العديد من الدول لنظام الرأسمالية الذي يقوم على مبدأ الحرية الاقتصادية في امتلاك وسائل الإنتاج، أصبح التنافس ضرورة هامة للقيام بعمليات الترويج و التوزيع في مختلف أنحاء العالم.

واشتهرت العديد من الشركات و المؤسسات بوضع بصمتها على المنتجات وتميز علاماتها التجارية عن غيرها من العلامات التجارية الأخرى.

وأمام أهمية العلامة التجارية و ما تلعبه من دور في المجال الاقتصادي والتجاري كرست لها التشريعات حماية خاصة و هذه الأخيرة نفذت حقا من حقوق الشخص المالك حيث حرص المشرع الجزائري و كذا الأجنبي على حماية هذا الحق. ومنه فالحماية المقررة للعلامات التجارية على المستوى الداخلي تخضع لتشريعات الوطنية أما على الصعيد الدولي فيخضع إلى أحكام الاتفاقيات الدولية و تناولت هذه الأخيرة جملة من القواعد الموضوعية لحماية العلامة التجارية خاصة من التقليد الذي لا يضر بالمتعامل الاقتصادي فحسب، بل يتعدى ذلك ليصل إلى حد الأضرار بالمستهلك عن طريق عدم قدرته على التمييز بين الأصلي و المنتج المقلد. -كما أن هذا الموضوع له أهمية جد بالغة و ذلك للإنتشار العديد من العلامات التجارية و كذلك تطور العالم التكنولوجي الذي ساهم في ظهور ظاهرة التقليد.

ومن خلال هذا السبب تحركت الاتفاقيات الدولية و كذا التشريعات الوطنية لأجل الحد من ظاهرة التقليد وإيجاد سبل وقائية تمنع ذلك وتحمي العلامة التجارية و ذلك سبب المنظمات الدولية و على رأسها منظمة بوضع قواعد خاصة لآليات جماعية العلامة التجارية و كذلك قام المشرع الجزائري بترتب جملة من السبل لحماية العلامة التجارية و خاصة سبل العقابية منها.

تبرز دوافع اختيار هذا الموضوع لكونه موضوع الساعة حيث احتل مكانة بارزة خاصة مع التطور الاقتصادي و التكنولوجي و حركة رؤوس الأموال من أسباب اختيارنا لهذا الموضوع لأجل معالجة السبل الوقائية التي نظمها المجتمع الدولي بالإضافة إلى المشرع الجزائري و مدى فعالية هذه الآليات ليستفيد منها العام و الخاص و خاصة زملائنا الطلبة .أما عن أنفسنا هو رغبتنا في البحث في هذا الموضوع لأجل إثراء رصيدنا إثراء رصيدنا العلمي.

بما أن للعلامات التجارية أهمية بالغة باعتبارها حقل من حقول الملكية الفكرية خاصة، وكذلك الدور الفعال الذي تلعبه في الساحة الاقتصادية و دفع عجلة الاستثمار و لمعالجة هذا الموضوع توصلنا إلى الإشكالية التالية:

-ما مدى كفاية الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية في ضمان عدم التعدي عليها.

- ومن هنا نثير التساؤلات التالية:

* ما هي العلامة التجارية؟

* فيما تتمثل حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي ؟

* هل وفق المشرع الجزائري في حماية العلامة التجارية؟

وسنعمد في دراستنا للموضوع على المنهج الوصفي التحليلي وأحيانا المنهج المقارن و ذلك لمقارنة مع التشريعات المختلفة .

و على الخطة التالية مقسمة الى ثلاث فصول :

الفصل التمهيدي : ماهية العلامة التجارية

الفصل الاول : الحماية المقررة للعلامة التجارية على المستوى الدولي

الفصل الثاني : الحماية المقررة للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

الفصل التمهيدي

نظم المشرع الجزائري العلامة التجارية و حدد كفاءات حمايتها بموجب الأمر 03/06 المؤرخ في 2003/07/19 مبرزا مختلف أنواع وأشكال العلامات بشكل يمكن تمييزها عما يشابهها.

المبحث الأول : مفهوم العلامة التجارية.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية.

التعريف الفقهي للعلامة التجارية.

- عرفها الدكتور محمد حسين إسماعيل بأنها: " أداة مميزة تخص تاجرا أو صانعا لتمييز سلعة أو خدمة عما يشابهها، وقد تكون رمزا، رسما، حرفا، يستهدف التبادل على أصل السلعة و ضمان مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة و عملائه وتمكنه من الاستئثار بثقتهم".

- عرفتها الدكتورة سميحة القليوبي بأنها : " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة¹".

- عرفها البعض أنها: " كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يضعها المنتج أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات²".

¹ سائد احمد الخولي حقوق الملكية الصناعية ، دار المجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004 ص 37، نقلا عن

مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء بعنوان نظام العلامة التجارية دفعة 2010/2007

² سمير جميل حسين الفتلاوي : الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص

التعريف التشريعي للعلامة التجارية :

عرفها المشرع الجزائري¹ بنصه " العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره".

و منه لا تعتبر بمثابة علامة:

الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 فقرة 1.

-الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز.

-الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت طبيعية أو وظيفية السلع أو التغليف تفرضها.

-الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة، و الرموز 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 تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع و الخدمات و الخصائص الأخرى المتصلة بها.

- الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، و في حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله.

¹ المادة 2 الفقرة 1 من الامر 06/03 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، المتعلق بالعلامات.

-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 التجاري¹.

التعريف القضائي للعلامة التجارية :

أما بخصوص الاجتهاد القضائي فقد جاء في مضمون قرار المحكمة العليا² ما يلي : " العلامة التجارية للطاعن هي "إيفريموكاح" و العلامة التجارية للمطعون ضده هي "إفري ابراهيم" و إن الاسم العائلي لكل علامة نميزها عن الأخرى و أن الأسبق في إيداع أي تسمية لا يكفي وحده لإبطال أي علامة تجارية بل يجب مراعاة مدى توافرها على الخاصيات و المميزات الواردة في المادة² من الأمر السابق و قضاة المجلس عندما أغفلوا ذلك فإنهم يكونوا قد أساءوا تطبيق القانون وعرضوا قرارهم للنقض".

و بذلك يتضح لنا أن القضاء انطلق من خاصية التمييز في تعريفه للعلامة

التجارية.

تعريف العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية :

عرفتها اتفاقية تريبس³ بنصها : " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية و تكون هذه العلامات لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء و حروفا و أرقاما و أشكالالا و مجموعات ألوان و أي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية و حين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع و الخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزعم تسجيلها".

¹ المادة 2 الفقرة 1 من الامر 06/03 مرجع سابق.

² قرار للمحكمة العليا صدر بتاريخ 1990/07/13 ، ملف رقم 190797.

³ المادة 15/1 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) المؤرخة في 15 افريل 1994.

المطلب الثاني

تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها

-تمييزها عن تسميات المنشأ :

نص الأمر 76- 65 المتعلق بتسميات المنشأ¹ أنه : " تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى و من شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه و تكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية و البشرية"

و في اتفاقية تريبيس عرفت في المادة 22 الفقرة 1 تسمية المنشآت و المؤشرات الجغرافية بأنها التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي إحدى الدول الأعضاء في الاتحادية أو في موقع ما فيها و ذلك حين تكون النوعية أو السمات الأخرى لهذه السلعة ترجع بصورة رئيسة إلى مصدرها ، و لكن إذا أصبح الاسم الجغرافي غير قادر على تمييز السلعة بإسنادها إلى مصدرها الجغرافي²

و لذلك فان العلامة التجارية على خلاف تسمية المنشأ غير مرتبطة بالمنطقة الجغرافية و إن كانت العلامة التجارية تخص إنتاج أو تجارة أو خدمة فان تسمية المنشأ تخص منطقة معينة بما تتمتع به من خصوصيات في عواملها الطبيعية أو البشرية على خلاف غيرها من المناطق كالمياه المعدنية "سعيدة" و المشروبات "نقاوس" ، صف إلى ذلك العلامة سواء كانت تجارية أو صناعية أو علامة خدمة فإنها تتخذ رسما أو شكلا أو صورة أو تسمية عامة أو خاصة في حين أن تسميات المنشأ تخص إنتاج معين ، يخص منطقة معينة دون غيرها. ومن ناحية أخرى ملك لشخص، إما تسميات المنشأ هي ملك لكل الأشخاص مكونة علاقة بين منتجاتها.

¹ المادة 1 من الامر 65/76 ، المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ.

² جلال وفاء محمددين : الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبيس) دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، 2004 نقلا عن مذكرة رجال رجاء.

المبحث الثاني: أشكال العلامة التجارية و أنواعها

المطلب الأول: أشكال العلامة التجارية

من خلال الأمر 03-06 فان العلامة التجارية قد تتخذ أشكالا مختلفة¹

01- الأسماء:

كثيرا ما يتخذ الشخص الاسم العائلي كعلامة تجارية أو صناعية أو خدمة، هذا و يمكن للشخص أن يتخذ الاسم العائلي لغيره كعلامة كاسم فنان معين أو زعيم مشهور بشرط استئذان صاحبه متى كان حيا أو ميتا أو ورثته، وفي حالة إذ كان هناك تشابه يزول البس بإضافة اسم أو تغييره².

الأسماء الخاصة:

هي تسميات متخذة كعلامة تجارية أو تجارية أو صناعية أو خدمة لكنها في الأصل أسماء لأشخاص مشهورين أو فنانيين في مجالات مختلفة و لابد من الاتفاق مع صاحب هذا الاسم.

فالاسم يرتبط بشخص وبيئته عن الأسماء العائلية بالتالي هو في غير الحاجة إلى اتفاق مع صاحب الاسم، بل و يتمتع اتخاذه كعلامة تجارية بناء على حق الابتكار الدائم³ ، أما الأسماء العامة ك "علي" أو محمد " والتي لا تحتوي على مميزات معينة فلا يمكن أن تتخذ كعلامة تجارية لان ممن حق كل شخص استعمالها.

الأسماء المبتكرة:

يتم ابتكارها للفت نظر المستهلك بحيث يكون مميزا عن الأسماء الموجودة في السوق و يكون في شكل لفظ أو عدة ألفاظ لا معنى لها في الحقيقة و لكن لها وقع على المستهلك، كتسمية "نيدو للحليب" "مارلبورو للسجائر" أو "كوكاكولا للمشروبات"

¹ المادة فقرة 2 من الأمر 06/03 ، مرجع سابق .

² سمير جميل حسين الفتلاوي : مرجع السابق، ص 200

³ سمير يل حسين الفتلاوي: نفس المرجع ص 261

فعنصر الابتكار هام لاعتبار أن التسمية علامة تجارية لما تحمله من تمييز و إلا كانت التسمية باطلة.

17- الأسماء الجغرافية :

هي الأسماء التي تشير إلى مصدر البضاعة و هنا نميز بين بلد المنشأ و هو اسم المنطقة التي يصنع فيها المنتج، و تسجيله كعلامة لا يمنع الغير من استعمال نفس اسم المنطقة بحيث لا يمكن احتكاره أما المصدر هو المكان الذي أتت منه السلعة، في حين أن مركز المؤسسة يكون فيه الاسم الجغرافي هو موقع الشركة أو المنشأة و هو يبقى مجرد اسم جغرافي عادي لا يعبر عن النوعية أو الجودة على خلاف مكان إصدار البضاعة، و لا يمكن منع الغير من استعمال الاسم الجغرافي لكن لمن يستعمله حتى يكون إيداع العلامة صحيحاً يجب عليه إضافة إلى تعيين بلد المنشأ أن يتضمن إشارة أخرى تخلق التمييز مع ضرورة وجود توافق بين البضاعة وما يعنيه اسم بلد المنشأ، وفي حال وجود عدة علامات تجارية لنفس اسم بلد المنشأ و نفس النشاط فإنه يعود للقضاء إبقاء هذه العلامات أو إبطالها¹.

2- الحروف و الأرقام :

قد تستخدم الحروف و الأرقام كعلامة تجارية تميز السلع و الخدمات عما يشابهها كاستخدام الحروف للدلالة على شركة الطيران الأمريكي وكنوع من السيارات وتجاوز أن تكون هذه الحروف مختصرة لاسم شركة معينة {سوناطراك} أو الأرقام أيضا يجوز استخدامها كعلامة مميزة لمنتج معين أو تجارة معينة، و لقد شاع استعمال الأرقام في السجائر و المعلبات كرقم {555} أو {777}.

وعلى الرغم من أن هذه الأرقام و الأحرف عامة و ليست خاصة بشخص معين إلا أن اتخاذها من قبل تاجر معين لتمييز منتجات معينة يؤدي إلى حرمان الآخرين من استغلالها لتمييز نفس التجارة.

¹ سمير جميل حسين الفتلاوي مرجع السابق ص 263.

3- الصور و الرسوم و النقوش

يجوز استخدامها كعلامات لتمييز سلع و خدمات عما يشابهها و هو ما أجازته المشرع في المادة 2 من الأمر 03-06، فقد تكون العلامة المميزة عبارة عن صورة جبل أو أسد أو صورة شخص و في هذه الحالة يجب أخذ رخصة صاحب الصورة إن كان على قيد الحياة أو أحد ورثته، عندها لا يجوز استغلالها من قبل صاحب الصورة أو أحد أفراد عائلته كأبي شخص آخر يتمتع عليه استغلالها.¹

ويكثر استعمال الرسوم في أدوات الزينة أو الأصباغ... كما تستعمل النقوش أيضا كعلامة مميزة كالزخرفة في الأقمشة و مواد البناء الحجرية بشرط تسجيلها.²

4- الألوان .

لا يقصد بالألوان في العلامة اللون في حد ذاته ، إنما طريقة تنسيقه على نحو يجعله مميزا سواء كان لونا منفردا أو مركبا يصلح لأن يكون علامة تجارية، و هو ما نص عليه المشرع الجزائري في الأمر 03-06...³

ما يمكن استخلاصه في النهاية بخصوص أشكال العلامة التجارية فإن المشرع الجزائري أورد بعضها على سبيل المثال في المادة 2 و هو نفس المنهج الذي تم اعتماده في اتفاقية تريبس التي تضمنت أمثلة فقط للشارات التي تصلح أن تكون محلا للحماية كعلامة تجارية، لذلك فلا مانع من إضفاء الحماية على علامات أخرى طالما كانت قادرة على تمييز سلع و خدمات عما يشابهها.⁴

¹ سمير جميل حسين الفتلاوي: المرجع السابق، ص 264/265

² فاضلي لإدريس : المدخل اللى الملكية الفكرية : الملكية الادبية والفنية والصناعية، 2003- 2004 ص 284

³ المادة 2 من الامر 06/03 ، المرجع سابق.

⁴ رجال رجاء ، مرجع سابق ، ص 9.

المطلب الثاني: أنواع العلامات

عدد المشرع الجزائري الأنواع الثلاثة للعلامات التجارية في الأمر 03-06 هي العلامة التجارية، الصناعية وعلامة الخدمة مضافا لها العلامات الجماعية التي خصها بأحكام محددة.

1-العلامة التجارية:

كما تظهر من تسميتها فهي غالبا ما تقترب بالتاجر الذي يستخدمها لتمييز المنتجات التي يريد بيعها بعد شرائها و ذلك بغض النظر عن مصدر شرائها و تعتبر من ناحية أخرى هذه العلامات و سيله للمستهلك تتكون على أساسها ثقته بالبضاعة التي يفتنيها و يطمئن إليها.

وقد يكون التاجر الذي يسوق البضاعة هو نفسه مصنعها فيكون له الخيار بين:

- أن يتخذ علامة الصنع كعلامة تجارية.

- أن يجعل لكل من عملية الصنع و عملية الترويج علامة مستقل.

2-العلامة الصناعية:

هي العلامة التي يصنعها الصانع أو المنتج على السلعة التي ينتجها لتمييزها عن سلع مشابهة لها مثل: مرسيدس إشارة لصناعة السيارات و بالنسبة للأجهزة الحاسوب وبرامجها.¹

3- علامة الخدمة.

عرفا لأمر 03-06 الخدمة على أنها كل أداء له قيمة اقتصادية، فالخدمة تمثل المجهود المقدم من طرف الشخص الطبيعي أو المعنوي لفائدة الأفراد فتكون العلامة رمزا لهذه الخدمة تميزها عن باقي الخدمات ، لذلك جعلها المشرع إلزامية لكل خدمة مقدمة، بحيث تشكل رمزا لهذه الخدمة لذا نجدها مستعملة لدى مؤسسات الدعاية و الفنادق والنقل و الهاتف النقال.

¹ د فاصلي ادريس: المرجع السابق ص 283

4-العلامات الجماعية:

خصها المشرع الجزائري بعنوان مستقل في الأمر 03-06 في الباب السادس منه بأحكام خاصة بالعلامات الجماعية المتعلقة بملكيتها و استعمالها و انتقالها و إلغائها.

أما من حيث تعريفها فقد أورده في المادة 2 فقرة 2 بنصه على أن العلامة الجماعية: كل علامة تستعمل لإثبات المصدر و المكونات و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها.

الفصل الأول

إن الحماية المقررة للعلامة التجارية على المستوى الدولي مستمدة من الاتفاقيات الدولية. وأهم هاته الاتفاقيات الدولية التي تناولت القواعد الموضوعية لحماية العلامة التجارية على الإطلاق هما اتفاقيات باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 (المعدلة ببروكسل سنة 1900 وواشنطن سنة 1911 ولاهاي سنة 1925 ولندن 1934 ولشبونة سنة 1958 واستكهولم سنة 1967)، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية التريس)، والتي جاءت عن الجولة الثامنة للمفاوضات التجارية متعددة الأطراف التي عقدت تحت مظلة الجات (T. A . A .) والتي انتهت سنة 1993 (الأورجواي). فمنظمة التجارة العالمية هي المشرف على هاته الاتفاقية اتفاقية التريس).

في ما يلي نستعرض القواعد الموضوعية المقررة لحماية العلامة التجارية دولياً بتخصيص مبحث لكل واحدة من هذه الاتفاقيات.

المبحث الأول: حماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس

المبحث الثاني: حماية العلامة التجارية في اتفاقية التريس

المبحث الأول

حماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس

اتفاقية باريس الي هي أول اتفاقية دولية لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية 20 مارس 1883¹، في هذا المبحث سنتناول احكام العلامة التجارية في اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية في ثلاث مطالب كالآتي:

المطلب الأول: أهداف الاتفاقية و مبادئ المعاملة فيها.

المطلب الثاني: الأحكام الخاصة بحماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس.

المطلب الثالث: تسوية المنازعات المتعلقة بالعلامة التجارية حسب اتفاقية باريس.

المطلب الأول

أهداف الاتفاقية و مبادئ المعاملة فيها

وقسمنا هذا المطلب إلى فرعين خصصنا الفرع الأول لأهداف الاتفاقية اما الفرع الثاني لمبدأ المعاملة في الاتفاقية.

¹ - عدلت اتفاقية باريس عدة مرات أهمها : بروكسل بتاريخ 14 ديسمبر 1908 ، واشنطن 2 جويلية 1911 ، (4) - علت اتفاقية باريس لاهاي 06 نوفمبر 1925 ، لندن 02 جويلية 1934 ، لشبونة 31 أكتوبر 1958 ، وأخرها ستوكهولم 14 جويلية 1967 ، صادقت الجزائر على هذه الاتفاقية بموجب الأمر رقم 02 / 75 مؤرخ في 09 جانفي 1975 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 المعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 و واشنطن في 1911 و لاهاي 06 نوفمبر 1925 و لندن في 02 جوان 1934 و لشبونة في 31 أكتوبر 1958 و استوكهولم في 14 جويلية 1967 ، ج.ر. عدد 10 ، مؤرخة في 04 فيفري 1975. انظر تفاصيل تلك ثرطوني الطيب ، القانون الدولي للملكية الفكرية تحليل و وثائق ، مطبعة الكاهنة ، الجزائر ، 2004 ، ص139.

الفرع الأول

أهداف الاتفاقية

من المعروف أن الدعامة الأساسية التي تقوم عليها الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية هي تلك التي أنت بها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية. فحسب المادة الأولى من الاتفاقية فإنه تم إنشاء اتحاد الدول الأعضاء في الاتفاقية وأطلق عليه اتحاد باريس.

وفي الفقرة الثانية من نفس المادة قررت الاتفاقية أن حماية الملكية الصناعية براءة الاختراع، و نماذج المنفعة، والرسوم والنماذج الصناعية والعلامة التجارية أو الصناعية، وعلامات الخدمة و الاسم التجاري وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ وكذا قمع المنافسة غير المشروعة.

أما الفقرة الثالثة فقد أوجبت أن تأخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة و التجارة بمعناها الحرفي، و إنما تطبق كذلك على الصناعة والزراعة و الاستخراج و علي جميع المنتجات المصنعة أو الطبيعية¹.

إذا فالهدف الرئيسي من إبرام هاته الاتفاقية هو أن يكون لكل شخص تابع او مقيم في إحدى الدول الأطراف في الاتفاقية و له منشأة تجارية فيها، الحق في حماية اختراعه أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامته التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية في كل دولة من دول اتحاد باريس، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد و وفقا لقانونها الوطني.

بعد المصادقة على اتفاقية باريس تصبح بنود الاتفاقية ملزمة الدول الأعضاء دون الحاجة إلى إصدار قانون داخلي وفق القواعد الواردة في الاتفاقية. مما يعني أن الأجانب لهم حقوقا مباشرة من الاتفاقية فلهم الحق في التمسك بأحكام الاتفاقية في مواجهة القضاء

¹ - انظر المادة 1 / 2 و كذا المادة 3 من اتفاقية باريس ، راجع الاتفاقية على الموقع الإلكتروني : , عمر (20) [http : / / WWW .wipo.int, trities / fr / ip / pdf / trt doc-w020.pdc](http://WWW.wipo.int, trities / fr / ip / pdf / trt doc-w020.pdc)

في كل دول اتحاد باريس دون الرجوع لتشريعات المعمول بها في تلك الدول. فنصوص اتفاقية باريس نصوص ذاتية التنفيذ¹ (على خلاف اتفاقية التريس).
إلا أن اتفاقية باريس لم يكن الهدف منها إلزام دول اتحاد باريس بوضع معايير الحماية حقوق الملكية الصناعية في تشريعاتها الوطنية، وإنما الهدف من الاتفاقية هو حماية مواطني الدول الأعضاء فيها في كافة دول اتحاد باريس، عن طريق المبادئ التي أقرتها هاته الاتفاقية واهم هاته المبادئ مبدأي المعاملة الوطنية والأسبقية وإضافة إلى هذين المبدأين هناك أحكام خاصة تناولتها اتفاقية باريس وذلك لحماية مختلف صور الملكية الصناعية و أوجبت على الدول الأعضاء احترامها.

الفرع الثاني

مبادئ المعاملة في الاتفاقية

وهما مبدآن أساسيان كما اشرنا مبدأ المعاملة الوطنية و مبدأ الأسبقية.

أولاً: مبدأ المعاملة الوطنية:

جاء في هذا الشأن نص المادة الثانية من الاتفاقية بالقول "يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية ، بالمزايا التي تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً قوانين تلك الدول لمواطنيها، 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 أتباع الشروط و الإجراءات المفروضة على المواطنين".
من نص المادة فالحماية لا تقتصر على الدول الأعضاء فيها فحسب، بل يستفيد منها أيضاً رعايا الدول التي ليست عضواً شريطة أن يكون هؤلاء مقيمين في الدولة العضو في الاتفاقية أو يملكون مؤسسة صناعية أو تجارية فيها².

¹ - محمد مختار احمد بريري ، الالتزام باستغلال المبتكرات الجديدة ، دار الفكر العربي ، بند 52 ، ص 80.

² - فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون لنشر و التوزيع، الجزائر،

2006 ، ص 120.

وطبقاً لمبدأ المعاملة الوطنية يكون لكل مواطن ينتمي إلى إحدى دول اتحاد باريس كل الحقوق المتعلقة بالملكية الصناعية المذكورة في المادة الأولى من الاتفاقية، في كل الدول الأعضاء ويعامل نفس معاملة رعاياها. ولا تكون هاته الحماية مقتصرة على مواطني دول اتحاد باريس فقط، إنما تمتد هاته الحماية إلى الرعايا الأجانب المقيمين بإحدى دول اتحاد باريس التي لا تعتبر دولهم أعضاء في الاتفاقية. ويكون لهم منشآت صناعية أو تجارية حقيقية و فعالة في إقليم الدولة من تلك الدول (نص المادة 03 من اتفاقية باريس).

ومما لا شك فيه أن مبدأ المعاملة الوطنية له دور كبير في تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية على المستوى الدولي فالأصل أن الدول لها الحرية في منح هاته الحماية لمواطنيها دون سواهم. غير أن المادة الثانية من اتفاقية باريس تلزم الدول الأعضاء بمنح رعايا الدول الأعضاء في الاتفاقية أو من هم في حكمهم الحماية التي تمنحها قوانينها لمواطنيها فيما يتعلق بحقوق الملكية الصناعية، ولهاته الدول الحق في حرمان الأجانب من تلك الحقوق و الذين لا يستفيدون من أحكام اتفاقية باريس، ويجوز لدول اتحاد باريس أن تعلق الحماية على شرط المعاملة بالمثل.¹

حسب المادة الثانية الفقرة الثانية من اتفاقية باريس نجد أن تفرض لا يجوز لأي دولة عضو في على رعايا الدول الأعضاء الأخرى أي شرط متعلق بوجود منشأة في تلك الدولة أو بالإقامة للتمتع بحقوق الملكية الصناعية المقررة في قوانينها.

نصت نفس المادة في فقرتها الثالثة استثناء على مبدأ المعاملة الوطنية أنه يجوز الدول الأعضاء في الاتفاقية التمييز بين الأجانب و مواطنيها فيما يتعلق بقواعد الاختصاص وكذا الإجراءات الإدارية و القضائية المنصوص عليها في قوانينها الداخلية. الدول الأعضاء الحق في أن تشترط تحديد محل مختار داخلها أو تعيين وكيل بنسبة للأجانب وذلك بحسب ما تقتضيه قوانين الملكية الصناعية.

¹ - انظر:

Joanna Schmidt-Szalewsk, The International Protection of trademarks after the trips Agreement 9 Duke journal of Comparative International Law p. 194.

ثانيا: مبدأ الأسبقية:

وفق هذا المبدأ الذي نصت عليه المادة الرابعة من الاتفاقية ، كل من أودع طبقا للقانون في إحدى دول الاتحاد طلبا للحصول على براءة اختراع أو تسجيل نموذج منفعة أو رسم أو نموذج صناعي أو علامة صناعية أو تجارية يتمتع هو أو خلفه فيما يختص بالإيداع في الدول الأخرى بحق أولوية خلال المواعيد المحددة في الاتفاقية ، وهي اثني عشرة شهرا من تاريخ ايداع الطلب الأول بالنسبة لبراءة الاختراع و نماذج المنفعة، وستة شهور بالنسبة لرسم و النماذج الصناعية و العلامة التجارية و الصناعية. فمثلا شخص أودع طلبا لتسجيل علامة تجارية في إنجلترا له حق أسبقية في تسجيل علامة مماثلة في الجزائر إذا أودع خلال مدة ستة أشهر من تاريخ إيداع الطلب الأول في إنجلترا طلبا في الجزائر للحصول على علامة مماثلة. ويترتب عليه انه أي طلب يودع في الجزائر على نفس العلامة التجارية خلال المدة الممتدة من تاريخ ايداع الطلب الأول بإنجلترا و تاريخ الإيداع الثاني بالجزائر لا تكون له أسبقية في هذا الأخير.

وإذا صادف اليوم الأخير يوم عطلة أو يوم لا تفتح فيه المكاتب للقبول إيداع الطلب في الدولة التي تطلب فيها الحماية يمتد الميعاد إلى أول يوم عمل يليه، كون انتهاء المدة يدل على تنازل صاحب الحق، و تقديم الطلب يدل على علم تنازل المودع حتى لو كان آخر يوم للإيداع و انتهى بسبب عدم فتح المكتب أو بسبب العطلة¹.

¹ - آيت تقاتي حفيظة ، خصوصية نظام الحماية في اتفاقية ترينس ، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في القانون فرع الملكية الفكرية ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر ، 2008 ، ص 51.

المطلب الثاني

الأحكام الخاصة بحماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس

جاءت اتفاقية باريس بعدة قواعد موضوعية لتوفير حماية خاصة للعلامة التجارية، فبالإضافة للمبدأين المذكورين سلفاً (المعاملة الوطنية و الأسبقية). فقد وضعت أحكاماً تتعلق باشتراط استعمال العلامة حسب المادة الخامسة، وأوجبت منح المهلة الخاصة بدفع الرسوم المقررة حسب المادة 5 ثانياً). و تضمنت مجموعة من القواعد المتعلقة بشروط التسجيل كما تضمنت عدة قواعد تتعلق بشروط تسجيل العلامة التجارية و استغلالها (المادة 6)، والعلامة المشهورة (المادة 6 ثانياً)، و حظر استعمال شعارات المنظمات الحكومية و الدول و علامات الرقابة الرسمية كعلامات تجارية (المادة 6 ثالثاً)، كما ذكرت بعض قواعد تتعلق بالتنازل عن العلامة المادة 6 رابعاً، و حماية العلامة المسجلة بإحدى دول الاتحاد الأخرى بالحالة التي هو عليها (المادة 6 خامساً)، و حماية علامة الخدمة (المادة 6 سابعة)، و مبدأ أن طبيعة المنتجات لا تحول دون تسجيل العلامة (المادة 7)، و العلامة الجماعية المادة 7 ثانياً)، و من الغني عن البيان أن المواد المتقدمة واجبة التطبيق في كل البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية لأن الفقرة الأولى من المادة الثانية من اتفاقية التريس أحالت إليها¹. ونستعرض أهم الأحكام المتعلقة بحماية العلامة التجارية حسب اتفاقية باريس في الفروع التالية:

الفرع الأول

القانون الواجب التطبيق علي شروط تسجيل العلامة و مبدأ استقلالها

وفق الفقرة الأولى للمادة 6 من اتفاقية باريس دول اتحاد باريس فإنه يخضع لتشريع الداخلي لكل فيما يتعلق بشروط إيداع وتسجيل العلامة التجارية. فالقانون الوطني

¹ - تنص المادة 2 فقرة الأولى من اتفاقية التريس على ما يلي:

فيما يتعلق بالإجراء الثاني و الثالث و الرابع من الاتفاق الحالي، تلتزم البلدان الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من حتى 12 و المادة 19 من اتفاقية باريس (1967)، و من ثم تعتبر المواد التي أحيلت إليها اتفاقية التريس جزء لا يتجزء منها.

الدولة التي يراد تسجيل العلامة فيها هو الذي يحدد شروط إيداع العلامة التجارية و إجراءات تسجيلها.

ومع ذلك لا يجوز رفض طلب تسجيل علامة مودعة من قبل احد رعايا دولة من دول الاتحاد في أية دولة من دول الاتحاد أو إبطال صحتها استنادا إلى عدم إيداعها أو تسجيلها أو تجديدها في دولة المنشأ.

فإذا أبطلت العلامة أو لم يجدد تسجيلها في دولة من دول الاتحاد التي سجلت بها، فهذا لا يعني إبطال العلامة أو فقدانها للحماية في الدول الأخرى، و هو ما نصت عليه الفقرة الثالثة من المادة 6 من اتفاقية باريس " تعتبر العلامة التي سجلت طبقا للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامة التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ". وهو ما يعرف بمبدأ استقلالية الحماية الخاصة بالعلامة في كل دولة¹.

الفرع الثاني

العلامة المشهورة

جاءت المادة 6 (ثانيا) بعنوان العلامات المشهورة فقد وضعت أحكام خاصة بحماية العلامة المشهورة، فأوجب على دول الاتحاد سواء من تلقاء نفسها أو بطلب من صاحب الشأن أن تبطل أو ترفض التسجيل و تمنع استعمال أي علامة تجارية تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة العلامة ترى السلطة المختصة في دول الاتحاد أنها علامة مشهورة إذا كان استعمال تلك العلامة بصدد منتجات ممتثلة أو مشابهة يؤدي الى وقوع لبس أو تضليل. ويسري هذا الحكم ولو تعلق الأمر بنسخ أو تقليد جزاء جوهري من تلك العلامة المشهورة². و طبقا للفقرة الخامسة من نفس المادة يقبل إيداع علامة تجارية أو صناعية مسجلة قانونا في دولة المنشأ، كما تتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في دول

¹ - انظر المادة 6 من اتفاقية باريس ، راجع الاتفاقية على الموقع الإلكتروني:

http://www.wipo.int.treaties/fr/ip/pdf/art_docs-w020.pdc.

²- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ، حقوق الملكية الفكرية و أثرها الاقتصادي ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية،

2009، ص 57.

الاتحاد الأخرى، ولكن جور لتلك الدول أن تطلب قبل إجراء التسجيل تقديم شهادة بتسجيل العلامة في دولة المنشأ و تكون صادرة من السلطة المختصة فيها.¹ إلا أن اتفاقية باريس لم تأتي بأي معايير من شأنها التفرقة بين العلامة التجارية المشهورة وغيرها، إلا أنها تركت ذلك لتقدير السلطات القضائية أو الأجهزة الإدارية المختصة في كل دولة من دول اتحاد باريس.

فالحماية الخاصة المقررة للعلامة المشهورة التي أتت بها المادة 6 (ثانيا) من اتفاقية باريس تقتصر على علامة السلعة دون علامة الخدمة، حيث أن نص المادة تحدثت عن العلامة المشهورة إلا بصدد علامات السلع.

الفرع الثالث

التنازل عن العلامة

قررت المادة 6 (رابعا) من اتفاقية باريس " إذا كان التنازل عن العلامة لا يعتبر صحيحا طبقا لتشريع إحدى دول الاتحاد إلا إذا كان مقترنا بانتقال ملكية المشروع أو المحل التجاري الذي تخصه العلامة ، فإنه يكفي لصحة هذا التنازل أن تنتقل ملكية جزء المشروع أو المحل التجاري القائم في تلك الدولة إلى المنازل إليه مع منحه حقا استثنائيا في أن يصنع أو يبيع في دولة المشار إليها المنتج التي تحمل العلامة المتنازل عنها".

و المقرر في معظم التشريعات المقارنة أنه لا يجوز التنازل علي العلامة المنفصلة عن المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته.²

فالفقرة الأولى من المادة 6 (رابعا) لها أهمية كبيرة بالنسبة للمشروعات أو الشركات التي تزاوّل نشاطها عبر فروعها المختلفة والمنتشرة في كافة دول العالم. فلكل شركة ما الحق في التنازل على علامتها التجارية في دولة أو أكثر مع احتفاظها بملكية العلامة في باقي الدول.

¹ - زروتي الطيب، مرجع سابق ، ص 51.

² - كانت المادة 18 من قانون العلامات و البيانات التجارية الملغى رقم 57 لسنة 1939 تنص على أنه " لا يجوز نقل ملكية العلامة أورهاها أو الحجز عليها إلا مع المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم في تمييز منتجاته".

ومع ذلك لا تلتزم دول اتحاد باريس بتطبيق العلامة المتنازل هذا الحكم إذا كان استعمال عنها من شأنه تضليل الجمهور فيما يخص صفات جوهرية أو طبيعة العامة، من جودة و مصدر المنتج وهو ما أقرته الفقرة الثانية من نفس المادة.

الفرع الرابع

حماية العلامة المسجلة في احدي دول الاتحاد بالنسبة لباقي دول الاتحاد

استثناء عن مبدأ استقلال العلامة الذي أقرته المادة 6 من اتفاقية باريس السالف الذكر، فالمادة 6 (خامسا من الاتفاقية تلزم باقي دول الاتحاد بقبول إيداع كل علامة مسجلة طبقا للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في دول الاتحاد الأخرى¹.

وهذا يعني أنه لا يجوز لأي دولة من دول الاتحاد أن ترفض طلب تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها في دولة أخرى من دول الاتحاد استنادا إلى أن شكل العلامة لا يتفق مع التشريعات الداخلية، ومن الغني عن البيان أن هذا الحكم الاستثنائي الذي يضع قيودا على التشريعات الداخلية للدول الأعضاء في الاتحاد فيما يتعلق بشكل العلامة التجارية فيتيح لصاحب العلامة المسجلة في أي دولة من دول الاتحاد (البلد المنشأ) أن يسجل علامته بحالها في سائر دول الاتحاد الأخرى دون إجباره على ادخال أي تعديلات على شكلها، بغض النظر عن قيود التي تفرضها التشريعات الداخلية على شكل العلامة. هناك مجموعة من الإجراءات المفروضة على صاحب العلامة ليستفيد من الحكم الاستثنائي المذكور أعلاه، فيجب عند تقديمه لطلب تسجيل العلامة أن يوضح الشكل الذي سبق أن سجلت به العلامة في بلد المنشأ، وطلب تسجيلها بنفس هذا الشكل. وإضافة إلى تسجيل العلامة و استعمالها في البلد المنشأ، يشترط تسجيلها طبقا للقانون دولة المنشأ²، وهذا هو مبدأ قبول تسجيل العلامة التجارية بالحالة التي هي عليها.

¹ - انظر المادة 6 (خامسا) من اتفاقية باريس ، راجع الاتفاقية على الموقع الإلكتروني:

<http://www.wipo.int, treaties/fr/ip/pdf/trt docs-W020.pdc>

WIPO IntellectualHandbook:Policy Law and Use Geneva 2001 n5. 101 p. 254

² -

ويقتصر تطبيق هذا المبدأ على شكل العلامة فلا يمتد إلى الشروط الموضوعية التي يجب توافرها في التشريع الداخلي لحماية العلامة¹.

هناك أسباب يجوز لدول الأعضاء في اتحاد باريس أن ترفض تسجيل العلامة التجارية أو إبطالها، وقد جاءت بها المادة 6 (خامسا) ب... فذكرت هذه الأسباب على سبيل الحصر فنصت "لا يجوز رفض تسجيل العلامة الصناعية أو التجارية التي تشملها هذه المادة أو إبطالها إلا في الحالات الآتية:

(1) إذا كان من شأنها الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية.

(2) إذا كانت مجردة من أية صفة مميزة أو كان تكوينها قاصرا على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات و جودتها أو كميتها أو الغرض منها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج، أو إذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو في العادات التجارية المشروعة و المستقرة في الدولة التي تطلب فيها الحماية.

(3) إذا كانت مخالفة للأداب أو النظام العام و لا سيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور. ومن المتفق عليه أنه يجوز اعتبار علامة مختلفة للنظام العام لمجرد عدم مطابقتها لأحد أحكام التشريع الخاص بالعلامات إلا إذا كان هذا الحكم يتعلق في حد ذاته بالنظام العام².

WIPO Handbook

¹ - المرجع السابق ، بند 103، ص 255.

² - انظر المادة 6 (خامسا) ب- من اتفاقية باريس ، راجع الاتفاقية على الموقع الإلكتروني:

http://www.wipo.int/treaties/fr/ip/pdf/trt_docs-w020.pdc

الفرع الخامس

علامات الخدمة

ظهرت حماية علامة الخدمة لأول مرة في مؤتمر لشبونة الذي عقد في أكتوبر 1958 لتعديل اتفاقية باريس حيث نوقش اقتراح يتضمن توسيع الحماية المقررة للعلامة التجارية لتشمل علامة الخدمة من جميع الأوجه¹.

وعلامة الخدمة هي تلك العلامة التي تميز الخدمات التي يقدمها المشروع، مثل علامات الفنادق والمطاعم وعلامات شركات الطيران والسياحة وكذا شركات الاتصالات و الدعاية والإعلان، فعلامات الخدمة تؤدي نفس وظيفة علامات السلعة مع اختلاف بسيط بينهما وهو أن الأولى تستخدم التمييز الخدمة بينما علامة السلعة تستخدم لتمييز السلع.

بالعودة إلى مؤتمر لشبونة، فإنه لم يتم الموافقة على اقتراح إضفاء نفس الحماية لله للعلامة التجارية على علامة الخدمة، فأقتصر التعديل الذي جاءت به المادة 6 (سادسا) المضافة بقولها " تتعهد دول الاتحاد بحماية علامات الخدمة ، ولا تلتزم هذه الدول بأن تكفل التسجيل لتلك الدول".

من المادة المذكورة فإن دول الاتحاد غير ملزمة بتسجيل علامة الخدمة كعلامة تجارية، لكن يكفي حمايتها عن طريق قواعد المنافسة غير المشروعة، أو بأي آلية قانونية أخرى².

المطلب الثالث تسوية المنازعات المتعلقة بالعلامة التجارية حسب اتفاقية باريس نصت المادة 28 من اتفاقية باريس بعنوان المنازعات³.

¹ - حسام الدين الصغير ، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية ، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية و نظام مدريد ، الدار البيضاء، 7 و 8 ديسمبر 2004 ، ص 09

² - غير أن هذا لا يمنع الدول الأعضاء في الاتحاد من حماية علامة الخدمة كعلامة تجارية إذا شاعت ، مشار إليه في ، حسام الدين الصغير ، مرجع سابق ، ص 10.

³ - انظر المادة 6 (خامسا) ب- من اتفاقية باريس ، راجع الاتفاقية على الموقع الإلكتروني :

[httpM//www.wipo.int.treaties/fr/ip/pdf/docs-w02p.pdc](http://www.wipo.int.treaties/fr/ip/pdf/docs-w02p.pdc)

(1) كل نزاع بين اثنين أو أكثر من دول الاتحاد بشأنه تفسير أو تطبيق هذه الاتفاقية و الذي لا تتم تسويته بالمفاوضات يمكن لأي من الدول المعنية عرضه أمام محكمة العدل الدولية بعريضة تقدم وفقا لنظام المحكمة، وذلك ما لم تتفق الدول المعنية علي طريقة أخرى للتسوية. وتقوم الدولة التي تعرض النزاع أمام المحكمة بإخطار المكتب الدولي الذي يتولى إحاطة دول الاتحاد الأخرى علما بالموضوع.

(2) لكل دولة أن تعلن، عند توقيعها للوثيقة الحالية أو إيداعها لوثيقة تصديقها أو انضمامها، أنها لا تعتبر نفسها ملتزمة بأحكام الفقرة (1). ولا تسري أحكام الفقرة (1) فيما يختص بكل نزاع بين تلك الدول و أية دولة أخرى من دول الاتحاد.

(3) لكل دولة أصدرت إعلانا طبقا للفقرة (2) أن تسحب إعلانها في أي وقت بإخطار يوجه للمدير العام".

ونلاحظ أن هذا النظام الذي أتت به اتفاقية باريس هو نظام هش في تسوية المنازعات التي تنشأ بين أعضاء الاتحاد، حيث أجازت اللجوء لمحكمة العدل الدولية في حالة عدم تسوية النزاع بطريقة المفاوضات.

كذلك لم تضع الاتفاقية أي قواعد تكفل احترام دول الاتحاد ما تصدره محكمة العدل الدولية من قرارات وأحكام تصدرها في المنازعات المعروضة أمامها بمقتضى المادة 28 من اتفاقية باريس، كما أن الفقرة الثانية من المادة تجيز للدول التحفظ على هذه المادة.

ومن الواقع عمليا فإن نظام تسوية المنازعات الذي أتت به اتفاقية باريس هو نظام فاشل وذلك أنه لم تلجأ أي دولة من دول الاتحاد المحكمة العدل الدولية فيما يخص تفسير أو تطبيق اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، بعكس الوضع في اتفاقية التريس والتي جاءت بنظام التسوية المنازعات بين الدول الأعضاء وفقا للقواعد الواردة في مذكرة التفاهم بشأن القواعد والإجراءات التي تحكم تسوية المنازعات، وعلى جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الالتزام بالقواعد الواردة في مذكرة التفاهم¹.

¹ - حسام الدين الصغير ، مرجع سابق ، ص 11.

المبحث الثاني

حماية العلامة التجارية في اتفاقية التريس

على الرغم من تأسيس منظمة عالمية للملكية الفكرية (WIPO) دخلت حيز تنفيذ سنة (1970)، وأصبحت متخصصة و تابعة للأمم المتحدة سنة 1974 و التي تضم في عضويتها 132 دولة و تشرف على 23 اتفاقية دولية¹ كان أول ظهور لحقوق الملكية الفكرية في (الجات) في الجولة الثامنة من المفاوضات التجارية متعددة الأطراف جولة الارجواي (1986-1994). وقد أعلن عن بدء المفاوضات في هذه الجولة في 20 سبتمبر 1986 حينما أصدر وزراء التجارة الدول الأعضاء في اتفاقية "الجات" بالمؤتمر المنعقد في مدينة (بونت دي لست) بالأرجواي إعلانا ببدء جولة جديدة من المفاوضات التجارية متعددة الأطراف والتي عرفت باسم جولة أورجواي نسبة المكان انعقاد المؤتمر الوزاري. وتضمن هذا الإعلان أهم المواضيع التي تدور حولها المفاوضات وظهرت لأول مرة في تاريخ المفاوضات التجارية موضوع الملكية الفكرية. و بالرغم من الاعتراض الكبير من الدول النامية من إدراج موضوع الملكية الفكرية ضمن المفاوضات التجارية متعددة الأطراف (الجات) ، واعتبرت هذا الموضوع الملكية الفكرية) يكون من اختصاص المنظمة العالمية الملكية الفكرية (الويبو) إلا أن هذا الاعتراض لم يكن من شأنه منع إصدار هذا الإعلان، فضلا عن الضغوطات التي مارستها الولايات المتحدة الأمريكية وفشل الدول المعارضة في توحيد صفوفها، و صدر الإعلان متضمن موضوع الملكية الفكرية كأحد الموضوعات التي شملتها جولة المفاوضات التجارية المتعددة الأطراف² وبعد ما يزيد عن سبعة سنوات وهي المدة التي استغرقتها جولة المفاوضات، جاءت الصيغة النهائية الختامية التي تضمنت كافة الاتفاقيات والوثائق، وتم الموافقة عليها من طرف مندوبي الدول بتاريخ 15 ديسمبر 1993. وتم التوقيع النهائي على الوثيقة الختامية في المؤتمر الوزاري الذي عقد في مدينة مراكش بالمغرب في الفترة الممتدة 12

¹ - عبد الناصر نزال العبادي ، منظمة التجارة العالمية و اقتصاديات الدول النامية، دار صفاء للنشر و التوزيع،

عمان، 1999، ص 80. (2) - حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 11.

² - حسام الدين الصغير ، مرجع سابق ، ص 11.

و16 أبريل 1994، وتضمنت الوثيقة النهائية كل نتائج الجولة والتي شملت 28 اتفاقية أهمها اتفاقية مراكش التي أنشأت منظمة التجارة العالمية. وهي الاتفاقية الأم التي ضمت كل الاتفاقيات الأخرى التي تضمنتها الوثيقة الختامية في شكل ملاحق تحمل أرقام (1)،(2)،(3)،(4). وقد تضمن الملحق (1) جيم من الوثيقة الختامية اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية التريس).

وسوف نستعرض فيما يلي المبادئ و الأحكام الأساسية وحماية العلامة التجارية وتسوية النزاعات حساب، اتفاقية التريس كآآتي:

المطلب الأول: المبادئ و الأحكام الأساسية في اتفاقية التريس.

المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية في اتفاقية التريس.

المطلب الثالث: قواعد وإجراءات تسوية المنازعات في اتفاقية التريس

المطلب الأول

المبادئ و الأحكام الأساسية في اتفاقية التريس

شملت اتفاقية التريس من خلال إطارها العام الذي جاءت فيه، وكمضمون نصوصها¹ التي اعتمدت على، أحكام عامة وأساسية جعلتها تنفرد وتتميز عن باقي الاتفاقيات و يظهر ذلك جليا في إطار الهدف الذي جاء في ديباجتها الذي أكدت فيه على ضرورة تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية و ضمان فعاليتها حيث نصت بأن الغاية الأساسية من تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية هي تخفيض التشوهات والعراقيل التي تعوق التجارة الدولية مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة تشجيع الحماية الفعالة لهذه الحقوق و ضمان أن لا تصبح هذه التدابير والإجراءات المتخذة لإنفاذها حواجز في حد ذاتها أمام التجارة المشروعة².

¹ - تتكون اتفاقية تريس أو ما يعرف عنها " باتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " من 73 (1) تتكون اتفاقية تريس أو ما يعرف مادة مقسمة ل7 أجزاء تنصدها بياجة ، انظر الموقع :

htt : // www . trips egent . net

² - شويرب خالد الملكية الفكرية في ظل لمنظمة العالمية للتجارة، مذكرة لنيل درجة الماجستير، فرع الملكية الفكرية، كلية ابن عكنون، الجزائر، 2003، ص 73.

تكلم الجزء الأول من الاتفاقية في المواد من 1 - 7 المبادئ الأساسية التي تقوم عليها وسوف نفصل المبادئ كما يلي:

الفرع الأول

طبيعة و نطاق الالتزامات

وجاء في المادة الأولى من الاتفاقية ضمن الفقرة الأولى تحديد نطاق وطبيعة و التزام الدول الأعضاء في المنظمة، حيث ألزمتهم بمراجعة قوانينهم وكافة القواعد الداخلية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية لتكون متوافقة مع أحكام الاتفاقية. إلا أن الاتفاقية لم تضع قواعد موضوعية أو إجراءات خاصة بحقوق الملكية الفكرية تتبعها الدول الأعضاء، بل ألزمتها فقط بتوفير الحد الأدنى من حماية حقوق الملكية، مما يعني أنه سيكون تفاوت في مستويات الحماية في الدول الأعضاء باختلاف فلسفتها و السياسة المنتهجة في معالجة الموضوع¹.

ومن المعروف أن اتفاقية التريس لا تخاطب إلا الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية دون سواهم، وتختلف اتفاقية التريس عن اتفاقية باريس أن نصوص الأولى ليست ذاتية التنفيذ عكس اتفاقية باريس و التي رأينا أن نصوصها ذاتية التنفيذ، أي أن اتفاقية التريس لا تمنح حق لرعايا الدول الأعضاء بالتمسك بنصوص الاتفاقية أي أنهم لا يكتسبون حقوق مباشرة من نصوص الاتفاقية.

وتجدر الإشارة هنا أنه لقبول عضوية أي دولة في منظمة التجارة العالمية يشترط أن تقبل اتفاقية مراكش والاتفاقيات التجارية متعددة الأطراف 1. 2 . 3، ومن ثم فإن قبول اتفاقية التريس الواردة في الملحق (1) جيم شرط للانضمام لمنظمة التجارة العالمية، ولا يجوز للدول الأعضاء التحفظ على أي بند من الاتفاقية إلا بموافقة كل الدول الأعضاء الأخرى.

¹ - سماري ريم مسعود، براءة الاختراعات في الصناعات الدوائية التنظيم القانوني للتراخيص منظمة التجارة العالمية دار الثقافي للنشر والتوزيع ، عمان، 2008، ص52.

وقد أشارت الفقرة الثانية من المادة الأولى في هذه الاتفاقية، يشير اصطلاح (الملكية الفكرية) إلى جميع فئات الملكية الفكرية المنصوص عليها في الأقسام من 1 إلى 7 من الجزء الثاني¹.

أما الفقرة الثالثة من المادة الأولى فقد ألزمت الدول الأعضاء تطبيق المعاملة التي نصت عليها الاتفاقية على باقي رعايا الدول الأعضاء الأخرى ومن هم في حكمهم، وهذا الحكم ضمن الجميع رعايا الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الحق في الحصول على الحد الأدنى من الحماية المقررة في اتفاقية التريس².

الفرع الثاني

اتفاقية التريس والمعاهدات المبرمة بشأن الملكية الفكرية

المعاهدات المبرمة بشأن الملكية الفكرية وهو عنوان المادة الثانية من اتفاقية التريس، فقد أحالت هذه الاتفاقية إلى القواعد الموضوعية التي قررتها الاتفاقيات الدولية الرئيسية في خصوص الملكية ، وألزمت الدول الأعضاء بمراعاة أحكامها.

- في ما يخص القواعد المقررة لحماية مختلف صور الملكية الصناعية بما في ذلك قواعد حماية العلامة التجارية المواد من 1 إلى 12 و كذا المادة 19 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية الصناعية حسب تعديل إستكهولم 1967.

- في ما يخص المصنفات الأدبية و الفنية المواد من 1 إلى 21، ما عدا المادة 6 مكرر وفق اتفاقية" برن " لحماية المصنفات الأدبية و الفنية وفق تعطيل باريس 1971.

- المواد من 2 إلى 7 باستثناء الفقرة الثالثة من المادة 6، المادة 12 و الفقرة 3 من المادة 16 من معاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة اتفاقية واشنطن 1989.

htt : // www . trips . egent . net

¹ - المادة 2/1 من اتفاقية التريس، انظر الاتفاقية على الموقع:

² - حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 13.

وألزمت اتفاقية الترس على كل الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي أحالت عليها دون تفرقة بين الدول التي انضمت إلى تلك الاتفاقيات الدولية و الدول غير المنظمة إليها.

إذا فقد قامت اتفاقية الترس بجمع أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية في وثيقة واحدة، بعدما كانت هذه الأحكام متفرقة في مجموعة من الاتفاقيات، و ألزمت الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتطبيق هذه الأحكام، بغض النظر عن كونهم منظمين إلى هذه الاتفاقيات أم لا¹.

الفرع الثالث

المعاملة الوطنية و المعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية

تناولت المادة 03 من الاتفاقية مبدأ المعاملة الوطنية، ومن خلال هذا المبدأ فإن أي من البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ملزمين بالتعامل مع رعايا باقي الدول ومن هم في حكمهم معاملة لا تقل عن المعاملة المقررة في قوانينها الداخلية في ما يخص حقوق الملكية الفكرية، فتخضعهم النفس الالتزامات وتمنحهم نفس الحقوق التي تمنحها لرعاياها². ومن الملاحظ فإن هذا المبدأ يتوافق مع حكم المادة الثانية من اتفاقية باريس والذي سبق التطرق إليه. إلا أنه يوجد اختلاف بين الاتفاقيتين في هذا الخصوص، حيث إن اتفاقية الترس تلزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية معاملة رعايا باقي الدول الأعضاء الأخرى معاملة لا تقل عن المعاملة المقررة لمواطنيها³، أي أنه يجوز للدول الأعضاء منح الأجانب حقوقاً تتجاوز تلك التي تمنحها لمواطنيها، وهو الأمر الذي لم يرد في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية بالفقرة الأولى من المادة الثانية أوجبت على الدول الأعضاء معاملة باقي رعايا الدول الأعضاء الأخرى نفس المعاملة المقررة لمواطنيها في قانونها الحالي أو المستقبلي.

¹ - حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 15.

² - ناصر جلال، حقوق الملكية الفكرية و أثارها على اقتصاديات الثقافة و الاتصال الإعلام، الهيئة العامة للكتابة، القاهرة، 2005، ص 38.

³ - حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 15.

وجاءت اتفاقية التريس بمبدأ يطبق لأول مرة في مجال الملكية الفكرية، هو المبدأ الذي نصت عليه المادة 04 المعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعايا¹، ومضمون هذا المبدأ هو أن الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ملزمين بالمساواة بين رعايا جميع الدول الأعضاء في الحقوق و الالتزامات، وعدم التمييز في المعاملة بينهم، فإذا منحت امتياز معين لمواطني أي بلد عضو في المنظمة بأن تمنح جميع مواطني الدول الأعضاء نفس الميزة.

الفرع الرابع

استنفاد حقوق الملكية الفكرية

من المتعارف عليه أن حقوق الملكية الفكرية تخول لصاحبها امتياز يمنع به القليل من استيراد المنتج المشمول بالحماية من سوق أي دولة، فإذا طبقت الدول هذا المبدأ على إطلاقه فيعني ذلك أنه يحق لمالك العلامة أو البراءة أن يمنع الغير من استيراد كل المنتجات المشمولة بالحماية، مما يتيح لأصحاب العلامة إمكانية التحكم في السوق وتقسيمه وكذا طرح المنتج فيها بأسعار متفاوتة.

وتداركا لهذا الوضع قامت بعض الدول بوضع تشريعات خاصة تقضي بسقوط حق صاحب العلامة أي حق من حقوق الملكية الفكرية في منع استيراد المنتج المشمول بالحماية، وهو ما سميا بمبدأ استنفاد حقوق الملكية الفكرية.

إلا أن اتفاقية التريس لم تأخذ أي موقف في ما يخص استنفاد حقوق الملكية الفكرية وهو ما جاءت به المادة 6 من الاتفاقية، مما يعني أن الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية التي تبنت هذا المبدأ في قوانينها الداخلية لا تخالف أحكام اتفاقية التريس².

¹ عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ، مرجع سابق ص 142

² - عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ، مرجع سابق ص 256 إلى 262.

الفرع الخامس

الأهداف و المبادئ

ذكرت المادة 7 أن الهدف من الاتفاقية هو إسهام حماية و إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في تشجيع روح الابتكار التكنولوجي و نقل و تعميم التكنولوجيا، بما يحقق المنفعة المشتركة لمنتجي المعرفة التكنولوجية و مستخدميها، بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الاجتماعية و الاقتصادية و التوازن بين الحقوق و الواجبات.

وأجازت المادة 8 فقرة أولى للبلدان الأعضاء، عند وضع أو تعديل قوانينها ولوائحها التنظيمية، اعتماد تدابير الأزمة لحماية الصحة العامة والتغذية وخدمة المصلحة العامة في القطاعات ذات الأهمية الحيوية للتنمية الاقتصادية الاجتماعية والتكنولوجية فيها مع أحكام الاتفاقية الحالية. وأجازت الفقرة الثانية من نفس، شريطة اتساق هذه التدابير المادة الدول الأعضاء أخذ تدابير الأزمة لمنع حائزي حقوق الملكية الفكرية من إساءة استخدامها، أو منع اللجوء إلى ممارسات تسفر عن تقييد غير معقول للتجارة وتأثر سلبا على النقل الدولي للتكنولوجيا¹.

ومن لا شك فيه أن المواد المذكورة تصب في مصلحة الدول النامية وذلك بتخفيف الآثار السلبية التي قد تتجم عن تطبيق الاتفاقية.

المطلب الثاني

حماية العلامة التجارية في اتفاقية التريس

الفرع الأول

فروع الملكية الفكرية التي عالجتها الاتفاقية

في المواد من 09-40) تناولت اتفاقية التريس معايير خاصة بحقوق الملكية الفكرية من حيث نطاقها واستخدامها، وألزمت الدول الأعضاء باحترام الحد الأدنى من معايير الحماية التي ذكرتها في مختلف فروع الملكية الفكرية التي عالجتها.

حقوق المؤلف والحقوق المتعلقة بها - العلامة التجارية- المؤشرات الجغرافية-
التصميمات الصناعية - براءات الاختراع- التصميمات التخطيطية - المعلومات السرية
حيث أن الاتفاقية خصصت لكل من هذه الفروع مواد تعالج فيها الحماية والحقوق
الممنوحة لأصحابها و الحد الأدنى لمدة الحماية و الاستثناءات الواردة على هذه الحقوق.
لقد سارت اتفاقية التريس على خطي باقي الاتفاقيات الدولية السابقة في مجالات
الملكية الفكرية، إلا أن اتفاقية التريس لم تنسخ أحكام تلك الاتفاقيات بل سايرتها، و
وضعت معايير لحماية حقوق الملكية الفكرية تفوق من حيث المستوى تلك المقررة في
الاتفاقيات السابقة، فتبعت أسلوب مميز في تحديدها لمعايير الحماية و ذلك عن طريق
معاييرين التين هما:

أولاً: الزام كافة الدول الأعضاء بتطبيق الأحكام الموضوعية التي جاءت بها
الاتفاقية الدولية السابقة وهي: اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، اتفاقية برن لحماية
المصنفات الأدبية، اتفاقية الملكية الفكرية فيما يأخذ بالدوائر المتكاملة، وكذا بعض مواد
اتفاقية روما 1961.

ثانياً: معالجة مجموعة من المسائل التي لم تتناولها الاتفاقيات السالفة الذكر،
فاتفاقية التريس لم تقف عند الإحالة للاتفاقيات الأخرى، فطورت و علت بعض الأحكام
التقليدية في باقي الاتفاقيات السابقة وذلك بغرض دعم و ترسيخ حماية حقوق الملكية
الفكرية¹.

¹ - انظر في ذلك : اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، على الموقع الإلكتروني:

اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية ، على الموقع الإلكتروني:

<http://www.wipo.int/export/sites/www/ar/ip/berne/pdf/trtdoc-w0001.pdf>.

اتفاقية واشنطن لدوائر المتكاملة ، على الموقع :

http://www.wipo.int/traities/f/ip/fwashington/trtdocs_w0011.html

اتفاقية روما بشأن حماية فناني الأداء و منتجي التسجيلات الصوتية و هيئات الإذاعة ، على الموقع:

http://www.wipo.int/export/sites/traities/as/romepdf/trtdoc_wo0024.pdf

الفرع الثاني

معايير حماية العلامة التجارية حسب اتفاقية التريس

تناول القسم الثاني من الجزء الثاني في المواد من 15 إلى 21 من اتفاقية التريس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية، وقد تضمنت نصوص هذه المواد ما يلي:

أولاً: المواد القابلة للحماية

من المادة 15 فقرة 1 تعتبر العلامة التجارية كل علامة تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى. وتدخل في عداد العلامات التجارية الكلمات التي تشتمل على أسماء شخصية وحروف وأرقام وأشكال ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، تكون مؤهلة جميعاً كعلامة تجارية. وهذا التعداد جاء ذكره في المادة على سبيل المثال لا على الحصر.

فاتفاقية التريس طورت وعدلت ما تضمنته اتفاقية باريس للملكية الصناعية (تعديل استكهولم 1967) فيما يخص العلامة التجارية من عدة جوانب أهمها: أن اتفاقية التريس أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة، فتسري نفس الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية على علامة الخدمة.

أن اتفاقية التريس اتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية¹. وبالنسبة للعلامات التي لا يكون فيها ما يسمح بتمييز السلع و الخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية التسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزعم تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها (المادة 15 فقرة 1).

تجيز الفقرة الثالثة من المادة 15 للبلدان الأعضاء جعل قابلية التسجيل معتمدة على الاستخدام. غير أنه لا يجوز اعتبار الاستخدام الفعلي للعلامة شرطاً للتقدم بطلب

<http://www.trips.event.net>

¹ -أنظر في أهمية النص على ذلك في اتفاقية التريس، انظر الموقع:

لتسجيلها. فهناك بعض الدول تشترط استعمال العلامة قبل التسجيل، مثل ما هو الحال في كندا و الولايات المتحدة الأمريكية.

ولا يجوز مطلقاً أن تكون طبيعة السلعة أو الخدمات التي يراد استخدام العلامة التجارية بشأنها عقبة تحول دون تسجيل العلامة (المادة 15 فقرة 4)¹. وتلتزم البلدان الأعضاء بنشر كل علامة تجارية إما قبل تسجيلها أو بعده فوراً، وبإعطاء فرصة معقولة لتقديم التماسات بإلغاء التسجيل. كما يجوز للبلدان الأعضاء فرصة الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية.

ثانياً: الحقوق الممنوحة

تمنح الفقرة الأولى من المادة 16 لصاحب العلامة التجارية المسجلة الحق المطلق في منع الغير من استعمال علامته التجارية أو علامة مماثلة لها بالنسبة لسلعة والخدمات التي تميزها، أو السلع المماثلة التي يؤدي استعمالها لاحتمال حدوث لبس. ولم يكن لهذا الحكم مقابل في اتفاقية باريس للملكية الصناعية والتي لم تحدد مضمون حق صاحب العلامة التجارية، فالحكم الذي جاء في اتفاقية التريس يضمن الحد الأدنى من الحقوق لصاحب العلامة التجارية.

بالإضافة لذلك طورت اتفاقية التريس الأحكام الخاصة بالعلامة المشهورة، بالرجوع إلى المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، والتي أوجبت على دول الاتحاد حماية العلامة المشهورة ولو لم تكن مسجلة، إلا أن اتفاقية باريس لم تضع أي ضابط لتحديد ما المقصود بالعلامة التجارية و هو ما أشرنا إليه في المبحث الأول².

حيث عالجت اتفاقية التريس في المادة 16 فقرة 2-3 مفهوم العلامة التجارية وتمام اتفاقية باريس في عدة جوانب، فأدخلت فيها علامة الخدمة بعدما كانت تقتصر الحماية في اتفاقية باريس إلا على علامة السلعة، كما أن اتفاقية التريس وضعت ضابط من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية من خلاله تحديد مفهوم العلامة التجارية

¹- أنظر في أهمية النص على ذلك في اتفاقية التريس ، أنظر الموقع: <http://www.trips.cuentfe>

² حمام الصغير ، مرجع سابق ، ص 19.

المشهورة وهو مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية.

وتوسعت الاتفاقية في حمايتها للعلامة التجارية المشهورة، فإذا توفرت الشروط المنصوص عليها في الفقرة 3 من المادة 16 من اتفاقية التريس، فيحظر استخدام العلامة التجارية المشهورة إذا كانت مسجلة على سلع أو خدمات غير مماثلة للسلع أو الخدمات التي تستخدمها العلامة التجارية المشهورة في تمييزها.

ثالثا: الاستثناءات

المادة 17 من اتفاقية التريس "يجوز للبلدان الأعضاء النص على استثناءات محدودة من الحقوق الناشئة عن العلامات التجارية . كالاستخدام المنصف للعبارات الوصفية، شريطة أن تراعى هذه الاستثناءات المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية و الأطراف الثالثة".

ومن الأمثلة الواردة على ذلك جواز الاستخدام العادل للعبارات الوصفية للسلعة أو الخدمة بمعرفة الغير، وقد تتضمن هذه العبارات الوصفية التعريف بالسلعة و مواصفاتها و درجة جودتها، ويشترط النص لجواز هذه الاستثناءات أن تكون محدودة ، و كذا مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة.

رابعا: مدة الحماية

إن مدة الحماية المقررة للعلامة التجارية تكون سبع سنوات على الأقل، وهو ما نصت عليه صراحة المادة 18 من اتفاقية التريس، والتي منحت الحق لصاحب العلامة التجارية أن يجدد لعدة مرات غير محدودة.

خامسا : متطلبات استخدام العلامة التجارية

وفق الفقرة الأولى من المادة 19 إذا كان استخدام العلامة التجارية شرطا لاستمرار تسجيلها، لا يجوز إلغاء التسجيل الأبعد مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متوالية من عدم الاستخدام، ما لم يثبت صاحب العلامة التجارية وجود أسباب وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون ن هذا الاستخدام . فالأوضاع التي قد تفرضها الحكومات على استيراد

المواد الأولية تعتبر من قبيل القيود الواردة على عدم استخدام العلامة التجارية من قبل صاحبها.

أما الفقرة الثانية من نفس المادة فقد اعتبرت استخدام العلامة التجارية من قبل شخص آخر برضاء صاحبها، بمثابة استخدام العلامة لأغراض تسجيلها.

سادسا: تقييد استخدام العلامة بشروط أخرى

حضرت المادة 20 من اتفاقية التريس على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تقييد استخدام العلامات التجارية بشروط خاصة:

- تقييد استخدام العلامة عن طريق اشتراط وجوب استخدامها إلى جانب علامة تجارية أخرى.

- اشتراط استخدام العلامة بشكل خاص كاشتراط استخدام اسم نوعية المنتجات على جانب العلامات التجارية و خاصة المنتجات الدوائية.

سابعا: الترخيص و التنازل

تجيز المادة 21 من اتفاقية التريس لدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامة التجارية أو التنازل عنها، وأجازت أيضا لمالك العلامة التجارية التنازل عنها للغير لوحدها أو مع المنشأة التي تنتمي لها العلامة التجارية،ومن الملاحظ أن هذا الحكم يتفق مع بعض التشريعات المعمول بها قبل اتفاقية تريبس و خصوصا التشريع الفرنسي، إلا أنه يخالف العديد من التشريعات الأخرى التي لا تجيز التنازل على العلامة التجارية دون التنازل عن المحل التجاري أو المشروع الذي يستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته.

المطلب الثالث

قواعد وإجراءات تسوية المنازعات في اتفاقية التريس

تناولت المادة (64) من اتفاقية التريس قواعد تسوية المنازعات، فأوجبت الفقرة الأولى منها تطبيق المادتين 22، 23 من اتفاقية جات 1994 على المشاورات وتسوية المنازعات التي تنشأ بين الدول الأعضاء بحسب ما جاء من تفصيل في مذكرة التفاهم بشأن تسوية المنازعات، ما لم ينص على خلاف ذلك في الاتفاقية. وهذا النظام يشمل ويستغرق ويطور نظام تسوية المنازعات السابق المنصوص عليه في المادتين 22، 23 من اتفاقية جات 1947، أما المنازعات التي قد تنشأ بين أشخاص القانون الخاص، أو بينها وبين الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية فيما يتعلق بتطبيق أو تفسير تشريعات الملكية الفكرية المستمدة من اتفاقية تريس فلا تخضع لحكم المادة 64 من الاتفاقية نفسها¹.

وسوف نوضح ذلك فيما يلي:

معالجة عيوب نظام تسوية المنازعات في ظل جات 1947:

عالج النظام الجديد لتسوية المنازعات آثار النظام القديم الذي كان معمولاً به في ظل اتفاقية جات 1947. فعلى الرغم من أن اتفاقية جات 1947 كانت تتضمن في مادتيها 22، 23 أحكاماً لتسوية المنازعات بين الدول المتعاقدة إلا أن هذه الأحكام اتسمت بالقصور وعدم الفاعلية. وكان من أهم عيوب النظام القديم بطء الإجراءات، وسهولة عرقلتها، وعدم وجود قواعد تسمح بطرح النزاع على درجة أعلى من درجات التقاضي (الاستئناف)، فضلاً عن غياب الطابع الإلزامي للأحكام وعدم وجود الهيئة التي تشرف على تنفيذها. وقد فتح هذا النظام الباب للدول الأطراف لتبادل العقوبات التجارية والإجراءات العقابية الانفرادية وهذا ما فعلته الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد تماشى النظام الجديد لتسوية المنازعات وفقاً للقواعد والإجراءات الواردة في

¹ خالد ممدوح إبراهيم ، جرائم التعدي على حقوق الملكية الفكرية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2010.2011.

مذكرة التفاهم هذه العيوب، إذ تمر المنازعات بثلاثة مراحل متدرجة تبدأ بالمشاورات، ثم تشكيل فريق القديم، ثم الاستئناف. وقد حددت مذكرة التفاهم لكل مرحلة منها فترة زمنية معينة ومرنة ذات الوقت، بما يضمن تسوية المنازعات في مدة قصيرة نسبياً. ولم يعد من الممكن لأي دولة أن تعرقل إجراءات تسوية المنازعات، حيث أن موافقة جهاز تسوية على طلبات تشكيل فرق التحكيم وكذلك اعتماده لتقارير فرق التحكيم وما جاء بها وتوصيات، بالإضافة إلى تقارير جهاز الاستئناف الدائم تتم تلقائياً ما لم يقرر جهاز المنازعات بإجماع الآراء عدم اعتمادها. وهذا ما يعرف بقاعدة الإجماع السلبي التي استحدثها النظام الجديد¹.

كما أنشئت درجة جديدة من درجات التقاضي، وأجازت مذكرة التفاهم لأطراف الخصومة استئناف تقارير فرق التحكيم أمام جهاز الاستئناف الدائم، وهو جهاز لم يكن له وجود في ظل الوضع القديم.

الطابع الأخلاقي لتسوية المنازعات:

من أهم خصائص نظام تسوية المنازعات أنه لا يهدف إلى فرض عقوبة على الدولة العضو التي تخالف أحد التزاماتها الدولية المنصوص عليها في الاتفاقيات المشمولة (والمقصود بذلك الاتفاقيات متعددة الأطراف)، بل يهدف بالدرجة الأولى إلى تصحيح الأوضاع المخالفة، بحيث ينتهي الأمر بأن توافق النظام القانوني للدولة المعنية مع التزاماتها الدولية. وقد قررت المادة 03 الفقرة (7) من مذكرة التفاهم بشأن تسوية المنازعات أن توصل أطراف النزاع إلى تسوية ودية أفضل من التقاضي وفقاً لقواعد وإجراءات تسوية المنازعات المنصوص عليها في مذكرة التفاهم، أو الاستمرار في التقاضي ونصت المادة 03 الفقرة (7) على هذا الطابع الأخلاقي لتسوية المنازعات بقولها:

" يجب على كل عضو قبل رفع قضية ما أن ينظر بحكمه في جدول المقاضاة هذه الإجراءات. وهدف آلية تسوية المنازعات هو ضمان التوصل إلى حل إيجابي وفق للنزاع والأفضل، طبعاً هو التوصل إلى حل مقبول لطرفي النزاع ومتوافق مع الاتفاقات

¹ - حسام الدين الصغير ، مرجع سابق، ص 25.

المشمولة. وعند عدم التوصل إلى حل متفق عليه يكون أول أهداف آلية تسوية المنازعات هو عادة ضمان سحب الإجراءات المعنية إذا ما وجد أنها تتعارض مع أحكام أي من الاتفاقات المشمولة. ولا يجوز اللجوء إلى تقديم التعويض إلا إذا تعذر سحب التدبير فوراً على أن يكون التعويض إجراء مؤقتاً في انتظار سحب الإجراء الذي يتعارض مع اتفاق " الأخير الذي يوفر هذا التفاهم للعضو المطالبة بتطبيق إجراءات تسوية إمكانية تعليق تطبيق التنازلات أو غيرها من الالتزامات بموجب الاتفاقات على أساس تمييزي تجاه العضو الآخر، رهنا بترخيص الجهاز باتخاذ هذه الإجراءات".

الفرع الأول

جهاز تسوية المنازعات

ووفقاً للمادة (2) من مذكرة التفاهم بشأن تسوية المنازعات فقد أنشئ جهاز التسوية المنازعات ليدير القواعد والإجراءات وكذلك المشاورات وأحكام تسوية المنازعات الواردة في الاتفاقات المشمولة (ومنها اتفاقية الترس). ويتمتع الجهاز بسلطة إنشاء فرق التحكيم واعتماد تقارير الاستئناف ومراقبة تنفيذ القرارات والتوصيات، والترخيص بتعليق التنازلات وغيرها من الالتزامات التي تفرضها الاتفاقات المشمولة، ويتخذ الجهاز قراراته بتوافق الآراء، وقد نصت المادة (2) على ذلك بقولها:

"1- ينشأ جهاز تسوية المنازعات، بموجب هذا التفاهم، ليدير القواعد والإجراءات، وكذلك المشاورات وأحكام تسوية المنازعات الواردة في الاتفاقات المشمولة، ما لم يكن هناك نص آخر في اتفاق مشمول. لذلك يتمتع الجهاز بسلطة إنشاء فرق التحكيم، واعتماد تقارير جهاز الاستئناف ومراقبة تنفيذ القرارات والتوصيات والترخيص بتعليق التنازلات وغيرها من الالتزامات التي تبرم بموجب الاتفاقات المشمولة وفي ما يخص المنازعات الناشئة استناداً إلى اتفاق تجاري عديد الأطراف، فإن كما ترد "عضو" كما ترد فيه يكن هناك نص جهاز الاستئناف واعتماد تقارير، ومراقبة تنفيذ القرارات والتوصيات، والترخيص

بتعليق التنازلات وغيرها من الالتزامات التي تبرم بموجب الاتفاقات المشمولة¹. وفيما يخص المنازعات الناشئة استنادا إلى اتفاق هو اتفاق تجاري عديد الأطراف، فإن كلمة "عضو" كما ترد فيه تشير فقط إلى تلك الأعضاء التي هي أطراف في الاتفاقية التجارية عديدة الأطراف. وعندما يدير الجهاز أحكام تسوية المنازعات الاتفاق التجاري عديد الأطراف، فإنه لا يحق إلا للأعضاء الأطراف في ذلك بالاتفاق المشاركة في القرارات أو الإجراءات التي يتخذها الجهاز فيما يتعلق بهذه المنازعات.

- 2- يقوم جهاز تسوية المنازعات بإعلام المجالس واللجان المختصة في منظمة التجارة العالمية بتطور أي منازعات تتصل بأحكام الاتفاقات المشمولة المعنية.
- 3- يجتمع الجهاز كلما دعت الضرورة للقيام بمهامه ضمن الفترات الزمنية المنصوص عليها في هذا التفاهم.
- 4- يتخذ الجهاز قراراته بتوافق الآراء في الحالات التي تقتضي أحكام وإجراءات هذا التفاهم اتخاذ قرار فيها "

الفرع الثاني

المراحل الثلاث لتسوية المنازعات

يتم حل النزاع عبر عدة طرق عديدة منها المساعي الحميدة، التوافق، الوسائط و التحكيم².

وفي إطار هذا الطابع الأخلاقي لتسوية المنازعات وضعت مذكرة التفاهم ثلاث مراحل تصاعدية لتسوية المنازعات. وتبدأ بالمشاورات (المرحلة الأولى، فإذا لم تسفر

¹- و الاتفاقيات المشمولة هي الاتفاقيات متعددة الأطراف و منها اتفاقية التريس ، فجولة الأرجواي اسفرت من باستثناء اربعة اتفاقيات يطلق عليها الاتفاقيات عديدة إبرام 28 اتفاقية وهي جميعا اتفاقيات متعددة الأطراف الأطراف:1 اتفاقية التجارة في الطائرات المدنية 2- اتفاقية المشتريات الحكومية 3- اتفاقية منتجات الالبان 4اتفاقية لحوم الأبقار.
²- فائن حصين حوى، الموقع الالكتروني و حقوق الملكية الفكرية ، دار الثقافة النشر و التوزيع، عمان.

المشاورات عن التوصل إلى تسوية ودية للنزاع جاز للطرف الشاكي طلب تشكيل فريق تحكيم (المرحلة الثانية)، وقد أجازت القواعد الأطراف النزاع استئناف تقارير فريق التحكيم أمام جهاز الاستئناف الدائم (المرحلة الثالثة).

المرحلة الأولى: المشاورات

ونصت المادة الرابعة من القواعد سالفه الذكر على أنه:

" إذا قدم طلب المشاورات عملاً باتفاق مشمول، يجب على العضو الذي يقدم إليه الطلب، ما لم يجر اتفاق متبادل على عكس ذلك، أن يجيب على الطلب في غضون 10 أيام من تاريخ تسلمه وأن يدخل بحسن نية في مشاورات ضمن فترة لا تتجاوز 30 يوماً بعد تسلم الطلب، بهدف التوصل إلى حل مرضٍ للطرفين. وإذا لم يرسل العضو ردة في غضون 10 أيام من تسلم الطلب، أو لم يدخل في مشاورات ضمن فترة لا تتجاوز 30 يوماً بعد تسلم الطلب، حق للعضو الذي طلب المشاورات أن ينتقل مباشرة إلى طلب إنشاء فريق تحكيم " (الفقرة 3)

وعلى العضو الطالب للمشاورات أن يخطر الجهاز والمجالس واللجان ذات الصلة بطلبة المشاورات . وتقدم طلبات عقد المشاورات كتابة وتدرج فيها الأسباب الداعية للطلب بما فيها تحديد الإجراءات المعترض عليها مع ذكر الأساس القانوني للشكوى. (الفقرة 04) ويجب على الأعضاء أن يسعوا خلال سير المفاوضات إلى تسوية مرضية للنزاع، قبل اللجوء إلى أي إجراء آخر. (الفقرة 5)

وتكون المفاوضات سرية، وينبغي ألا تخل بحقوق أي عضو في أية إجراءات لاحقة. (الفقرة 6)

وإذا أخفقت المشاورات في تسوية نزاع ما في غضون ستين يوماً بعد تاريخ تسلم طلب إجراء المشاورات، جاز للطرف الشاكي أن يطلب إنشاء فريق تحكيم. ويجوز للطرف الشاكي أن يطلب تشكيل فريق تحكيم خلال فترة الستين يوماً إذا ما اعتبر الطرفان المتشاوران معاً أن المشاورات قد أخفقت في تسوية النزاع. (الفقرة 7)

ويجوز للأعضاء في الحالات المستعجلة، بما فيها تلك المتعلقة بالسلع سريعة التلف، أن يدخلوا في مشاورات في غضون ما لا يزيد عن عشرة أيام من تاريخ تسلم

الطلب. وإذا أخفقت المشاورات في حل النزاع خلال عشرين يوما بعد تسلّم الطلب، جاز للطرف الشاكي أن يطلب إنشاء فريق تحكيم. (الفقرة 8) هذا، وقد أجازت المادة الخامسة من القواعد لجوء الأطراف إلى المساعي الحميدة، والتوفيق، والوساطة بإجراءات تتخذ طوعيا إذا وافق طرفا النزاع.

المرحلة الثانية: تكوين فريق التحكيم.

إذا لم تسفر المشاورات عن التوصل إلى تسوية ودية للنزاع جاز للطرف الشاكي طلب تشكيل فريق التحكيم، إلا إذا قرر الجهاز في ذلك الاجتماع بتوافق الآراء عدم تشكيل الفريق¹.

ويقدم الطلب بتكوين فريق التحكيم مكتوبا، وينبغي أن يبين الطلب ما إذا كانت قد عقدت مشاورات، وأن يحدد موضوع النزاع وأن يقدم ملخصا مختصرا للأساس القانوني للشكوى يكون كافيا لعرض المشكلة بوضوح. (المادة 6 فقرة 2)

وقد حددت المادة السابعة اختصاصات فرق التحكيم وذلك في حالة علم اتفاق طرفي النزاع على خلاف ذلك في غضون 20 يوما من تشكيله، فنصت على أن تختص فرق التحكيم ب:

أن تفحص في ضوء الأحكام ذات الصلة، الموضوع الذي قدمه الشاكي ك. ر لتسوية المنازعات وأن تتوصل إلى نتائج من شأنها مساعدة جهاز تسوية المنازعات على تقديم التوصيات أو اقتراح الأحكام المنصوص عليها في ذلك الاتفاق أو تلك الاتفاقات التي يستشهد بها طرفا النزاع.

وتتكون فرق التحكيم من ثلاثة أشخاص ما لم يتفق طرفا النزاع ، خلال عشرة ايام من إنشاء فريق تحكيم ، على أن تتكون من خمسة أشخاص ، ويجب إخطار الأعضاء بتكوين الفريق دون إبطاء. (المادة 8 فقرة 5)

ويمارس أعضاء فريق التحكيم عملهم بصفتهم الشخصية وليس كممثلين لحكوماتهم أو ممثلين لأية منظمة من المنظمات. (المادة 8 فقرة 9)

¹ - حسام الدين الصغير، المرجع سابق ، ص 28.

وفي النزاعات التي تنشأ بين عضو من البلدان النامية وعضو من البلدان المتقدمة، يجب أن يكون أحد أعضاء الفريق على الأقل من البلدان النامية، إذا طلب العضو من البلدان النامية ذلك. (المادة 8 فقرة 10)

يؤخذ في الاعتبار في دعاوى فرق التحكيم مصالح طرفي النزاع ومصالح أي أعضاء آخرين وفق اتفاق متعدد الأطراف ذوي الصلة بالنزاع، ويمكن لأي طرف ثالث له مصلحة جوهرية في أمر معروض على فريق تحكيم ما أن يتدخل في النزاع، وأن يقدم المذكرات إلى فريق التحكيم وإلى أطراف النزاع. (المادة 10)

وقد حددت المادة 11 وظيفة فرق التحكيم وهي مساعدة جهاز تسوية على الاضطلاع بمسئوليته بموجب مذكرة التفاهم والاتفاقات المشمولة. ولهذا المنازعات ينبغي لأي فريق تحكيم أن يضع تقيماً موضوعياً للأمر المطروح عليه، بما في ذلك تقييم موضوعي لوقائع القضية ولانطباق الاتفاقات المشمولة ذات الصلة عليها وتوافقها معها، والتوصل إلى أية نتائج أخرى من شأنها مساعدة الجهاز على تقديم التوصيات أو اقتراح الأحكام المنصوص عليها في الاتفاقات المشمولة. وينبغي لفريق التحكيم أن تتشاور بانتظام مع طرفي النزاع وأن توفر لهما الفرصة الكافية للتوصل إلى حل مرض الطرفين¹.

ويضع أعضاء فريق التحكيم بعد التشاور مع طرفي النزاع، وفي أسرع وقت ممكن، وإن أمكن خلال أسبوع بعد تشكيله والاتفاق على اختصاصاته، الجدول الزمني لطرفي القضية المعروضة في (المادة 12 فقرة 3).

وحيث يفشل طرفا النزاع في التوصل إلى حل مرض للطرفين، يقدم الفريق استنتاجاته على شكل تقرير مكتوب موجه إلى جهاز تسوية المنازعات. ويشمل التقرير في هذه الحالات، بيانا بالوقائع وبانطباق الأحكام ذات الصلة والمبررات الأساسية هي نتيجة من النتائج وتوصيات فريق التحكيم. وعند التوصل إلى تسوية للأمر بين أطراف النزاع، يقتصر التقرير على وصف مختصر للقضية والإعلان عن التوصل إلى حل. (المادة 12 فقرة 7).

¹ - حسام الدين الصغير، المرجع سابق، ص 29

ويجب كقاعدة عامة ألا تتجاوز المدة التي يجري فيها الفريق دراسته، منذ الاتفاق على تشكيلة وعلى اختصاصاته إلى تاريخ إصدار تقريره النهائي لطرفي النزاع، فترة ستة أشهر، وذلك بغية زيادة كفاءة الإجراءات. وفي الحالات المستعجلة، بما فيها تلك المتعلقة بالسلع سريعة التلف، يسعى الفريق إلى إصدار تقريره إلى طرفي النزاع في غضون ثلاثة أشهر. (المادة 12 فقرة 8)

وإذا وجد الفريق أنه لا يستطيع إصدار تقريره خلال ستة أشهر، أو خلال ثلاثة أشهر في الحالات المستعجلة، يجب ليه إخطار الجهاز كتابة بأسباب التأخير وبتقدير للمدة المطلوبة لإصدار التقرير. ولا يجوز في أي حال من الأحوال أن تتجاوز الفترة الممتدة بين إنشاء الفريق وتعميم التقرير على الأعضاء التسعة أشهر. (المادة 12 فقرة 9) وتكون مداوات فرق التحكيم سرية، وتوضع تقارير فرق التحكيم دون حضور أطراف النزاع في ضوء المعلومات والبيانات المقدمة. وتترج الآراء التي يعبر عنها مخف أعضاء الهيئات في تقارير الفرق دون ذكر أسماء. (المادة 14) اعتماد تقارير فرق التحكيم:

ووفقا للمادة 16 مذكرة التفاهم لا ينظر جهاز تسوية المنازعات في اعتماد التقارير قبل مرور عشرين يوما على تعميمها على الأعضاء، وذلك لتوفير الوقت الكافي للأعضاء لدراسة تقارير فرق التحكيم. ويقدم الأعضاء الذين لديهم اعتراضات على السبايا مكتوبة تشرح اعتراضاتهم ليجري تعميمها قبل عشرة أيام على الأقل من الأمر الذي سينظر خلاله التقرير. ولأطراف النزاع الحق في المشاركة الكاملة في دراسة تقرير الفريق من جانب الجهاز، وتسجيل وجهات نظرها بالكامل¹.

ويعتمد الجهاز تقرير الفريق في أحد اجتماعاته خلال ستين يوما بعد تاريخ تعميم التقرير على الأعضاء، ما لم يخطر أحد الأطراف الجهاز بقراره تقديم استئناف أو يقرر الفريق بتوافق الآراء عدم اعتماد التقرير. وإذا أخطر أحد الأطراف الجهاز بقراره بالاستئناف، فإن الجهاز لا ينظر في اعتماد تقرير الفريق إلا بعد استكمال الاستئناف. ولا تخل إجراءات الاعتماد بحق الأعضاء في التعبير عن آرائهم بشأن تقرير فريق ما.

¹ - حسام الدين الصغير، المرجع سابق، ص 30

المرحلة الثالثة: الاستئناف إنشاء جهاز تسوية المنازعات جهازا دائما للاستئناف. وينظر جهاز الاستئناف في القضايا المستأنفة من فرق التحكيم. ويتكون الجهاز من سبعة أشخاص يخصص ثلاثة منهم لكل قضية من القضايا. ويعمل أعضاء جهاز الاستئناف بالتناوب فيما بينهم. (المادة 17 فقرة 1)

ويتألف جهاز الاستئناف من أشخاص مشهود لهم بالمكانة الرفيعة، وبالخبرة الراسخة في مجال القانون والتجارة الدولية وموضوع الاتفاقات المشمولة عموما، ويجب ألا يكونوا تابعين لأية حكومة من الحكومات. (المادة 17 فقرة 3)

ويقصر الاستئناف على المسائل القانونية الواردة في تقرير الفريق وعلى التفسيرات القانونية التي توصل إليها. (المادة 17 فقرة 6)

ويعتمد جهاز تسوية المنازعات تقارير جهاز الاستئناف وتقبلها أطراف النزاع دون شروط ما لم يقرر جهاز تسوية المنازعات بتوافق الآراء عدم اعتماد تقرير جهاز الاستئناف في غضون ثلاثين يوما بعد تعميمه على الأعضاء)¹. (المادة 17 فقرة 14)

وإذا وجد فريق ما أو جهاز الاستئناف أن إجراء ما يتعارض مع اتفاق متعدد فانه يوصى بأن يعدل العضو المعنى بالإجراء بما يتوافق مع الاتفاق الحالي.

وللفريق أو جهاز الاستئناف، أن يقترح، إضافة إلى توصياته، السبل التي يستطيع العضو المعنى بموجبها تنفيذ التوصيات. (المادة 19 فقرة 1)

وينبغي على العضو المعنى أن يعلم جهاز تسوية المنازعات، في الاجتماع الذي يعقده الجهاز في غضون ثلاثين يوما بعد تاريخ اعتماد تقرير الفريق أو جهاز الاستئناف، بنواياه فيما يتصل بتنفيذ توصيات وقرارات جهاز تسوية المنازعات، وإذا تعذر عمليا الامتثال فورا للتوصيات والقرارات، تتاح للعضو المعنى فترة معقولة من الوقت لكي يفعل ذلك. (المادة 21 فقرة 3)

¹ - حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 32 -

الفرع الثالث

التعويضات وإيقاف التمتع بالمزايا

يراقب جهاز تسوية المنازعات تنفيذ التوصيات و القرارات.

وإذا أخفق العضو المعنى في الامتثال للتوصيات والقرارات خلال المدة الزمنية المعقولة التي تحددها الفقرة الثالثة من المادة 21، يجب على هذا العضو، إذا طلب منه ذلك، الدخول مع أي طرف يطلب تطبيق إجراءات تسوية المنازعات في مفاوضات بهدف التوصل إلى تعويض مقبول للطرفين. وإذا لم يمكن الاتفاق على تعويض مرض خلال عشرين يوما بعد انقضاء الفترة الزمنية المعقولة جاز لأي طرف طلب تطبيق إجراءات تسوية المنازعات أن يطالب جهاز تسوية المنازعات الترخيص له بتعليق التنازلات أو غيرها من الالتزامات بالنسبة للعضو المعنى وفقا للقواعد المنصوص عليها في المادة 22 (3). ويجوز لإجراءات التسوية المتقدمة اللجوء إلى أسلوب التحكيم السريع في إطار الأطراف النزاع كبديل منظمة التجارة العالمية وذلك بالتراضي بين الأطراف (المادة 25).

الفرع الرابع

قواعد تسوية المنازعات المتقدمة

خضوع المنازعات التي تنشأ بين الدول الأعضاء بشأن تطبيق اتفاقية الترس القواعد تسوية المنازعات المتقدمة ذكرنا فيما تقدم أن المادة 64 من اتفاقية الترس تناولت قواعد تسوية المنازعات، فأوجبت الفقرة الأولى منها تطبيق المادتين 22، 23 من اتفاقية جات 1994 على المشاورات وتسوية المنازعات التي تنشأ بين الدول الأعضاء وفقا لما جاء من قواعد تفصيلية في مذكرة التفاهم بشأن تسوية المنازعات. ومن ثم فإن كافة المنازعات التي هي بين الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بشأن الحقوق والالتزامات الواردة في اتفاقية الترس الذي ذكرناه. تخضع لقواعد وإجراءات تسوية المنازعات الواردة في مذكرة التفاهم على التفصيل الذي ذكرناه.

ومن الجدير بالذكر أن اتفاقية الترس تعتبر أول اتفاقية في مجال الملكية الفكرية تضع قواعده تفصيلية لتسوية المنازعات بين الدول الأطراف، إذ لا يوجد مقابل لهذه

القواعد التفصيلية الواردة في مذكرة التفاهم، التي أحالت إليها اتفاقية التريس، في أي اتفاقية دولية أخرى من الاتفاقيات التي أبرمت في موضوعات الملكية الفكرية¹.

وتجدر الإشارة في هذا الخصوص إلى المادة 28 من اتفاقية باريس قد وضعت نظاماً هشاً لتسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في اتحاد باريس بشأن تفسير أو تطبيق الاتفاقية، إذ أجازت للدول، إذا لم يتم تسوية النزاع ودياً فيما بينها، أن تعرض النزاع على محكمة العدل الدولية. وهذا ما تقرره أيضاً المادة 33 من اتفاقية بين لحماية المصنفات الأدبية والفنية. وقد ثبت عملياً فشل هذا النظام بسبب عدم وجود آلية تضمن تنفيذ ما تقضي به محكمة العدل الدولية، إذ لم تلجأ إلى محكمة العدل الدولية أي دولة من الدول المتعاقدة في اتفاقيتي باريس وبرن حتى الآن على حد علمنا.

وقد عرضت على جهاز تسوية المنازعات في منظمة التجارة العالمية عدة منازعات نشبت بين الدول الأعضاء تتعلق بتطبيق اتفاقية التريس، بلغ عددها حتى الآن هذه المنازعات بالاتفاق المتبادل بين أطرافها على حل 25 منازعة. وقد تم تسوية بعض ودي، بينما لازالت بعض المنازعات الأخرى محل نظر ولم يتم تسويتها بعد، وتم الفصل في منازعات الأخرى بعد أن اعتمد جهاز تسوية المنازعات ما جاء بصفة نهائية في بعض بتقرير فرق التحكيم أو تقرير جهاز الاستئناف من نتائج وتوصيات.

¹ - حسام الدين الصغير ، المرجع السابق ، ص 33.

الفصل الثاني

باعتبار العلامة التجارية عنصر مهم في تحقق مصالح الاقتصاد الوطني بصورة عامة، و التي تهدف العلامة التجارية عنصر مهم في تحقق مصالح الاقتصاد الوطني إلى تحقيق مصالح كافة الأعوان الاقتصاديين من منتجين وموزعين وتجار وحتى المستهلكين.

ومن خلال الأهمية البالغة للعلامة التجارية ودورها في تنمية الاقتصاد، مما دفع الدول والحكومات إبرام اتفاقيات و سن تشريعات لمكافحة أشكال التعدي على العلامة - الحماية القانونية اللازمة لها، سواء حمايتها مبنيا أو ما يعرف بالتعويض الناتج عن دعوى المنافسة غير المشروعة، أو حمايتها جزائيا وذلك بمعاينة مرتكبي الجرائم المتعلقة بالعلامة التجارية والتعدي عليها بالتزوير أو التقليد.

ولقد خصصنا مبحثين في هذا الفصل:

المبحث الأول نتناول فيه الحماية المقررة في القانون المدني والميل التالي نخصه للحماية الجزائية للعلامة التجارية.

المبحث الأول

الحماية المدنية للعلامة التجارية

وسنتناول في هذا المبحث دعوى المنافسة غير المشروعة كنوع من الحماية المقررة في القانون المدني لحماية العلامة التجارية وكذا شروطها و الآثار المترتبة عنها.

المطلب الأول

دعوى المنافسة غير المشروعة

إن أصل التجارة قائم على حرية المنافسة المستمدة من الأعراف، فالمنافسة هي طرق جديدة لترويج المنتجات التجارية أو الصناعية و حتى التي تخلق التحفيز لابتكار تقديم الخدمات لتحقيق أفضل النتائج و الأرباح¹، لكن إذا كانت المنافسة بطرق احتيالية أي بطرق ووسائل غير مشروعة ومخالفة للأعراف التجارية الدولية، فهنا المشروعة. تكون أمام المنافسة غير المشروعة، التي تمنح للمتضرر منها حق رفع دعوى المنافسة إلى أي أساس قانوني تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة، وما مدى نطاق ممارستها في إطار العلامة التجارية.

وفي اتفاقية ترس عرفت في المادة 22 الفقرة 1 تسمية المنشأ بالمؤشرات الجغرافية بأنها التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي إحدى الدول الأعضاء في الاتحادية أو في موقع ما فيها و ذلك حين تكون النوعية أو السمات الأخرى لهذه السلعة ترجع بصورة رئيسة إلى مصدرها، و لكن إذا أصبح الاسم الجغرافي غير قادر على تمييز السلعة بإسنادها إلى مصدرها الجغرافي.

ولذلك فإن العلامة التجارية على خلاف تسمية المنشأ غير مرتبطة بالمنطقة الجغرافية و أن كانت العلامة التجارية تخص إنتاج أو تجارة أو خدمة فإن تسمية المنشأ تخص منطقة معينة بما تتمتع به من خصوصيات في عواملها الطبيعية أو البشرية على خلاف غيرها من المناطق كالمياه المعدنية "سعيدة" و المشروبات "نقاوس"، صف إلى ذلك العلامة سواء كانت تجارية أو صناعية أو علامة خدمة فإنها تتخذ رسماً أو شكلاً أو صورة أو تسمية عامة أو خاصة في حين أن تسميات المنشأ تخص إنتاج معين، يخص

¹ - زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة، دار الحامد لنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص 16.

منطقة معينة دون غيرها . ومن ناحية أخرى ملك لشخص، أما تسميات المنشأ هي ملك لكل الأشخاص مكونة علاقة بين منتجاتها.

المبحث الثاني : أشكال العلامة التجارية و أنواعها

المطلب الأول : أشكال العلامة التجارية

من خلال الأمر 03-06 فان العلامة التجارية قد تتخذ أشكالا مختلفة

01- الأسماء

كثيرا ما يتخذ الشخص الاسم العائلي كعلامة تجارية أو صناعية أو خدمة ، هذا و يمكن للشخص أن يتخذ الاسم العائلي لغيره كعلامة كاسم فنان معين أو زعيم مشهور بشرط استئذان صاحبه متى كان حيا أو ميتا أو ورثته ، وفي حالة آذ كان هناك تشابه يزول البس باصافة اسم أو تغييره

الأسماء الخاصة

هي تسميات متخذة كعلامة تجارية أو تجارية أو صناعية أو خدمة لكنها في الأصل أسماء لأشخاص مشهورين أو فنانين في مجالات مختلفة و لابد من الاتفاق مع صاحب هذا الاسم فالاسم يرتبط بشخص و يبتعد عن الأسماء العائلية بالتالي هو في غير الحاجة إلى اتفاق مع صاحب الاسم ، بل و يمتنع اتخاذه كعلامة تجارية بناء على حق الابتكار الدائم ، أما الأسماء العامة ك "علي" أو محمد " و التي لا تحتوي على ميزات معينة فلا يمكن أن تتخذ كعلامة تجارية لان ممن حق كل شخص استعمالها .

الأسماء المبتكرة يتم ابتكارها للفت نظر المستهلك بحيث يكون مميذا عن الأسماء الموجودة في السوق و يكون في شكل لفظ أو عدة ألفاظ لا معنى لها في الحقيقة و لكن لها وقع على المستهلك ، كتسمية "نيدو للحليب" "مارلبورو للسجائر" أو "كوكاكولا للمشروبات" فعنصر الابتكار هام لاعتبار أن التسمية علامة تجارية لما تحمله من تمييز و إلا كانت التسمية باطلة.

الفرع الأول

حق المنافسة

المقصود بالمنافسة هو التنافس بين المؤسسات التجارية (حسب تعريفها في الأمر رقم 06 / 03) التي تمارس نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات و ذلك من أجل اجتذاب الزبائن و ترويج المنتجات و الخدمات ، وهي بهذا المفهوم تحقق التوازن داخل الأسواق من حيث وفرة السلع و الخدمات وإشباع رغبة المستهلكين وزيادة الفعالية الاقتصادية ، وهنا يجد الإشارة بأنه لكل شخص طبيعي كان أو معنوي ويحمل صفة التاجر الحق القيام بالمنافسة المشروعة ، فأصل في المنافسة أنها عمل مشروع وشريف لا بد منه للوصول إلى تجارة وصناعة متقدمة¹، لذلك وجب أن تكون المنافسة مبنية على أسس وطيقة من الشرف والصدق والأمانة ضمانا لمصالح العاملين في ميدان التجارة و الصناعة ولجمهور المستهلكين أيضا².

ولتكون المنافسة منظمة فقد تخذ المشرع الجزائري بسن الأمر 03/03 المؤرخ في 19 جوان 2003 و المتعلق بالمنافسة والمعدل بالقانون 08 / 12 المؤرخ في 25 جوان 2008 وقد جاءت المادة 3 من الأمر لمنع الممارسات المقيدة للمنافسة بين المؤسسات التجارية وذلك عن طريق تحديد الأعمال التي تعد من قبيل المنافسة المشروعة ومنع الأعمال التي من شأنها إحداث المنافسة غير المشروعة، مما يؤدي رفع في مستوى الإنتاج من حيث الجودة و الكمية و كذا خفض الأسعار لتلبية حاجيات المستهلك، ومن جهة أخرى زيادة في اليد العاملة مما يؤدي لتحقيق النمو الاقتصادي، وعلي الرغم من قيام المشرع بوضع هذه الأحكام المتعلقة بحرية المنافسة المشروعة ومنع هيمنة أو احتكار الأسواق، إلا أن ذلك لا يمنع من قيام بعض أوجه المنافسة غير المشروعة التي لم يعالجها القانون القانون، ومثال أن كلك لا يمنع من قيام بعض أوجه المنافسة غير المشروعة التي لم يعالجها السلعة بنفس على ذلك أن تقوم شركة منتجة لعلامة مشهورة بوليا، و أخرى تنتج نفس المواصفات أو بمواصفات اعلي، إلا أن أصحاب هاته الأخير

¹ - ماهر فوزي حمدان ، حماية العلامة التجارية ، منشورات الجامعة الأردنية ، 1999 ، ص 69.

² - مصطفى كمال طه ، القانون التجاري ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر 1996 ، ص 180.

يتضررون بسبب انجذاب العملاء نحو العلامة المشروعة، أو أن يقوم تاجر ببيع السلع بسعر اقل من سعر التكلفة الحقيقي و أن لحقت بتجارته الخسارة فينجح في جذب زبائن الغير و يؤثر على نشاطهم التجاري و بعدها يعمد إلى رفع الأسعار بعد أن يتمتع باحتكار فعلي لها فالمشروع الجزائري اعتبر¹ أسعار السلع و الخدمات تحدد بصفة حرة و ذلك اعتمادا على قواعد المنافسة.

الفرع الثاني

الأسس القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة

لم يضع المشروع الجزائري أحكام خاصة بدعوى المنافسة غير المشروعة، و إنما اكتفي فقط بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها منافسات غير مشروعة، فتكلم فيما يخص العلامة التجارية عن تقليد العلامة وتقليد كذا المنتجات والخدمات أو حتى تقليد الإشهار من قبل العون الاقتصادي المنافس، قصد كسب زبائن هذا العون، وذلك تشتيت ذهن المستهلكين، وهو ما يشكل منافسة غير مشروعة.

إلا أن القضاء و الفقه أرادا تحديد أساس قانوني الدعوى المنافسة غير المشروعة مسمدين ذلك من الأحكام العامة للمسؤولية المدنية، فمنهم من أسندا ذلك لنظرية التعسف في استعمال الحق و منهم من اسند دعوى المنافسة غير المشروعة لأحكام المسؤولية التصيرية، لكن ظهرت نظرية حديثة التي حاولت إعطاء أساس جديد تقوم عليه دعوى المشروعة بعيدا عن القواعد العامة في المسؤولية القائمة على المسؤولية المنافسة غير التصيرية وبعيدا كذلك على نظرية التعسف في استعمال الحق².

ومضمون هذا الاتجاه هو أن الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبة بين الحق الشخصي والعيني، فإذا كانت طبيعة الحق هي التي تحدد الدعوى، إلا أن ذلك لا ينطبق إلا على الحقوق المالية، ومن الملاحظ أن حق المنافسة حق مركب من العنصر

¹ - زينا غانم عبد الجبار، المرجع السابق، ص 20.

² - أحمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، القاهرة، 1994، ص 172.

البشري المتمثل في المنافس والعنصر المالي المتمثل في المضاربة، ومن ثم فإن الدعوى التي تحمي المنافسة لا تدخل في نطاق التقسيم التقليدي للدعاوي¹.

ويتجه جانب من الفقه² انه لا يجب النظر إلى التعدي على العلامة التجارية بأنه مجرد تعدي ذو طبيعة مالية لها قيمة اقتصادية يجب حمايتها، بل يجب التوسع في هذه النظرة كونها تعدي أيضا على المنافسة الشريفة، فهناك عنصر بشري و هناك عنصر مالي، وهذان العنصران همت آليات المنافسة، إذا فالأسس القانونية الدعوى المنافسة غير المشروعة يستند إلى كونها دعوى ذات طبيعة خاصة.

الفرع الثالث

نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة

منحت المادة 29 فقرة 2 من الأمر 03 /06 الحق للمالك العلامة التجارية المسجلة وحده رفع دعوى مدنية إذا أثبت أنه تم المساس بعلامته أو كان هذا وشيك، أي أنه يجوز رفع الدعوى حتي إذا كان الخطر احتمالي، لكن الأصل في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر علا صاحب العلامة التجارية المسجلة بما أن القانون منح له الحق في ذلك مكتفيا باحتمال وقوع ضرر للمالك وفق أحكام الأمر 03 /06. بل إن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن يرفعها من أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة سواء أكان المنتج للعلامة أو الموزع لها كما يمكن للمستهلكين رفع هذه الدعوى للتعويض عن الأضرار اللاحقة بهم³.

¹- أحمد محرز ، المرجع السابق ، ص312.

²- ماهر فوزي حمدان ، المرجع السابق ، ص 100.

³- علي جمال الدين عوفي ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، بدون سنة طبع ، ص 302.

فأوجب المشرع الجزائري عدم المساس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية و أن لا تسبب له ضررا معنويا في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ 4 و منعت المادة 4 من الأمر رقم 03 / 06 أستعمل أي علامة السلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها. وما يعاب على المشرع الجزائري في أحكام الأمر رقم 03/06 أنه يمنح الحماية لصاحب العلامة التجارية المسجل فقط حتى كان الضرر احتمالي، في المقابل لم يمنح أي حماية لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة، وهو ما يخالف أحكام حماية العلامة التجارية دوليا حيث أن اتفاقية الأدبيك لعام 1994، والتي لم تشترط تسجيل العلامة التجارية حتى تسمح لصاحبها رفع دعوى عن التعدي الذي وقع عليه. ومنه فلا نرى مبررا لاشتراط المشرط الجزائري تسجيل العلامة التجارية حتى تحصل على الحماية، فأولى منح صاحب العلامة التجارية غير المسجلة على الأقل حق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

المطلب الثاني

شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

هناك مجموعة من الشروط يجب توفرها لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة، وفي العناصر التي تتطلبها القانون لقيام المسؤولية، وتتمثل في الفعل أيجاد أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر وهو الضرر الناتج عن أعمال المنافسة غير المشروعة ثم العلاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر.

¹ - المادة 19 من القانون رقم 09 / 03 المؤرخ في 25 / 02 / 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، السنة 46.

الفرع الأول

وجود أفعال المنافية غير المشروعة

عددت المادة 27 من القانون رقم 02 / 04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حالات المناقصة غير المشروعة، ويرجع للفقرة الثانية من نص المادة * تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة

2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الجهاز الذي يقوم به صد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك

نجد أنها هي الحالة الوحيدة التي تكلمت على العلامة التجارية، والملاحظ أن الفترة لم توضح إن كان الأمر متعلق بالعلامة التجارية المسجلة فقط أو أن الأمر يمتد حتى العلامة التجارية غير المسجلة، إذا فهل يعني ذلك أنه يحق لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة الحق في التمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة ، كما أن مصطلح التي يقوم بها الغير اللي جاء في نص المادة يقصد به في قانون العلامات رقم 04/02 جميع الاعتداءات في نظر الأمر رقم 06 / 03 على الحقوق الناشئة لصاحب العلامة التجارية المسجلة فقط ، و التقليد ومنه فإن القانون 02 / 04 له محلول جزائي أي يشكل جنحة وفق هذا المعني يطرح إشكالا فيما يتعلق بحالة المنافسة غير المشروعة الواقعة على العلامة التجارية ، فهل يتيح هذا القانون لصاحب العلامة التجارية هناك رأي غير المسجلة رفع دعوى المنافسة غير المشروعة في الحماية علامته .

هناك رأي¹ يرى أن تأسيس الدعوى على تقليد العلامة التجارية لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة أو من رخص له بذلك ضد من قام بالتقليد. أما الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة فنثبت لكل من لحقه ضرر من جراء هذا التصرف، فهذا الرأي و إن كان صائب فإنه يتنافى و أحكام الفقرة الثانية 2 المذكورة أعلاه و التي تعتبر تقليد العلامة المشروعة من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة، فالمشرع الجزائري قدم

¹ - فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، الجزائر ، 2006 ، ص 256.

مصطلح تقليد في القانونين 06/ 03 على أنه مصطلح مغاير لمعناه في القانون رقم 02 / 04 وهو ما يوقنا فبإشكال تحديد الدعوى الواجبة لصاحب العلامة التجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة.

الفرع الثاني

وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة

لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أنت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للتاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية¹، وسواء كان هذا الضرر معنويا أو ماديا فإن المحكمة هي المسؤولة قيام أفعال المنافسة غير المشروعة التي تلحق الضرر، وهذا خلافا للقواعد عن استخلاص العامة للمسؤولية المدنية التي تلزم المتضرر بإثبات الضرر الذي أصابه.

فالمنافسة غير المشروعة لا يمكن إثبات الضرر إطلاقا، فيكفي إثبات وقوع المشروعة وقاضي الموضوع هو المسؤول عن تقدير التعويض مستخلصا ذلك من طبيعة أعمال المنافسة غير المشروعة، وهناك بعض الحالات من أفعال المنافسة غير المشروعة لا يترتب عليها أي ضرر و إنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل²، أو ما يسمى برفع الاعتداء وهو أحد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية، ووفق الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لصاحب تسجيل العلامة إذا أثبت أن مساس بحقوقه أصبح وشيكا أن يلجأ للمحكمة المختصة للفصل في المساس بالحقوق و الأمر بمصادرة الأشياء و الوسائل التي استعملت في التقليد.³

¹ - عبد الله الخشروم ، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية دراسة مقارنة في التشريع الأردني ، مقال منشور في مجلة أبحاث اليرموك ، جامعة اليرموك ، سنة 2004 ، ص 688.

² - ماهر فوزي حميدا ، المرجع السابق، ص 83.

³ - المادة 29 فقرة 3 من الأمر 06/03.

وتجدر الإشارة هنا بأن كل اعتداء على العلامة التجارية وإن لم يشكل ضرر ماديا لصاحب العلامة التجارية فإنه بتأكيد يمس بسمعة العلامة و يشوه المنتج، قال المالك العلامة هو حق مزدوج مادي و معنوي، فالاعتداء على العلامة يشكل ضرر ماديا ومعنويا لمالك العلامة.

الفرع الثالث

العلاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر

للمطالبة بالتعويض من المتضرر من تعرض الغير الواقع على علامته التجارية يتطلب وجود علاقة سببية بين فعل المنافسة غير المشروعة و الضرر الناتج عنها لصاحب الالامة التجارية، وهو الإثبات الذي يقع عاتقه على صاحب العلامة التجارية، فغذا لم يثبت تلك العلاقة السببية بين الفعل و الضرر، فليس له الحق من الاستفادة من التعويض.

و الملاحظ أن المادة 29 من الأمر 03 /06 المتعلق بالعلامات تتيح لصاحب العلامة التجارية المطالبة بالتعويض و وقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها ، وهو ما يمنع الضرر جراء الاعتداء على حقوقه الناشئة على العلامة التجارية مستقبلا، لكن بالرجوع إلي القانون 04 /02 فلا يمكن المطالبة بالتعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا بعد وقوع الضرر و كذا إثبات العلاقة السببية بين الفعل و الضرر من قبل المضرور، و نلاحظ في نص أنه 03/06 أنه يكفي إثبات الأفعال التي توحى بأن تقليدا سيرتكب فحين أن القانون 02/04 يشترط إثبات الضرر الواقع فعلا دون الضرر الاحتمالي، كما أن الأمر 06/03 يتيح لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة، أو وفقا لدعوى المدنية بالتبعية.

إلا أن الملاحظ أن الدعوى المدنية المطالبة بالتعويض عن التعدي على العلامة سواء استندت إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة أو إلى دعوى المنافسة غير مشروعة وفق للقانون 02/04 فإنها تشترك في ضرورة أن تكون العلامة التجارية المتعدي عليها مسجلة، فلا يمكن المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية الغير مسجلة، في حين أنه

كان المشرع تبسيط الحماية القانونية المدنية والجزائية على العلامة المسجلة وفق للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، أم العلامة غير المسجلة فيمكن حمايته وفق دعوى المنافسة غير المشروعة طالما وأنها تستند في العموم إلى أحكام المسؤولية المدنية¹.

المطلب الثالث

الآثار المترتبة لدعوى المنافسة غير المشروعة

متي توفرت الشروط المذكورة أعلاه في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وعند لجوء المتضرر للقضاء، تأكد من أدلة إثباته وقرر الحق لمصلحته من طرف القاضي، فلهذا الأخير أن يقضي بوقف الأعمال الضارة و التعويض عما أصابه من ضرر جراء هاته الأعمال.

الفرع الأول

وقف الأعمال الضارة (إزالة الفعل)

فحتى لا يستمر الضرر الناتج عن الأعمال الضارة وجب وقف المنافسة غير المشروعة، فنقضي المحكمة بوقف الأعمال التنافسية غير المشروعة لمنع وقوع ضرر مستقبلي، أي أنه يلتزم من حكم ضده في دعوى المنافسة غير المشروعة بإزالة الآثار ووقف عمل المنافسة غير المشروعة و منع كل ما من شأنه خلق التباس للمستهلك، وهذا الجزاء يمكن إيقافه حتى ولو انعدم الضرر فهو جزاء ذو طابع وقائي، أكثر منه جزائي يحكم به حتى في حالة الضرر الاحتمالي².

¹ ميلود سلامي ، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مقال منشور في مجلة دفاتر السياسة و القانون ، جامعة باتنة ، العدد 6 سنة 2012 ، ص 184.
² -نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري ، الأعمال التجارية ، التاجر ، المحل التجاري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، سنة 1987 ، ص196.

الفرع الثاني

الحكم بالتعويض

إذا اتضح للقاضي الحكم في دعوى المنافسة غير المشروعة الأعمال غير المشروعة، حكم بالتعويض المتضرر وحسب القواعد العامة فإنه يقوم القاضي بتعيين التعويض إما نقداً وهو الأصل ويحكم ببلغ من النقود جزافياً لتعويض يمكن أن يتمثل التعويض الضرر، غير أنه في إزالة الأعمال الضارة كأن تقوم مؤسسة بإنتاج منتج يحمل نفس اسم منتج آخر، فيلزم القاضي هذه المؤسسة بإزالة هذا الاسم الذي ترتب عن استعماله ضرر، هنا يكون للقاضي سلطة تقديرية واسعة.

إذ يمكن أن يقوم بتعديل الاسم عن طريق إضافة اسم آخر يميزه عن المحل المنافس حتى يزيل اللبس من الاسمين أو يزيل الاسم تماماً، أما إذا استمرت أعمال المنافسة غير المشروعة بعد الحكم بالتعويض، ففي هذه الحالة يعتبر ذلك خطأً جديداً ينشأ عنه ضرر مستقل يجوز التعويض عنه بدعوى مستقلة¹.

المبحث الثاني

الحماية الجزائية للعلامة التجارية

إن الحماية الجنائية للعلامة التجارية هي الحماية الفعالة التي تكفل لصاحب العلامة منع اعتداء الغير على علامته، التي يرتكبها منافسوه في إطار المنافسة غير المشروعة، فالمشرع بصدد تقرير هذه الحماية في تجريمه المنتجات المقلدة أو المزورة أو العلامات المستعملة بدون حق أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع، فهو بذلك يفرض حماية شاملة للعلامة التجارية² وفي هذا الصدد تضمن قانون العقوبات جزاءات تقع على كل من يستغل المستهلك بصفة غير شرعية.

¹ - نادية فوضيل ، المرجع السابق ، ص 197

² - صامت أمانة و الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد ، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ، العدد 13 ، 2015 ، ص 87.

المطلب الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية

المطلب الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.

المطلب الثالث: العقوبة المقررة للجرائم التي تقع على العلامة التجارية

المطلب الأول

جريمة تقليد العلامة التجارية

تعتبر جريمة تقليد العلامة التجارية أولى صور التعدي وتعني بالتقليد أن المقلد في بحثه عن طريقة لتمييز منتجاته المائلة يختار علامة مشابهة لعلامة مشهورة أو تحاكيها من حيث الشكل وعادة ما تكون هذه العلامة مسجلة ولها حماية قانونية، بحيث أن هذه العلامة بإمكانها إحداث التباس لدى الجمهور أو المستهلكين، وهذا يعتبر مساس بالحق الاستثنائي المالك للعلامة ، ويجب أن نذكر أن التزييف يختلف عن المحاكاة بحيث أن الأول هو المساس بالحق الاستثنائي لصاحب العلامة في حين أن الثاني يؤدي إلى الحيلولة دون قيام العلامة بدورها المميز أما الطرق التي يتم بها التقليد فيتم عادة بالاعتماد على إحدى الطرق التالية.

الفرع الأول

تقليد عن طريق الاسم

بأن يختار الحروف أو إضافة حرف بأن يختار المقلد كالاسم الموضوع في العلامة التجارية مع تغير بمخاطر الالتباس وكمثال لا يغير نطق الكلمة أو تغير ترتيب بعض الحروف مما يقوي على ذلك نذكر العلامة التجارية والعلامات المقلدة لها:

(Abidas, Adibas)

الفرع الثاني

تقليد من الناحية البصرية

يقوم المقلد بتقديم علامة معتمد على نفس التركيب والبناء من ناحية الشكل والألوان والرموز الداخلة في تركيب العلامة التجارية الأصلية.

قيام المقلد بالمحاكاة الذهنية بحيث يتوجه التقليد إلى ذهن المستهلك من أجل خلق تقارب ذهني بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة ويعتمد في ذلك على المرادفات أو المتناقضات الكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة.

يعتبر إذا التقليد أول صور الاعتداء على العلامة التجارية أما ثاني تلك الصور فهو تزوير العلامة التجارية.

المطلب الثاني

أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

تناولت جميع تشريعات العلامات التجارية جريمة التقليد كإحدى صور التعدي على العلامة التجارية¹. و لقيام جريمة التقليد لا بد من شروط قانونية يجب توافرها، ويجب أن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة، ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي أسبغها المشرع الجنائي على ملكية العلامة التجارية، وهنا قضت محكمة المصرية بأن تسجيل العلامة بأن تسجيل العلامة ركن في جريمة تقليدها أو النقض استعمالها بسوء نية ومن ثم يتعين على الحكم استظهاره، وإلا كان قاصرا في بيان الوقائع المستوجبة للعقاب. وذهبت هذه المحكمة إلى القول بان تسجيل العلامة التجارية هو مناط الحماية المقررة للعلامة التجارية في التشريع الجزائري استعمالها بسوء نية وله ومن ثم يتعين على الحكم استظهاره، وإلا كان قاصرا في بيان الوقائع المستوجبة للعقاب. وذهبت

¹ - المادة (32) من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 و المتعلق بالعلامات التجارية ، الجريدة

الرسمية، الجزائر ، عند 67 ، 5 نوفمبر 2003 ، ص4، المادة (113) من قانون حماية الملكية الفكرية

المصري.

هذه المحكمة إلى القول بأن تسجيل العلامة التجارية هو ما الحماية التي أسبغها القانون على ملكيتها بتأثير تقليدها أو استعمال من شعار مالك العلامة من الحماية الجنائية إلا إذا كانت مسجلة¹.

كما نص المشرع الجزائري في المادة 26 من الأمر رقم 03-06 علي شرط تسجيل العلامة التجارية.

إن انتهاك العلامات التجارية لم يتوقف عند الأساليب التقليدية فقط بل تعدي ذلك إلى القرصنة الالكترونية جراء التطور الكبير في عالم الاتصالات عبر الانترنت، وحسب الفقه فإن التقليد الالكتروني للعلامة التجارية هو قيام شخص لا يمتلك أي حقوق على العلامة بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت بقصد الأضرار بمالك هذه العلامة أو بقصد بيعه (العنوان الالكتروني) إلى مالك العلامة التجارية يثمن مغالى فيه.

غلا أن المشرع الجزائري لم يحدد أركان جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الانترنت، مما يقضي بالعودة للقواعد العامة لتحديد أركانها التي ستفصلها فيما يلي:

الفرع الأول

الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية

تعد جريمة تقليد العلامة التجارية هي الأساس في الجرائم الواقعة على الحق في العلامة، كما يطلق جانب من الفقه² على جميع صور التعدي على العلامة التجارية لفظ "جرائم التقليد".

إذا فالتقليد هو العنصر المادي، إلا أن المشرع لم يعطي تعريف يبين فيه ماهية التقليد في نطاق هذه الجريمة، فعرفها الفقهاء على أنه اصطناع ختم أو دمغة أو علامة

¹ - صامت أمنة ، المرجع السابق ، ص 88.

² - محمد منصور أحمد ، جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية ، القاهرة ، دار الرياض لطبع و النشر ، 1955 ، ص 126.

مزيفة تقليدا للأشياء الصحيحة، أي مشابهة لها في شكلها سواء كان التقليد متقنا أو غير ما من شأنه خداع الجمهور عن حقيقته الزائفة. وقد يكون التقليد باصطناع متقن، بل كل الختم أو الدمغة أو العلامة، أي الآلة المحدثه لهذه الأشياء، أو الأثر والطابع المأخوذ منها¹.

والركن المادي في جريمة التقليد يكون بنقل بعض أو كل الخصائص الأساسية للعلامة التجارية، وإضافة شيء بسيط عليها، فيصعب على الشخص العادي التمييز به وبين الأصل. وإن اختلفت الوسائل المستخدمة في الوصول لذلك فإنه لا يؤثر في قيام الجريمة، ويستوي في ذلك أن يتم التقليد بواسطة النسخ الذي يتم بموجبه أخذ عناصر من العلامة دون أن يتم إنتاجها تماما بحيث يؤدي ذلك لتضليل المستهلك².

وكذلك لقيام جريمة التقليد يشترط وقوع المستهلك في الغش و التضليل، ناشئ عن صعوبة التمييز بين العلامة الأصلية و العلامة المقلدة، و بالتالي إذا انتفي هذا التشابه انتفت معه حالة الغش و التضليل، ومن ثم فلا جريمة³.

فلا تقوم جريمة التقليد للعلامة التجارية إذا كان المنتج الحامل للعلامة المقلدة تختلف عن المنتج الحامل للعلامة الأصلية بصورة واضحة، كأن تكون من نوع مختلف أو من صنف آخر و ذلك لانتفاء علة تطبيق النص الذي يفرض وقوع المستهلك في الغش و التضليل، إذ بدون ذلك يتخلف ركن من أركان الجريمة، ولا يشترط أن يقع الخط و التضليل فعلا لتحقق جريمة تقليد العلامة التجارية، بل يكفي أن يكون ذلك ممكنا ومحتمل الوقوع⁴.

¹- رؤوف عبيد ، جرائم التزييف و التزوير ، الطبعة الخامسة ، 2007، ص82.

²- نوري حمد خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية ، الملكية الصناعية ، دراسة مقارنة بين القانون الأردني و الاماراتي و الفرنسي ، دار وائل للنشر ، ص 341-343.

³- ادوارد غالي الذهبي ، الجرائم المخلة بالثقة العامة في قانون العقوبات الليبي ، الطبعة الأولى ، ليبيا ، المكتبة الوطنية ، 1972 ، ص99.

⁴- انظر : إلياس ناصيف ، الكامل في قانون التجارة ، المؤسسة التجارية ، الطبعة الثانية ، بيروت ، منشورات البحر المتوسط و عويدات ، 1985 ، الجزء الأول ، ص 258.

إلا أن المشرع الجزائري لم يحدد المقصود بالتقليد في الأمر رقم 57-66،¹ إلا أنه تدارك الوضع في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية حيث نصت المادة 26 منه "يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، فقد تبني المشرع بهذه الأحكام المفهوم الواسع للتقليد، إذ يقصد بها كل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه الشرعية².

ومنه فالمفهوم الضيق لتقليد هو "اصطناع علامة مطابقة تطابقا تام للعلامة الأصلية ويكون اكتشاف جنحة التقليد بسبب استعمال العلامة، و تعد جنحة التقليد مرتكبة ابتداء من تاريخ نقل العلامة الأصلية، فعملية الإبداع في حد ذاتها كافية لإثبات وجود التقليد طالما أن الإيداع متعلق بعلامة مقلدة لعلامة الغير. فنلاحظ أن النقل عنصر نبات وجود التقليد، ولا يهم في ذلك أن استعملت العلامة كاسم تجاري أو شعار أو لم تستعمل أصلا، أو وضعت فعلا على منتج، أما بالنسبة للعطور فهناك ما يسمى بلوحة المطابقة، ويتعلق الأمر بصنع العطور لبيعها تحت تسمية عادية أو تحت رقم، مع بيان في اللائحة العلامة المشهورة التي تقابلها و بالرغم من أن بعض المحاكم الفرنسية اعتبرت في هذا التصرف يكون جنحة "استعمال علامة" إلا أنه يجب وصفه كجنحة تقليد علامة لأنه لا يشترط لارتكاب هذه الأخيرة وضع العلامة على المنتجات³.

أن تقليد العلامة التجارية يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته، أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية⁴.

استبعد المشرع الجزائري التمييز بين التقليد بمفهومه الضيق و التشابه فبالرجوع إلى أحكامه فقد نص على أنه يد جنحة تقليد لعلامة ما مسجلة كل عمل يقوم به الغير إضرارا بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، وعند تحديده للرموز المستبعدة من التسجيل

¹ - الأمر رقم 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية ، الجريدة الرسمية، 22 مارس 1966 ، عدد 23 ، ص 262.

² - فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، 2003 ، ص 259.

³ - صامت آمنه ، مرجع سابق ، ص 89.

⁴ - فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 260

و لتعزيز موقفه ، استعمل بصورة متساوية العبارتين الممالة أو المتشابهة و هذا دليل على أن التشبيه يكون تقليدا ويخضع لنفس العقوبة ، فقد تعرض القضاء الجزائري لجريمة تقليد العلامة التجارية، فقضت المحكمة العليا أنه " يعد تطبيق سلميا و صحيحا للقانون القضاء برفض دعوى تقليد علامة تجارية لنفس المنتج على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين النفس المنتج من شأنه إحداث لبس و خلط عند المستهلك متوسط الانتباه¹.

وقد عرفت محكمة النقض المصرية التقليد في جرائم العلامات التجارية، فقال من المقرر أن تقليد العلامة التجارية يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الاصل وان العبرة بمحاكاة الشكل العام للعلامة التجارية في مجموعها و الذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية...².

وبالرجوع لموقف القضاء من سلطة القاضي في تقدير مدى توافر جريمة تقليد يعتبر القضاء مستقرا على أن واقعة تقليد العلامة التجارية من سلطة ع دون رقابة عليه من محكمة النقض ، فالمحاكم الجزائرية كانت قد قدرت إلى التشابه الإجمالي، فالعناصر الجوهرية و المميزة للعلامة المحمية، أكثر من الفرق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها. مثل تسمية "Banita" قنينات لها نفس عمر معين اعتبرت تقليدا لتسمية "Habanita"³، كما اعتبر تقليدا كل استعمال قنينات لها نفس الشكل⁴

الفرع الثاني

الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية

يعتبر التقليد في حد ذاته جريمة يعاقب عليها جزائيا، فيكفي لوجودها إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، فلا يشترط توفر

¹ - القضية رقم 261209 المؤرخ في 2002، المجلة القضائية ، العدد الأول ، 2002 ، ص 265.

² نقض جنائي 19940503 ، مجموعة أحكام النقض ، السنة 61 ق ، رقم 13954 ، ص 605

³ مجلس قضاء الجزائر 30 يناير 1969 ، قضية (أس) و شركة 'Molinard' ضد (ق شركة الرياض ، غير منشور و مشار إليه في مؤلف: فرحة زراوي صالح ، مرجع سابق ، ص 261.

⁴ محكمة الجزائر ، القسم التجاري 3 يونيو 1971 ، قضية شركة "Piver" ضد (ق شركة الرياض ، بالنسبة العلامات Reye do و DesierRese ، غير منشور ، مشار إليه في مؤلف: فرحة زراوني صالح ، مرجع سابق ، ص 262.

العنصر المعنوي، فيكفي العنصر المادي، فالقصد الجنائي ليس شرط لإثبات الجريمة، أي لا يفرض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار، حسنة كانت أو سيئة، ولا تتضمن أحكام القانونية عبارة "التدليس أو القصد بالنسبة لجنحة التقليد"¹.

اختلفت الآراء حول هذا الخصوص في مصر، ما إذا كانت سوء نية الفاعل شرطا من شروط توافر الجريمة أم لا فذهب البعض إلى أن التقليد يعاقب عليه لمجرد وقوعه ولو انتقي القصد الجنائي، أو لو كان مرتكب الفعل حسن النية في إحداث بين العلامتين ولو لم يقصد تضليل جمهور المستهلكين².

و الأساس الذي يستند إليه هذا الرأي هو أنه من الواجب علي كل تاجر أن يلجا إلى سجل العلامات التجارية حتى يتأكد قبل صنعة علامة تجارية لتمييز بضاعته، من ان علامته لا تختلط أو تتشابه مع علامة أخرى لتمييز ذات النوع من البضاعة ، كما انه ما النادر أن يقع التطابق أو التشابه مصادفة و دون قصد³.

المطلب الثالث

العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة التجارية

هناك نوعين من العقوبة المفروضة على مرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ويمثلان في العقوبة الأصلية و العقوبة التكميلية، وسنتناول كل عقوبة في فرع من الفروع وقوفا على مدى توفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

¹ انظر لمادة 26 من الأمر رقم 03-06 السابق الذكر

² - محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية و المحل التجاري ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1971 ، ص262

³ - عمر محمد بن يونس ، الاتهام في جرائم الملكية الفكرية في القانون الأمريكي ، العدوان التقليدي و العدوان باستخدام الحاسوب و الإنترنت ، ترجمة و عرض للمرشد الفيدرالي الأمريكي للاتهام في جرائم الملكية الفكرية ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2005 ، ص49.

الفرع الأول

العقوبة الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

حسب ما قرره الأمر رقم 06-03 فإن العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية تتمثل في الحب و الغرامة، ولمعرفة مدى نجاعة هاتين العقوبتين في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية، فقد ذهب المشرع الجزائري في المادة (32) من الأمر رقم 06-03 إلى النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب شخص لأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية، حيث جعل العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين و أقرتها بعقوبة الغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج).

وكذا أجاز المشرع الجزائري في ذات المادة القاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين.

وتتعدد العقوبة حسب المادة (69) من قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 / 02 / 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لترفع إلى (5) سنوات حبسا و غرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف (500.000 دج)¹

الفرع الثاني

العقوبة التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

تتمثل القوية التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية العقوبات التكميلية أو التبعية في المصادرة و الإلتلاف سنتطرق لكل منهم بشيء من التفصيل.

أولاً: المصادرة

نص عليها المشرع الجزائري في المادة (32) من الأمر رقم 06-03 كإحدى العقوبات التكميلية التي من حق القاضي الحكم بها، يحث يحكم القاضي بمصادرة

¹ - آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 91

المنتجات انسجام و الأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة¹. ولتطبيق هذه العقوبات يجب أن تكون باستعمال شد ارتكبت². فإذا كان الأمر رقم 03-06 لا يلزم القاضي بالحكم بالمصادرة عبارة يجوز³ ، أي أن حكم المصادرة اختياري بالنسبة للقاضي، فإن ذلك يختلف في الأحكام الراهنة إذ جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس والغرامة أو إحدى هاتين العقوبتين مع المصادرة للأشياء والوسائل و الأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة، فلا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية⁴.

حيث نصت المادة 82 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 20 / 02 / 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على مصادرة المنتجات و الأدوية وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المادة 69.

¹- لا يمكن الحكم ببعض العقوبات التكميلية كمصادرة الأشياء التي استعملت أو كانت ستستعمل في تنفيذ جنحة إلا إذا نص القانون صراحة على ذلك أنظر المادة (3 / 15) ق.ع جزائري

²- انظر: محكمة الجزائر ، القسم الجنائي ، 17 يوليو 1967 ، مشار إليه في مؤلف /فرحة زراوي صالح ، مرجع سابق ، ص 281. (4) - انظر المادة (36) من الأمر رقم 57-66. (9) صامت آمنة ، المرجع السابق ، ص 91

³. انظر المادة (36) من الأمر رقم 57-66

⁴ صمت آمنة، المرجع السابق، ص 91.

الانتماء

من خلال دراستنا لموضوع العلامة التجارية تبين لنا أن العلامة التجارية هي كل سمة قابلة لتمييز السلع و الخدمات التي ينتجها أو يقدمها أشخاص مختلفون مستثمرين صناعيين، و مقدمي الخدمات والتجار وتعتبر العلامة دليل مهم للمستهلك يمكنه من التعرف على المنتجات والخدمات وتميزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، إلا أنها معرضة لتزوير والتقليد، وهذا ما جعل الدول تسعى جاهدة إلى حماية قانونية و مزدوجة للعلامة التجارية والآن توسعت أصبحت الحاجة الماسة لحماية دولية مكفولة بموجب الاتفاقيات الدولية عكس كما كانت سابقا محمية في حدود إقليم الدولة ."

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قرآن كريم { الآية 104 من سورة آل عمران }

1- الاتفاقيات الدولية:

أ- المراسيم و الأوامر:

1- المرسوم التنفيذي رقم 05 / 277 المؤرخ في 02/08/2005 المتعلق بالعلامات التجارية الجريدة الرسمية، رقم 54.

2- الامر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 هـ الموافق ل 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات التجارية ، الجريدة الرسمية العدد 44 ، لسنة 2003 .

الأمر رقم 57-66 المؤرخ في 27 ذي القعدة 1835هـ الموافق ل 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية ، الجريدة الرسمية ، 22 مارس 1966 ، عدد 23.

ب- القوانين:

3- قانون العقوبات الجزائري رقم 156 / 66 لسنة 1966 و المعدل و المتمم بالقانون رقم 23/06 المؤرخ 20 ديسمبر 2006

4- قرار المحكمة العليا صدر بتاريخ 13/07/1999، ملف رقم 190797

المادة 1-15 من اتفاقية المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) المؤرخة في 15 افريل 1994. المادة 01 من الامر 65/76 ، المرخ في 16 افريل 1976 المتعلق بتسميات المنشأ. المادة 1 و 13 من الامر 66 / 86 ، المؤرخ في 28 افريل 1966 ، المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية .

5- القانون رقم 02 / 04 المؤرخ في 27 جوان 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية رقم 41.

6- القانون المدني الجزائري رقم 10 / 05 المؤرخ في 20 جوان 2005 ، الجريدة الرسمية، رقم 44.

7- المادة 02 الفقرة 01 من الامر 06/03.

8- القانون رقم 03 / 09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، الجريدة الرسمية عدد 15 السنة 46.

2- الكتب:

9- Agreement 9 Duke Journal of Comparative & International Law,

10- Joanna Schmidt-Szalewsk, The International Protection of trademarks after the trips

قائمة المصادر والمراجع

- 11- WIPO Intellectual Handbook: Policy Law and Use Geneva 2001 n5.
- 12- احمد محرز ، الحق في المنافسة المشروعة ، القاهرة ، 1994.
- 13- غالي الذهبي، الجرائم المخلة بالثقة العامة في قانون العقوبات الليبي، الطبعة الأولى ليبيا، المكتبة الوطنية، 1972.
- باللغة العربية :
- 14- جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية و الملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، 2004، نقلا عن مذكرة رحال رجاء.
- 15- خالد ممدوح إبراهيم ، جرائم التعدي على حقوق الملكية الفكرية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية، 2010-2011.
- 16- رؤوف عبيد ، جرائم التزييف و التزوير الطبعة الخامسة ، 2007.
- 17- زينة غانم عبد الجبار ، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة ، دار الحامد النشر و التوزيع، عمان ، 2007 .
- 18- سائد احمد الخولي حقوق الملكية الصناعية دار المجدلوي للنشر عمان 2004 ص 37 نقلا عن مذكرة تخرج لنيل اجازة المدرسة العليا للقضاء بعنوان نظام العلامة التجارية دفعة 2010/2007
- 19- سليمان بارش، شرح قانون الإجراءات الجزائية ، الجزائر، دار الهدي.
- 20- سماوي ريم سعود، براءة الاختراعات في الصناعات الدوائية التنظيم القانوني للتراخيص الاتفاقية في ضوء منظمة التجارة العالمية {w.t.o} ، دار الثقافي للنشر و التوزيع، عمان، 2008.
- 20- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 252.
- 21- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، حقوق الملكية الفكرية وأثرها الاقتصادي، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2009
- 22- عبد الله الخشروم ، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية دراسة مقارنة في التشريع الأردني ، مقال منشور في مجلة أبحاث اليرموك، جامعة اليرموك ، سنة 2004 .
- 23- عبد الناصر نزال العبادي، منظمة التجارة العالمية و اقتصاديات الدول النامية ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان 1999 .
- 24- علي جمال الدين عوفي ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، بدون سنة طبع

قائمة المصادر والمراجع

- 25- عمر محمد بن يونس، الاتهام في جرائم الملكية الفكرية في القانون الأمريكي، العدوان التقليدي و العدوان باستخدام الحاسوب و الأنترنيت، ترجمة و عرض المرشد الفيدرالي الأمريكي للاتهام في جرائم الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005 •
- 26- فاتن حسين حوى ،الموقع الإلكتروني و حقوق الملكية الفكرية ، دار الثقافة النشر و التوزيع ، عمان ، 2010.
- 27- فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، الحقوق الفكرية ، ابن خلدون لنشر و التوزيع ، الجزائر، 2006.

الكتب بالغة الأجنبية :

- 28- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامة التجارية ، منشورات الجامعة الأردنية ، 1999
- 29- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية و المحل التجاري ، القاهرة، دار النهضة العربية، 1971.
- 30- محمد مختار احمد بريري، الالتزام باستغلال المبتكرات الجديدة ، دار الفكر العربي
- 31- محمد منصور احمد ، جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية ، القاهرة ، دار الرياض الطبع و النشر ، 1955 .
- 32- مصطفى كمال طه ، القانون التجاري ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر 1996.
- 33- نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري ، الأعمال التجارية ، التاجر ، المحل التجاري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، سنة 1987.
- 34- ناصر جلال، حقوق الملكية الفكرية و اثارها على اقتصاديات الثقافة و الاتصال الاعلام ، الهيئة العامة للكتاب ، القاهرة ، 2005.
- 35- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة بين القانون الأردني و الامارتي و الفرنسي، دار وائل للنشر .

3- الرسائل العلمية:

- 36- أيت تقاتي حفيظة، خصوصية نظام الحماية في اتفاقية تريس، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في القانون فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008.
- 37- شويرب خالد الملكية الفكرية في ظل المنظمة العالمية للتجارة، مذكرة للنيل درجة الماجستير، فرع الملكية الفكرية، كلية بن عكنون، الجزائر، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

4-مقالات :

- 38- حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية ، ندوة الويبو دون الاقليمية عن العلامات التجارية و نظام مدريد، الدار البيضاء، 7 و 8 ديسمبر 2004.
- 39- صامت امنة ، الحماية الجزائئية للعلامة التجارية من جريمة التقليد ، مقال منشور في مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة الشلف ، العدد 13 ، 2015.
- 40- عمر الزاهي ، محاضرات القيت على الطلبة سنة رابعة ليسانس، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر 2002 .
- 41- فاضلي ادريس ، المدخل الى الملكية الفكرية ، الملكية الادبية و الفنية و الصناعية ، 2003-2004 ص 284.
- 42- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامة التجارية ، منشورات الجامعة الأردنية ، 1999.
- 43- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مقال منشور في مجلة دفاتر السياسة و القانون ، جامعة باتنة ، العدد 6 سنة 2012 .

5 - المواقع الالكترونية

<http://www.wipo.int/expotsites/wwwlarlipbernelpdftrtd> -45

<http://www.trips.egent.net> 46

<http://www.wipo.int/treaties/fr/liplpdftrtd/docs-w020.pdc> 47-

<http://www.wipo.int/export/sites/traities/as/rome/pdf/trtdoW0002.pdf748->

[Http://www.wipo.int/traities/fr/lipl/washington/trtdocs/w0011.html](http://www.wipo.int/traities/fr/lipl/washington/trtdocs/w0011.html) 49-

فهرس

المحتويات

رقم الصفحة	القائمة
	شكر وعران
	الإهداء
01	مقدمة
03	الفصل التمهيدي: ماهية العلامة التجارية
04	المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
04	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية
07	المطلب الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها
08	المبحث الثاني: أشكال العلامة التجارية وأنواعها
08	المطلب الأول: أشكال العلامة التجارية
11	المطلب الثاني: أنواع العلامات
13	الفصل الأول: الحماية المقررة للعلامة التجارية على المستوى الدولي
15	المبحث الأول: حماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس
15	المطلب الأول: أهداف الاتفاقية ومبادئ المعاملة فيها
16	الفرع الأول: أهداف الاتفاقية
17	الفرع الثاني: مبادئ المعاملة في الاتفاقية
20	المطلب الثاني: الأحكام الخاصة بحماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس

فهرس المحتويات

20	الفرع الأول: القانون الواجب التطبيق على شروط تسجيل العلامة ومبدأ استقلالها
21	الفرع الثاني: العلامة المشهورة
22	الفرع الثالث: التنازل عن العلامة
23	الفرع الرابع: حماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد بالنسبة لباقي دول الاتحاد
24	الفرع الخامس: علامات الخدمة
26	المبحث الثاني: حماية العلامة التجارية في اتفاقية التريس
27	المطلب الأول: المبادئ والأحكام الأساسية في اتفاقية التريس
28	الفرع الأول: طبيعة ونطاق الالتزامات
30	الفرع الثاني: اتفاقية التريس والمعاهدات المبرمة بشأن الملكية الفكرية
31	الفرع الثالث: المعاملة الوطنية والمعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية.
32	الفرع الرابع: استنفاد حقوق الملكية الفكرية
32	الفرع الخامس: الأهداف والمبادئ
33	المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية في اتفاقية التريس
33	الفرع الأول: فروع الملكية الفكرية التي عالجتها الاتفاقية
34	الفرع الثاني: معايير حماية العلامة التجارية حسب اتفاقية تريس

فهرس المحتويات

38	المطلب الثالث: قواعد وإجراءات تسوية المنازعات في اتفاقية تريس
40	الفرع الأول: جهاز تسوية المنازعات
42	الفرع الثاني: المراحل الثلاث لتسوية المنازعات
47	الفرع الثالث: التعويضات وإيقاف التمتع بالمزايا
48	الفرع الرابع: قواعد تسوية المنازعات المقدمة
50	الفصل الثاني : الحماية المقررة للعلامة التجارية في التشريع الجزائري
51	المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية
52	المطلب الأول: دعوى المنافسة الغير المشروعة
53	المبحث الثاني: أشكال العلامة التجارية وأنواعها
53	المطلب الأول: أشكال العلامة التجارية
54	الفرع الأول: حق المنافسة
55	الفرع الثاني: النصوص القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة
56	الفرع الثالث: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة
57	المطلب الثاني: شروط دعوى المنافسة الغير مشروعة
58	الفرع الأول: وجود أفعال المنافسة الغير المشروعة
59	الفرع الثاني: وجود ضرر جراء أعمال المنافسة الغير مشروعة

فهرس المحتويات

60	الفرع الثالث: العلاقة السببية بين أفعال المنافسة الغير المشروعة والضرر
61	المطلب الثالث: الآثار المترتبة لدعوى المنافسة الغير مشروعة
61	الفرع الأول: وقف الأعمال الضارة
62	الفرع الثاني: الحكم بالتعويض
62	المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية
63	المطلب الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية
63	الفرع الأول: تقليد عن طريق الاسم
63	الفرع الثاني: التقليد من الناحية البصرية
64	المطلب الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية
65	الفرع الأول: الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية
68	الفرع الثاني: الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية
69	المطلب الثالث: العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة التجارية
69	الفرع الأول: العقوبة الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية
70	الفرع الثاني: العقوبة التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية
	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع