

## الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

## Civil Protection Of The Trademark In Algerian Legislation

تاريخ القبول: 2019/05/19

تاريخ الإرسال: 2019/05/16

**Abstract:**

The mark is an important guide for the consumer to identify and distinguish the source of the products and services and thus facilitate the shopping process, but it is subject to the risk of abuse, making the Algerian legislator strive to adopt a protection system to ensure the legal protection of trademarks, and we will address in this study to the civilian side Of the prescribed protection of the mark and the extent of its role and effectiveness through the unfair competition.

**Key words:** Trade Mark; Civil Protection; Unfair Competition Lawsuit.

بسكري رفيقة (\*)

جامعة باتنة-1 الجزائر

rafikabiskri@gmail.com

**ملخص:**

تعتبر العلامة دليل مهم للمستهلك يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتميزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، إلا أنها معرضة لمخاطر الاعتداء عليها، مما جعل المشرع الجزائري يسعى جاهدا إلى تبني نظام حمائي يكفل حماية قانونية للعلامات التجارية، وسوف نتطرق في هذه الدراسة إلى الجانب المدني من الحماية المقررة للعلامة ومدى دوره وفعاليتها من خلال دعوى المناقصة غير المشروعة.

**الكلمات المفتاحية:** العلامة التجارية؛ الحماية المدنية؛ دعوى المناقصة غير المشروعة.

(\*) - المؤلف المراسل.

### مقدمة:

إنّ حماية عناصر الملكية الصناعية خاصة منها العلامات التجارية يعد عاملا أساسيا في تحقيق الأداء الاقتصادي المنظم للسوق، وشرط أساسي لتنظيم المنافسة بشكل عادل، وعامل جوهري في تحقيق حماية المستهلك.

والعلامة هي كل إشارة أو رمز يتخذ شعارا لتمييز منتجات مشروع تجارى أو صناعى، أو يتخذ شعارا للخدمات التى يؤديها المشروع تهدف إلى تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين نظرا لما تؤديه لهم من خدمات وتيسير التعرف على ما يفضلونه من بضائع و سلع بمجرد النظر إلى علامتها، التى تحدث في نفس العميل نسبة جودتها ومدى ملائمتها وإشباعها لحاجته. تعتبر العلامة التجارية جزءا من الملكية الصناعية، وتستند الحماية المدنية المقررة لها إلى القواعد العامة فى القانون المدنى. وهى تخول لصاحبها الحق فى المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأى صورة من الصور عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى الإحاطة بالنظام الحمائي الذى أقره المشرع الجزائري لضمان حماية مدنية للعلامة التجارية من الاعتداءات الواقعة عليها نظرا لأهمية العلامات التجارية في جذب العملاء وتحقيق الأرباح وكذا تسويق المنتجات من جهة، وضمانا لحماية العمل التجاري والمستهلكين من الاعتداء من جهة أخرى.

- **إشكالية الدراسة:** استنادا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية، فإن أي حق يتمتع بحماية مدنية، وتقوم المسؤولية وفقا للقواعد العامة على قاعدة أن مرتكب الخطأ مسؤول عن تعويض الضرر الناتج عن خطئه، ومن المعلوم أنه، وبعد استكمال تسجيل العلامة التجارية حسب الشكل والشروط التي يتطلبها القانون، فإنها تحظى بالحماية القانونية وفق آليات محددة، فما مدى فعالية آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري؟

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على تحليل النصوص القانونية ذات الصلة بالموضوع، الأمر الذي استدعى استعمال أدوات المنهج التحليلي.

- **خطة الدراسة:** للإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم الدراسة إلى محورين، تضمن الأول مفهوم العلامة التجارية للإحاطة بالإطار المفاهيمي لها، أما

المحور الثاني فخصيص لدراسة دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية العلامة في التشريع الجزائري.

### المحور الأول: مفهوم العلامة التجارية

تشكل العلامة التجارية واحدة من العناصر المعنوية ذات الأهمية الكبيرة بل إنها قد تشكل أحيانا أكثر الأصول المملوكة من الشركة قيمة وأهمية نظرا لأنها تميز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع التجاري عن تلك المقدمة من المشاريع الأخرى، كما أنها تدل على الأصل الذي جاءت منه، وعلى الجودة التي تتميز بها فضلا عن أنها وسيلة لجذب الزبائن و. للعلامة التجارية شروط لقيامها منها شروط موضوعية وأخرى شكلية.

### أولا: تعريف العلامة التجارية

تعرف العلامة التجارية بأنها كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال، توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يصنعها المنتج أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها، لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات<sup>(1)</sup>.

وهي إشارة توضع على منتج أو خدمة لغرض تمييزه عن ما يماثله من منتجات منافسة أو ما يقدم للغير من خدمات، وتتميز العلامة عن الاسم التجاري بأن الأخير يهدف إلى تمييز التاجر أو المؤسسة عن غيرها من المؤسسات بينما تهدف العلامة إلى تمييز البضائع عن غيرها .

وقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 02 أمر 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>(2)</sup> بأنها: "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور، والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره" .

وعلى الصعيد الدولي، عرفت اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية سنة 1994 في المادة 15فقرة 01على أنها " :العلامات التي يمكن اعتبارها علامات تجارية بأنها تلك الأسماء الشخصية أو الحروف أو الأرقام أو

الأشكال أو مجموعة ألوان أو أي مزيج من هذه العلامات وتشمل العلامات التجارية بالإضافة إلى علامات السلع، علامات الخدمة"<sup>(3)</sup>.

### ثانياً: الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية

يشترط في العلامة التجارية ما يلي:

**1- أن تكون العلامة التجارية مميزة:** لا بد أن تكون ذات طابع مميز عن غيرها من العلامات، وهو ما نص عليه المشرع في المادة 2 من الأمر 03-06 بقوله: "... التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

**2- شرط الجودة:** يقصد بالجدة في العلامة: "عدم سبق استعمال ذات العلامة داخل إقليم الدولة وعلى ذات السلع والمنتجات المراد استخدام العلامة التجارية عليها .

**3- مشروعية العلامة التجارية:** كان المشرع صريحاً بخصوص هذا الشرط أين استثنى من التسجيل، وبالتالي من الحماية كل رمز أو إشارة أو دلالة تستعمل كعلامة وتكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة أو كل ما يحضر استعماله بمقتضى القانون الوطني أو اتفاقيات تعتبر الجزائر طرفاً فيها<sup>(4)</sup>.

**4- أن لا تكون العلامة التجارية محظورة:** يعتبر القانون بعض الرموز خارجة عن نطاق العلامة، وبالتالي يحظر تسجيلها كعلامة، وحددتها المادة 07 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات كما يلي:

- أ- الرموز التابعة للملك العام أو الرموز التي ليس لها طابع مميز.
- ب- الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت طبيعية أو وظيفة السلع أو التغليف .
- ج- الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يمنع استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الدولية التي تكون الجزائر طرفاً فيها .
- د- الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلاً أو تقليداً لشعارات رسمية للدولة أو لإعلام وطنية أو دمغة رسمية، تستخدم للرقابة والضمان من طرف الدولة .
- هـ- الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص جود أو مصدر السلع والخدمات .

و- الرموز التي تشكل بيانا يمكن أن يحدث غموض أو لبس بشأن المصدر الجغرافي للسلع أو الخدمات  
ز- الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة مشهورة في الجزائر يؤدي استعمالها لسلع مماثلة لإحداث اللبس والتضليل  
ك- الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تم تسجيلها لسلع أو خدمات مماثلة وأدى استعمالها إلى إحداث اللبس.

### **ثالثا: الحقوق المترتبة على ملكية العلامة التجارية**

بعد تسجيل العلامة حسب المادة 5 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، يثبت لصاحبها الحقوق التالية:

**1- حق احتكار استغلال العلامة:** كغيرها من حقوق الملكية الصناعية والتجارية ترتب ملكية العلامة لمالكها حقا في الاستثناء باحتكار استعمال العلامة على منتجاته أو خدماته.<sup>(5)</sup>

**2- حق التصرف:** يخول حق ملكية العلامة لصاحبها سلطة على العلامة، وهذا بالتصرف فيها إما بالتنازل عنها ببيعها أو رهنها، وإما بالترخيص للغير باستغلالها.

### **رابعا: التنازل عن العلامة التجارية:**

وهو ما أقره المشرع بنصه على: "...فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال"<sup>(6)</sup>.

تعتبر عملية التنازل عن العلامة التجارية صحيحة متى توافرت في عقد التنازل الشروط الواجب توافرها لصحة العقود، حيث تخضع عملية التنازل للقواعد العامة في العقود، يستلزم توفر شرط صحة الرضا، وأن يكون الطرفان أهلا للتعاقد، وكذلك شرطي المحل والسبب، حيث يجب أن يكونا مشروعين وغير مخالفين للنظام العام والآداب العامة.

ويمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع (التنازل بمقابل)، ويجوز بيعها كليا أو جزئيا بجميع السلع التي سجلت من أجلها أو جزء منها فقط.

كما أجاز المشرع لصاحب العلامة التّصّرف في علامته بمقابل، كذلك أجاز له إجراء ما شاء من التّصّرفات دون مقابل، فيمكن له أن يتصرّف في علامته كأن يهبها أو أن يوصي بها إلى أحد ورثته أو حتّى إلى غير ورثته .

بالإضافة إلى التّصرفات الناقلة للملكية، يمكن لصاحب العلامة التجارية أن يتصرف في علامته دون أن نقل ملكيتها، حيث يحتفظ المالك بملكيتها، ومن بين هذه التصرفات الرهن وتقديم العلامة كإسهام في شركة والترخيص.

**1- رهن العلامة:** يجوز التنازل عن العلامة أو انتقالها عن طريق الرهن؛ إما أثناء التنازل عن المتجر أو رهنه لكونها عناصر من عناصره المعنوية؛ أو بصورة منفصلة عنه. لكن لا تعدّ العلامة مشمولة في عملية الرهن الحيازي للمحل التجاري إلا إذا كانت الأطراف المتعاقدة قد قامت بذكرها صراحة في قائمة العناصر المرهونة<sup>(7)</sup>.  
و رهن العلامة يخضع لقواعد رهن المحل التجاري سواء من حيث شروط الانعقاد أو من حيث الآثار.

**2- تقديم العلامة كإسهام في شركة:** لم ينص المشرع الجزائري صراحة في الأمر 03-06 على إمكانية تقديم العلامة التجاريّة كإسهام في الشركة لذا لا بدّ من الرجوع إلى القواعد العامة، يمكن لأي شخص المساهمة في شركة قائمة أو عن طريق التأسيس بتقديم عمل أو أموال نقدية أو أموال عينية، وهذا ما نصت عليه المادة 416 القانون التجاري الجزائري.

و يجوز تقديم العلامة التجارية كإسهام في شركة مقترنة بالمحل باعتبارها مالا منقولاً .

**3- الترخيص باستعمال العلامة:** يعرف الترخيص بأنه العقد الذي بواسطته يوافق صاحب العلامة على منح الغير حق استغلالها كلياً أو جزئياً مقابل دفع رسوم مناسبة للاستغلال تسمى بالإتاوات. وتعتبر هذه العملية بالنسبة لصاحب العلامة وسيلة لاستثمارها خارج موطنه. وفيما يخص المرخص له فهو يستفيد من حق استعمالها<sup>(8)</sup>.  
تنص المادة 16 من الأمر رقم 03-06 على أنه: "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها".

وعليه فإن يجوز استغلال العلامة عن طريق رخصة استغلال العلامة، وذلك بمقتضى العقد الذي يمنح بواسطته صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامته كلياً أو جزئياً بصورة استثنائية أو غير استثنائية، وذلك بمقابل يكون على شكل إتاوات .

أ- **خصائص عقد الترخيص:** يمتاز عقد الترخيص بالخصائص التالية<sup>(9)</sup>:

- عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الرضائية
- عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية مع العقود الملزمة لجانبين
- عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من عقود المعاوضة
- عقد الترخيص من العقود غير المسماة؛ بمعنى لم يطلق عليه القانون اسماً محدداً ولم يحدد له أحكاماً خاصة.
- عقد الترخيص من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي؛ يعني أن شخصية طرفي العقد تكون محل ثقة الآخر.

ب- **أثار عقد الترخيص:** يترتب على عقد الترخيص ما يلي:

#### ■ **حقوق والتزامات المرخص:**

- يتمتع المرخص بحقوق تتمثل في حقه بأن يتصرف بكافة التصرفات التي يحق له اتخاذها، باعتباره مالكا لها، فيجوز له بيعها، أو رهنها أو الحجز عليها، وله أيضاً أن يستمر في استخدام العلامة لتمييز منتجاته أو أن يسمح لغير المرخص له بموجب عقد أو عقود ترخيص أخرى لاستخدام العلامة، ما لم ينص العقد على خلاف ذلك.
- ويلتزم المرخص بتمكين المرخص له من الانتفاع بالعلامة خلال مدة العقد، يلتزم المرخص أيضاً بعدم التعرض؛ إذ يجب عليه تمكين المرخص له من الانتفاع بالعلامة انتفاعاً هادئاً، يجدد تسجيل العلامة إذا ما انتهت مدة الحماية المقررة للعلامة المسجلة خلال سريان عقد الترخيص حتى تستمر الحماية القانونية للعلامة ويتمكن المرخص له من استعمالها دون أن ينازعه أحد كما يقع عليه الإلتزام بإحترام بنود وشروط العقد، كما يقع على عاتقه استغلال العلامة بحسن نية وفي نطاق الإقليم المسموح باستعمال العلامة، كما يلتزم بالحفاظ على سمعة العلامة والمحافظة أيضاً على قيمتها<sup>(10)</sup>.

### ▪ حقوق والتزامات المرخص له:

- يتضمن عقد الترخيص حقوق والتزامات المرخص له، فيحق له استعمال العلامة داخل النطاق الإقليمي المحدد في العقد ويمتتع المرخص من أن يمنح ترخيصا آخر لغير المرخص له داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها العقد في حالة الترخيص الاستثنائي.

- ويلتزم المرخص له بالامتناع عن جميع الأعمال التي يترتب عليها الإساءة إلى قيمة المنتجات أو الخدمات التي تميزها العلامة وتحملها، كما يلتزم بإخطار مالك العلامة بأي اعتداء عليها سواء كانت منازعات مدنية حول ملكية العلامة أو دعاوى جزائية.

### خامسا: انقضاء الحق في العلامة التجارية

ينقضي حق مالك العلامة في علامته في الحالات التالية:

**1- عدم التجديد:** تقدر مدة الحماية القانونية المقررة للعلامة بـ 10 سنوات قابلة للتجديد لمرات متتالية<sup>(11)</sup>، إلا أنه قد يرغب مالك العلامة في التخلي عن حقوقه لأسباب تجارية أو شخصية ويمتتع عن إعادة التسجيل.

**2- التخلي عن العلامة:** قد لا يعبر مالك العلامة عن رغبته في التخلي عن حقه في العلامة بشكل صريح ولكن قد يفهم ذلك ضمنا من الوقائع المادية عدم اعتراضه على استعمال الغير لعلامته دون ترخيص منه أو عدم متابعته قضائيا لكل تقليد لعلامته.

**3- إبطال العلامة:** يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 من المادة 7 من هذا الأمر<sup>(12)</sup>.

**4- إلغاء العلامة:** وذلك إما بطلب من المصلحة المختصة أو الغير الذي له مصلحة في ذلك<sup>(13)</sup>، أو بطلب من الغير إذا كان له مصلحة في حالة عدم استعمال مالك العلامة لعلامته بطريقة جدية<sup>(14)</sup>.





### المحور الثاني: دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية العلامة في التشريع الجزائري

تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى القواعد العامة في القانون المدني. وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

#### أولاً: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

إن آليات الحماية المدنية الموضوعية تستمد أصولها من قواعد المسؤولية التقصيرية كأصل عام من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة.

**1- تعريف المنافسة غير المشروعة:** تعرف المنافسة غير المشروعة أنها: "قيام المنافس بممارسات غير نزيهة مخالفة للقانون ولمبادئ الشرف والأمانة والنزاهة التي تقوم عليها الحياة التجارية، والتي من شأنها إلحاق ضرر بمنافس آخر بسبب تحويل عملائه واستقطابهم"<sup>(15)</sup>.

كما نصت المادة (10) من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية<sup>(16)</sup>، على أنه: "تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة، واعتبرتها محظورة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية، ويكون محظوراً بصفة خاصة ما يلي:  
أ- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

ب- الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاولة التجارة التي من طبيعتها نزع الثقة من منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

ج- البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور، فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحيتها للاستعمال"

فأي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج، أو تحدث لبسا فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه، أو قد تضلل الجمهور تعد منافسة غير مشروعة.

**2- الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة:** الملاحظ ان المشرع لم يتناول تنظيماً تشريعياً لدعوى المنافسة غير المشروعة، في حين ويذهب الرأي الراجح إلى

تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على المسؤولية التقصيرية، إذ يعتبر المبدأ في حماية العلامة التجارية غير المسجلة وهي دعوى من طبيعة مدنية بحتة كون العلامة غير المسجلة لا يمكن حمايتها جزائياً.

هذه الدعوى هي دعوى مسئولية يجوز أن يرفعها كل من أصابه ضرر من جراء الاعتداء على العلامة على المتسبب في وقوعه لتعويضه عما لحقه من ضرر. بالنسبة للمشرع الجزائري:

يتجه التشريع الجزائري إلى أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية كما هو مقرر في القواعد العامة، وهذا ما تجسد في نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري<sup>(17)</sup>، بأنه: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض".

فإذا صدر عمل مخالف للقانون أو عمل غير مشروع عموماً، لزم من صدر عنه ضمان تعويض الضرر الذي أصاب المضرور من جراء ذلك الفعل أو العمل.

كما يمكن تأسيسها على نص المادة العاشرة من اتفاقية باريس التي انضمت إليها الجزائر<sup>(18)</sup> ومن ثم فهي تعد بمثابة قانون داخلي والتي نصت على أنه: "تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة".

وفي هذا الصدد، وبالرجوع إلى النصوص التالية:

- نص المادة 1 من الأمر (03-03) المتعلق بالمنافسة<sup>(19)</sup>، الذي يهدف إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل الممارسات المقيدة لها.

- نص المادة 26 والمادة 27 من القانون (02-04) المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>(20)</sup>، حيث نصت المادة 26 على أنه تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة، والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين، والمادة 27 التي اعتبرت ممارسات تجارية غير نزيهة عندما يقوم العون الاقتصادي بتشويه سمعة عون منافس بنشر معلومات تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته، تقليد العلامات المميزة، لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب



زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك. يتضح أن الموقف الذي تبناه المشرع الجزائري يخالف القواعد العامة في المسؤولية المدنية، لأن دعوى التعويض دعوى مقررّة لحماية كافة الحقوق مهما كانت طبيعتها وكيفما كانت الأضرار، وبالتالي فمالك العلامة التجارية حتى لو كانت غير مسجلة يمكنه الاستناد إلى هذه الدعوى للمطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة به كونها الوسيلة الوحيدة لحماية حقه، ولعل الهدف هو دفع التجار إلى ضرورة تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة وبسط الدولة رقابتها على السوق ومحاربة الغش.

**3- شروط قيام دعوى المنافسة غير المشروعة:** ويشترط لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون منافسة أولاً، ثم أن تكون هذه المنافسة غير مشروعة، وأن يكون هناك ضرر لحق المدعي. وعليه فهذه الدعوى تقوم على ثلاثة أركان وهي الخطأ- الضرر- العلاقة السببية.

**أ- الشرط الأول: عنصر الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة:** يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة قيام المدعي عليه بممارسات منافسة للمنافسة، أي منافسة منافية للقوانين والعادات والأعراف التجارية ولقواعد النزاهة والشرف. يقوم على القيام بعمل أو الإمتناع عنه يحدث بدون حق ضرراً للغير. وقد تضمنت المادة 10 من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في فقرتها الثالثة على الأفعال التي تعدّ من قبيل المنافسة غير المشروعة وهي:

- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأي وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه التجاري أو الصناعي.
- الإدعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه التجاري أو الصناعي.
- البيانات أو الإدعاءات التي يكون إستعمالها في التجارة من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلعة أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للإستعمال أو كميتها. كما حددت أيضا هذه المادة صور المنافسة غير المشروعة والمتمثلة في:
- إحدات اللبس والخلط بين المنشآت
- الإدعاءات المغايرة للحقيقة

- إثارة إضطرابات داخل منشأة تنافسية .

والمعيار الذي إتفق عليه الفقه والقضاء هو القيام بأعمال لا تتفق وقواعد الأمن والنزاهة والشرف والمعاملة التجارية، ولا يلزم لإعتبار المنافسة غير مشروعة أن تتوفر سوء النية، وقصد الإضرار لدى المنافس بل يكفي أن يصدر الفعل عن إهمال أو عدم الحيطة والحذر<sup>(21)</sup>.

و تجدر الإشارة بأن توفر الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة أمر ضروري، وأنه يتكون من عنصرين هما التعدي والإدراك، غير أنه لا يشترط وجوب توفر الإدراك، فقد يحصل الخطأ نتيجة إهمال أو تقصير، ويقع بإستخدام العون الاقتصادي لوسائل منافية للقوانين والعادات والشرف.

**ب- الشرط الثاني: عنصر الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة:** يشترط لرفع

دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون هناك ضرر، فالإ جانب شرط الخطأ يجب توفر عنصر الضرر الناتج من جراء ذلك الخطأ، فلا محل للمسؤولية إلا إذا ترتب على المنافسة المشروعة ضرر، وإلا انتفت إمكانية إقامة هذه الدعوى، ومهما كان نوع هذا الضرر ماديا أو أدبيا، خفيا أو جسيما أو معنويا، ويتمثل أساسا في فقدان العون الاقتصادي المتضرر الميزة الاقتصادية جراء الخطأ الذي يعتبر عمل غير مشروع .

إن إثبات وقوع الضرر يقع على المدعي، المتضرر من المنافسة غير المشروعة، فلا يلزم أن يكون الضرر هنا قد وقع فعلاً، بل يكفي أن يكون محتمل الوقوع في المستقبل أي احتمالي، والذي يستخلص من الأساليب والأعمال التي تلحق أذى بصاحب الرسم أو النموذج .

و ينقسم الضرر إلى ضرر مادي يتمثل في إنقاص عدد العملاء، وذلك من خلال عملية اختطاف الزبائن وتحويلهم من طرف العون الاقتصادي المنافس، بالقيام بوسائل منافية للعادات التجارية وأخلاقيات المهنة، ويترتب على ذلك إلحاق خسارة مادية بالمنافس أو فوات كسب، وضرر معنوي أو أدبي ويتمثل في المساس بالسمعة أي يصيب الضرر في شعوره وذلك من خلال نزع الثقة منه ومن منتجاته، أو بتحريض عماله على ترك العمل عنده والإضراب، أو نشر الأقاويل عنه، وهو ما قد يؤثر حتى على حياته الشخصية.<sup>(22)</sup>



ج- الشرط الثالث: العلاقة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة: الرابطة السببية بين الخطأ والضرر هي عنصر مهم لقيام المسؤولية والتي يترتب عنها التعويض للمضرور، وهذا يعني أن يكون الخطأ المدعى به هو السبب الكافي في حدوث الضرر والأ تعدم المسؤولية.

4- أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة: من حق الطرف المتضرر مقاضاة من صدر عنه الضرر والمطالبة بالتعويض، وعلى هذا يمكن إدراج فئة معينة يحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، وتتمثل في:

أ- صاحب العلامة: يعتبر مالكا للعلامة التجارية كل شخص باشر إجراءات تسجيل علامته التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقا للقانون، يجوز له أن يقوم برفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء التصرفات غير المشروعة، كما يجوز له أن يتدخل في أي نزاع أو دعوى قائمة، متى رفعها شخص آخر له مصلحة في النزاع للحصول على تعويض من جراء تصرفات غير مشروعة، غير أنه يتعين على صاحب العلامة أن يتدخل في النزاع أمام المحكمة ذات الدرجة الأولى، أما إذا وصل النزاع إلى المجلس القضائي أي في حالة استئناف الحكم الصادر في القضية، فلا يجوز له التدخل في الخصام لأن القاضي في هذه الحالة غير ملزم بالفصل في ملكية العلامة<sup>(23)</sup>،

ب- المرخص له: يقصد بالمرخص له الشخص الذي يمنح له صاحب العلامة التجارية حق استغلالها استغلالا كليا أو جزئيا مقابل دفع ثمن، فيستفيد المرخص له من امتياز استعمال العلامة ويجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء تصرفات تاجر آخر، تعد بمثابة منافسة غير مشروعة للمنتجات التي تشملها العلامة المرخص باستغلالها.<sup>(24)</sup>

ج- المسوق: يمكن لأي شخص يسوق المنتجات التي تحمل علامة معتدى عليها أن يدافع عنها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد يكون المسوق تاجرا أو محترفا، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك، أما بالنسبة لقانون المنافسة فقد استعمل مصطلح العون الاقتصادي

د- المستهلك: المستهلك حسب المادة 3 من القانون (03-09) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>(25)</sup>: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به، " فمن خلال هذا يتضح أن المستهلك المستحق للحماية يتمثل في الشخص المقتني لمنتج معين لتحقيق رغبة للاستهلاك الشخصي أو للغير.

#### ثانيا: الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية

تحتاج دعوى المنافسة غير المشروعة المرفوعة لحماية حقوق الملكية الصناعية ككل الدعاوى التي ترفع أمام القضاء إلى تأكيدها من طرف المدعي بأدلة وأسانيد تثبتها، طبقا للمادة 2/58 من الأمر 07/03، والمادة 29 من الأمر 06/03، والمادة 2/25 من الأمر 86/66، ليقوي مركزه القانوني ولتنتج الدعوى نتائجها وتحديث آثارها العملية، المتمثلة في وقف الإعتداء وتوقيع الجزاء على من يستحقه طبقا للقاعدة القائلة بينة على من إدعى واليمين على من أنكر، وبما أن حقوق الملكية الصناعية من المواضيع التجارية فإنها تخضع لقاعدة حرية الإثبات، وبالتالي فإن كل طرق الإثبات جائزة فيها، وقد أوردت قوانين حقوق الملكية الصناعية بعض طرق الإثبات نذكر منها<sup>(26)</sup>:

1- انتقال المحكمة للمعانية: هو إجراء تقوم المحكمة به كخطوة لإستجلاء معالم القضية من الواقع وإحالتها على الطبيعة، ومحاولة فهمها بعيدا عما يمكن أن يحدث من تعارض في أقوال الخصوم وشهودهم، لأن هذا الأمر قد يؤدي للتشويش على المحكمة وذلك ليتسنى لها موازنة الأدلة بنفسها " وهو إجراء تقوم به المحكمة من تلقاء نفسها إذا رأت غموضا في القضية، كما قد يطلبه المدعي الذي وقعت عليه التصرفات والأعمال غير المشروعة بحيث يقدم طلبا بالانتقال إلى مكان حدوثها لمشاهدتها على طبيعتها، وهو أمر جوازي وقبوله أو رفضه يخضع لتقدير القاضي، فهو إجراء تحقيقي إضافي نصت عليه المادة 2/27 من الأمر 06/03، إضافة إلى ما نص عليه قانون الإجراءات المدنية بالنسبة لهذا الإجراء في المواد من 56 إلى 60، وهو يؤدي دورا رئيسيا في الدعوى لأن القاضي قد يبني حكمه على ما رآه بعينه في مكان الإعتداء.

**2- محاضر إثبات الحالة:** هو إجراء يطلبه المدعي إذا كانت الأعمال غير المشروعة التي قام بها المدعي عليه غير واضحة للعيان أو يخشى زوالها بمرور الزمن، فيتدارك ذلك بتحرير محضر إثبات حالة، وهذه المحاضر ليست لها قوة قاطعة في الإثبات، بل تخضع لتقدير القاضي فقد يعتمدها أو يستبعدها حسب مدى إقتناعه بها .

**3- ندب الخبراء:** "هو إستيضاح رأي أهل الخبرة لإستظهار جوانب من الوقائع المادية لا يمكن لقاضي الموضوع إدراكها بنفسه بمجرد الاطلاع على أوراق القضية، أو في شأن الجوانب الفنية"، ولهذا الإجراء أهمية كبيرة في مجال حقوق الملكية الصناعية نظرا لما له من صبغة فنية قد يتعذر على القاضي الوصول إلى تحديد جوانبها لإستخلاص قناعته، فيعتمد في ذلك على رأي أهل الخبرة في هذا المجال، لما لهم من إلمام ودراية أكثر منه، وقد نصت المادة 34 من الأمر 06/03 على ذلك، إضافة لما نص عليه في المادة 47 من قانون الإجراءات المدنية والادارية، وهو أمر جوازي ولا يقيد المحكمة بإتباعه .

### **ثالثا: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة**

إذا توافرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة، يجوز للشخص المتضرر رفع دعوى قضائية لوقف أعمال الاعتداء والمطالبة بالتعويض.

**1- وقف الاعتداء:** يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة المنتجات والأدوات، كما يجوز لها أن تأمر بإتلاف الأختام ونماذج العلامة المعنية<sup>(27)</sup>.

**2- التعويض عن الاعتداء الواقع على العلامة التجارية:** يتمثل التعويض في دفع ما يستحق للمضرور مقابل الضرر الذي أصابه ما فاته من ربح، وما لحقه من خسارة، وقد يكون بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته وسبب له ضررا معنويا.

و قد يكون جبر الضرر بالتعويض العيني أي إعادة الحال إلى ما كان عليه قبل وقوع الاعتداء، كحظر استعمال علامة تجارية من شأنها إحداث خلط بين المنتجات. فإن استحال ذلك يتعين على المحكوم عليه دفع تعويض نقدي وهو عبارة عن مبلغ مالي يلتزم المعتدي بدفعه للمضرور، وكثيرا ما يكون التعويض المادي مبلغ مالي يقدره قاضي الموضوع، إلا أنه تثور مشكلة عند تحديد مقداره، والسبب يعود إلى عدم توحيد المبلغ، نتيجة للظروف التي تختلف من اعتداء إلى آخر

ووفقا للمادة 29 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، فقد أجاز المشرع حجز ومصادرة السلع والآلات وكل ما استعمل في المنافسة غير المشروعة أو ارتكاب لفائدة المتضرر، حيث يجوز للجهة القضائية أن تأمر بمصادرة الأشياء التي تمس بالحقوق المضمونة بموجب هذا الأمر، وذلك لفائدة الشخص المضرور. وللمحكمة الحكم بالتعويض الأدبي المتمثل في نشر الحكم على نفقة المحكوم عليه بأن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن العمومية التي تحددها. ومن الجدير بالذكر أن مالك العلامة المسجلة يجوز له أن يجمع بين الدعوى المدنية والدعوى الجنائية في آن واحد. ولا يمنع المالك من رفع الدعوى المدنية أن تكون الدعوى الجنائية قد رفعت وحكم فيها ببراءة المتهم، لأن موضوع الدعويين ليس واحدا.

#### **خاتمة:**

تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى القواعد العامة في القانون المدني. وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروط قيامها.

#### **- النتائج:**

نستنتج من خلال هذه الدراسة، أنه وبعد إكتساب الحق في العلامة التجارية يأتي الدور على القانون لحماية هذا الحق، وتتجسد آليات حماية هذا الحق مدنيا في دعوى المنافسة الغير مشروعة نتيجة التعدي على سمعة العلامة أو غيرها من صور الخطأ، والتي توجب التعويض عن كل ضرر مادي ومعنوي يمس حق صاحب العلامة، سواء مالكاها أو المرخص له باستعمالها وفقا لشروط عقد الترخيص.

كما نستنتج أن المشرع الجزائري قد قرر حماية قانونية مدنية للعلامة التجارية المسجلة، في حين أنه لم يمنح الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، وهو موقف مريب وخروج عن القواعد العامة للمسؤولية في القانون المدني التي تقضي أن كل ضرر يستوجب التعويض لأن دعوى التعويض دعوى مقررة لحماية كافة الحقوق مهما كانت طبيعتها وكيفما كانت الأضرار.





### - الاقتراحات:

- ضرورة تحديث التشريعات والقوانين الخاصة بحماية العلامات التجارية، لمواكبة المستجدات والتطورات العالمية في هذا المجال، سيما التطور الحاصل في اشكال العلامات، من خلال ادراج علامات الصوت والرائحة والعلامات المجسمة .  
- على المشرع الجزائري توفير حماية اشمل للعلامة التجارية خاصة الغير مسجلة، فمالك العلامة التجارية حتى لو كانت غير مسجلة له أن يستند إلى دعوى التعويض للمطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة به.

### الهوامش والمراجع:

- (1)- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، (غير منشورة) تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص16.
- (2)- الأمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو عام 2003 المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، 23 يوليو 2003.
- (3)- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية . ط1 . دار وائل للنشر، الأردن، ص 37 .
- (4)- المادة 7 من الأمر 03-06. المتعلق بالعلامات .
- (5)- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ط6، القاهرة، سنة 2007، ص557.
- (6)- المادة 9 فقرة 2 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات.
- (7)- المادة 119 من القانون رقم 02-05 المؤرخ في 6 فيفري، 2005 الذي يعدل ويثمم الأمر رقم، 59-75 ج ر عدد، 11 المؤرخة في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري.
- (8)- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: المحل التجاري والحقوق الفكرية، مرجع سابق، ص253.
- (9)- حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، 2012، ص102.
- (10)- سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 141.
- (11)- المادة 5 من الأمر رقم 03-06.
- (12)- العلامات المحظورة السابق ذكرها.
- (13)- المادة 21 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات.
- (14)- المادة 21 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات.

- (15) - نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 45.
- (16) - اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لسنة، 1883 المعدلة ببروكسل في 1911 ثم واشنطن، 1911 ثم لاهاي، 1925 ولندن، 1934 ولشبونة، 1958 وستوكهولم 1967 وتم التنقيح الأخير في، 1979 متوفرة على الموقع الإلكتروني، [www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris.pdf](http://www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris.pdf)
- (17) - الامر رقم 75-58 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون المدني معدل ومتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005، ج ر عدد 44.
- (18) - انضمت الجزائر إلى معاهدة باريس في عام 1975 بموجب الأمر (2-75) المؤرخ في 09 يناير 1975 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، ج. ر عدد، 10 الصادرة في 04 فبراير 1975.
- (19) - امر رقم، 03-03 مؤرخ في 19 جويلية، 2003 يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد، 43 صادر في 20 جويلية، 2003 معدل ومتمم بالقانون، 8-12 مؤرخ في 25 جوان، 2008 ج ر عدد، 36 صادر في 02 جويلية، 2008 معدل ومتمم بالأمر 10-05 مؤرخ في 15 أوت، 2010 ج ر عدد، 46 صادر في 18 أوت 2010.
- (20) - القانون (04-02) المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.
- (21) - مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الأعمال التجارية والمحل التجاري، الملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع الإسكندرية مصر، 1996 ص 188.
- (22) - سمير جميل الفتلاوي، المرجع السابق، ص 435.
- (23) - حمادي زويبير، الحماية القانونية للعلامات، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 164.
- (24) - المرجع نفسه، ص 166.
- (25) - القانون رقم (09-03) مؤرخ في 29 يناير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15.
- (26) - العمري صالح، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، عبر الموقع الإلكتروني: <https://revues.univ-ouargla.dz/index>
- (27) - نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 62.