



Naif Arab University for Security Sciences
Arab Journal of Forensic Sciences & Forensic Medicine

المجلة العربية لعلوم الأدلة الجنائية والطب الشرعي
<https://journals.nauss.edu.sa/index.php/AJFSFM>



Criminal Trademark Protection in Algerian Law and Saudi Legal System

الحماية الجنائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والنظام السعودي

بلحاج بلخير*، جامع مليكة



معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي تندوف، الجزائر

Belhadj Belkheir*, Djama Malika

Institute of Law and Political Science, University Center Ali Kafi Tindouf, Algeria

Received 10 Mar. 2020; Accepted 15 June. 2020; Available Online 02 Aug. 2020

Abstract

To distinguish products and services from each other and to ensure the consumer or the buyer does not confuse them, create their own trademarks to promote their products, protect them from counterfeit and to attract customers and allow them to choose and differentiate between similar products and services available in the market.

Given the importance of the brand as a means of expressing the identity of the product or the service attributed to it and the identification of its owner, it was necessary to surround it with a certain number of legal guarantees in order to protect it so it is not subject counterfeiting or forgery.

This study, therefore, seeks to identify the mechanisms of legal protection prescribed for the brand in the Algerian and Saudi legislations, in order to determine the extent of the similarity between the two legislations. The study concludes that the Algerian and Saudi legislators took a positive stance by approving the criminal protection of the trademark and imposing deterrent penalties according to which they achieve the purpose of the punishment. On the other hand, they are reproached for attaching the protection to a formal procedure, which is

المستخلص

من أجل تمييز المنتجات والخدمات بعضها عن بعض وضمان عدم وقوع المستهلك أو المشتري في الخلط بينها، لجأت الشركات إلى ابتكار علامات تجارية للترويج لمنتجاتها حتى لا تكون عرضة للتقليد، وتضمن بمقتضاها جذب العملاء وإتاحة فرصة الاختيار والمفاضلة بين المنتجات والخدمات المشابهة والمماثلة المعروضة في السوق. ونظراً للأهمية التي تكتسبها العلامة التجارية، لكونها وسيلة للتعبير عن ذاتية المنتج أو الخدمة الموضوعة عليها ونسبتها إلى مالكها، كان لا بد أن تحاط بجملة من الضمانات القانونية من أجل حمايتها حتى لا تكون عرضة للتقليد أو التزوير.

وتبعاً لذلك تسعى الدراسة إلى الوقوف على آليات الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية في التشريعين الجزائري والسعودي، لمعرفة مدى التشابه بينهما. وقد تمخضت الدراسة على أن المشرعين الجزائري والسعودي سلكا موقفاً إيجابياً بإقرارهما للحماية الجنائية للعلامة التجارية، وتوقيعها لعقوبات رادعة يحققان بمقتضاها الغرض من العقوبة، ومن جهة أخرى يعاب

Keywords: Forensic Sciences, Consumer, Trademark, Protection, Imitation, Legislation

الكلمات المفتاحية: علوم الأدلة الجنائية، المستهلك، العلامة التجارية، الحماية، التقليد، التشريع



Production and hosting by NAUSS



* Corresponding Author: Belhadj Belkheir

Email: belhadj_1962@yahoo.com

doi: [10.26735/QSBB1745](https://doi.org/10.26735/QSBB1745)

the deposit of the mark or its registration as a condition for its protection.

Accordingly, this study believes it is necessary to reconsider the conditions of protection established for the trademark. It is not reasonable for the right holder to be deprived of their right just because they did not take a formal procedure.

ازداد الإنتاج وتوسع، مما ترتب عليه تطوير أساليب التوزيع لإيصال المنتجات إلى المستهلك فصاحب ذلك ازدياد في استعمال العلامة التجارية قصد تمييز المنتج وجودته ووحدة مصدره [4, p. 324]. ولا يخفى على أحد أن العلامات التجارية تشكل قيمة مالية كبيرة، سواءً بالنسبة للمالكين أو بالنسبة لاقتصاد دولة صاحب العلامة، نظرًا للدور الكبير الذي تؤديه خاصة في ظل تحرير التجارة الدولية والانفتاح على الأسواق العالمية في مجال التصدير وجلب الاستثمارات الأجنبية؛ لذلك نجد أصحاب السلع والخدمات وضمناً منهم لسمعتهم التجارية وحفاظاً على الثقة التي اكتسبوها من عملائهم، نجدهم يولون أهمية بالغة إلى اختيار العلامة التجارية المناسبة التي سيضعونها على سلعهم ومنتجاتهم تمييزاً عن مثيلاتها في السوق، حتى لا تؤدي إلى تضليل المستهلكين، الأمر الذي استدعى ضرورة توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية من كل أشكال الاعتداءات التي قد تعترضها.

فمع ازدياد أهمية العلامة في المجال التجاري، وارتفاع قيمتها ارتفعت حصيلة الاعتداءات عليها ومحاولات تقليدها وتزييفها، واستعمالها على سلع وخدمات منافسة للوصول إلى ترويج سريع للسلع والخدمات المقلدة والمزورة، مما يؤثر سلباً على حقوق مالكي العلامات الأصلية بإنقاص، بل هدم الثقة في جودتها ونوعيتها، ومن ثم نفور المستهلكين عنها [5, p. 476].

وفي هذا الإطار يأتي هذا الموضوع الموسوم بالحماية الجنائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري والنظام السعودي، الذي تزداد أهميته بالنظر إلى التطورات التكنولوجية السريعة، خاصة مع ظهور التكنولوجيات الرقمية وشبكات الإنترنت التي طورت من أساليب التعدي على العلامة التجارية.

كما أن للموضوع أهميته الاقتصادية التي تكمن في المداخل المالية المهمة التي تعود على الاقتصاد الوطني نتيجة استثمار واستغلال العلامات التجارية، مما يكون له أثر إيجابي في التنمية الاقتصادية ودفع عجلة التقدم والازدهار.

ونظراً للأهمية التي يكتسبها موضوع حماية العلامة التجارية

عليهما أنهما ربطا الحماية بإجراء شكلي وهو إيداع العلامة أو تسجيلها كشرط لحمايتها.

ومن أجل ذلك، توصي الدراسة بضرورة إعادة النظر في شروط الحماية المقررة للعلامة التجارية، فلا يعقل أن يحرم صاحب الحق من حقه لمجرد عدم قيامه بإجراء شكلي.

1. مقدمة

تعد الملكية الصناعية فرعاً من فروع الملكية الفكرية، وهي تشمل الابتكارات التي يتوصل إليها العقل البشري من عناصر متصلة بالنشاط الصناعي والتجاري، وتخول مالكيها حق الاحتكار والاستئثار في استغلال ابتكاراته وإشاراته المميزة [1].

وتنقسم الملكية الصناعية إلى قسمين، القسم الأول: يتعلق بالحقوق التي ترد على مبتكرات جديدة وهي تلك الحقوق التي تخول صاحبها احتكار استغلال ابتكاره، ويمكن أن نفرق بخصوصها بين نوعين، المبتكرات الجديدة ذات القيمة الجمالية، وتمثل في الرسوم والنماذج الصناعية، والمبتكرات الجديدة ذات القيمة النفعية ويندرج في نطاقها براءة الاختراع والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، أما القسم الثاني فيتعلق بالحقوق التي ترد على الشارات المميزة، وهي عبارة عن الحقوق التي تمكن صاحبها من احتكار استغلال شارة مميزة يصطلح عليها الاسم التجاري إذا ما استخدمت لتمييز المنشآت التجارية، أو تعرف بتسمية المنشأ إذا دلت على منشأ السلعة، أما إذا استخدمت لتمييز المنتجات والخدمات فيستدل عليها باسم العلامات التجارية موضوع الدراسة.

وتعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر المشروع التجاري، لها قيمة مالية تدخل في الذمة المالية للمالك، فضلاً عن قيمتها الاقتصادية التي تكاد تحتل المكانة العليا من بين العناصر التي يعتمد عليها المشروع في نجاحه واستمراره [2] نظرًا لدورها التحفيزي في الإنتاج، كما أنها وسيلة قانونية في خدمة إستراتيجية المؤسسات لتوسيع أسواقها، فهي أداة للتعريف بالمنتجات أو الخدمات التي تحملها عبر العالم [3, p. 37].

وقد كانت العلامة التجارية موجودة منذ القدم، حيث كانت القبائل العربية تضع الأختام والوشم على إبلهم لتمييزها، كما استخدم الرومان الكثير من العلامات على المنتجات الفخارية [3, p. 36]، ومع بروز سمات العصر الحديث وظهور الثورة الصناعية، وتحول وسيلة الإنتاج من العمل اليدوي إلى العمل بالآلات



الصناعية والتجارية، وحقوق الملكية الأدبية والفنية، حيث تناولت الباحثة العلامة التجارية باعتبارها إحدى صور الملكية الصناعية والتجارية على غرار باقي الصور، وبينت شروط العلامة محل الحماية القانونية الشكلية والموضوعية، وكذا منحج الحماية المدنية والجزائية باعتبار أن أفعال الاعتداء التي تلحق بالعلامة تعتبر جنحة تقليد.

- أطروحة ماجستير لمحمود أحمد عبد الحميد مبارك بعنوان: العلامة التجارية وطرق حمايتها، حيث عالج فيه الموضوع في ثلاثة فصول: تضمن الفصل الأول فكرة عامة عن العلامة التجارية وأنواعها وأشكالها المختلفة، وكذا شروطها الموضوعية والشكلية، أما الفصل الثاني فتعرض فيه الباحث للحماية المدنية، وخصص الفصل الثالث للحديث عن الحماية الجزائية.

- مقال للأستاذ رمزي حوحو، بعنوان: التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، منشور بمجلة المنتدى القانوني في عددها الخامس تصدر عن جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، حيث تناول فيه مختلف المسائل المرتبطة بالعلامة التجارية من حيث تعريفها وتمييزها عن غيرها من الأنظمة المشابهة، وشروطها الموضوعية والشكلية، وكذا الحقوق التي يحظى بها صاحب العلامة، فضلاً عن أسباب انقضائها.

- مقال للأستاذ مهند محمد ضمرة، بعنوان: الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفقاً لنظام العلامات التجارية السعودي (دراسة مقارنة)، منشور في المجلد 29 بمجلة جامعة الملك سعود عن قسم الحقوق والعلوم السياسية 2، الرياض في سنة 2017، وقد تناول الباحث الموضوع في فصلين: تحدث في الفصل الأول عن أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية، وخصص الفصل الثاني للحديث عن إجراءات الملاحقة والعقوبات في جريمة التعدي على العلامة التجارية. إذن هذه بعض الدراسات التي تناولت موضوع العلامة التجارية، إلا أن دراستنا لهذا الموضوع جاءت مختلفة: كوننا أردنا من خلالها جمع التشريعين الجزائري والسعودي في دراسة واحدة للوقوف على موقفها في تكييف جريمة التعدي على العلامة التجارية، والتعرف على مدى التشابه والاختلاف بينهما. وتحقيقاً لذلك اعتمدنا خطة ثنائية قسمناها إلى مطلبين، تعرضنا في المطلب الأول للجانب الموضوعي للعلامة التجارية محل

فقد كان محط اهتمام العديد من الاتفاقيات الدولية منها على سبيل المثال لا الحصر، اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 [6] واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) الموقعة بمراكش بتاريخ 15 إبريل 1994 [7].

وإدراكاً منه لأهمية حماية العلامة التجارية وتأمينها من كل الانتهاكات التي قد تطولها، عمد المشرع الجزائري إلى إصدار الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتضمن العلامات [8]، ومن جهته نظم المشرع السعودي العلامات التجارية بمقتضى المرسوم الملكي رقم (م/21) المؤرخ في 28/05/1423 هـ المتضمن نظام العلامات التجارية.

إن رغبتنا في التعرف على آليات الحماية الجنائية المقررة في القانون الجزائري والنظام السعودي كانت الدافع من وراء اختيارنا لهذا الموضوع الذي نهدف إلى إبراز أهميته الاقتصادية والتجارية، فضلاً عن أهميته الدعائية المتمثلة في الترويج للسلع والخدمات التي تحملها العلامة التجارية، وذلك من خلال تسليط الضوء عن صور انتهاك العلامة التجارية وسبل التصدي لها في القانون الجزائري والنظام السعودي.

وللخوض في هذا الموضوع طرحنا إشكالية مفادها: ما السبب الذي دفع المشرعين الجزائري والسعودي إلى إقرار حماية جزائية للعلامة التجارية بالرغم من وجود حماية مدنية لها؟ وهل هذه الحماية الجزائية تلقائية أم تتوقف على اتخاذ إجراءات شكلية؟ وفي سبيل الإجابة عن هذه الإشكالية اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها [9]، فضلاً عن المنهج المقارن قصد إبراز أوجه الشبه والاختلاف بين المشرع الجزائري والسعودي.

ولا نجزم من خلال دراستنا لهذا الموضوع أنها الأولى في هذا المجال، ولكن هناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، أهمها:

- كتاب للدكتور صلاح زين الدين بعنوان: الملكية الصناعية والتجارية الذي عالج فيه الباحث مختلف صور الملكية الصناعية والتجارية بما فيها العلامات التجارية من حيث تعريفها والشروط الشكلية والموضوعية الواجب توافرها حتى يحظى صاحبها بالحماية القانونية.
- كتاب الدكتورة فرحة زراوي صالح بعنوان: الكامل في القانون التجاري (القسم الثاني)، عالج موضوع حقوق الملكية



للتشريعات الداخلية للدول الأعضاء، فعلى النقيض من ذلك نجد اتفاقية تريبيس عرفت بموجب المادة 15/1 منها العلامات بأنها تلك الأسماء الشخصية أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو مجموعة ألوان أو أي مزيج من هذه العلامات، وهي تشمل علامة السلع وعلامة الخدمات، حيث تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى.

وعرفها المشرع الجزائري بموجب المادة 1/02 من الأمر 03-06 بأنها "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"، وإن كان المشرع الجزائري في ظل الأمر 03-06 وضع لفظ "العلامات" بصيغة الجمع ولم يقرنها بأي وصف وفضل تركها مطلقة دون تحديد، وبذلك اتسع نطاقها ليشمل كل الأنواع المتعلقة بالعلامات، إلا أن تعريفها لا يخرج في مجمله عن التعريف الذي تبناه المشرع السعودي بموجب المادة الأولى من نظام العلامات التجارية، حيث جاء فيها "تعد علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً أو الإمضاءات أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الرموز أو الأختام أو النقوش البارزة، أو أي إشارة أخرى أو أي مجموع منها تكون قابلة للإدراك بالنظر وصالحة لتمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية أو مشروع استغلال للغابات أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات".

كما عرّف العلامة بمقتضى المادة 02 من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/51) المؤرخ في 1435/07/26هـ الموافق لـ 2014/05/25م بأنها "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام أو رسوم أو صور أو نقوش أو تغليف أو عناصر تصويرية أو أشكال أو لون أو مجموعات ألوان أو مزيج من ذلك أو أية إشارة أو مجموعة إشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات. ويمكن اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية".

الحماية الجنائية من أجل تعريفها وتحديد شروطها التي تتوقف على توافرها الحماية الجزائية والآثار الناتجة عن تسجيلها، أما المطلب الثاني فعالجنا فيه أساليب تصدي المشرعين الجزائري والسعودي للاعتداء على العلامة التجارية المسجلة.

2. المطلب الأول: الجانب الموضوعي للعلامة التجارية محل الحماية الجنائية

لتحديد الجانب الموضوعي للعلامة التجارية محل الحماية الجنائية ينبغي لنا التعرض لنظامها القانوني (الفرع الأول)، ثم الآثار القانونية الناجمة عن تسجيلها (الفرع الثاني).

2.1. الفرع الأول: النظام القانوني للعلامة التجارية

يقتضي تحديد النظام القانوني للعلامة ضبط تعريفها وبيان شروطها الموجبة للحماية الجنائية.

2.1.1. الفقرة الأولى: تعريف العلامة التجارية

نتعرض لموقف الفقه والقانون من تعريف العلامة التجارية.

أولاً - التعريف الفقهي للعلامة

يقصد بالعلامة السمة التي يضعها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة، ويتخذها شعاراً لمنتجاته أو بضائعه أو خدماته، وذلك قصد تمييزها عن منتجات أو بضائع أو خدمات غيره حتى يمكن المستهلك من التعرف على سلعته، ويضمن عدم تضليل الجمهور. ويمكن تعريفها أيضاً بأنها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون [10, p. 253]. كما عرفت العلامة بأنها إشارة محسوسة توضع على المنتج أو الخدمة من أجل تمييزها عن المنتجات المشابهة للمنافسين أو الخدمات المقدمة للآخرين [11]، أو هي إشارة تُعلم أو توسم بها البضائع والسلع والمنتجات والخدمات تمييزاً لها عما يماثلها من بضائع أو سلع أو خدمات [12].

ثانياً - التعريف القانوني للعلامة

إذا كانت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لم تتطرق لتعريف العلامة ولم تحدد أشكالها وصورها، بل تركت الأمر



وفي اعتقادنا أن ما سار عليه المشرع السعودي في عدم اعتبار الصوت والرائحة علامة تجارية يتفق مع اتفاقية تريبس التي أجازت للدول الأعضاء أن تشترط في قوانينها الداخلية شرط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها، وهو الموقف ذاته للمشرع السعودي.

2. 1. 2. الفقرة الثانية: شروط تمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية

حتى تكون العلامة محلاً للحماية الجنائية لا بد أن تتوافر فيها شروط معينة، وتنقسم الشروط المطلوبة في العلامة إلى شروط موضوعية وشروط شكلية نتعرض إليها تباعاً.

أولاً - الشروط الموضوعية للعلامة

يشترط في العلامة توافر الشروط الموضوعية التالية:

- أن تكون مميزة: لا تكون العلامة محلاً للحماية إلا إذا كان لها طابع مميز، "ولا يقصد بهذا الشرط أن تتخذ العلامة التجارية شكلاً مبتكراً أو عملاً فنياً جيداً، وإنما المقصود منه تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلعة والبضائع والخدمات لمنع حصول اللبس أي الخلط لدى المستهلكين وبالتالي الوقوع في الانخداع أو الغش [14]، فالتمييز هو أساس الحماية والحكمة من استلزامه هو تحقيق الغاية الأساسية من العلامة التجارية بتمييز المنتجات والسلع والخدمات [40, p. 15].

ويلاحظ أن شرط التمييز اتفق عليه كلا المشرعين الجزائري والسعودي، ومن جهة أخرى رفضا تسجيل العلامة المجردة من صفة التمييز (المادة 2/7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، والمادة 02/أ من نظام العلامات التجارية السعودي).

ومن جهتها أجازت اتفاقية تريبس للدول الأعضاء إذا كانت العلامات لا تسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، أن تجعل صلاحية التسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، أي إن العلامة اكتسبت صفة التمييز نتيجة استخدامها، وهذا الموقف انتهجه المشرع الجزائري بموجب المادة 2/20 من الأمر 03-06 حيث قرر أنه لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها.

تأسيساً لذلك فإنه يجب أن تتخذ العلامة شكلاً مميزاً خاصاً بها وبمعنى آخر أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تمنع من الخلط بغيرها، وتجعل من السهل معرفتها [277, p. 10]، لذا نجد أن كلا

ومن خلال التعاريف المتقدمة يتضح أن المشرعين الجزائري والسعودي عرفا العلامة من خلال إيرادهما لأشكالها على سبيل المثال لا الحصر، حيث أعطيا أمثلة عن أكثر العلامات شيوعاً، وتركيا باب القياس مفتوحاً لإدخال غيرها من العلامات التي قد تفرزها التطورات العلمية والتكنولوجية والاقتصادية شرط أن تتوافر فيها الشروط المحددة قانوناً.

وحسناً فعل المشرع الجزائري عندما اشترط أن تكون العلامة قابلة للتمثيل الخطي، والمشرع السعودي عندما أكد أن تكون العلامة قابلة للإدراك بالنظر، ذلك أن العلامة الخطية البصرية التي يعاينها المستهلك ببصره هي التي تبقى راسخة في ذهنه، وبالتالي تبعده من دائرة الخلط بينها وبين علامات مشابهة ومنافسة.

ويلاحظ أيضاً أن المشرع السعودي لم يعتبر الصوت والرائحة شكلاً من الأشكال المكونة للعلامة التجارية، على الرغم من أن المادة 2/2 من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/51) المؤرخ في 1435/07/26 هـ، نصت على إمكانية اعتبار العلامة الخاصة بالصوت والرائحة علامة تجارية، وهذا الأمر وارد بالنظر إلى التقدم العلمي الحاصل في مجال التقنية والتكنولوجيا، حيث "يمكن أن تستخدم عينات وفقاً لتركيبة خاص للدلالة على علامة الرائحة، أما العلامة الصوتية فيمكن تقديمها في شكل نوتة موسيقية مع طلب التسجيل للعلامة التجارية المراد تسجيلها، ومن العلامات الشهيرة في هذا المجال علامات صوت الدراجات النارية الخاص بشركة Harley Davidson، وأيضاً نغمة الموبايل الخاص بشركة Nokia، وأيضاً قيام شركة Chanel الفرنسية بتسجيل رائحة منتجاتها في فئة N.5 كعلامة تجارية" [13].

وفي هذا الصدد نلاحظ أن محكمة العدل الأوروبية في قرار لها صادر عام 2003 أكدت إمكانية استعمال الصوت كعلامة رغم أنه ليس له تمثيل خطي، ووضعت شروطاً صارمة يتعين توافرها في العلامة الصوتية حتى يمكن تسجيلها منها: أنه يجب أن تمثل العلامة الصوتية بشكل مرئي وبطريقة واضحة، دقيقة، شاملة وموضوعية، وبذلك اعتبرت المحكمة أن الصوت يصلح أن يكون علامة موجبة للحماية كأن يتم تمثيل هذا الصوت بنوتة موسيقية كاملة تحدد مسافات وأبعاده بشكل دقيق، في حين أنه لا يمكن أن يعتبر علامة صوتية أصوات الحيوانات أو ضجيج المحركات؛ لأن هذه الأصوات وإن كان من الممكن تسجيلها ألياً إلا أنه لا يمكن تمثيلها بدقة وفق الشروط المحددة سابقاً.



ولا يفرض أن يتوافر في العلامة شرط الابتكار كما هو الحال مثلاً بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية، فالطابع المميز يختلف فيها حيث يكاد يمثل استعمال تسمية بسيطة علامة مشروع ما دام يسمح بتمييز المنتج عن غيره من المنتجات المشابهة [17, p. 223]. ويرى د. السنهوري أن العلامة ليست في ذاتها تنطوي على ابتكار كما ينطوي الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، ولكن القانون مع ذلك يحميها؛ لأنها تميز بضاعة تعتبر ذات خصائص مرغوب فيها، فالبضاعة هي التي تنطوي على الابتكار؛ ولذلك يحميها القانون عن طريق العلامة التجارية [18, p. 468].

- أن تكون العلامة جديدة: لا تصلح العلامة محللاً للحماية الجنائية إلا إذا توافر فيها شرط الجدة أي لم يسبق استعمالها بمعرفة شخص آخر.

ويقصد بشرط الجدة أن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام؛ بحيث لم يسبق استعمالها أو تسجيلها على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من شخص آخر، ولكن لا يشترط أن تكون المادة المكونة للعلامة التجارية جديدة؛ لأن الألوان والحروف والأعداد وغير ذلك من الأشياء هي ذاتها ومعروفة ولن تكون جديدة إلى ما لا نهاية، وإنما يجب أن تكون هذه الأشياء في شكل أو طريقة مميزة وجديدة لم يستعملها أو يسجلها الغير [19].

وحتى تعتبر العلامة جديدة فلا بد أن يتوافر فيها عنصر مميز على الأقل، وتقدر مسألة جدة العلامة بالنظر إلى مجموع العناصر المكونة لها باعتبارها وحدة واحدة، فلا تفقد العلامة شرط الجدة بمجرد اشتراك عناصرها مع عناصر مكونة لعلامة أخرى، حتى وإن كانت كلتا العلامتين مستعملتين في صناعة واحدة، فالمهم إذن أن تكون العناصر المكونة لهاتين العلامتين مختلفتين من حيث التركيب والمظهر، وعليه يكفي لاعتبار العلامة جديدة ألا تؤدي إلى اللبس والتضليل على نحو يصعب التمييز بينها وبين علامات أخرى تستعمل لتمييز منتجات أو خدمات أخرى مستعملة فوق نفس التراب الوطني. وتعتبر مسألة تقدير شرط الجدة، وتقدير مدى التشابه بين علامتين مسألة موضوعية، تعود لاختصاص قضاة الموضوع، وهي تقوم بذلك عن طريق المقارنة الإجمالية للعلامتين لا الاقتصار على بعض العناصر المكونة للعلامة دون الأخرى.

وشرط الجدة الواجب توافره في العلامة التجارية لكي تسجل لا يعني أن تكون جديدة بصفة مطلقة ونهائية، وإنما الجدة النسبية التي يتحدد نطاقها من حيث الزمان ومن حيث المكان ومن حيث المنتجات [20, p. 30].

المشرعين عمداً إلى تحديد الأشكال التي يمكن اتخاذها كعلامة، وقد وردت هذه الأشكال على سبيل المثال لا الحصر، وما يدل على ذلك إيراد عبارة "لا سيما الكلمات" في نص المادة 01 من الأمر 03-06، فهذه العبارة توحي بأن ذكر العلامات ورد على سبيل المثال لا الحصر.

وعليه يمكن للتاجر أو الصانع اتخاذ أي شكل من الأشكال كعلامة تجارية، كما يمكن أن تكون العلامة مزيجاً من كل الأشكال السابقة أو بعضاً منها.

وإذا قام شخص ما باتخاذ رمز معين فلا يجوز لشخص آخر أن يتخذ اسم الرمز كعلامة لما في هذا الأمر من تضليل للجمهور، فمثلاً لو أخذ صانع أو تاجر أو مقدم خدمة صورة الأسد كعلامة تجارية، فلا يجوز لتاجر أو صانع أو مقدم خدمة آخر أن يستعمل اسم الأسد كعلامة تجارية، لأنه قد يؤدي إلى اللبس والتضليل لذلك يجب أن يتبع الاسم الرمز والعكس صحيح. غير أن السؤال الذي قد يطرح نفسه هل اتخاذ العلامة من طرف شخصين مختلفين بلغتين مختلفتين يعتبر اعتداء على علامة أحدهما؟

وفي هذا الصدد قررت المحاكم السورية بشأن العلامة "داش" التي تم استخدامها بلغتين هما اللغة العربية "داش" والأجنبية "DACH" حيث جاء في القرار [16] أن اختلاف نموذج الخط العربي أو اللاتيني في كتابة العلامة الفارقة لا يعتبر اختلافاً جوهرياً، ولا يؤثر على الجرس الموسيقي للكلمة أو لفظها أو مضمونها، ويكون التشابه مطلقاً بين العلامتين؛ مما يعتبر منافسة غير مشروعة وتقليداً لعلامة فارقة، ولا يعد بالجهل بتسجيل العلامة الأولى.

حيث ثبت أن الجهة المدعية أودعت شهادة تسجيل علامة فارقة تجارية أو صناعية برقم 19164 بتاريخ 1969 لمدة 15 سنة بوضعها جميع القياسات والأشكال والألوان على الصابون والمنظفات ومستحضرات الغسيل والتنظيف، وهذه العلامة التجارية باللغة العربية "داش" وبالأجنبية "DACH" وقد كتب بالخط العربي النسخي وعبارة اللاتينية التي تماثلها وبخط لاتيني متوازية خطوطه يميل نحو اليمين، وتبين أن الجهة المدعى عليها أودعت ذات العلامة، وحيث إن الحكم المطعون فيه لم يسر على هذا النهج فيتعين نقضه [16].

نستنتج مما سبق أن نماذج العلامات متجددة ولا يمكن حصر نطاقها، وبالتالي تبقى مسألة ما يمكن اعتباره من قبيل العلامة من عدمه مسألة موضوعية خاضعة لتقدير قضاة الموضوع ولا رقابة عليهم في ذلك من طرف المحكمة العليا.



تكون فاقدة لشرط المشروعية إذا خالفت النظام العام والآداب العامة (المادة 4/07 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، والمادة 02/ج من نظام العلامات التجارية السعودي)، حيث استبعدت المادة 03/2 من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بخصوص التسجيل كعلامة تجارية أو جزء منها التعبيرات أو الرسوم أو العلامات التي تخل بالآداب العامة أو تخالف النظام العام. كما أن العلامة التجارية تكون غير مشروعة إذا خالفت نصاً قانونياً، سواء تعلق بقانون العلامات التجارية أو نصاً قانونياً آخر من القوانين والأنظمة المعمول بها.

والحكمة من حظر استعمال العلامات غير المشروعة في التعامل التجاري ترجع إلى "ما تتمتع به العلامات من حرمة أو قدسية أو حفظاً لحقوق ذي الشأن أو خوفاً من تضليل الجمهور وإيهامه بأن لهذا النوع من العلامات صبغة خاصة أو مراعاة للنظام العام والآداب العامة [10, p. 271].

ونذكر في هذا المضمار قضية العطور المسماة "OPIUM" التي رفعت أمام المحاكم الفرنسية، حيث اعتبرت هذه التسمية مشروعة بعدما رفضها قضاة الدرجة الأولى؛ لكون استخدامها يشجع المستهلك على تعاطي المخدرات [17, p. 229]. هذا وتستبعد المادة 02/ب من نظام العلامات التجارية السعودي من شرط المشروعية أيضاً كل تعبير أو إشارة أو رسم مخل بالدين، أو يكون مطابقاً أو مماثلاً لرمز ذي صبغة دينية.

ثانياً - الشروط الشكلية للعلامة التجارية

يترتب على توافر الشروط الموضوعية الوجود الواقعي للعلامة، في حين أن الشروط الشكلية هي التي تعطي وجوداً قانونياً للعلامة، وقد نص المشرع الجزائري على الشروط الشكلية المتمثلة في إيداع العلامة وفحصها وتسجيلها ونشرها بموجب الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ومرسومه التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 غشت 2005 يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها المعدل والمتمم [21]. كما حُدِّدَت الشروط الشكلية بمقتضى نظام العلامات التجارية السعودي فضلاً عن اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية المؤرخة في 03/08/1436هـ الموافق لـ 21/05/2015م.

وعملًا بأحكام المادة 1/06 من اتفاقية باريس التي أقرت أن شروط إيداع وتسجيل العلامات في كل دول الاتحاد تحدد عن طريق تشريعها الوطني، فإن الشروط الشكلية تتمثل في:

فمن حيث الزمان فحماية العلامة مرتبط بمدة زمنية محددة بعد انقضاءها تسقط في الملك العام، ومن حيث المكان فمن المعلوم أن حماية العلامة التجارية - في الأصل - تقف عند الحدود الإقليمية للدولة التي تسجل فيها العلامة التجارية (المادة 04 من الأمر 03-06)، ولا تتعدى تلك الحدود؛ وذلك تطبيقاً لمبدأ السيادة الإقليمية [10, p. 435].

وتجدر الإشارة إلى أن اتفاقية باريس بموجب المادة 06/د، ه منها أخذت بمبدأ استقلال العلامة، وبناء عليه إذا تم تسجيل العلامة طبقاً للأوضاع القانونية في بلدها الأصلي، ثم سجلت في دولة أو أكثر من دول الاتحاد فتعتبر كل من هذه العلامات الأصلية من تاريخ تسجيلها مستقلة عن العلامة في البلد الأصلي، تبعاً لذلك فإنه لا يترتب على تجديد تسجيل العلامة في بلدها الأصلي الالتزام بتجديد التسجيل الأصلي في دول الاتحاد الأخرى التي سجلت فيها العلامة.

أما من حيث المنتجات فلا يكفي لانتفاء شرط الجودة وجود علامة تجارية مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية سبق تسجيلها أو استعمالها فقط، بل يجب ألا تكون العلامة المنوي تسجيلها أو استعمالها سوف تستعمل على نفس المنتجات أو الخدمات أو ما يشبهه بها، ومثال ذلك إذا كانت هناك علامة تجارية باسم "الزهراء" لتمييز منتجات العصائر، فلا يجوز لشخص آخر اتخاذ نفس العلامة لتمييز منتجات متعلقة بالمشروبات الغازية أو للعصائر. ولكن تتفي هذه الشبهة ويحق لهذا الشخص نفس العلامة السابقة لتمييز منتجات متعلقة بتصنيع الحديد مثلاً، فلا يتأثر هنا شرط الجودة لاختلاف المنتجات، أي الحماية تكون فقط مقصورة على نوع البضائع التي سجلت من أجلها العلامة التجارية دون أن تشمل جميع الأصناف الأخرى المختلفة عنها نوعاً وجنساً، ويجب ملاحظة أن العلامة المشهورة تتمتع بالحماية على جميع الأصناف وإن لم تكن مسجلة [20, pp. 31-32].

- أن تكون العلامة مشروعة: من المتفق عليه أنه يكون للشخص الحرية المطلقة في اختيار العلامة التي يريدها، وكذا العناصر التي تتكون منها هذه العلامة، غير أنه ومراعاة للصالح العام فإنه يجب تقييد هذه الحرية بشروط، وهذا ما أخذت به معظم التشريعات؛ حيث تبنت الأصل العام وهو "حرية الشخص في اختيار العلامة" ولكن وضعت قيوداً متفاوتة على هذا الأصل، فهناك من ضيق نطاق تلك القيود وهناك من توسع فيها.

ولا شك أن هذه القيود تتعلق بشرط المشروعية، وعليه فإن العلامة



2.2. الفرع الثاني: الآثار الناتجة عن تسجيل العلامة التجارية

يخول تسجيل العلامة لصاحبها اكتساب الحق فيها أي حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها، حيث تضمنت المادة 05 من الأمر 03-06 السالف الذكر مبدأ عاماً مفاده أن الحق في العلامة يكتسب بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، ويكون الحق في ملكيتها للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس، ويستثنى من هذه القاعدة حالة انتهاك الحق فلا يؤخذ بذلك المبدأ العام.

وهذا الحكم نفسه تبناه المشرع السعودي حين أكد بموجب المادة 21 منه على أن ملكية العلامة ترجع إلى الشخص الذي ياد بتسجيلها لدى المصلحة المختصة.

ويلاحظ أن المشرع السعودي كان أكثر دقة من المشرع الجزائري عندما نص على أن تسجيل العلامة ينتج أثره من تاريخ تقديم طلب التسجيل (أي تقديم طلب)، وليس من تاريخ تسجيل العلامة. ومتى تم اكتساب ملكية العلامة فإنها تترتب عليها آثار قانونية مهمة نعرض إليها تباعاً:

2.2.1. الفقرة الأولى: حقوق صاحب العلامة التجارية

يستفاد من نص المادة 17 من الأمر 03-06، والمادة 33 من نظام العلامات التجارية السعودي أنه بمجرد اكتساب ملكية العلامة بتسجيلها، يكون لصاحبها وحده دون سواه الحق في استعمالها واستغلالها وإبرام عقود تراخيص بشأنها، وينتج له مقابل هذا الحق حقه في منع الغير من استعمال علامته دون رضاه أو دون ترخيص سابق منه على سلع وخدمات مماثلة.

وعليه يجوز لصاحب العلامة رهنها أو التنازل عنها مجاناً أو بمقابل كلياً أو جزئياً، مقترنة مع المحل التجاري أو مستقلة عنه، غير أنه ومن جهة أخرى جعل النقل أو التنازل باطلاً إذا كان من شأنه أن يحدث لبساً أو يؤدي إلى خداع الجمهور أو تضليلهم (المادة 14 من الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامات، والمادتان 31 و31 من نظام العلامات التجارية السعودي).

ولا تعتبر عملية التنازل عن العلامة صحيحة إلا إذا احترمت الشروط الموضوعية المتعلقة بصحة العقود [17, p. 252]، ويشترط في عقود نقل الحقوق المخولة عن تسجيل العلامة هذه حتى لا تكون

- إيداع العلامة: يقصد بالإيداع عملية تسليم - أو إرسال - ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقاً بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة [17, p. 233].

واستناداً لنص المادة 6/2 من الأمر 03-06 يجوز لأي شخص إيداع علامته قصد حمايتها قانونياً، أما إذا كان الموعد مقيماً خارج الجزائر، فإنه يجب عليه أن يعين ممثلاً وفقاً للتنظيم الجاري به العمل ليقوم بتمثيله أمام المصلحة المختصة والمتمثلة في "المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية".

وقد أكدت المادة 05 من نظام العلامات التجارية السعودي ضرورة تقديم طلب تسجيل العلامة إلى الإدارة المختصة بوزارة التجارة من قبل صاحب الشأن إذا كان له موطن في المملكة أو وكيل رسمي عنه له موطن فيها.

- فحص العلامة: يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الملف الخاص بالإيداع والمقدم من طرف الموعد، قصد التأكد من مطابقته للشروط الموضوعية والإجراءات الشكلية.

وبعد تأكد المصلحة المختصة من توافر شروط الإيداع، تحرر محضر الإيداع الذي يعتبر بمثابة سند ملكية من شأنه أن يعمل على فض النزاعات التي قد تقع بين المودعين، وتوجه نسخة منه إلى الموعد أو وكيله لتكون بمثابة شهادة تسجيل.

- تسجيل العلامة: يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في السجل المخصص لذلك والمسوك على مستوى المعهد [17, p. 238].

وقد ألزم المشرع السعودي الإدارة المختصة بوزارة التجارة أن تبت في طلب التسجيل خلال ستين يوماً من تاريخ تقديمه متى كان مستوفياً للشروط والإجراءات المنصوص عليها (المواد 2/09، 11-13 من نظام العلامات التجارية السعودي، والمادة 12 من المرسوم التنفيذي 05-277 المعدل والمتمم)، ومتى أصبح قرار التسجيل نهائياً فإنها تقوم بتقييد العلامة التجارية في السجل المسوك من طرفها لهذا الغرض (المادة 03 والمادة 16 من نظام العلامات التجارية السعودي).

- نشر العلامة: وهو منوط بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ويترتب على هذا الإجراء شهر إيداع العلامة وكل العمليات المرتبطة بها في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.

وهذا الحكم نفسه سار عليه المشرع السعودي بموجب المادة 14 من نظام العلامات التجارية، حين رتب على قبول تسجيل العلامة إلزامية شهرها من طرف الإدارة المختصة، على أن يتحمل طالب التسجيل تكاليف الشهر.



- انقضاء العلامة بسبب إبطالها: حتى يتمتع صاحب العلامة بحقوقه الشرعية التي يستمدّها من علامته، فلا بد أن يكون الإيداع صحيحاً مستوفياً للشروط الشكلية والموضوعية، وألا يقوم بإيداع علامة استنساها القانون بموجب نص صريح (المادة 07 من الأمر 06-03 والمادة 02 من نظام العلامات التجارية السعودي)، ويترتب على قيام المودع بإيداع علامة مستبعدة من الحماية القانونية إبطال الإيداع الذي يكون بطلب من المصلحة المختصة، أو بطلب من الغير، وبالتالي متى تبين للجهة القضائية أن العلامة يشوبها سبب من الأسباب الواردة في نص المادة السابعة من الأمر 06-03 فإنها تحكم بإبطالها بناء على الطلب المقدم ويكون الإبطال بأثر رجعي يسري من تاريخ الإيداع.

- انقضاء العلامة بسبب إلغائها: تقوم الجهة المختصة بإلغاء تسجيل العلامة؛ وذلك بناء على ما يأتي: طلب من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 07 (الفقرات 3 و5 إلى 7) من الأمر 06-03 بعد تسجيل العلامة وظل قائماً بعد قرار الإلغاء، غير أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتجاً عن المادة 2/7 فإن التسجيل لا يُلغى إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها.

- طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقاً للمادة 11 من الأمر 06-03.

3. المطلب الثاني: أساليب تصدي المشرعين الجزائري والسعودي للاعتداء على العلامة التجارية

من المسلم به أن الحق -أي حق- يتمتع بحماية مدنية وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية التي تعتبر بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيّاً كان نوعها، وهي حماية مقررّة لكافة الحقوق، وقد كفلتها التشريعات المختلفة [10, p. 315].

وتختلف حماية العلامة بحسب ما إذا كانت مسجلة أو غير مسجلة، فإذا كانت مسجلة فإن صاحبها يتمتع بالحماية المدنية والجزائية المقررة في نصوص القانون المتعلق بالعلامات عن طريق دعوى التقليد، أما إذا لم تكن مسجلة فإن مالكيها لا يكون أمامه إلا الاستناد إلى القواعد العامة ورفع دعوى مدنية لحماية علامته غير المسجلة في حالة وقوع أي اعتداء عليها، وذلك قصد المطالبة بالتعويض على أساس دعوى المناقضة غير المشروعة وفقاً للقواعد

عرضة للبلطان الكتابة وإمضاء الأطراف المتعاقدة وعموماً يسري على هذه العقود القانون الذي ينظمها، كما يشترط وجوباً قيد الرخص في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة (المادة 2/17 من الأمر 06-03 والمادة 35 من نظام العلامات التجارية السعودي).

2.2. الفقرة الثانية: انقضاء ملكية العلامة

تنقضي ملكية العلامة إما بناء على إرادة صاحبها، وإما لأسباب خارجة عن هذه الإرادة.

أولاً - انقضاء ملكية العلامة بناء على إرادة صاحبها

وتنقضي العلامة بناء على إرادة صاحبها للأسباب التالية:

- انقضاء ملكية العلامة بسبب عدم تجديدها: من المقرر قانوناً أن مدة الحماية الخاصة بالعلامة هي عشر سنوات، غير أنه يجوز لصاحبها الاستفادة من الحماية القانونية لمدة أطول؛ وذلك بقيامه بتجديد تسجيل علامته (المادة 3/05 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، تقابلها المادة 22 من نظام العلامات التجارية السعودي)، ولم يقيد المشرع الجزائري على غرار المشرع السعودي صاحب العلامة بحد أقصى لعمليات التجديد، بل لهذا الأخير الحق في تجديد إيداعه ما دام يقوم باستغلال علامته ويريد توفير الحماية القانونية لها.

- انقضاء ملكية العلامة بسبب العدول عنها: طبقاً للمادة 19 من الأمر 06-03 يجوز لصاحب العلامة العدول عن تسجيلها لكل السلع والخدمات التي تنطبق عليها أو لبعض منها.

3- انقضاء العلامة بسبب عدم استعمالها: سلك المشرع الجزائري بمقتضى الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات مسلكاً موافقاً لمسلك المشرع السعودي، الذي قضى بموجب المادة 25/أ من نظام العلامات التجارية السعودي، بشطب تسجيل العلامة في حالة عدم استعمالها مدة خمس سنوات متتالية دون عذر مشروع. إلا أنه اختلف مع المشرع الجزائري من حيث المدة؛ حيث اشترط هذا الأخير ألا تتجاوز ثلاث سنوات.

ثانياً - انقضاء ملكية العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها وتتمثل حالات انقضاء العلامة لأسباب لا دخل لإرادة صاحبها فيها فيما يلي:



نشوء الحق بملكية العلامة ونسبتها لصاحبها، كما يتوقف على تسجيل العلامة الاعتراف بالحماية الجزائية لها، ذلك أن العلامة التجارية غير المسجلة لا تحظى بالحماية الجزائية ولا حتى المدنية. وما يؤكد هذا الطرح هو موقف المشرعين الجزائري والسعودي الذي تبنيه من خلال نصوص القوانين المنظمة للعلامة (المادة 2/33 من الأمر 03-06 والمادة 44/أ من نظام العلامات التجارية السعودي)، حيث فرضا عقوبات جزائية على كل شخص أهمل إجراء التسجيل، وقام بوضع علامة على سلعه وخدماته دون تسجيلها، كما عاقبت المادة 44/ب من نظام العلامات التجارية السعودي كل من دون بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بياناً يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها، ويستفاد من هذه الصورة أن الجاني استعمل طرُقاً احتيالية قصد إيهام الجمهور بأن علامته مسجلة، ومن جهتها عاقبت المادة 1/33 من الأمر 03-06 كل من يعرض أو يبيع سلعاً أو يقدم خدمات لا تحمل أية علامة.

تأسيساً على ما تقدم يترتب على تمام إجراءات التسجيل توافر نوعين من الحماية القانونية، وهما الحماية المدنية والحماية الجزائية، إلا أن الحماية الجزائية تدور وجوداً وعدمًا مع التسجيل، فإن تم التسجيل قامت الحماية الجزائية، وإن انعدم التسجيل اندممت الحماية الجزائية، أي إن الاعتداء على علامة تجارية مسجلة يشكل جريمة يعاقب عليها القانون طول فترة تسجيلها، إلا إذا قام صاحبها بتجديدها فعندئذ تمتد الحماية تلقائياً مع التجديد [67, p. 20]. والجدير بالذكر أنه مع تنوع وتعدد أساليب التعدي على العلامات تبعاً للتطور التكنولوجي الحاصل، الذي استغله المعتدون في إغراق السوق بالعلامات المقلدة من أجل تضليل المستهلك وإيقاعه في اللبس، فقد اختلفت الأوصاف القانونية والتكييفات التي تخضع لها الاعتداءات والتي تتفاوت في آثارها، وبذلك اختلفت التسميات من تقليد وتزييف العلامات أو استعمالها، مما صُعب على المتضرر إمكانية تحديده للتهديد الحقيقي الذي يطول علامته [477, p. 5]. الأمر الذي يفرض علينا التعرف على موقف المشرعين الجزائري والسعودي بشأن تكييف أفعال التعدي على العلامة التجارية المسجلة.

3. 1. 1. الفقرة الأولى: موقف المشرع الجزائري من أفعال التعدي على العلامة التجارية المسجلة
تنص المادة 26 من الأمر 03-06 على أنه "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق

العامة للمسؤولية عن الفعل الضار، وهذه الدعوى تجد أساسها في التشريع الجزائري في نص المادة 124 ق م ج التي تنص على ما يلي "كل فعل أياً كان يرتكبه الشخص بخلطه، وبسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض" [22].

وبرجوعنا إلى أحكام الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري لم يبين موقفه بصورة صريحة بخصوص العلامات غير المسجلة ولم ينص عليها، إلا أنه من خلال استقرارنا لنص المادة 4 من الأمر 03-06 السالف الذكر نجد أن المشرع الجزائري حظر استعمال أي علامة على سلع أو خدمات عبر أنحاء الإقليم الجزائري ما لم تكن مسجلة أو مودعة عند المصلحة المختصة، الأمر الذي يفهم منه أن العلامة غير المسجلة لا تحظى بالحماية المدنية وما يؤكد ذلك هو أن المشرع الجزائري (المادة 33 من الأمر 03-06)، وعلى غرار المشرع السعودي (المادة 44 من نظام العلامات التجارية السعودي)، أقر عقوبات جزائية تلحق بصاحب العلامة في حالة استعماله لعلامة دون تسجيلها.

إلا أن هذا الموقف الذي سلكه المشرعان الجزائري والسعودي بشأن العلامة التجارية غير المسجلة يجد مبرره في أنه أراد تحفيز صاحب العلامة من أجل الإسراع لتسجيل علامته التجارية قصد حمايتها من أي اعتداء وحفاظاً على حقوقه التي يخولها هذا التسجيل، وضماناً لحقه في طلب التعويض، وبالتالي متى كان عدم التسجيل يحول بينه وبين هذه الحقوق فإن ذلك يدفعه إلى المبادرة والتسجيل بتسجيلها.

ومتى تم تسجيل العلامة التجارية فإنها تحظى بحماية مزدوجة، مدنية تخول صاحبها التعويضات المدنية قصد جبر الضرر الذي لحق به (المادة 29 من الأمر 03-06، والمادة 48 من نظام العلامات التجارية السعودي)، وأخرى جزائية نتناولها بشيء من التفصيل للتعرف على التكييف القانوني لأفعال التعدي على العلامة المسجلة (الفرع الأول)، وتحديد آليات حمايتها (الفرع الثاني).

3. 1. الفرع الأول: التكييف القانوني لأفعال التعدي على العلامة التجارية المسجلة

من خلال دراستنا التي تناولناها في المطلب الأول يلاحظ أن المشرعين الجزائري والسعودي أوليا أهمية بالغة للعلامة من حيث تنظيمها القانوني؛ حيث إنهما فرضا على صاحب العلامة جملة من الإجراءات الشكلية قصد تسجيل علامته، ويترتب على هذا التسجيل



تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنها العلامة الأصلية [5, p. 480].

ويتضح من هذا التعريف أن التقليد نوعان على الرغم من أن المشرع لم يفرق بينهما ويتمثلان في:

أولاً - التقليد بالنقل

هو نقل العلامة نقلاً مطابقاً أو نقل الأجزاء الرئيسة منها بحيث تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية [17, p. 260]. أما إذا لم يكن النقل كلياً لعناصر العلامة فيمكن أن يكون نقلاً لأهم العناصر الأساسية المميزة لها، وبالتالي يكون التقليد كذلك بإظهار العنصر الأساسي من علامة معينة ونقله إلى علامة جديدة، والعبرة في تقليد العناصر المحمية التي يتم إيداعها بشكل قانوني، سواء أكانت اسمية أم أشكالاً أو رموزاً، أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا مجال للقول بوجود التقليد [15, p. 160].

ثانياً - التقليد بالتشبيه

وتعد جريمة التقليد بالتشبيه الجريمة الأكثر حضوراً إن لم نقل الجريمة الوحيدة المتداولة في الاجتهاد القضائي الجزائري [5, p. 481]. ويمكن تعريفها بأنها اصطناع علامة مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع جمهور المستهلكين [25]. إذن ففصل التفرقة بين جريمة التقليد بالنقل التي تم تناولها أعلاه والتقليد بالتشبيه يتجسد في الركن المادي لكل منهما، ففي الجريمة الأولى يقوم المقلد بالنقل الكلي أو الجزئي لعناصر العلامة الأصلية، أي ما يشبه عملية الاستساخ، بينما يتركز دور المقلد في الجريمة الثانية، في عملية أخذ عناصر من العلامة الأصلية دون استساخها ولكن باصطناع عناصر أخرى تشابهها، بحيث يؤدي ذلك إلى خداع المستهلك ويخلق اللبس لديه، وذلك برسم صورة في ذهنه تجعله يذهب إلى أن العلامة المقلدة التي أمامه هي العلامة الأصلية التي تعود عليها [24, p. 80].

3. 1. 2. الفقرة الثانية: موقف المشرع السعودي من أفعال التعدي على العلامة التجارية المسجلة

تنص المادة 43 من نظام العلامات التجارية السعودي على أنه "مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على

الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة. ويعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه".

يتضح من نص المادة أن المشرع الجزائري كيّف كل أفعال التعدي على العلامة التجارية بأنها جنحة تقليد، ولم يحصرها في عملية صنع علامة مشابهة أو مماثلة لعلامة مسجلة، كما أنه لم يعدد جرائم التزييف والتزوير ولا الاستعمال لعلامة مقلدة أو مزورة كما فعل في الأمر السابق رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملقى بالأمر رقم 06-03، ولكنه أدخل ضمن جنحة التقليد كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية المخولة لصاحب العلامة المسجلة [5, p. 479]. فلم يعد بهذا جرم التقليد مقتصرًا على صنع علامة مشابهة، ولم يعد التزييف يدل على الاحتيال الذي يقوم به المجرم ليصنع علامة تتطابق بشكل كبير مع علامة أصلية، ولا جرم التزوير الذي يقوم به الفاعل بمحاكاة عناصر أساسية في علامة معينة مع إضافات فرعية جانبية من أجل خداع المستهلك [23].

وباعتبار أن الاعتداء على العلامة التجارية يمكن أن يتم بصورة مباشرة؛ إذ يطول أصل العلامة التجارية المملوكة للغير، إما بتزويرها أو تقليدها، وقد يتم الاعتداء بصورة غير مباشرة عندما يقع على استعمال هذه الذاتية المقلدة أو المزورة، فيلاحظ أن "المشرع الجزائري لم يميز بين مختلف أنواع الاعتداء على العلامة، سواء أكانت مباشرة أو غير مباشرة، فلا يختلف إذا كنا أمام تقليد مطابق أو تقليد بالتشبيه، ولا يتغير الأمر كذلك إذا كنا أمام استعمال فقط لعلامة مقلدة، فالكل جعله المشرع الجزائري تحت تكييف قانوني موحد، وهي جنحة التقليد، فكل تلك الأفعال تخضع لنفس العقوبة المقررة" [24, p. 158].

وأراد المشرع الجزائري من خلال هذا الأمر توسيع دائرة تجريم الأفعال الماسة بالعلامة من أجل إضفاء حماية جزائية أكبر، وردع كل ما يتهدد حقوق أصحاب العلامات؛ لأنه في الأخير ما هو إلا حماية للاقتصاد الوطني من الكساد ونفور المستثمرين الأجانب من الاستثمار في الأسواق الوطنية التي تعرقها العلامات المقلدة، من أجل ذلك نص المشرع على جنحة التقليد بمعناها الواسع حتى يدخل في نطاقها كل الأعمال الماسة بالحقوق الاستثنائية للعلامة المسجلة [5, p. 480].

ويظهر من نص المادة 26 من الأمر 06-03 أعلاه، أن المشرع الجزائري لم يعرف جنحة التقليد، إلا أن بعض الفقه عرفها بأنها "اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية أو صنع علامة



وإن كان المشرع السعودي لم يبين المقصود بفعل التزوير أو التقليد، إلا أن الرأي الغالب من الفقه يرى أن الفرق بين التزوير والتقليد يكمن في أن الأول يتمثل في نقل العلامة التجارية دون تغيير، بينما الثاني يتمثل في اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة المسجلة على نحو يؤدي إلى تضليل الجمهور، بمعنى أن التزوير هو اقتباس العلامة المملوكة للغير بشكل تام وحرية دون تغيير، أي إحداث تطابق بين كلتا العلامتين بأن يأتي الجاني فعلاً مادياً يتمثل في صنع أو طبع العلامة فقط، بينما التقليد هو محاكاة لعلامة أخرى مع وجود بعض الاختلاف البسيط الذي يوقع المستهلك العادي في اللبس أو الخلط أي إحداث تشابه بين كلتا العلامتين [4, p. 336].

كما أن د. عبد الرزاق السنهوري يفرق بشأن جريمة تزوير العلامة وتقليدها، فتزوير العلامة يعني قيام المزور باصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تقترب من العلامة الأصلية، أما التقليد فهو قيام المقلد باصطناع علامة مشابهة في مجموعها للعلامة الأصلية مشابهة من شأنها تضليل الجمهور [18, p. 401].

3.2. الفرع الثاني: آليات الحماية الجزائية للعلامة المسجلة

أقر المشرع الجزائري على غرار المشرع السعودي حماية جزائية للعلامة المسجلة، ذلك أن الحماية المدنية التي منحتها التعويض لا تكفي لردع المقلد في جريمة التقليد للعلامة.

وحسناً فعل المشرعان الجزائري والسعودي بإقرارهما الحماية الجزائية للعلامة لأن "ذلك من شأنه القضاء على أهم وسائل خداع الجمهور وغشهم في نوعية ومصدر ما يرغبون في شرائه من السلع والمنتجات المختلفة، مادام أن العلامة وسيلة مثلى لتعريف الجمهور بحقيقة مصدر تلك السلع والمنتجات ونوعيتها، فضلاً عن أن ذلك يساهم في استقرار الأمن الاقتصادي على حد سواء" [10, p. 399].

والجدير بالذكر أن الحماية الجزائية مقررة لحماية الحق في العلامة بغض النظر عن السلع أو الخدمات التي تستعمل لتمييزها.

3.2.1. الفقرة الأولى: دور القضاء في جرائم التعدي على العلامة التجارية المسجلة

اختلف المشرعان الجزائري والسعودي في تكييف أفعال التعدي على العلامة التجارية المسجلة، فالمشرع الجزائري اعتبر كل مساس

سنة وبغرامة لا تقل على خمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين:

- كل من زور علامة مسجلة أو قلدها بطريقة تسبب تضليل الجمهور، وكل من استعمل بسوء القصد علامة مزورة أو مقلدة.

- كل من وضع بسوء القصد على منتجاته أو استعمل فيما يتعلق بخدماته علامة مملوكة للغير.

- ج. كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك، وكذلك كل من عرض خدمات في ظل مثل هذه العلامة مع علمه بذلك".

ويظهر من النص أن المشرع السعودي ميّز بين أفعال الاعتداء المباشرة التي تلحق بأصل أو ذاتية العلامة بتزويرها أو تقليدها، وبين أفعال الاعتداء غير مباشرة التي يتم فيها استعمال العلامة المقلدة أو المزورة، وإن كان ساوى بينها في العقوبة، كما أن المشرع السعودي ذكر مصطلحين هما التزوير والتقليد، دون أن يفرق بينهما، لذلك وجب علينا تحديد مدلول التزوير وتحديد الفرق بينه وبين التقليد.

أولاً - تعريف جريمة التزوير لعلامة تجارية

يقصد بتزوير العلامة اصطلاحاً علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية، أي اقتباسها بشكل تام وحرية دون تغيير، ويرى بعض الفقه أن التزوير يقصد به نقل العلامة حرفياً وتاماً بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية [26, p. 79].

ثانياً - تحديد الفرق بين التزوير والتقليد

تداخل جريمة التقليد مع جريمة التزوير التي يكون أساسها وضع المستهلك محل لبس وتضليله بين السلعة الأصلية والمقلدة، "لذلك يرى جانب من الفقه أن التقليد والتزوير من الناحية العلمية يعتبران وجهين لجريمة واحدة، مع الإشارة إلى أن عملية اكتشاف تقليد العلامة أقل صعوبة من التزوير؛ لكون هذا الأخير يقوم فيه المزور للعلامة المسجلة بنقل حرية وتام للعلامة الأصلية؛ مما يصعب اكتشاف الجريمة، في حين يقوم المقلد بإضافة بعض التعديلات أو إجراء تعديلات مع الإبقاء على العلامة الأصلية [27]، إذن تقليد العلامة يعد أقل صعوبة في اكتشافه من تزويرها "ذلك أن مرتكب فعل التزوير ينقل العلامة الأصلية أو الأجزاء الرئيسية منها نقلاً تاماً، بينما مرتكب التقليد قد يدخل بعض التعديلات على العلامة مع المحافظة على مظهرها العام" [10, p. 402].



أن علامته مسجلة أن يستصدر أمراً على ذيل العريضة من رئيس المحكمة قصد الاستعانة -عند الاقتضاء- بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق ضرراً به، وذلك من خلال توقيع الحجز على هذه السلع أو من غير توقيعه. وفي حالة تأكد الحجز فإن القاضي يمكنه أن يأمر المدعي بدفع الكفالة، غير أن الإجراءات التحفظية هذه تعتبر باطلة بقوة القانون ما لم يتمس المدعي الطريق المدني أو الجنائي خلال شهر، وذلك دون الإخلال بتعويضات الأضرار التي يمكن المطالبة بها، إلا أن المشرع السعودي وبموجب المادة 51 من نظام العلامات التجارية تمسك بمدة أقصر وهي 10 أيام من تاريخ اتخاذ الإجراءات التحفظية.

3. 2. 2. الفقرة الثانية: أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية المسجلة

تتمثل أركان جريمة تقليد العلامة التجارية المسجلة في:

أولاً - الركن القانوني

عملاً بأحكام المادة 01 ق ع ج [28] التي تنص على أنه "لا جريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن بغير قانون"، فإن الركن القانوني لجريمة التعدي على العلامة التجارية في القانون الجزائري يتجلى في نصوص المواد 26-33 من الأمر 03-06 الموجودة في الباب السابع بعنوان "المساس بالحقوق والعقوبات"، أما التشريع السعودي فقد حدد الركن القانوني بمقتضى الباب التاسع منه المعنون بـ "الجرائم والعقوبات" بموجب نصوص المواد 43 وما يليها من نظام العلامات التجارية السعودي.

ثانياً - الركن المادي

لم يعدد المشرع الجزائري بمقتضى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات الأفعال المكونة للركن المادي في جنحة التقليد لعلامة، واكتفى في نص المادة 1/26 من الأمر 03-06 باعتبار أن كل مساس بالحقوق الاستثنائية لعلامة مسجلة خرق لحقوق صاحب العلامة باعتباره جنحة تقليد، وبالتالي فإن أي مساس بالحقوق التي تثبت لمالك العلامة بعد تسجيلها يعتبر جريمة تقليد مادام أن ذلك تم دون موافقة ولا إذن من صاحب العلامة.

أما المشرع السعودي فنجد أوسع نطاقاً من المشرع الجزائري بشأن تحديده لأنواع الاعتداء التي يمكن أن تنصب على العلامة،

بالحقوق الاستثنائية لعلامة جنحة تقليد يتعرض مرتكبه للعقاب، سواء حقق ربحاً أم لحقته خسارة، في حين أن المشرع السعودي استعمل مصطلحين اثنين وهما تزوير العلامة وتقليدها، الأمر الذي يجعلنا نصل إلى نتيجة مفادها أن المشرع الجزائري "كان حريصاً على ألا يزج بمصطلح التزوير في هذا المجال، ولعله ابتغى من وراء ذلك التمييز بين العلامة التجارية كموضوع للتقليد والمحرر بصفة عامة كموضوع للتزوير" [26, p. 80]، عطفاً على ذلك ينبغي علينا الوقوف على كيفية تقدير القاضي لجريمة التقليد، وكذا الإجراءات التي يتعين اتباعها لإثباتها.

أولاً - كيفية تقدير القاضي لجريمة التقليد

إن وجود فعل التزوير للعلامة التجارية لا يثير صعوبة تذكر من حيث إثباته، إذ يكفي إثبات وجود التطابق بين كلتا العلامتين للحكم بوجوده، إلا أن الصعوبة تثار من الناحية العملية في حالة إثبات وجود التقليد أو التشابه بين علامتين تجاريتين، والسبب يرجع إلى أن التقليد بمثابة تشبيه علامة بأخرى الهدف منه خداع وتضليل الجمهور بأن العلامة المقلدة هي ذاتها العلامة الأصلية بإحداث التشابه بينهما [4, p. 337].

إذن العبرة في تقدير تقليد العلامة أو تزويرها يخضع للسلطة التقديرية للقاضي باعتداده على أسس منها: الاعتماد على أوجه الشبه لا الاختلاف عند إجرائه المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة المعتدى عليها، الاعتداد بالتشابه العام للعلامتين، أي النظر إلى العلامة في مجموعها بغض النظر عن تفاصيلها الجزئية، الاعتداد بتقدير المستهلك العادي والمعياري هنا هو عناية الرجل العادي وليس المستهلك الشديد الحرص أو المستهلك الغافل، ينبغي عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين، بل يجب عند إجراء المقارنة النظر إلى العلامة بعد الأخرى.

ثانياً - إجراءات إثبات جنحة التقليد

لم يقتصر المشرعان الجزائري والسعودي على مجرد توفير الحماية المدنية أو الجزائية لصاحب العلامة التجارية المسجلة، وإنما أناطه أيضاً بإجراءات تحفظية (المادتان 34 و35 من الأمر 03-06 والمادة 49 من نظام العلامات التجارية السعودي) يجوز له اتخاذها قبل رفع دعوى التقليد، وذلك حتى يتمكن من إثبات فعل الاعتداء.

وتتمثل هذه الإجراءات في تمكين مالك العلامة، وذلك بعد إثباته



للمقلد المشتبه فيه". حيث يفهم من نص المادة أن المشرع اعتبر نشر التسجيل قرينة على علم الغير بالعلامة، وبالتالي فإن الأفعال السابقة على النشر لا تشكل خرقاً للحقوق المتصلة بها، إلا أن الأفعال اللاحقة يمكن معاينتها ومتابعتها.

بمقتضى ما تقدم فإنه لا يكون أمام مالك العلامة إلا إثبات أن مساساً بالحقوق الاستثنائية للعلامة المسجلة ارتكب أو يرتكب أو أنه على وشك الارتكاب، ومتى أثبت ذلك فإنه يعد قرينة على سوء نية المقلد، غير أنها تبقى قرينة بسيطة قابلة لإثبات العكس من طرف المقلد، وبالتالي يكون على هذا الأخير إثبات حسن نيته بجميع الطرق وذلك لإثباته لأحد أمرين:

- إما أن يثبت أن ما قام به كان بموافقة وترخيص مالك العلامة.
- وإما أن يثبت أن فعله لم يؤدِّ إلى إيقاع الجمهور في الخلط والتضليل، وهذا يعني أن العلامة اكتسبت صفة التمييز.

والجدير بالذكر أنه من خلال استقرار جميع صور التجريم للعلامة التجارية التي ذكرها النظام السعودي في نظام العلامات التجارية، نجد أنها تعتبر من صنف الجرائم العمدية التي تتطلب توافر القصد الجنائي العام من علم وإرادة لدى الجاني، فلا يتصور أن يصدر فعل التعدي على العلامة التجارية المكون للجريمة تحت صنف الخطأ غير العمدي المتمثل بالإهمال أو قلة الاحتراز، فالهدف من تجريم فعل الاعتداء على العلامة التجارية هو حماية لحق صاحبها فيها علاوة على حماية المستهلك من الغش والخداع، ولا يمكن توقع المساس بذلك نتيجة إهمال أو عدم احتياط [4, pp. 345-344].

وتوافر القصد الجنائي من علم وإرادة قد يكون مفترضاً أو غير مفترض، كما أن هناك صوراً أخرى تتطلب توافر القصد الجنائي الخاص، ولتوضيح ذلك يتعين علينا تفصيل كل جريمة واردة في المادة 43 من نظام العلامات السعودي على حدة.

- جريمة تزوير علامة مسجلة أو تقليدها: يلاحظ أن المشرع اعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يتطلب فيها توافر القصد الجنائي العام من علم وإرادة، إلا أن العلم هنا نراه مفترضاً ذلك أنه يكفي لقيامها أن الفاعل أتى بالفعل دون موافقة صاحب العلامة.

وفيما يخص القصد الجنائي الخاص، فيظهر من القراءة الحرفية لنص المادة 43 أن المشرع السعودي لم يشترط صراحة ذلك إلا أنه "لا يمكن تغافل العبارة الواردة في الفقرة أ من نص المادة 43 وهي عبارة (تضليل الجمهور) التي توحى بأن المنظم السعودي

حيث عدّد بموجب المادة 43 من نظام العلامات التجارية الأفعال المكونة للركن المادي في جريمة الاعتداء على العلامات التجارية، ذلك أن المعتدي لا يكتفي بطريق واحد لارتكاب جرمه، وذلك عن طريق تقليد العلامة، بل إنه نجده يبتكر أنواعاً جديدة كلما كان طريقاً ما مسدوداً عليه قانوناً، وبالتالي نرى أن الأفعال التي جرمها المشرع السعودي وفرت حماية أكبر للمستهلكين، كما أنها تعتبر ضماناً لحق مالك العلامة وحماية له من كل أشكال المنافسة غير المشروعة.

وكما أسلفنا فقد ميّز المشرع السعودي -خلافاً للمشرع الجزائري- بين أفعال التعدي المباشرة وغير المباشرة، حيث تتمثل أفعال التعدي المباشرة التي تمس بذاتية العلامة أي أصلها في فعل تزوير العلامة المسجلة أو تقليدها. أما أفعال التعدي غير المباشرة فيمكن إرجاعها إلى أربعة أنواع، أولها استعمال علامة مزورة أو مقلدة، ثانيها اغتصاب علامة الغير، ثالثها بيع بضاعة تحمل علامة مقلدة أو مزورة أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع أما رابعها فهو التعدي ببيع أو عرض أو حيازة بضاعة موضوعة بغير وجه حق. ويظهر أن الفعلين الثالث والرابع من أفعال التعدي متشابهان، إلا أن الفرق بينهما يكمن في أن البضاعة في الفعل الرابع تحمل علامة أصلية مملوكة للغير، فالعلامة غير مقلدة أو مزورة، وإنما هي حقيقية، ولكنها موضوعة بغير حق على بضاعة غير تلك التي خصصت العلامة للوضع عليها [4, p. 344].

ثالثاً - الركن المعنوي

من خلال استقراءنا لنصوص الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، لا نجد أن المشرع قد اشترط توافر الركن المعنوي في جريمة التقليد، وعليه متى أثبت مالك العلامة أن شخصاً ارتكب أو يرتكب تقليداً لعلامة مسجلة، أو يثبت أن هذا الشخص يرتكب أعمالاً توحى بأن تقليداً سيرتكب فإن جريمة التقليد تقوم بصرف النظر عن البحث في نية المقلد.

وبعبارة أخرى فإنه لا يطلب من مالك العلامة إثبات سوء نية المقلد بأنه كان يقصد الاعتداء على حقه في العلامة، أو أنه كان يهدف إلى تضليل الجمهور وإيقاعه في اللبس، وإنما يطلب منه إثبات الركن المادي فقط، ويبقى الركن المعنوي مفترضاً، وفي هذا الصدد نصت المادة 27 من الأمر 03-06 على أنه "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها. غير أنه، يمكن معاينة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة



القصد الجنائي العام، فيجب على صاحب الحق أن يثبت علم المعتدي بأن المنتجات أو الخدمات التي يعرضها أو يبيعهها أو يحوزها تحمل علامة مزورة أو مقلدة واتجاه إرادته إلى إحداث النتيجة الإجرامية، وهي الترويج لبضاعته أو خدماته بتزوير أو تقليد علامة الغير ودون علم صاحبها، من جهة أخرى لم يتطلب المشرع السعودي ضرورة توافر القصد الجنائي الخاص؛ الأمر الذي يفهم منه أن هذه الجريمة تقوم بمجرد إثبات القصد الجنائي العام.

- جريمة عرض أو بيع أو حيازة بقصد البيع منتجات عليها علامة موضوعة أو مستعملة: إذا كانت الحالة السابقة تتمثل في الاعتداء على علامة الغير الحقيقية باستعمالها دون حق، فإن هذه الحالة لا تختلف عنها إلا في أن الاعتداء هنا بقصد بيع أو عرض أو حيازة البضاعة الموضوعة عليها العلامة الحقيقية دون وجه حق، مما يستدعي لقيام القصد العام فيها أن يعلم الفاعل أنه يبيع أو يعرض أو يحوز بضاعة موضوع عليها علامة مفتصبة دون علم صاحبها، فإذا انتفى هذا العلم انتفت الجريمة، وعلاوة على عنصر العلم لقيام القصد العام في هذه الجريمة يجب أن يثبت بحق الفاعل لهذه الجريمة اتجاه إرادته إلى القيام بأحد السلوكيات (البيع، العرض أو الحيازة) بقصد تحقيق النتيجة الإجرامية وهي تصريف بضاعته على سمعة ورواج العلامة الأصلية دون علم صاحبها [4, p. 347].

فضلاً على ما تقدم، فالمشرع لم يفرض على صاحب الحق إثبات القصد الجنائي الخاص والمتمثل في سوء نية المعتدي، بأنه كان يقصد من وراء هذه الأفعال إيقاع المستهلك في التضليل والخداع بشأن العلامة الموضوعة على المنتجات والخدمات، الأمر الذي يدفعنا إلى القول بأن القصد الجنائي الخاص هنا مفترض لا يلتزم صاحب الحق بإثباته، ولكن عليه إثبات القصد الجنائي العام فقد.

3. 2. 3. الفقرة الثالثة: العقوبات المقررة لجريمة التعدي على العلامة التجارية المسجلة

حتى تكتمل الحماية الجنائية للعلامة لا بد من فرض عقوبات على المعتدي، والتي يقررها القاضي بعد تقديره تقليد العلامة من عدمه عن طريق المقارنة الإجمالية بين العلامة الأصلية والعلامة المعتدى عليها باعتماده على أسس منها [29]:

- الاعتماد على أوجه الشبه لا الاختلاف، فالتقليد يقوم إذا ما وصل التشابه بين العلامتين إلى حد إيقاع الغير في الغلط واللبس بصرف النظر عما يوجد بينهما من اختلاف.

- الاعتداد بالتشابه العام للعلامتين أي النظر إلى العلامة في

افتراض سوء قصد الفاعل لجريمته تزوير العلامة التجارية وتقليدها إلا أن هذه الفرضية تبقى قرينة بسيطة قابلة لإثبات العكس" [4, p. 349]

- جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة بسوء قصد: والعلم هنا مفترض بطبيعة الحال كون أن جريمة التزوير تقع في الغالب من جانب ذات الشخص الذي ارتكب التزوير أو التقليد، لذلك يكون هناك تلازم بين القصد الجنائي في جريمة الاستعمال وفي جريمة التزوير أو التقليد، بينما هذا العلم يكون غير مفترض ويتطلب إثباته إذا كان الشخص الذي زور أو قلد غير الشخص الذي استعمل العلامة [4, pp. 349-345].

ويلاحظ أن المشرع السعودي في هذه الجريمة نص صراحة على توافر القصد الجنائي الخاص، فيجب على المدعي أن يثبت سوء نية المعتدي بأنه يعلم أن العلامة مقلدة أو مزورة، وأنه استعملها قصد تضليل الجمهور، ويقع على المدعى عليه إثبات حسن نيته بعدم علمه بتقليد العلامة أو تزويرها.

ويطرح في هذا الشأن تساؤل مفاده لماذا اشترط المنظم السعودي قيام القصد الخاص صراحة في جريمة استعمال العلامة المزورة أو المقلدة ولم يشترطه في جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية؟، لعل السبب في ذلك يرجع إلى أن هذه الأخيرة تقع على درجة كبيرة من الخطورة؛ لأنها تمس بذاتية العلامة التجارية، فالقصد الخاص فيها مفترض، بينما جريمة استعمال العلامة المزورة أو المقلدة ففعل التعدي فيها لا يقع على ذاتية العلامة؛ لذا يجب إثبات سوء نية فاعلها، وبطبيعة الحال فإن هذه التفرقة بين كلتا الجريمتين لا محل لها إذا كان مستعمل العلامة هو ذاته مزورها أو مقلدها وهو الوضع الغالب فلا يشترط إثبات سوء النية؛ لكونها مفترضة للعلم بواقعة التسجيل [4, p. 350].

- جريمة اغتصاب علامة الغير بسوء القصد: وكغيرها من الجرائم الأخرى تتطلب هذه الجريمة ضرورة توافر القصد الجنائي العام من علم وإرادة، فيجب على المدعي أن يثبت أن الفاعل المعتدي يروج لسلمه وبضائعه بوضع علامة مملوكة للغير دون حصوله على موافقة من قبل مالك العلامة، كما اشترط المشرع السعودي ضرورة توافر القصد الجنائي الخاص، بإثبات سوء نية الفاعل بأنه ارتكب الفعل بنية تضليل المستهلك وخداعه، وعلى ذلك إذا انتفى القصد الجنائي الخاص فلا تقوم هذه الجريمة.

- جريمة عرض أو بيع أو حيازة بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة: ويشترط في هذه الأفعال ضرورة توافر



يخضع لنفس العقاب الذي يخضع له مرتكب جنحة التقليد لأول مرة، لذلك نأمل من المشرع الجزائري إضافة المادة 32 مكرر في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على النحو التالي: "وفي حالة العود تضاعف العقوبة المقررة في المادة 32 أعلاه".

ثانياً - العقوبات التكميلية لجريمة التعدي على العلامة التجارية المسجلة

تنص المادة 32 من الأمر 03-06 "...فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس... مع - الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، - مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، - إتلاف الأشياء محل المخالفة".

كما تنص المادة 52 من نظام العلامات التجارية السعودي على أنه "يجوز لديوان المظالم في أي دعوى مدنية أو جنائية أن يحكم بمصادرة الأشياء المحجوزة أو التي تحجز فيما بعد لخصم ثمنها من التعويضات أو الغرامات أو للتصرف فيها وفقاً للشروط والإجراءات التي تنص عليها اللائحة التنفيذية. ويجوز لديوان المظالم أن يأمر بنشر الحكم في جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه. ويجوز له كذلك أن يأمر بإتلاف العلامات التجارية المزورة أو المقلدة أو الموضوعة أو المستعملة بغير حق وأن يأمر عند الاقتضاء - بإتلاف الأشياء التي تحمل هذه العلامات وذلك حتى في حالة الحكم بالبراءة".

يستفاد من النصين المتقدمين أن المشرع الجزائري جعل الحكم بالعقوبات التكميلية أمراً وجوبياً للقاضي يحكم بها في حالة الإدانة فقط، في حين أن المشرع السعودي جعل الحكم بالعقوبات التكميلية جوازياً للقاضي يجوز له الحكم بها حتى في حالة الحكم بالبراءة، وهذا أمر منطقي، ذلك أن الحكم بالبراءة لأي سبب كان، سواء لحسن نية الفاعل أو غير ذلك، لا يمنع من كون هذه العلامات غير قانونية، وهذا ما يدفعنا إلى مناقشة المشرع الجزائري بتعديل نص المادة 32 أعلاه والنص على الحكم بالعقوبات التكميلية حتى في حالة الحكم بالبراءة أسوة بالمشرع السعودي.

ويلاحظ أن المشرع السعودي كان أوسع نطاقاً من المشرع الجزائري في إيراده للعقوبات التكميلية حيث نص على أنه يجوز لديوان المظالم نشر الحكم في جريدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه، ولا يخفى على أحد أن نشر الحكم يحقق الغرض من العقوبة وهو الردع العام.

تبعاً لذلك نأمل من المشرع الجزائري تقرير عقوبة نشر الحكم في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، ذلك أن "إقرار مثل هذه العقوبة

مجموعها بغض النظر عن تفاصيلها الجزئية.

- الاعتداد بتقدير المستهلك العادي والمياري هنا هو عناية الرجل العادي، وليس المستهلك الشديد الحرص أو المستهلك الغافل.
- ينبغي عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين، بل يجب عند إجراء المقارنة النظر إلى العلامة تلو الأخرى.
بناءً على ذلك إذا ثبتت جنحة التقليد في حق المعتدي فإنه يخضع للعقوبات المقررة قانوناً، حيث فرض المشرع عقوبات أصلية وأخرى تكميلية بشأن جريمة التقليد أو التزوير لعلامة تجارية.

أولاً - العقوبات الأصلية لجريمة التعدي على العلامة التجارية المسجلة

استناداً لنص المادة 32 من الأمر 03-06 فإن العقوبات الأصلية لجنحة التقليد لعلامة تجارية في التشريع الجزائري تتمثل في الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.
أما التشريع السعودي فقد قررت المادة 43 من نظام العلامات التجارية السعودي عقوبة الحبس مدة لا تزيد على سنة، والغرامة التي لا تقل على خمسين ألف ريال ولا تزيد على مليون ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، وهكذا وضع المشرع السعودي حدين للغرامة المالية بين حدها الأدنى والأقصى في حين اكتفى بحد واحد للحبس وهو ألا تزيد على سنة.

كما أن المشرع السعودي شأنه في ذلك شأن المشرع الجزائري، أعطى للقضاء صلاحية القضاء بإحدى العقوبتين إما الحبس أو الغرامة المالية تبعاً لكل جريمة وظروفها وملابساتها.

هذا مع ملاحظة أن المشرع السعودي وبمقتضى نص المادة 45 من نظام العلامات التجارية السعودي نص على الظروف المشددة للعقوبة، حيث جاء فيها "يعاقب العائد بعقوبة لا تزيد على ضعف الحد الأقصى للعقوبة المقررة للمخالفة...".

وقد عرّفت المادة 2/43 من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية العائد، حيث جاء فيها "ويعتبر عائداً في تطبيق أحكام هذا القانون (النظام) من حكم عليه في مخالفة من المخالفات المنصوص عليها فيه وعاد إلى ارتكاب مخالفة أخرى مماثلة خلال ثلاث سنوات من تاريخ الحكم عليه نهائياً في المخالفة السابقة".

وخلافاً للمشرع السعودي فإن المشرع الجزائري لم ينص على العقوبات التي تلحق بالمثل في حالة العود، وهذا يعني أن العائد

تؤخذ على المشرع الجزائري مقارنة بالمشرع السعودي، والتي نأمل من المشرع أخذها بعين الاعتبار عند الصيرورة إلى تعديل هذه النصوص، حتى تكفل لمالك العلامة حقوقاً عادلة ومحمية، وهذه النتائج هي:

- نص المشرع الجزائري في المادة 2/11 من الأمر 03-06 على أن ملكية العلامة تسقط بعدم استعمالها إلا إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع، غير أنه لم يحدد ميعاد سريان الثلاث سنوات، هل من تاريخ إيداع الطلب أو من تاريخ التسجيل، لذلك نأمل من المشرع الجزائري أن يوضح موقفه، تماماً كما فعل المشرع السعودي الذي نص صراحة في المادة 21 من نظام العلامات التجارية على أن تسجيل العلامة ينتج أثره من تاريخ تقديم طلب التسجيل، وبالتالي كل ما يترتب عليها من آثار فيتم احتسابه من هذا التاريخ. وعليه فميعاد الخمس سنوات الوارد في المادة المذكورة يسري ابتداء من تاريخ تقديم طلب التسجيل.

- يستفاد من المادة 32 من الأمر 03-06 أن المشرع الجزائري أقر العقوبات التكميلية إلى جانب العقوبات الأصلية في حالة الحكم بإدانة المقلد فقط، لذلك نناشده بإقرار هذه العقوبات حتى في حالة تبرئة المقلد، ذلك أن الحكم بالبراءة لا يمنع من كون العلامة مقلدة، ومن شأنها أن تحدث لبساً وتضليلاً لدى الجمهور، لذا لا بد من تعديل المادة 32 من الأمر 03-06 بإدراج فقرة ثانية تتضمن "ويحكم بهذه العقوبات حتى ولو تمت تبرئة المتهم" وهذا أسوة بالمشرع السعودي.

- ننبه المشرع الجزائري إلى ضرورة إضافة المادة 32 مكرر من الأمر 03-06 على النحو التالي: "وفي حالة العود تضاعف العقوبات المقررة في المادة 32 أعلاه".

- عدم وجود تناسق بين أحكام المادة 124 ق م ج والمادة 33 من الأمر 03-06، فالمشرع بموجب المادة 33 من الأمر 03-06، والمشرع السعودي بموجب المادة 44 من نظام العلامات التجارية عاقباً صاحب العلامة غير المسجلة بعقوبات جزائية، الأمر الذي يفهم منه أن هذا الأخير لا يتمتع بأية حماية حتى ولو كانت مدنية، وفي هذا تعارض مع نص المادة 124 ق م ج، ومن جهة أخرى ربط كلا المشرعين الحماية بإجراء شكلي وهو إيداع العلامة أو تسجيلها كشرط لحمايتها.

- أن المشرع الجزائري خلافاً للمشرع السعودي لم يدرج عقوبة نشر الحكم بين العقوبات التكميلية في المادة 32 السالفة الذكر، ولا يخفى على أحد الأهمية التي تحققها هذه التدابير من ردع وإعلام الغير بالجريمة، وبالتالي كان من الواجب النص عليها.

يظهر من خلال استقراءنا لنص المادة أن المشرع أراد بالحكم بالمصادرة في حالة الإدانة فقط مادام أنه قرنها بالعقوبات المقررة، لكن وحسب رأينا أن الحكم بالمصادرة يجب القضاء به حتى ولو تمت تبرئة

التكميلية تنطوي عليه فضيحة علنية بحق المحكوم عليه، وتؤثر في سمعته الأدبية والمالية، والسبيل لكشف أمره للجمهور في تجنب التعامل معه ولتحميله أعباء مالية؛ حيث إن النشر يتم على نفقته، كما أنه ينطوي على تعويض معنوي لمالك العلامة عن الأضرار الأدبية التي نالت شهرة علامته التجارية، لهذه الأسباب نرى أن هذه العقوبة ناجعة ومهمة خاصة لما فيها من تشهير للمعتدي على علامة الغير وإساءة لسمعته في الوسط التجاري الذي يعمل به؛ مما يجعل منها عقوبة رادعة لكل من تسول له نفسه التعدي على علامة الغير" [4, pp. 372-371].

من جهة أخرى حسناً فعل المشرع الجزائري عندما اعتبر الحكم بالعقوبات التكميلية وجوباً للقاضي ولم يجعله رهن السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، وهذا خلاف للمشرع السعودي الذي لم يقرر إجبارية الحكم بالعقوبات التكميلية إلا في حالة العود باعتبارها من العقوبات المشددة؛ حيث نصت المادة 45 من نظام العلامات التجارية السعودي على ما يلي "يعاقب العائد بعقوبة مع إغلاق المحل التجاري أو المشروع لمدة لا تقل عن خمسة عشر يوماً ولا تزيد على ستة أشهر، ومع نشر الحكم على نفقة المخالف وفقاً للشروط والإجراءات التي تنص عليها اللائحة التنفيذية".

4. الخاتمة

أقر المشرع الجزائري والمنظم السعودي للعلامة التجارية صورتين من الحماية، حماية مدنية تتمثل في تمكين صاحب الحق من التقدم إلى الجهات القضائية، والمطالبة بالتعويض من جراء الضرر الذي لحق به، وتعتبر هذه الحماية بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق مهما كان نوعها.

وبالرغم من إقرار المشرع الجزائري لهذه الحماية العامة فإنها تبقى غير فعالة، والسبب في ذلك يرجع إلى حجم العائد المالي الذي يجنيه المقلد نتيجة ارتكابه لجريمة التقليد، وهو ما يجعله لا يهتم بالتعويض الذي سيدفعه عند قيام مسؤوليته المدنية، وبالتالي لا يمنعه من تكرار جرمه إذا كان الجزاء هو مبلغ من المال، كما أن حصول المضرور على حقه طبقاً لقواعد المسؤولية المدنية يأخذ وقتاً طويلاً، كل هذه الأسباب جعلت الصورة الأولى للحماية غير فعالة، واستدعت بالضرورة وجود صورة أخرى لها وهي الحماية الجنائية.

وحسناً فعلاً المشرعان الجزائري والسعودي بإقرارهما للحماية الجنائية للعلامة التجارية، وتوقيعها لعقوبات رادعة يحققان بمقتضاها الغرض من العقوبة.

ومن خلال دراستنا هذه توصلنا إلى بعض الملحوظات والنتائج



8. الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات. (2003، 19 يوليو). (الجريدة الرسمية العدد 44). الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المطبعة الرسمية.
9. شروخ، صلاح الدين. (2003). منهجية البحث العلمي. عنابة، الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع، ص. 150.
10. زين الدين، صلاح. (2000). الملكية الصناعية والتجارية. دون بلد النشر: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
11. Albert, C., & Jean-Jacques, B. (1998). Droit de la propriété industrielle. paris: DALLOZ Delta, p. 479.
12. الخشروم، عبد الله حسين. (2008). الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية. عمان، الأردن: دار وائل للنشر، ص. 135.
13. العطيات، موسى مصطفى. (2011). الجوانب القانونية للتعاملات التجارية الإلكترونية: حماية العلامة التجارية إلكترونياً (الطبعة الأولى). الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ص. 128.
14. الكسواني، عامر محمود. (1998). الملكية الفكرية ماهيتها مفرداتها وطرق حمايتها. عمان، الأردن: دار الحبيب للنشر والتوزيع، ص. 148.
15. مغبغب، نعيم. (2005). الماركات التجارية والصناعية: دراسة في القانون المقارن. لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية، ص. 40.
16. الأحمر، كنعان. (2004). التفاضل في مجال الملكية الفكرية: الملكية الصناعية. ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية. المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع الجامعة الأردنية عمان، ص. 24.
17. زراوي، صالح فرحة. (بدون سنة النشر). الكامل في القانون التجاري - القسم الثاني - بدون بلد نشر: نشر وتوزيع ابن خلدون.
18. السنهوري، عبد الرزاق. (1998). الوسيط في شرح القانون المدني الجديد - الجزء الثاني - (الطبعة الثالثة الجديدة). بدون بلد النشر: منشورات الحلبي الحقوقية.
19. ناهي، صلاح الدين. (1983). الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. عمان: دار الفرقان، ص. 243.
20. مبارك، محمود أحمد عبد الحميد. (2006). العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين (أطروحة ماجستير). كلية الدراسات العليا، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية نابلس.

المتهم، وبذلك نرى ضرورة تعديل نص المادة 32 من الأمر 03-06 على النحو التالي: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية ... يعاقب ... مع ... مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استخدمت في المخالفة حتى ولو تم الحكم بالبراءة...". وهو ما ورد في المادة 32 من الأمر 03-06، وهذه لابد أن يشملها التعديل بأن يجعل الحكم بإتلاف الأشياء محل المخالفة حتى في حالة الحكم ببراءة المتهم.

المراجع

1. زويبير، حمادي. (2018). حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري (أطروحة دكتوراه). تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة مولود معمري، ص. 07.
2. شعران، فاطمة. (2018). الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة في التشريع الجزائري: دراسة مقارنة. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 10 (01)، ص. 125.
3. بن جديد، فتحي. (2018). الحماية الجنائية للعلامة التجارية كوجه من أوجه الحماية القانونية في القانون الجزائري. مجلة القانون، 06 (09)، ص. 36.
4. ضمرة، مهند محمد. (2017). الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفقاً لنظام العلامات التجارية السعودي (دراسة مقارنة). مجلة جامعة الملك سعود، الحقوق والعلوم السياسية، 2، 29.
5. كحول، وليد. (2014). جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري. مجلة المفكر، 9 (11).
6. اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (1883، 20 مارس). المعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 وواشنطن في 02 يونيو 1911 ولاهاي في 06 نوفمبر 1925 ولندن في 02 يونيو 1934 ولشبونة في 31 أكتوبر 1958 واستكهولم في 14 يوليو 1967 والمنقحة في 28 ديسمبر 1979، انضمت إليها الجزائر بمقتضى الأمر 66-48 المؤرخ في 05 ذي القعدة عام 1385 الموافق 25 فبراير 1966 الجريدة الرسمية العدد 16 المؤرخ في 25 فبراير 1966، أما المملكة العربية السعودية فقد انضمت بتاريخ 11 ديسمبر 2003.
7. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس). (1994، 15 إبريل). مراکش، دخلت حيز التنفيذ في 01 يناير 1995، انضمت إليها المملكة العربية السعودية عام 2005.



- والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية. القاهرة، مصر: عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، ص. 347.
26. صامت، أمنة. (2017-2018). المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية (أطروحة دكتوراه). تلمسان، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد.
27. الكسواني، عامر محمود. (2010). التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية. الأردن: دار الثقافة، ص. 145.
28. الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات الجزائي المعدل والمتمم. (1966، 08 يونيو). (الجريدة الرسمية العدد 49). الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المطبعة الرسمية.
29. لشخم، رضوان. (2013-2014). العلامة وحماية المستهلك. مذكرة ماجستير. كلية الحقوق، الجزائر: جامعة الجزائر 1، ص. ص. 70-74.
21. المرسوم التنفيذي 05-277 (02 أغسطس). 2005). كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها (المعدل والمتمم). (الجريدة الرسمية العدد 54). الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المطبعة الرسمية.
22. الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم. (1975، 26 سبتمبر). (الجريدة الرسمية العدد 78). الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المطبعة الرسمية.
23. زويبير، حمادي. (2012). الحماية القانونية للعلامات التجارية. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، ص. 94.
24. كحول، وليد. (2014-2015). المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري (أطروحة دكتوراه). بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة محمد خيضر، ص. 158.
25. معوض، عبد التواب. (2002). الوسيط في جرائم الغش

