

المبحث الثاني: العلامات التجارية

موضوع حماية العلامات التجارية والصناعية يعتبر أهم مجالات الملكية الفكرية، نظرًا للدور الحيوي الذي تؤديه العلامة في تمييز المنتجات والخدمات وضمان المنافسة المشروعة في السوق. وقد أدرك المشرع الجزائري أهمية هذا المجال، فسعى إلى وضع إطار قانوني يكفل حماية حقوق أصحاب العلامات ويمنع كل أشكال التقليد والتزوير. وقد تجسّد ذلك بدايةً من خلال الأمر 57-66، الذي يُعد أول نص ينظم هذا المجال، قبل أن يتم إلغاؤه وتعويضه ب الأمر 03-06، والذي جاء بمفاهيم حديثة تتماشى مع التطورات الاقتصادية والتجارية، ويهدف هذا الإطار القانوني إلى تحقيق التوازن بين حماية حقوق مالكي العلامات من جهة، وضمان حرية التجارة والمنافسة من جهة أخرى، مما يعكس أهمية العلامة كأداة قانونية واقتصادية في آن واحد.

المطلب الأول: العلامة وأنواعها

العلامة تمثل أداة أساسية للتمييز بين السلع والخدمات وحماية المستهلك وتعزيز الثقة في السوق. وقد أولى المشرع الجزائري اهتماما خاصا بتنظيمها من خلال الأمر 03-06 لضمان حماية حقوق أصحابها. وللفهم الجيد لطبيعتها، يجب أولاً تعريفها ثم التطرق إلى أنواعها المختلفة.

الفرع الأول: تعريف العلامة

ينص المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر 03-06 على مفهوم العلامة، حيث عرفها بأنها كل رمز أو إشارة قابلة للتمثيل تسمح بتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن غيرها. ويعكس هذا التعريف القانوني المبدأ الأساسي للعلامة التجارية أو الصناعية، وهو تمكين الصانع أو التاجر من تحديد منتجاته أو بضاعته وتمييزها عن المنتجات والخدمات الأخرى في السوق، بما يكفل الحماية القانونية وحق التفرد التجاري¹.

كما ذهب جانب من الفقه تعريف العلامة التجارية بأنها السمة المميزة التي يضعها تاجر على منتجات محله التجاري أو الصانع على منتجاته الصناعية وهي علامة مصنع، قصد تمييزها على المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق².

ان الغاية من حماية العلامة التجارية أو الصناعية إنما تتمثل في منع الغش بحمايه جمهور المستهلكين من التضليل عند تعاملهم مع سلع مماثلة او مشابهة وبالتالي تتوفر إمكانية التمييز والتفريق بين هذه السلع من خلال العلامات المختلفة كما تؤدي العلامات الى منع المنافسة الغير المشروعة التي تحدث بسبب الخلط بين مصادر السلع المتماثلة او المتشابهة.

¹ - ينظر الى نص المادة 02 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات .

² - عجة جلالى ، الجزء الرابع ، المرجع السابق، ص 21

من خلال ما تم توضيحه في تعريف العلامة يتبين تميز العلامة عن الاسم التجاري وعنوان المقر التجاري كما تتميز عن البيانات التجارية

1- . تتميز العلامة عن الاسم التجاري بأن يهدف الاسم التجاري الى التمييز التاجر او المؤسسه عن غيرها من المؤسسات

2- تتميز العلامة عن العنوان التجاري للشركة فهذا الأخير يعد مكان او مقر تواجد او نشاط الشركة ويتمتع بحماية قانونية خاصة به تختلف كل الاختلاف عن العلامة حتى ولو قد تختار العلامة من العنوان او مقر النشاط الشركة في حد ذاته.

3- تتميز العلامة عن البيانات التجارية للسلعة هذه الأخيرة التي يقصد بها البيانات التي توضع على البضائع بغرض توضيحها للمستهلك مثل مكونات السلعة ،جودة ،السلعة، مصدر السلعة ،طريقه صنع ،الوزن،... العدد الى غير ذلك.

الفرع الثاني: أنواع العلامة

تنقسم العلامات إلى عدة أنواع وفقا للزاوية التي ينظر منها، سواء حسب الهدف أو الغاية أو طبيعة الاستعمال، وسيتم تفصيل هذه الأنواع فيما يلي. مع ذلك، يجب الإشارة إلى أن هذا التقسيم لا يؤثر على طبيعتها القانونية أو على شروط حمايتها، فكل العلامات تبقى خاضعة للأحكام القانونية نفسها والضمانات التي يكفلها المشرع لصاحبها.

أولاً: العلامات الصناعية: يقصد بها الإشارة التي يستخدمها الصانع ويضعها على منتجاته بهدف التعريف بها ولفت انتباه المستهلك إليها وتأخذ المنتجات المصنعة المفهوم الواسع لمصطلح الصناعة سواء كانت إنتاجية أو مستخرجة أو زراعية... الخ. ويجب وضعها على المنتج وجوباً لا اختياراً³. كم اننوه ان صاحب العلامة ليس هو الصانع .

ثانياً: العلامات التجارية: يقصد به الإشارة التي يضعها التاجر على بضائع وسلع مصنوعة من قبل شخص اخر اذ يستفيد منها التاجر حتى يلقي منتوجه في السوق، ويوزعه لذلك يطلق عليها كذلك مصطلح علامات التوزيع⁴.

ثالثاً: علامات الخدمة: يقصد بهذه العلامة التي تختارها مختلف شركات الخدمة المقدمة للجمهور حتى تتميز بها عن باقي الشركات المنافسة لها مثل: شركة الهاتف/ شركة الفندق / شركة النقل.

رابعاً: العلامة الجماعية: هي علامة تجارية تستخدم لتمييز منتج أو خدمة خاصة بمجموعة من الافراد الذين ينتمون الى كيان معين، ويجوز استغلالها من قبل كل عضو من هذه الهيئة او الجماعة اذا ماكان مرخصا له باستغلالها بموجب نظام الهيئة⁵.

³- يراجع نص المادة 03 فقرة 01 من الامر 06/ 03

⁴- ليندة رقيق ، مرجع سابق، ص 128

⁵- المرجع نفسه، ص 130

خامسا: العلامة الفردية : هي العلامة التي يمتلكها شخص معين بذاته طبيعيا كان او معنويا وقد تكون علامة تجارية صناعية او علامة خدمة .

سادسا العلامة المشهورة : الاصل فيها انها علامة عادية ثم اخذت تعرف في الأسواق نظير جودة او نوعية منتجاتها، حتى أصبحت معروفة لدى الناس ، مما أكسبها شهرة كبيرة .

سابعا علامة المطابقة او النوعية: إشارة أو رمز يوضع على منتج أو سلعة لتدل على أن هذا المنتج مطابق لمعايير أو مواصفات معينة، سواء كانت وطنية أو دولية أو صادرة عن جهة معترف بها، مثل معايير السلامة، الجودة، أو الأداء.

الفرع الثالث: المظهر الخارجي للعلامة:

يجب أن يكون للعلامة شكل مميز كرمز او اشارة ظاهرة أو شكل خارجي وفق ما حدده الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات في مادته 02 والتي نصت على ما يلي:

العلامات هي الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والاحرف والارقام والرسومات او الصور والأشكال المميزة للسلع او توضيبيها والالوان بمفردها او مركبه التي تستعمل كلها لتمييز السلع او خدمات شخص طبيعي او معنوي عن سلع وخدمات غيره.

العلامات الجماعية: كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والانتاج او كل ميزة مشتركة لسلع او خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها....."

وعليه يمكن ان نعدد أنماط التي تأتي عليها العلامات:

1-التسميات كنموذج للعلامة : يمكن ان تتخذ العلامة شكل اسم من الأسماء لكن عندما تكون الأسماء او الأسماء المستعارة علامه تجاريه مميزه، يجب ان تتخذ شكلا معيناً كوضعها في اطار معين او تكون مركبه تركيبا خاصا او بالألوان أي ان يكون جذاباً⁶. وقد يتخذ التاجر لهذا الغرض اسم غيره كان اسم بطل او قائد او عالم او فيلسوف او فنان أو حيوان...الخ

2- للرموز: قد يتخذ كعلامة تجارية أحد الرموز التالية:

أ- الحروف: قد تحمل العلامة لتمييز السلع او البضائع شكل حرف هذه الحروف قد تكون عربيه وهذا هو الوضع العادي والملائم وقد تكون لاتينيه مثل LM في السجائر او تمثل العلامات حروف مختصرة باسم شركه معين مثل سوناطراك أو الخطوط الجوية البرتغالية (T.A.P) وقد تمثل هذه الحروف عنوانها التجاري في نفس الوقت.⁷

ب- الأرقام: تستخدم الارقام كذلك كعلامات مميزة لتجارة او منتجات معينة فيحق لصاحبها احتكار استخدامها وامتناع الغير استخدام ذات الأرقام مثل: 405، 777 ...الخ.⁸

⁶ - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 222

⁷ - فاضلي اريسي، المرجع السابق، ص 166

⁸ - عجة جلالى ، الجزء الرابع ، المرجع السابق، ص 45

ج- الصور والرسوم والنقوش: يجوز ان تكون العلامات صورة او رسم أو نقش معين يتخذها التاجر لتمييز المنتجات سواء كانت هذه الصورة او الرسم او نقش صورة التاجر نفسه صورة شخص على قيد الحياة بشرط اخذ موافقته ، او صورة او رسم لعنصر من عناصر الطبيعة كالازهار والثمار او الجبل او لحيوان كالفرس او لطائر كالصقر او لسيارة او لبخرة او لطيارة ويكثر استغلال الرسوم في ادوات الزينة او الأصباغ بل تكون رسم غلاف هذه البضاعة اذا كان لها شكلا مميزا أو لزجاجة التي توضع فيها العطور، او مشروب او ماء..الخ

وتستعمل النقوش العلامة مميزه أيضا كالزخرفة في الأقمشة ومواد البناء الحجرية .

د- الغلافات والدمغات: تتمثل العلامة هنا في الشكل الخاص لتغليف المنتجات او العلب او الكرتونات و الأكياس المخصصة لتغليف هذه السلع او المنتجات الغذائية بالنسبة لزجاجات العطور او المياه المعدنية....الخ وتوضع العلامة بأي طريقه على السلعة.

أن المقصود بالعلامة التجارية ينصرف إلى أوسع معانيها تطبيقا لمقتضيات نص المادة الأولى الفقرة الثالثة من اتفاقية باريس المنعقدة بتاريخ 20 مارس 1883 اذ لا يقتضي تطبيقها على الصناعات والتجارة بالمعنى الدقيق للكلمة بل يدخل في نطاق ذلك أيضا الشؤون المتعلقة بالصناعة الزراعية والاستخراجية وجميع المنتجات المصنوعة أو الطبيعية.⁹

المطلب الثاني : شروط العلامة

حدد المشرع الجزائري مجموعة من الشروط القانونية التي يجب توافرها في العلامة التجارية أو الصناعية المراد تسجيلها، حتى تكتسب وجودها القانوني الفعلي وتصبح محمية بموجب القانون. فهذه الشروط تهدف إلى ضمان أن العلامة قابلة للتمييز، وأنها لا تتعارض مع حقوق الغير، مما يعزز دورها كأداة قانونية واقتصادية لتحديد مصدر المنتجات والخدمات وحماية المستهلك.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية

تكتسب العلامة التجارية أو الصناعية وجودها القانوني وحمايتها في الجزائر عند استيفائها لشروط موضوعية محددة نص عليها المشرع في الأمر 03-06، وبالأخص في المادتين 02 و 07. فهذه الشروط الثلاثة الأساسية تشترط أن تكون العلامة: مميزة، جديدة، وغير مخالفة للنظام العام الآداب العامة، ويعد فهم هذه الشروط عامل أساسي لأي دراسة تتعلق بتسجيل العلامات واستغلالها قانونيا، إذ توفر إطارا واضحا يوازن بين حماية حقوق صاحب العلامة والحفاظ على مصالح المستهلك والمنافسة المشروعة في السوق.

⁹ - فاضلي ادريسي، المرجع السابق، ص 166، 167

أولاً: أن تكون العلامة مميزة: المقصود بالتمييز هو أن تتخذ العلامة شكلاً أو رمزاً مميزاً فريداً وخاصاً بها تدرأ عنها شبهة الخلط مع غيرها، وبالرجوع إلى نص المادة 1/2 من الأمر 06/03، وكذا نص المادة 7 يستنتج أنه لا يعد علامة لسلعة معينة، ما يتألف من أشكال شائعة وعادية بل يجب أن تؤدي العلامة دورها في تمييز المنتجات والسلع باعتبار وظيفة العلامة تتمثل بصفة أساسية في تمييز المنتجات لجمهور المستهلكين وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة من جهة ومن حماية صاحبها من منافسه الذين ينتجون أو يبيعون سلعا مماثلة من جهة أخرى.

ثانياً: أن تكون العلامة جديدة: شرط الجودة في العلامة لم يرد ذكره بصريح النص بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع ويقصد به عدم استعمال ذات العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلع مماثلة وهذا لا يعني وجوب خلق وابتكار العلامة بل المقصود هو الجودة في التطبيق على ذات السلع ولو سبق استعمال ذاتها على نوع آخر من السلع في العلامة والحالة هذه لا تصبح ملك لصاحبها إلا بالنسبة للمنتجات التي خصصت لتمييزها استعمال إشارة الأسد من القهوة إلى الشوكولاته أو إشارة البرتقال من العصير كمشروب إلى المعجون.. الخ.¹⁰

ثالثاً: أن لا تكون العلامة مخالفة لنظام العمل الآداب العامة: تعد كل علامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة باطلة و غير مشروعة اذا خالفت أحكام الفقرة الرابعة من المادة 07 من التشريع الذي أورد تحريم استعمال العلامات التالية كعلامة. "الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفاً فيها "

كما يحرم استعمال العلامات التالية:

- 1- علائم الشرف
- 2- الرايات والرموز الأخرى لإحدى الدول.
- 3- الصليبان الحمراء والأهلة الحمراء.
- 4- الدمغات الرسمية لمراجعة وضمان المعادن الثمينة وكذلك كل التقليد للعلامات المتعلقة بالشعارات الإشراف كما لا يجوز أن تتضمن العلامة الماء من شأنه أحداث التضليل أو أن تكون لها قابلية أحداث الاختلاط مع غيرها من العلامات كالبينات الكاذبة عن مصدر المنتجات أو عن صفاتها في مثل هذه الحالات يحق لصاحب العلامة أن يقيم دعوى إبطال إيداع العلامة التي من شأنها أحداث اللبس وتضليل المستهلك.¹¹

¹⁰- فاضلي ادريسي، المرجع السابق، ص 170

¹¹- يراجع نص المادة 07 من الأمر 06//03 المتعلق بالعلامات .

العبارات القبيحة والصور المخلة بالآداب العامه يرفض من الناحية المبدئية تسجيلها حتى ولو كانت هذه التسمية غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة في بلاد التاجر او الصانع طالب التسجيل في دوله اجنبيه.

وإجمالاً لا تعتبر العلامة التي سجلت ولم تحترم الشروط المنصوص عليها فيما ذكرها اعلاه باطلة بل تقضي بطلانها المحكمة المختصة التي يقع في دائرة اختصاصها مركز الشركة او محل إقامة صاحب العلامة أو وكيله وترفع الدعوى من صاحب المصلحة.¹²

الفرع الثاني: الشروط الشكلية

حدد المشرع الجزائري في المادة 13 من الأمر 03-06 الشروط الشكلية للعلامة، بالإضافة إلى الإجراءات المتعلقة بفحصها وتسجيلها ونشرها لدى الجهة المختصة وفق التنظيم القانوني المعمول به. كما نظم المرسوم التنفيذي رقم 277-2005 الصادر بتاريخ 2 أغسطس 2005، الآليات العملية للإيداع، والتي تشمل تقديم أو إرسال ملف يتضمن نموذج العلامة المراد حمايتها، مع مراعاة الشروط القانونية المحددة لضمان سريان الحماية.

أولاً: من له الحق في الطلب تسجيل العلامة: يتم عادة إيداع طلب تسجيل العلامة من قبل صاحب الحق فيها أو من يمثله، ويشترط أن يكون إما جزائرياً أو أجنبياً، مقيماً أو غير مقيم في الجزائر، مع مراعاة الأحكام الواردة في التشريع الخاص بالعلامات. ويستفيد الأجانب من الحماية القانونية في الجزائر شريطة قيامهم بالإجراءات المنصوص عليها قانوناً. وإذا كان صاحب العلامة مقيماً خارج الجزائر، فيجب أن يتولى تمثيله وكيل جزائري مقيم في الجزائر لإتمام إجراءات الإيداع. ووفقاً لأحكام المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 277-2005، يجب أن يقدم وكيل المودع وكالة مكتوبة بخط اليد، مؤرخة وممضاة، تثبت تمثيله القانوني لصاحب العلامة.¹³

ثانياً: البيانات التي يجب توافرها: " يجب على كل من اراد علامه ان يسلم او يوجه الى المصالح المختصة بواسطة رسالة مضمنة مع طلب الإشعار بالتسليم بما يلي:

1- اسم المودع وعنوانه اذ لا يقبل إيداع طلب باستعمال اسم المستعار
2- طلب تسجيل يشتمل على نموذج العلامة وبيان المنتجات او الخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة.

3- ختم العلامة

4- إثبات دفع الرسوم

¹²- فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 171

¹³- يراجع نص المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 277-2005 المؤرخ في 02 أوت 2005 المتضمن الإجراءات الخاصة بإيداع العلامات .

5- وكالة بخط اليد وذلك إذا كان المودع يمثله: وكيل ويجب ان يحضر طلب تسجيل العلامة على النموذج الذي يجب تسليمه من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كما يجب ان تراعى البيانات التفصيلية الأخرى التي نص عليها المرسوم التطبيقي رقم 2005-277 لسنة 2005.

-يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الملف من ناحية الشكل ومن ناحية الموضوع. يتم اكتساب الحق في العلامة بتسجيلها لدى الجهة المختصة ويترتب عن الحق في العلامة المسجلة حماية قانونية حددها القانون بعشر 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع طلب. كما يمكن تجديد الإيداع لفترات متتالية كل من انتهت المدة المحددة قانونا ويسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ قضاء التسجيل ويجب أن يتم القيام به في مهلة ستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل او على الاكثر ستة أشهر التي تلي الانقضاء تبقى لنص المادة 18 من المرسوم التنفيذي المشار إليه. تخضع الايداعات المتتالية للعلامة بنفس الإجراءات التي يشترطها القانون في الايداع الاول مع وجوب أن يرفع طلب التجديد بكل الوسائل التي تثبت بأن العلامة قد استغلت خلال الستة التي تسبق انقضاء التسجيل.

وما تجب الاشارة اليه ان لصاحب العلامة الحق الاحتفاظ بها اذا كان عدم الاستغلال لا يتجاوز ثلاث سنوات يضاف اليها سنتان اذا أثبت صاحبه وجود ظروف عسيرة وفي ما عدا هذه المدة يفقد صاحب العلامة حقه عليها.¹⁴

ثالثا: إجراء التسجيل والنشر: يقصد بالتسجيل القرار الذي يقيد العلامة في فهرس خاص بالعلامات لدى المصلحة المختصة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يذكر فيه كل العلامات الأخرى تجارية كانت ام صناعية .

والاشارة بأن المشرع الجزائري أخذ بنظام الإيداع البسيط المتمثل في ان يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع بتقديم الطلب الى المصلحة المختصة او بإرساله عن طريق البريد الموصى عليه مع إشعار بالوصول وان يتضمن بصورة الزامية نموذج العلامة مع وجوب ان يشتمل الطلب على البيانات الخاصة بالتسجيل التي تم سردها أعلاه.

تقوم المصلحة المختصة بإصدار محضر إيداع مؤرخ يبين تاريخ تسليم المستندات أو استلام الرسالة البريدية التي تتضمن ملف الطلب، ويتم تسليم نسخة من هذا المحضر أو إرسالها إلى المودع. ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ التسجيل وفق أحكام التشريع المشار إليه سابقاً. وبعد استكمال إجراءات التسجيل والتوقيع على الطلب، يصدر المدير تعليماته بنشر العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وذلك لإتمام الإعلان القانوني عن تسجيل العلامة وفي المقابل، يتم رفض الطلب إذا لم تتوفر فيه الشروط القانونية المنصوص عليها.

¹⁴- فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 173 ومابعدهما.

يجوز للجهة المختصة رفض تسجيل العلامة أو إلغاؤها إذا تخلف أي من الشروط القانونية، سواء كانت العلامة غير مشروعة، أو غير مميزة، أو إذا لم يتم استيفاء الشروط الشكلية، أو لم تُسَدَّ الرسوم المقررة. كما يحق لأي شخص له مصلحة قانونية أن يرفع طلباً أمام المحكمة المختصة لإلغاء تسجيل العلامة إذا تم تسجيلها دون وجه حق وتجدر الإشارة إلى أن البطلان المطلق للعلامة يمكن المطالبة به في أي وقت، بغض النظر عن مدة تسجيلها أو استعمالها.

المطلب الثالث: آثار تسجيل العلامة

يترتب على تسجيل العلامة التجارية عدة آثار قانونية مهمة. أولاً، يمنح التسجيل ملكية قانونية للعلامة لصاحبها، مما يخول له التصرف فيها بحرية، سواء بالاستعمال الشخصي أو منح تراخيص للغير، ثانياً، يترتب على التسجيل حق الحماية القانونية ضد أي استعمال غير مشروع أو تقليد من قبل الغير. وأخيراً، يؤدي التسجيل إلى انقضاء حقوق العلامة عند انتهاء مدتها القانونية أو بموجب الإجراءات المنصوص عليها لإلغائها أو شطبها.

الفرع الأول: حق ملكية العلامة

يترتب عن تسجيل العلامة التجارية حق مالكها بالاستئثار في استعمالها واستغلالها على السلع والبضائع والخدمات، كما يثبت له حق التصرف بها لكن يجب التأكيد أن هذا الحق يتمتع به من كانت له الأسبقية في إيداعها وليس في استعمالها، وعليه الإيداع منشئ للحق الملكية ولا يعتد بالأسبقية في الاستعمال كواقعة منشئة لحق الملكية كما ذهب إليه بعض التشريعات وهذا وفق ما تطرقت له المادة 05 من التشريع المعمول به الأمر 06/03.

بالتالي، إذا قام صاحب العلامة باستخدامها علناً ولفترة طويلة، بينما سبق آخر في تسجيل نفس العلامة لتمييز نفس نوع السلع أو المنتجات، تُمنح الأفضلية لمن قام بالتسجيل، وتثبت له ملكيتها بالرغم من عدم استعمالها.¹⁵

أما في حالة العلامات الأجنبية الشهيرة، فقد استتنت المادة 06 مكرر-02 من اتفاقية باريس حالة العلامة التي تتمتع بشهرة خاصة في تمييز منتجاتها، حيث يجوز استعمالها داخل الإقليم حتى ولو لم تكن مسجلة كعلامة تجارية دولياً، نظراً لما تمنحه الشهرة من حماية قانونية خارج إقليمها وقد اعتمد المشرع الجزائري هذا المبدأ في المادة 09 فقرة 04 من الأمر نفسه، مؤكداً حماية العلامات الأجنبية الشهيرة داخل التراب الجزائري.

الفرع الثاني: حق التصرف في ملكية العلامة

¹⁵ - عجة جلال، الجزء الرابع، المرجع السابق، ص 89-90

تتشرط تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة في مفهوم المادة 14 وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود يثبت الانتقال بدمج المؤسسات أو بأي شكل آخر لحلول المؤسسات بأي وثيقة تثبت هذا الانتقال وفقا للتشريع الذي ينظم الانتقال.¹⁶

تستوجب جميع التصرفات المتعلقة بالعلامة التجارية، مثل نقل ملكيتها، رهنها، منح ترخيص استغلالها، أو التنازل عن هذا الحق، أن تتم كتابيا كشرط لانعقادها وصحتها، وليس فقط للاحتجاج بها أمام الغير كما يشترط تسجيل هذه التصرفات في السجل الخاص بالعلامات، ويعد التسجيل إلزاميا مهما كانت طبيعة العملية أو غرضها، ويترتب على مخالفة هذا الإجراء البطلان. وتجدر الإشارة إلى أنه في بعض التشريعات، لا يجوز نقل ملكية العلامة أو رهنها أو الحجز عليها إلا مع محلها التجاري أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته، لضمان استمرارية الحقوق المرتبطة بالعلامة وحماية مصالح أصحابها.¹⁷

الفرع الثالث: انقضاء العلامة

تنقضي العلامة في الحالات التالية:

أولاً: عدم الاستغلال : تنقضي العلامة التجارية إذا تخلى عنها مالكها صراحة أو ضمناً، فالتخلي الصريح يكون كتابة عبر طلب المالك للتنازل أو البيع، سنعود التطرق لها ، أما التخلي الضمني فيستدل عليه من خلال عدم استعمال العلامة أو عدم استغلالها. في التشريع القديم (المادة 05 من الأمر 66-57)، كان على المودع استعمال علامته خلال السنة التالية للإيداع، وإلا أصبح الإيداع عديم الأثر، وتحولت العلامة إلى المال العام. أما في التشريع الحالي (الأمر 03-06)، فيلزم المالك بالاستعمال الجدي، ويؤدي عدم الاستغلال المتواصل لمدة ثلاث سنوات إلى سقوط حقه في العلامة ومع ذلك إذا أثبت المالك ظروفًا قاهرة حالت دون الاستعمال، يمكن منحه مهلة إضافية تصل إلى سنتين. ويجدر التوضيح أن طلب إلغاء تسجيل العلامة بسبب عدم الاستعمال يمكن أن يقدمه أي شخص ذي مصلحة فقط، ويصدر القرار من الجهة القضائية المختصة، وليس بحكم القانون أو من طرف المصالح الإدارية.¹⁸

ثانياً عدم تقديم طلب التجديد: تكتسب العلامة شهرتها وتزداد قيمتها بمرور الزمن ومن تم يحرس صاحب العلامة بعد انقضاء 10 سنوات من طلب التجديد خلال ستة أشهر التالية حيث تظل العلامة محفوظة لصاحبها أو لورثته أما إذا انتهت مدة ستة أشهر من غير طلب تجديدها لكل شخص طلب تسجيلها باسمه.¹⁹

¹⁶- ينظر لنص المادة 15 من الامر 06/03

¹⁷- فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 178

¹⁸- سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 267

¹⁹- فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 180

صاحب العلامة ملزم لتجديد إيداعه حتى تستمر الحماية القانونية لها طالما ان المشرع لم يحدد عمليات التجديد، ومجمل القول كم تنقضي العلامة بعدم التجديد اذا مرت مهله ستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل، او ستة أشهر على الأكثر التي تلي هذا الانقضاء.

ثالثا: العدول عن العلامة: يحق لصاحب العلامة التخلي عن تسجيلها أو العدول عنه بالنسبة لجميع السلع أو الخدمات، إذا لم يعد هناك فائدة من الإبقاء عليها مسجلة. وينتج عن العدول أو التخلي، كما كان منصوصاً في التشريع السابق، انقضاء العلامة، فتنتقل إلى المال العام ويجوز لأي شخص طلب تسجيلها واستغلالها دون حاجة لموافقة المتخلي أو من عدل. أما في التشريع الحالي (الأمر 03-06)، فيلزم صاحب العلامة تقديم تصريح رسمي للمصلحة المختصة عبر ظرف بريدي مضمون الوصول، ويتم تسجيل العدول في دفتر العلامات ونشره لإعلام الغير. ويطبق المرسوم التنفيذي رقم 277-2005 بحيث يبدأ مفعول العدول من تاريخ تسجيله. وإذا تعلق العدول بعقد ترخيص استغلال العلامة، يتطلب الحصول على موافقة المستفيد من الترخيص لإتمام الإجراءات القانونية.

رابعا: إبطال العلامة : تنص المادة 20 من التشريع الساري المفعول (الأمر 03-06) على أن دعوى إبطال تسجيل العلامة ترفع أمام الجهة القضائية المختصة، ويجوز تقديمها من قبل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو أي شخص ذي مصلحة، ويمكن للجهة القضائية، عند ثبوت أن التسجيل تم مخالفا لأحكام الفقرات من 1 إلى 9 من المادة 07، أن تصدر قرارا يبطل التسجيل بأثر رجعي اعتبارا من تاريخ الإيداع، بما يضمن حماية الحقوق القانونية للمتضررين وتصحيح الوضع القانوني للعلامة.

الفرع الرابع: حماية العلامة

أولاً: الحماية الجزائرية

يعتبر التسجيل العلامة في التشريع الجزائري ليس منشأ ملكية العلامة فحسب بل ومنشأ أيضا لحق الحماية القانونية الخاصه بشرط وجود علامة صحيحة ومسجلة.

وتتمثل أوجه الاعتداء على العلامة في جنحة التقليد وجنح أخرى على نحو ما سنراه تبقى لنص المادة 32 من تشريع العلامة" يعاقب كل شخص يرتكب جنح التقليد علامة بالحبس من ستة(06) أشهر الى سنتين و بغرامه من مليونين و 500 الف (2.500.000.000 دج) الى عشرة ملايين دينار(10.000.000) او بإحدى هاتين العقوبتين مع:

- الغلق المؤقت او النهائي للمؤسسة
- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة
- إتلاف الأشياء محل المخالفة.²⁰

²⁰- فاضلي ادريسي، المرجع السابق، ص 185-186 .

ثانياً: الإجراءات التحفظية: تنص المادة 34 من التشريع الجزائري على أنه يمكن لصاحب العلامة، عند الاشتباه في ارتكاب جريمة تتعلق بعلامته، استصدار أمر من رئيس المحكمة المدنية بناء على عريضة، لاتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة. ويمكن للمالك الاستعانة بأحد الخبراء، عند الاقتضاء، لإجراء وصف مفصل للمنتجات التي يدعي أنها تحمل العلامات المتضررة، سواء شمل الأمر توقيع الحجز أم لا وتشترط المادة أن تكون العريضة مرفقة بما يثبت تسجيل العلامة، وأن يقوم المالك بدفع مبلغ الكفالة إذا طلب توقيع الحجز لضمان تنفيذ الإجراءات القانونية بشكل صحيح.

ثالثاً: الحماية المدنية: إلى جانب الحماية الجزائية التي قد تفرضها المحكمة الجنائية، يمكن الفصل في الدعوى المدنية التابعة المتعلقة بالدفع لعدم ملكية العلامة، تطبيقاً لمبدأ أن قاضي الدعوى هو قاضي الدفع. في جميع الحالات، يجوز لكل من المحكمة الجنائية أو المحكمة المدنية أن تحكم بتعويض الضرر الذي لحق بمالك العلامة. كما يمكن لصاحب العلامة رفع دعوى لإبطال علامة أخرى إذا كانت متلبسة بعلامته، وفق المادة 06 من التشريع، أو لمنع وقوع أي ضرر مادي نتيجة التشابه أو الالتباس بين علاماته وعلامات أخرى، باعتباره ضرراً أدبياً وفق المادة 124 من القانون المدني، أو على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة. ويجوز رفع الدعوى سواء كان الخطأ عمدياً أو غير عمدي، وسواء كان الضرر مادياً أو أدبياً، ويكون التعويض نقدياً، مع إمكانية أن تأمر المحكمة بتعويض عيني بإزالة أسباب الضرر، مثل إتلاف العلامات غير القانونية.

رابعاً: الحماية الدولية

تعد الحماية الدولية للعلامات التجارية ركيزة أساسية لحماية حقوق الملكية الصناعية على الصعيد العالمي، وهي مقررة وفق اتفاقية باريس الدولية لحماية الملكية الصناعية واتفاقية مدريد لتسجيل العلامات الدولية. وتشمل هذه الحماية بشكل واسع العلامات الصناعية والتجارية وعلامات الخدمة، إضافة إلى الرسوم والنماذج الصناعية وبراءات الاختراع والأسماء التجارية. وتقوم هذه الحماية على مجموعة من المبادئ الأساسية، أبرزها مبدأ المساواة بين المتقدمين بالطلب من مختلف الدول، ومبدأ استقلال العلامات الذي يضمن أن التسجيل في دولة معينة لا يؤثر على وضع العلامة في دولة أخرى. كما يُطبق مبدأ الأسبقية، بحيث يُقبل تسجيل العلامات الأجنبية شرط احترام الأولوية في التقديم، ما يعزز الأمن القانوني ويمنع التعدي أو النزاعات بين العلامات المماثلة دولياً. ومن خلال هذه الاتفاقيات، يتمكن أصحاب العلامات من الاستفادة من إجراءات تسهيلية للتسجيل الدولي، مع الحفاظ على حقوقهم في دول متعددة دون الحاجة للتسجيل المنفصل في كل دولة، مما يساهم في حماية استثماراتهم والتوسع في الأسواق العالمية.²¹

²¹- فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 190-191