



كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة بجاية
Tamezdeyt n Uzref d Tusniwin Tisertanin-Tasdawit n Bgayet
Faculté de Droit et des Sciences Politiques-Université de Béjaïa

جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية-
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

عنوان المذكرة

حماية العلامات للشركات الناشئة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: القانون الخاص

تحت إشراف الاستاذ

الدكتور بهلولي فاتح

من إعداد الطالبتين

بن يوب سلينة

بارة زوهره

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ: أ. د. مخالفة كريم، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية.....رئيسا

الأستاذ: د. بهلولي فاتح، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية..... مشرفاً ومقرراً

الأستاذ: أ. نايت جودي مناد، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية.....ممتحنا

تاريخ المناقشة:

2026/06/24

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وأصحابه الطيبين الطاهرين.

أولا وقبل كل شيء نشكر الله عز وجل على أنه هداانا بالقوة لإتمام هذا العمل المتواضع.

أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى مشرفنا الاستاذ "بهلولي فاتح"، الذي ساعدنا كثيرا في إنجاز هذا العمل، وكان له الفضل الكبير في ذلك، جزاه الله كل الخير.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة، على قبولهم مناقشة هذه المذكرة.

وننتقدم بالشكر الجزيل لأساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الرحمان ميرة.

وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذه الرسالة.

الطالبتين

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

"فرحين بما آتاهم الله من فضله"

من قال أنا لها " نالها"

وأنا لها إن أبت رغما عنها أتيت بها.

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفا

بالتسهيلات لكنني فعلتها ونلتها.

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا، الحمد لله الذي بفضله أدركت أسمى الغايات.

أهدي تخرجي إلى والدي

كل ما توصلت إليه اليوم كان امتدادا لخطواتك ودعمك وكل نجاح أعيشه هو ثمرة تعبك وأنت

بعد الله سبب هذا الفخر.

إلى النور الذي لم ينطفئ يوما في طريقي، إلى الدعوة التي كانت تسبق خطواتي، هذا التخرج

ليس شهادتي وحدي، بل هو ثمرة سهر عينيك وصبر قلبك ودعواتك التي كانت ترفعني كلما

تعثرت، سر قوتي ونجاحي جنتي :والدتي.

إلى أخي وأخواتي سندي وقوتي في الحياة أدامكم الله ضلعا ثابتا لي.

إلى زوجة أخي الغالية، مثالا للطيبة والدعم والكلمة الطيبة.

إلى أولاد أخي وأخواتي حفظهم الله ورعاهم

إلى أزواج إخوتي محند وسفيان.

إلى صديقات الدرب، رفيقات الروح، أنيسات اللحظات الجميلة رحيمة وتينهينان ولامية.

وإلى كل من كان في قلبي و لم يدونه قلبي.

سليمة

إهداء

أهدي تخرجي إلى منبع الفخر والسند، إلى من أحمل اسمه بكل اعتزاز والدي "مهند"، أدامك الله لي ذخرا.

إلى ملاكي في الأرض، مصدر قوتي أُمِّي الغالية، التي سهرت الليالي ووقفت بجانبني في محنة مرضي دون كلل أو تعب، إليك كل الحب والامتنان.

إلى من بهم يشتد عضدي، إخواني وسندي في الحياة "إلياس"، "حمزة"، "سفيان"، إبراهيم"، "عدلان"، "شريف".

إلى من انار لي درب العلم، وكان خير موجه ومحفز، أستاذ المشرف "بهلولي فاتح"، لك مني كل التقدير والاحترام.

إلى أصحاب الأيادي البيضاء والقلوب الطيبة، كل من "بن ناصر ندير"، "حمادي زوبير"، شكرا لدعمكم.

إلى الزميلتين الغاليتين "ليزا"، و"سورية" اللتين رافقتاني وكانت لهما البصمة الأجمل طيلة مشواري الدراسي.

إلى أعز وأغلى زميلتين "نسرين"، و"رونق"، اللتين وجدتهما في محنتي ووقوفهما معي، فكانتا لي أكثر من أخوات، بارك الله لكما جزاكم عني كل خير.

بفضل الله أولا، ثم بفضلكم جميعا، ورغم كل الصعاب والعراقيل، ها أنا ذا قد وصلت.

زوهرة

قائمة المختصرات

أولا : باللغة العربية

ج ر ج ج : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

ص: الصفحة.

ص - ص : من الصفحة إلى الصفحة.

ثانيا : باللغة الفرنسية

P: page.

مقدمة

في ظل ما شهدته الجزائر من أزمات بسبب التحولات الاقتصادية وفشل بعض الإصلاحات بقى اقتصادها مرهون بمؤشر النفط في الأسواق، وللخروج من المعضلة المتمثلة في التبعية والتخلص من الاقتصاد الريعي الذي أصبح يشكل عالة على تطورها ونموها، فقد دفعها هذا الوضع نحو تبني سياسات اقتصادية مستحدثة تهدف إلى تحويلها من دولة استهلاكية إلى قوى منتجة ومتقدمة، والتي تعتبر حبل نجاة وهي الاهتمام بالشركات الناشئة.

تلعب الشركات الناشئة دورا مهما في تطوير الاقتصاد الوطني، نظرا لما تتميز به من خصائص تجعلها تركز بصفة أساسية على عنصر الابتكار، والذي يمثل بدوره جوهر الملكية الفكرية، فهي مصدر التنافس بين الشركات الناشئة، مما يستوجب الاهتمام بها باعتبارها مفتاح نجاح واستمرار نشاط الشركات الناشئة واختراق أسواق جديدة.

تعتبر العلامة أحد أهم حقوق الملكية الفكرية، لما لها من فوائد كثيرة للشركات الناشئة، كما أنها تعود بالنفع أيضا على الاقتصاد الوطني، فهي وسيلة للدلالة على المنتجات والسلع الموضوعة عليها، كما تمنع اختلاط منتجات تحمل علامة الشركات الناشئة بمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى، كما تعمل على جذب العملاء وكسب ثقتهم.

يعود ظهور العلامة إلى العهد الروماني، فهم أول من استعملها في معاملاتهم التجارية، ثم انتشرت بشكل كبير وواسع واتخذت طابع إلزامي في العصور الوسطى، فقد اعتادت فئة خاصة من إيطاليا وفرنسا من وضع دمج منتجاتهم بختم خاص يثبت أن هذا المنتج يتبعهم.

ومن هنا كانت بداية الاهتمام الملحوظ بتنظيم موضوع العلامات من الناحية القانونية، فقد تبنت معظم الدول بعض القوانين لحماية العلامات وتسجيلها بصفة خاصة، باعتبار أن العلامة تمثل نوعا من المنافسة المشروعة بين الشركات وتساعد على ازدهار الناحية الاقتصادية في الدولة، فكان القانون الفرنسي أول قانون ينظم موضوع العلامات في العالم سنة 1857، وفي بلجيكا صدر قانون الخاص بالعلامات في 1879 والذي عدل عدة مرات، وفي ألمانيا صدر تشريع بتاريخ 12 ماي 1894.

أما بالنسبة للجزائر تحقق أول تنظيم وطني للعلامات بصدور الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966،¹ غير أن هذا القانون لم يعد يستجيب للمتطلبات الاقتصادية الراهنة، فصدر قانون جديد بموجب الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات،² وهو التشريع المعمول به حاليا، من شأنه المساهمة في حماية أشد فعالية للعلامة.

نظرا لأهمية العلامة التي جعلتها تحتل مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية، فقد عرفها المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر المذكور أعلاه على أنها: " 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 وخدمات غيره".

فعلاصة الشركات الناشئة إذن هي تلك الوسيلة التي يمكنها تمييز السلع والخدمات الشركات عن غيرها المتمثلة لها في السوق، حتى لا يقع المستهلكين في لبس أو خطأ عندما تعرض عليهم السلع والخدمات الشركات الناشئة، إلا أنها لم تعد تلك الوسيلة بل أكثر من ذلك إذ أضحت اليوم تشكل أعلى ذمة مالية للشركات، فبعدما كانت قيمة هذه الأخيرة تقاس بما تملكها من عناصر مادية اتضح أنها القيمة الفعلية نفسها، إذ أن علامة الشركات الناشئة هي التي تقوم بتسيير صورة الشركات اتجاه عملائها، وتمنح لها إمكانية في اتخاذ مكانة في السوق إزاء منافسيها.

كما تعزز العلامة روح المبادرة، من خلال سعي الشركات الناشئة إلى تحسين وتطوير منتجاتهم لاكتساب ثقة المستهلكين، فكلما زادت جودة البضاعة الموضوعة عليها العلامة، زادت شهرة الشركات وزادت مبيعاتها وزادت قيمة العلامة، ومن ثم إحباط جهود مزاولي المنافسة غير

¹ -أمر رقم 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر ج ج، العدد 23، الصادر في 22 مارس 1966. (ملغى)

² -الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ج ج، العدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

المشروعة كالمقلدين والمزورين الذين يسعون إلى تسويق منتجات رديئة للإساءة بسمعة الشركات.

وتكمن أهمية موضوع حماية العلامة للشركات الناشئة من خلال معرفة كيفية حصول الشركات الناشئة على الحق في ملكية علامتها، وذلك عن طريق تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، في ظل الأحكام التي جاء بها المرسوم التنفيذي رقم 254/20 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020، المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال" وتحديد مهامها وتشكيلاتها وسيرها المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 311/25 المؤرخ في 01 ديسمبر 2025¹، وبالرجوع إلى الأمر رقم 06/03 الذي ينظم الأحكام القانونية الخاصة بحماية العلامات، حيث يظهر التكامل بين النصين من خلال تمكين الشركات الناشئة من اكتساب الحماية القانونية لعلاماتها عن طريق التسجيل، إذ يتحقق المعهد من مدى توافر الشروط الموضوعية التي أقرها المشرع الجزائري من الجدة وشرط التمييز، وهناك شرط المشروعية، وأن تكون علامة الشركات الناشئة قابلة للتمثيل الخطي.

وهناك جملة من الشروط الشكلية التي تضاف على علامة الشركات طابعا رسميا، التي تتمثل في إيداع طلب التسجيل وفحصه من الجهة المختصة للتأكد من استيفاء جميع الشروط، بعدها يتم تسجيل علامة الشركات الناشئة في سجل خاص بالعلامات، ونشره في النشرة الرسمية للإعلانات، كما يترتب من التسجيل جملة من الآثار القانونية، وأيضا ضرورة حماية الشركات الناشئة من الاعتداءات التي تتعرض إليها، فأقر لها المشرع الجزائري آليات قانونية تتيح لها المطالبة بالحماية، وتتمثل في الحماية المدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وحماية جزائية عن طريق دعوى التقليد.

¹ -مرسوم تنفيذي رقم 254/20 مؤرخ في 15 سبتمبر 2020، المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال" وتحديد مهامها وتشكيلاتها وسيرها، ج ر ج ج ، العدد 55، صادر في 21 سبتمبر 2020، معدل ومتمم.

لكل موضوع أسباب تدفع إلى اختياره سواء كانت أسبابا موضوعية أو ذاتية، وكذلك الشأن بالنسبة لموضوع بحثنا، فالأسباب الذاتية متمثلة في الميول الشخصي لهذا النوع من البحوث وتوسيع معلوماتنا حول موضوع العلامات والشركات الناشئة بصفة عامة، وتبيان طرق وأليات حمايتها من الجرائم والاعتداءات الواقعة عليها، وباعتبارنا مستهلكين أيضا كثيرا ما كنا ضحية علامات مقلدة.

أما الأسباب الموضوعية متمثلة في تزايد الاهتمام الوطني في موضوع العلامات والشركات الناشئة، وتزايد الاعتداءات الواقعة على علامة الشركات الناشئة عن طريق التقليد رغم وجود قوانين للحد من هذه الظاهرة وما ينتج عنه من أضرار بالغة للشركات الناشئة، كما أن هذا الموضوع يكتسي أهمية كبيرا في توجه اقتصادي الدولة الجزائرية نحو الابتكار.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين أهمية العلامة والدور الذي تلعبها بالنسبة للشركات الناشئة، وتوضيح النظام القانوني لعلامة الشركات، ومعرفة كيفية اكتسابها والإجراءات المتبعة لتسجيلها وفقا للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، كذلك تهدف الدراسة الى توضيح الآثار القانونية المترتبة عنها، ومعرفة مدى فعالية الحماية القانونية التي كفلها المشرع لها ومدى استفادة الشركات الناشئة من العلامة في حماية أفكارها خاصة مع تفشي ظاهرة التقليد وما يترتب عنه من آثار سلبية على الاقتصاد الوطني وإضعاف من فرصة الاستثمار.

وعلى هذا نطرح الإشكالية الآتية:

ما مدى فعالية الأحكام القانونية المقررة لتنظيم وحماية علامة الشركات الناشئة في التشريع الجزائري؟

في دراستنا لهذا الموضوع اعتمدنا على منهج التحليلي وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع محل الدراسة التي جاء بها المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وأيضا الأمر 277/05 يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها، وكذا المنهج الوصفي من خلال وصف الإجراءات القانونية المتبعة لتسجيل علامة الشركات الناشئة.

للإجابة عن هذه الإشكالية المطروحة تم تقسيم موضوع الدراسة ثنائيا أي إلى فصلين، تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار القانوني لإنشاء العلامة للشركات الناشئة، حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول سنعرض الشروط القانونية لتسجيل العلامة للشركات الناشئة، وفي المبحث الثاني آثار اكتساب العلامة للشركات الناشئة.

أما الفصل الثاني سنتطرق فيه لآليات حماية العلامة للشركات الناشئة، وفي المبحث الأول سنتطرق إلى الحماية المدنية لعلامة الشركات الناشئة، وفي المبحث الثاني سنتطرق إلى الحماية الجزائية لعلامة الشركات الناشئة.

الفصل الأول

الاطار القانوني لإنشاء

العلامة للشركات الناشئة

تعتبر الشركات الناشئة كيان اقتصادي حديث التأسيس، يقوم على الابتكار وتقديم منتجات أو خدمات جديدة في السوق، ويهدف إلى تحقيق نمو سريع واستدامة نشاطها في السوق التنافسية، كما تسعى الشركات إلى تمييز منتجاتها أو خدماتها عن المنتجات المنافسة لها، وهو ما يجعل العلامة أداة أساسية في استراتيجيتها التجارية، ويمكنها من تحديد مصدر منتجاتها وضمان تمييزها عما تقدمه الشركات المنافسة لها.

يضاف إلى ذلك أن العلامة لم تعد تلك الوسيلة التي تستخدم فقط بغرض تمييز المنتجات والخدمات عن غيرها المشابهة لها في السوق، بل أكثر من ذلك إذ أضحت اليوم تشكل أعلى ذمة مالية للشركات الناشئة، إذ أن العلامة هي التي تقوم بتسيير صورة الشركات اتجاه عملائها، وتمنح لها إمكانية في اتخاذ مكانة في السوق إزاء منافسيها، فهي تعتبر المحرك لتنافسية الشركات الناشئة، فعن طريق العلامة تقوم الشركات بالتعريف بجودة ونوعية منتجاتها أو خدماتها المتميزة عن غيرها، كما تسمح لها بجذب العملاء وكسب ثقتهم الشيء الذي زاد من انتشار استعمالها في عدة قطاعات.

فتسجيل العلامة يمنح الشركات الناشئة "حقاً استثنائياً" يخولها ممارسة سلطة المنع تجاه أي اعتداء أو تقليد من الغير، مما يتيح لها اختراق أسواق جديدة وتوسيع منافذ عرض منتجاتها بضمانات قانونية تمنع المنافسة غير المشروعة.

وعليه سنعالج في هذا الفصل الشروط القانونية لتسجيل العلامة للشركات الناشئة المتمثلة في الشروط الموضوعية المتعلقة بطبيعة العلامة نفسها، والشروط الشكلية التي هي الإجراءات القانونية الواجب اتباعها لتسجيل العلامة في المبحث الأول، واثار اكتساب العلامة لشركات الناشئة المتمثلة في حق احتكار استغلال العلامة وحق التصرف في المبحث الثاني.

المبحث الأول

الشروط القانونية لتسجيل العلامة للشركات الناشئة

تعدّ العلامة الركيزة الأساسية لبناء الهوية والقيمة السوقية للشركات الناشئة، إذ تمثل واجهة الاتصال الأولى بين المؤسسة وجمهورها المستهدف، وفي ظل تزايد المنافسة في الأسواق، أصبحت حماية علامة الشركات الناشئة ضرورة لأنها ليست مجرد أداة للتمييز التجاري بل تجاوزته لتشمل حماية الشركات وجذب التمويل وبناء الثقة مع الشركاء والمستثمرين.

فالشركات الناشئة تفتقر في مراحلها الأولى إلى رأس المال الكافي والخبرة القانونية اللازمة للتعامل مع التحديات المرتبطة بحماية علامتها، مما يجعلها عرضةً لانتهاكات حقوقها نتيجة جهلها بالشروط والإجراءات المنظمة لتسجيل علامتها.

وإذا تخلفت هذه الشروط فإن جزاء تخلفها هو بطلان علامة الشركات الناشئة، وعدم تمتعها بالحماية القانونية، وبناء على ذلك يمكن إجمال الشروط التي يستلزم المشرع توافرها في العلامة من خلال هذا المبحث، سنتطرق إلى الشروط الموضوعية (المطلب الأول)، والشروط الشكلية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة للشركات الناشئة

إن استنثار الشركات الناشئة بحق ملكية العلامة يتوقف على استيفاء مجموعة من الشروط الموضوعية التي تشكل كيان العلامة وتمنحها الحماية القانونية في مواجهة الغير، وتتمثل هذه الشروط في ضرورة توفر عنصر الجدة أي تكون العلامة جديدة لم يسبق استعمالها (الفرع الأول)، وتكون للعلامة الصفة المميزة أي شكلا مميزا خاصا بها، التي تؤدي إلى تمييز وتفريق المنتجات المتعلقة بها عن غيرها من المنتجات المماثلة (الفرع الثاني)، بالإضافة إلى قابلية العلامة لتمثيل الخطي ومشروعيتها (الفرع الثالث) ويعني قابلية العلامة للإدراك عن طريق النظر وغير مخالفة لنظام العام والآداب العامة.

الفرع الأول

شرط الجودة

يعتبر شرط الجودة من أهم الشروط الموضوعية الواجب توافرها في علامة الشركات الناشئة، حيث لا يجيز القانون للشركة الناشئة أن تتخذ علامة سبق أن استخدمها غيرها، أو علامة مقلدة أو مشابهة تعود لشركات أخرى، وعلى هذا الأساس فالحماية القانونية تنقرر للعلامة التي تكون جديدة، أي أنها تستعمل للمرة الأولى.¹

فالمقصود بالعلامة الجديدة هي تلك العلامة التي لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل شركات أخرى، ويجب أن يتوفر فيها عنصرا مميزا لها على الأقل،² مثلا هناك شركة ناشئة تطلق تطبيقا لسيارات الأجرة وتختار علامة "Yassir GO" يشبه تطبيق "Yassir" الذي يعد الآن شركة كبرى ومشهورة في الجزائر، فهنا علامة الشركة الناشئة تفتقد لشرط الجودة، لأن شركة "يسير" تمتلك أسبقية التسجيل وأسبقية الاستعمال، غير أن استعمال العلامة لتمييز سلعة لا يمنع استعمالها لتمييز سلعة أخرى لا تماثلها أو تشابهها، لأنه لا ينشأ عنه أي خلط أو التباس في ذهن الجمهور حتى ولو حملت ذات العلامة.³

فشرط الجودة في العلامة لم يرد ذكره بصريح النص في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع،⁴ من خلال المادة 07 الفقرة 09 من الأمر

¹ - الجبيري حمدي غالب، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية،

لبنان، 2012، ص 73.

² - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، دار الثقافة، عمان، 2005، ص 140.

³ - وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الجزائر، 2015، ص 43.

⁴ - فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 287.

06/03 المتعلق بالعلامات والتي تنص على أنه: نستثني من التسجيل... "9- الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل...".¹

فلا يتم تسجيل العلامات المطابقة والمشباهة لتلك التي كانت محل طلب تسجيل، بمعنى أنه لا يقبل بعلامة ليس جديدة عن تلك التي تم إيداع طلب تسجيلها، ومن باب أولى تلك التي تم تسجيلها والتي تتمتع بحماية قانونية.²

وتعتبر العلامة فاقدة للشرط الجدة، إذ ما ثبت أن أحد الشركات قد قامت باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاتها أو بضائعها أو خدماتها، فإذا ما ثبت ذلك فإنه يمتنع على الغير استعمال أو تسجيل تلك العلامة وإلا وقع تحت طائلة القانون، إذ يحق للشركة الناشئة رفع دعوى إذا ما كانت العلامة مسجلة، تطالب بها بالتعويض عما لحقها من ضرر جراء ذلك.³

فالمشرع لم يقصد بشرط جدة العلامة الجدة المطلقة تماما، أي لم يسبق استعمالها نهائيا، بل أن ما قصده الجدة النسبية التي لا تحدث لبس لدى الجمهور أو تضليل في مصدر المنتجات والبضائع،⁴ وشرط جدة هذا ليس شرط مطلقا بل مقيد في مناحي ثلاث: من حيث المنتجات، من حيث المكان ومن حيث الزمان.

¹ -المادة 07 الفقرة 09 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² -كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2015، ص30.

³ -صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة، عمان، 2011، ص279.

- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص140. 4

أولاً: من حيث المنتجات

إن شرط الجدة يبقى متوافراً في العلامة، إذا ما استعملت في سلع أو خدمات مختلفة، ما يفهم من نص المادة 09 فقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات حينما تنص على أنه "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع أو الخدمات التي يعينها لها".¹

يعني أن استخدام علامة لتمييز السلع أو الخدمات التي عينتها الشركة الناشئة عند تسجيلها لعلامتها، لا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز سلع أو خدمات أخرى مختلفة، أي من صنف آخر،² وتعتبر العلامة في كل حالة إنها علامة مميزة طالما أنها لا تؤدي إلى تضليل الجمهور وإيقاعه في لبس.³

ثانياً: من حيث الزمان

يتخذ شرط الجدة طابعاً نسبياً من حيث الزمان وليس مطلقاً، فلا يلزم أن تكون العلامة جديدة كل الجدة أي لم يسبق استعمالها، بل تعتبر جديدة إذا كان قد سبق استعمالها من قبل شخص آخر ثم أوقف الاستعمال لفترة طويلة،⁴ أو سبق أن انتهت مدة حماية العلامة المترتبة على تسجيلها دون أن يطالب بتجديد تسجيله، وهذا ما نص عليها المشرع في المادة 05 الفقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي جاء فيها: "تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب".⁵

¹ - المادة 09 الفقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - كحول وليد، مرجع سابق، ص 31.

³ - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 280.

⁴ - الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص 74.

⁵ - المادة 05 الفقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ففي هذه الحالة يعتبر كأنه قد تنازل عن حقوقه فيها، ويحق للمسجل شطبها من سجل العلامات، باعتبارها قد أصبحت علامة متروكة، عندئذ يحق للغير أن يستعمل هذه العلامة دون أن يعتبر ذلك تعديا.¹

ثالثا: من حيث المكان

إن العلامة تتمتع بالحماية القانونية في كل إقليم الدولة، ومعنى ذلك أن العلامة تعتبر جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله، فإذا سبق استعمالها في جزء فقط من الإقليم، كان ذلك كافيا لفقد عنصر الجدة في العلامة،² ومنه فإذا كانت علامة الشركات الناشئة محل استعمال في بجاية، فلا يجوز لشخص آخر استعمال نفس العلامة، لتمييز سلع مماثلة في عنابة، لأن الحماية القانونية تمتد إلى جميع الإقليم الجزائري.³

وبالتالي إذا استعملت علامة ما وسجلت في الخارج فإن ذلك لا يمنع تسجيل نفس العلامة في الجزائر، إلا إذا تعلق الأمر بالعلامات المشهورة لأنها تتمتع بالحماية حتى وإن لم يتم تسجيلها في الجزائر.⁴

الفرع الثاني

الصفة المميزة لعلامة الشركات الناشئة

لكي تستفيد علامة الشركات الناشئة من الحماية القانونية، يجب أن يكون لها طابعا مميزا، أي بأن تكون للعلامة السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو

¹ - وهيبه لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص49.

² - الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص75.

³ - وهيبه لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص46.

⁴ - حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، "الشروط القانونية اللازمة لحماية العلامة التجارية -دراسة مقارنة-"، مجلة صوت القانون، المجلد07، العدد03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، 2021، ص459.

الخدمات لكل المؤسسة،¹ وبمعنى آخر أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تمنع من الخلط بغيرها وتجعل من اليسر معرفتها.²

وهذا أكدته نص المادة 02 فقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي تنص على ما يلي: "العلامات: كل الرموز القابلة لتمثيلا الخطي... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوية عن سلع وخدمات غيره".³

استعمال المشرع الجزائري لكلمة " تمييز " كان بغرض تبيان الوظيفة الأساسية للعلامة وهي تمييز المنتجات التي توضع عليها، أي بعبارة أخرى أن التمييز يعتبر جوهر العلامة والغاية التي أنشأت من أجلها ولا تصح أية علامة بدونها.⁴

ولما اشترط أن تكون العلامة مميزة، لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئا أصيلا مبتكرا لم يكن موجودا من قبل، وإنما تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات، لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين،⁵ وتحمي الشركة الناشئة من منافسيها الذين يشغلون في نفس المجال من جهة أخرى.⁶

وعليه، فإن العلامة المجردة من أية صفة مميزة لا تعد علامة صحيحة، كالعلامة التي تتكون من شكل شائع مألوف، وكذلك الحال إذا كانت علامة الشركات الناشئة مجرد علامة

¹-فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعة الجامعية، الجزائر، 2013، ص168.

²- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص277 .

³-المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

⁴-الحاج عبد القادر شعبان، مميزات العلامة في القانون الجزائري والقانون الفرنسي، مذكرة لنيل درجة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2011، ص20.

⁵-نويبات تامر، حماية العلامة وفق التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014، ص20.

⁶-فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص168.

وصفية كأن تدل على مصدر المنتجات فحسب،¹ والمشرع استبعد العلامات التي تفقد الصفة المميزة من التسجيل، وهذا ما نص عليه في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، والتي تنص: "تستثنى من التسجيل : 1 - الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 (فقرة الأولى).

2- الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز...²

ويفهم من المادة 07 فقرة 02 من الأمر المذكور أعلاه، أن المشرع قد قيد تسجيل الرموز كعلامة بتوفر عنصر التمييز، حيث تخرج علامة الشركات الناشئة من نطاق الحماية القانونية وتفقد صفتها المميزة إذا كانت تتضمن رمزا يعتبر ضروريا أو نوعيا لدلالة على المنتج أو الخدمة أو أنها تعتبر وصفية، وكذلك يمنع على الشركات الناشئة احتكار المسميات العامة التي يجب أن تظل متاحة للكافة لوصف بضائعهم.

أولا: العلامة النوعية أو الضرورية

بالرجوع إلى التشريع الجزائري المتعلق بالعلامات فإن المشرع لم يعرف العلامات النوعية أو الضرورية، إلا أنه أدرجها ضمن السمات أو الإشارات المستبعدة من التسجيل الأشكال الضرورية، في المادة 07 الفقرة 03 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وعليه فالعلامات الضرورية والنوعية هي علامات تتكون من إشارات ضرورية ونوعية.³

¹ - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 278.

² - المادة 07 الفقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ - راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 120.

1- التسمية الضرورية

هي التسمية التي تتكون فقط من التسمية المعتادة أو الخدمة التي تستخدم لدلالة عليها، فلا يمكن اعتبارها علامة صحيحة باعتبارها علامة غير مميزة، فلا يجوز للشركات الناشئة ان تستأثر بمفردها عليها وتمنع الغير من استخدامها، مثل محاولة شركة ناشئة لتوصيل الطرود تسجيل كلمة "توصيل" Livraison كعلامة، فإن هذا الاسم ضروري لوصف الخدمة .

2- التسمية النوعية

تعتبر التسميات النوعية غير صحيحة لأنها تدل على "الصنف" أو النوع الذي ينتمي إليه المنتج وليس على المنتج بعينه، وعليه لا تعد علامة الشركات الناشئة صحيحة إذا شملت التعيين النوعي للمنتج، مثل تسجيل كلمة "نقود إلكترونية" كعلامة، فهذه الكلمة تشير إلى الخدمة المقدمة بصفة عامة، وليست ميزة خاصة بالشركة الناشئة وحدها، فلا يجوز احتكارها من طرف أي شركة.¹

ثانيا: العلامة الوصفية

تقوم العلامات الوصفية على بيان العناصر المكونة للسلعة أو صفاتها الجوهرية التي ترفع من قيمتها، فهذه العلامات باطلة ولا يمكن اعتبارها صحيحة، لأنها لا تشكل علامة لتمييز السلع والخدمات، وهذا لمنع الشركات الناشئة من الاستئثار بحق استعمال تسميات تتضمن خصائص وجودة المنتج.²

¹ - راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص ص121-122.

² -المرجع نفسه، ص124.

الفرع الثالث

قابلية التمثيل الخطي والمشروعية

لا يكفي أن تكون علامة الشركات الناشئة مميزة وجديدة، بل يجب أن تكون العلامة قابلة للتجسيد المادي، أي قادرة للإدراك عن طريق البصر كالأسماء والكلمات، وهو ما يعرف بالتمثيل الخطي ليتسنى قيدها في سجلات المصلحة المختصة، كما يجب أن لا تتعارض علامة الشركات الناشئة مع النظام العام والآداب العامة وهو ما يجسد مبدأ المشروعية.

أولاً: قابلية التمثيل الخطي

يقصد بشرط قابلية التمثيل الخطي أن تكون عناصر الداخلة في تكوين علامة الشركات الناشئة يمكن إدراكها بصورة مادية ملموسة كالأسماء والامضاءات والرموز والحروف والصور والأختام والنقوش،¹ وأن تكون مكتوبة، والذي نص عليه المشرع في المادة الثانية من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التي جاء فيها " العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسوم أو الصور أو الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها ، والألوان بمفردها أو مركبة".²

فالعلامات المكونة من رموز أو إشارات غير مادية لا تصلح أن تكون كعلامة للشركات الناشئة، كالعلامات التي تعتمد على الحواس كالسمع والشم، ومثال ذلك النغمات الموسيقية، وعلامات الرائحة.³

يستوجب الذكر، أن المشرع الجزائري يشترط إذا كانت علامة الشركات الناشئة مكونة من كلمة أو كلمات أن تكون مكتوبة، سواء كانت باللغة العربية لوحدها، أو مقترنة بلغة أجنبية

¹ -عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوقية الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل، عمان، 2004، ص153.

² -المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ -جباله فوزية، داود محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2018، ص26.

أو أن تكون اللغة العربية أكثر وضوحا إلى جانبها اللغة الأجنبية، لأنها هي اللغة الرسمية لنا وكان الواجب أن يفرض استخدامها على وجه الإلزام.¹

فقد أصبحت العلامة التي تعتمد على الرموز الغير المادية الصوت والروائح منتشرة في مجال الشركات الناشئة، وأصبحت تحظى بالحماية القانونية في العديد من الدول، مثلها مثل العلامة المادية، خاصة العلامة الصوتية التي يمكن تسجيلها أو تمثيلها ببيانها بواسطة نوتات موسيقية،² غير أن المشرع الجزائري لم يأخذ بهذا التطور.

ثانيا: المشروعية

بقصد بمشروعية علامة الشركات الناشئة ألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة أو ممنوعة قانونا، أي أن تسمح النصوص القانونية بتسجيلها، أو على الأقل تعارض استعمالها،³ بمعنى إذا خالفت نصا قانونيا أو جاءت مخالفة للنظام العام فلا يجوز تسجيلها ولا تتمتع بالحماية القانونية.

كأصل عام فإن للشخص الحرية الكاملة في اختيار علامته أو العناصر التي تتركب منها تلك علامة،⁴ غير أن المشرع الجزائري قيد هذه الحرية فمنع تسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث نصت المادة 07 فقرة 04 منه : " تستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر

¹ - ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2021، ص76.

² - المرجع نفسه، ص78.

³ - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص143.

⁴ - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص284.

استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفاً فيها".¹

ونفهم من هذه المادة أنه لا تعد علامة الرموز التي تحمل دلالة جنسية أو إباحية أو العبارات المشينة الماسة بالحياء العام، وكذا الرموز التي يحظر القانون استعمالها،² كما لا يجوز أن تتضمن علامة الشركات الناشئة ما من شأنه إحداث تضليل لدى المستهلك أو أن تكون لها قابلية إحداث الاختلاط مع غيرها من العلامات، كالبينات الكاذبة عن مصدر أو صفات المنتجات.³

فتجدر الإشارة أن فكرتي النظام العام والآداب العامة، أنها أفكار نسبية تختلف من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر،⁴ فالشركات الأجنبية يمكن أن تصطدم برفض تسجيل علامتها في الجزائر حتى وإن كان قانون الدولة التي تنتمي إليها يجيز تسجيلها كعلامة، بل حتى وإن سبق وأن سجلتها في بلدها الأصلي كون ذلك يصطدم بقواعد النظام العام الجزائري، نظراً لعدم وجود معيار ثابت لتحديددها،⁵ ولأنها ترتبط بالدين والعادات والتقاليد والأعراف، لذلك يشترط أن ينصب عدم المشروعية على العلامة ذاتها دون موضوعها، لأنه في الحالة التي تكون فيها العلامة من حيث موضوعها مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، أو كان موضوعها غير مشروع التداول فيه فلا يترتب بطلان العلامة.⁶

¹ -المادة 07 فقرة 04 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² -ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 79.

³ -فاضلي ادريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 288.

⁴ -رمضان فرافة، حماية المستهلك من خلال حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2021، ص 225.

⁵ -ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 79.

⁶ -نوارة حسين، الملكية الفكرية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل، تيزي وزو، 2015، ص 54.

المطلب الثاني

الشروط الشكلية لتسجيل علامة الشركات الناشئة

تُعدّ الشروط الشكلية الركيزة الإجرائية التي يقوم عليها نظام حماية العلامات في التشريع الجزائري، إذ لا يكفي أن تستوفي العلامة شروطها الموضوعية من تمييز وجدة وإباحة، بل يستلزم المشرع المرور بمسار إجرائي دقيق يبدأ بإيداع الطلب وينتهي بالتسجيل الرسمي والنشر في النشرة الرسمية للملكية الصناعية، وتكتسب هذه الشروط أهمية مضاعفة في سياق الشركات الناشئة نظراً لحاجتها الماسة إلى حماية أصولها غير المادية منذ الوهلة الأولى من نشاطها.

وسنتناول في هذا المطلب، في (الفرع الأول) إجراءات الإيداع والفحص، وفي (الفرع الثاني) التسجيل والنشر.

الفرع الأول

الإيداع

يُمثّل الإيداع الخطوة الافتتاحية والجوهرية في مسار اكتساب الشركات الناشئة الحق على علامتها، إذ يُرسى مبدأ الأسبقية الذي يقوم عليه النظام الجزائري برمته في مجال الملكية الصناعية، فمن يودع أولاً يكتسب الحق أولاً بصرف النظر عن الاستخدام الفعلي السابق للعلامة.

أولاً- تعريف الإيداع

الإيداع في مفهومه القانوني هو التصرف الإجرائي الذي بموجبه تتقدم الشركات الناشئة أو ممثليها القانوني إلى المركز الوطني للملكية الصناعية بطلب رسمي يرمي إلى الحصول على الحماية القانونية لعلامة بعينها، وذلك بإيداع ملف مستوفٍ للشروط المقررة قانوناً، وقد أسس المشرع الجزائري منظومة الإيداع على مبدأ الأسبقية المطلقة المرتبطة بتاريخ الإيداع، خلافاً لبعض الأنظمة المقارنة التي تأخذ بمبدأ الأسبقية في الاستخدام الفعلي، وهو ما يعني أن

الشركة الناشئة التي تتأخر في إيداع علامتها تخاطر بفقدان حقها عليها لصالح منافس قد يتسابق إلى تسجيلها.¹

أ - ملكية الحق في طلب التسجيل

يُشكل تحديد صاحب الحق في طلب التسجيل مسألة أولية لا غنى عنها، إذ لا يُقبل طلب الإيداع إلا ممن يثبت له الصفة القانونية اللازمة، وبالرجوع إلى أحكام الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، يتبين أن المشرع أجاز لكل شخص طبيعي أو معنوي طلب تسجيل العلامة سواء كان مقيماً في الجزائر أم في الخارج، شريطة الامتثال للأحكام القانونية المعمول بها.²

وفي سياق الشركات الناشئة يُثار تساؤل جوهري حول من يملك هذا الحق: هل هو المؤسس بصفته الشخصية أم الشركة بوصفها شخصاً معنوياً مستقلاً؟ والجواب يتوقف على مرحلة تأسيس الشركة؛ فإذا كانت الشركة لم تكتسب بعد الشخصية المعنوية بالتسجيل في السجل التجاري فإن الحق في الإيداع يعود إلى المؤسسين بصفته الشخصية على أن يُحوّل لاحقاً إلى الشركة بعد اكتمال تأسيسها، أما إذا كانت الشركة مسجلة ومكتسبة لشخصيتها المعنوية فإن حق الإيداع ينعقد لها حصراً ويتولاه ممثلها القانوني.³

وقد خصّ المرسوم التنفيذي رقم 254/20 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 يتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال"، الشركات

¹ - سعيداني ليليا، "الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل الأمر 03 - 06 بين النصوص التشريعية والواقع"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، المجلد 08، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، 2023، ص 343.

² - فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع السابق، ص 172.

³ - وهيبه لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص 53.

الناشئة بأحكام تشجيعية تتضمن تسهيل إجراءات الحصول على الحماية الفكرية بما فيها تسجيل العلامات، وهو ما يعزز مكانة هذه الشركات في منظومة الملكية الصناعية الجزائرية.¹

ب - كيفية إيداع طلب تسجيل علامة الشركات الناشئة:

حدّد المشرع الجزائري الإجراءات التفصيلية لإيداع طلب تسجيل العلامة، وتتلخص في العناصر الآتية:

1 - تقديم الطلب

يُقدّم طلب التسجيل إلى المركز الوطني للملكية الصناعية إما مباشرة في مقاره أو عبر وكيل ملكية صناعية معتمد، ويجب أن يشتمل الطلب على البيانات الإلزامية المتمثلة في هوية المودع ووصف العلامة وقائمة المنتجات أو الخدمات المعنية مصنّفَةً وفق تصنيف نيس الدولي ونموذج العلامة.²

2 - المستندات المرفقة

يتعين على الشركات الناشئة إرفاق جملة من الوثائق أبرزها النسخ الكافية من تمثيل العلامة، ووثيقة تفويض الوكيل إن وُجد والوثائق المثبتة لصفة المودع كمستخرج السجل التجاري أو قرار اعتماد المؤسسة الناشئة وإثبات دفع الرسوم المقررة.³

¹-نواري أمال، حلقوم بشرى، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريّج، 2023، ص 44.

²-المرسوم التنفيذي رقم 254/20، المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال"، وتحديد مهامها وتشكيلها وسيرها، مرجع سابق.

³-عجّة الجيلالي، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، منشورات زين الحقوقية، الجزء الرابع، لبنان، 2015، ص

3 - تاريخ الإيداع

يُعدّ تاريخ الإيداع ركيزةً أساسيةً لأنه يُحدد نقطة الانطلاق لمدة الحماية ويُرسى الأولوية في مواجهة الإيداعات اللاحقة، ويُمنح وصل الإيداع للمودع فور استيفاء الملف.¹

ثانياً- الفحص

بعد استلام الطلب وقبول إيداعه شكلياً يخضع لمرحلة فحص دقيقة تتولاها الهيئات المختصة في المركز الوطني للملكية الصناعية، وتتقسم هذه المرحلة إلى شقين متكاملين: الفحص الشكلي والفحص الموضوعي.

أ - من الناحية الشكلية

يهدف الفحص الشكلي إلى التحقق من استيفاء الطلب لكافة الشروط الإجرائية المقررة قانوناً دون التطرق بعدُ إلى مضمون العلامة ذاتها. ويتناول هذا الفحص عناصر عدة أبرزها:

أ - 1- اكتمال الملف

يُثبت الفاحص من وجود جميع المستندات المطلوبة ومن صحة البيانات الهوية للمودع ومن أن الطلب يشمل عدداً كافياً من نماذج العلامة وفق المواصفات المحددة.

أ - 2- دفع الرسوم

يُشترط لقبول الطلب شكلياً أن تكون رسوم الإيداع قد سُدّدت كاملةً وفق الجدول المعمول به، وإلا اعتُبر الطلب كأن لم يكن.²

¹ -حاج شعيب فاطمة الزهراء، الحماية القضائية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص

القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، 2017، ص 99.

² -مادة 9 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

أ - 3-التصنيف

يتحقق الفاحص من انتماء المنتجات والخدمات المدرجة في الطلب إلى الفئات الصحيحة وفق تصنيف نيس الدولي، إذ أن أي خطأ في التصنيف قد يُفضي إلى رفض الطلب أو تقليص نطاق الحماية الممنوحة.

وفي حالة وجود نقائص شكلية يُخطر المودع وتُمنح له مهلة لاستيفائها، فإذا لم يفعل في الأجل المحدد أُسقط الطلب ويُثير ذلك إشكالية جدية للشركات الناشئة التي تفنقر أحياناً إلى الكوادر القانونية المتخصصة في الملكية الصناعية، مما يجعل الاستعانة بوكيل ملكية صناعية معتمد أمراً ضرورياً.¹

ب - من الناحية الموضوعية

يُعدّ الفحص الموضوعي الأكثر أهمية وتعقيداً إذ ينصبّ على دراسة مضمون العلامة ذاتها للتحقق من أنها تستوفي الشروط الموضوعية المقررة قانوناً ولا سيما شرطاً التمييز وعدم التعارض مع علامة سابقة الإيداع.

ب - 1 - فحص قابلية التمييز

يتحقق الفاحص من أن العلامة المودعة تتسم بالقدر الكافي من التمييز فلا تكون وصفية صرفةً للمنتجات والخدمات المعيّنة ولا عامةً أو مبتذلةً في مجال التجارة.²

¹ - بن زيد خديجة، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، (د ت ن)، ص 52.

² - محمود علي الراشدان، العلامة التجارية، دار المسيرة، الأردن، 2000، ص 29.

ب - 2- البحث في قاعدة البيانات

يجري المركز الوطني للملكية الصناعية بحثاً مقارناً في قاعدة بيانات العلامات المسجلة والمودعة للتثبت من عدم وجود علامة مطابقة أو مشابهة لها لحدّ يُفضي إلى التضييل وتنصبّ على منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة.

ب - 3- أثر الرفض الموضوعي

إذا خلص الفحص الموضوعي إلى وجود مانع وجّهت الإدارة إلى المودع إشعاراً برفض مؤقت يُحدد طبيعة المانع ومنحته مهلةً للردّ أو تعديل طلبه، وهو ما يُتيح للشركات الناشئة إمكانية التفاوض حول نطاق الحماية المطلوبة وتكييفه.¹

الفرع الثاني

التسجيل والنشر

بعد اجتياز علامة الشركات الناشئة مرحلتَي الفحص الشكلي والموضوعي بنجاح، ينتقل الملف إلى المرحلة الختامية المتمثلة في التسجيل الرسمي للعلامة ونشرها، وهي المرحلة التي تترتب عليها الآثار القانونية الكاملة للحماية في مواجهة الكافة.

أولاً: تسجيل العلامة للشركات الناشئة

التسجيل هو القرار الإداري الصادر عن المركز الوطني للملكية الصناعية الذي يُثبت رسمياً ملكية الشركة الناشئة للعلامة ويُرتّب في حقها الحق الاستثنائي في استخدامها خلال مدة الحماية المقررة، ويُنتج التسجيل في النظام الجزائري أثراً منشئاً للحق لا كاشفاً فحسب.²

¹ -انظر مادة 8 من الأمر رقم 277/05 مؤرخ في 20 غشت 2005، يتضمن كفايات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر ج ج، العدد 54، الصادر 07 غشت 2005.

² -دكدوك هودة، "أهمية العلامة التجارية ودور تسجيلها في إضفاء الحماية القانونية اللازمة لها"، مجلة آفاق العلوم، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة برج بوعريّيج، 2016، ص 4.

أ- مدة الحماية وتجديدها

تمتد مدة الحماية المترتبة على التسجيل عشر سنوات تبدأ من تاريخ الإيداع وتقبل التجديد لفترات مماثلة غير محدودة، شريطة أن يتقدم صاحب العلامة "الشركات الناشئة" بطلب التجديد قبل انقضاء المدة مع دفع الرسوم المقررة، وهذا يُتيح للشركة الناشئة الحفاظ على علامتها إلى أجل غير مسمى ما دامت تُجدد الحماية.¹

نظم المشرع الجزائري هذا الحق بمقتضى المادة الخامسة (5) الفقرة الثالثة التي جاء فيها: " يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر سنوات ويسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل وفق الأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق أمر 06/03".²

ب- شهادة التسجيل

يُسَلَّم للشركة الناشئة عقب التسجيل شهادة رسمية تتضمن رقم التسجيل وتاريخه وبيانات العلامة المسجلة، وتُعدّ هذه الشهادة وثيقة إثبات جوهرية في أي نزاع قضائي أو تفاوضي مستقبلي.³

ت - الأثر الإقليمي للتسجيل

تسري حماية التسجيل الجزائري على إقليم الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية حصراً، وهو ما يستوجب على الشركات الناشئة ذات التطلعات التصديرية اتخاذ إجراءات حماية

¹ - المادة 10 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - المادة 05 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ - حسين نواره، مرجع سابق، ص 57-58.

موازية في الدول المستهدفة عبر نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات أو عبر الإيداع المباشر في كل دولة.¹

ث- الحق الاستثنائي الناجم عن التسجيل

يُرسى التسجيل مبدأ الحصرية إذ يُخَوَّل للشركات الناشئة حق منع الغير من استخدام أي علامة مطابقة أو مشابهة لعلامتها على منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة، وهذا الحق الاستثنائي هو الأداة القانونية الأساسية في مواجهة التقليد والمنافسة غير المشروعة.²

ثانياً: نشر العلامة للشركات الناشئة

يُقصد بالنشر إعلام العموم بتسجيل علامة الشركات الناشئة ويتم ذلك بإدراجها في النشرة الرسمية للملكية الصناعية التي يُصدرها المركز الوطني الجزائري للملكية الصناعية بصفة دورية ويؤدي النشر وظيفة مزدوجة، فهو من ناحية يُتيح للغير الاطلاع على العلامات المسجلة والاحتجاج بها، ومن ناحية ثانية يفتح مهلة المعارضة أمام أصحاب العلامات السابقة الذين يرون في العلامة المسجلة تعدياً على حقوقهم.³

أ- المعارضة بعد النشر

تُخَوَّل مرحلة المعارضة أصحاب العلامات السابقة الطعن في صحة التسجيل الجديد أمام الجهة المختصة خلال المهلة القانونية المحددة وتُعدّ هذه المرحلة مصدر خطورة فعلية للشركات الناشئة التي لا تُجري بحثاً مسبقاً عن العلامات السابقة قبل إيداع طلبها.⁴

¹ - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية مرجع سابق، ص 291.

² - المادة 11 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع السابق.

³ - المادة 12 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع السابق.

⁴ - عاشري حجر، الحماية المؤسسية للملكية الفكرية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، د س ن ، ص 67.

ت - الأهمية الاستراتيجية للنشر بالنسبة للشركات الناشئة

يُمثّل النشر الرسمي للعلامة رافداً تسويقياً وقانونياً في آنٍ واحدٍ للشركات الناشئة، إذ يُعلن للسوق والمنافسين ملكية الشركة للعلامة ويُكرّس حضورها التجاري ويُرهّب المقلّدين الذين باتوا يعلمون بوجود حماية قانونية فعّالة تُهدّد أي استخدام غير مرخّص.¹

¹ - أنظر: المحكمة العليا، قرار رقم 1045297، بتاريخ 2018/03/29، قرار قضائي، متاح على: <https://coursupreme.dz/decision/1045297> - ملف - رقم - 1045297 - قرار - بتاريخ - 29 - 03 - 2018، تاريخ

الاطلاع: 2026/05/10، الساعة 14:00.

المبحث الثاني

أثار اكتساب العلامة للشركات الناشئة

يترتب على تسجيل الشركات الناشئة لعلامتها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية آثار قانونية هامة، والمتمثلة في ثبوت ملكيتها لشركات الناشئة، وينشأ على ملكية العلامة حقوق تستأثر بها الشركات الناشئة، وهي الحق في احتكار استغلال العلامة وذلك عن طريق استئثار باستغلالها شخصيا من طرف الشركات الناشئة باستعمالها على بضائع أو منتجاتها التي تقدمها للمستهلك، أو عن طريق منح تراخيص للغير لاستعمالها وذلك وفق عقد يتفق فيه على ثمن الترخيص ومدته بشرط أن ألا تكون مدة الترخيص تفوق مدة ملكية العلامة حسب القانون وهي عشر سنوات ابتداء من تاريخ إيداع طلب التسجيل (المطلب الأول).

كما يحق للشركات الناشئة التصرف فالعلامة بجميع انواع التصرفات القانونية، باعتبارها مالا منقول معنويا، وذلك عبر التنازل عن العلامة أو رهنها أو تقديمها كسهم في الشركة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الحق في احتكار استغلال العلامة للشركات الناشئة

بمجرد استيفاء الشركات الناشئة لكافة الشروط الموضوعية والشكلية لتسجيل علامتها، تكتسب حق الملكية عليها، وهو الحق الذي يخول للشركات الناشئة احتكار استغلال العلامة ومنع الغير من استعمالها دون إذن مسبق، ويشمل هذا الاحتكار حق الشركة في استعمال علامتها بشكل مباشر على المنتجات والبضائع التي تقدمها للمستهلكين لتعريف بها والإعلان عن مميزاتها (الفرع الأول)، كما يمنحها الحق في منح تراخيص للغير لاستعمالها مع الاحتفاظ بملكية العلامة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

حق الاستعمال الشخصي للعلامة

يقصد باستعمال العلامة اعتمادها بصورة فعلية كأداة للتمييز بين سلع أو خدمات الشركات الناشئة عن باقي السلع أو الخدمات الموجودة في السوق.¹

فتعتبر الشركات الناشئة مالكة للعلامة التي سجلتها، ولها وحدها دون سواها أن تستعملها على السلع والخدمات التي تعينها لها، طيلة المدة القانونية المحددة بعشر سنوات القابلة للتجديد لفترات متتالية، وهذا ما نصت عليه المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.²

فإن حق استئثار العلامة يعتبر حق مؤقت وليس دائم، ومع ذلك فإن للشركات الناشئة الاحتفاظ بحقها في علامتها عن طريق تجديد التسجيل والاستمرار في استعمالها،³ وهذا ما نصت عليه المادة 05 فقرة 03 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي جاء فيها : " يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر سنوات وفقا للأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق هذا الأمر".⁴

ولا يعني بأن التجديد يجعل الحق في العلامة دائما، لأن التجديد كل مرة يكون بمدة محددة بعشر (10) سنوات، أي أن المشرع يبقي الحق في العلامة محدد، ومقترن بعملية التجديد، فإذا لم تقم الشركات الناشئة بإعادة تسجيلها ودفع الرسوم المستحقة يؤدي ذلك إلى شطبها، وزوال الاستئثار بها، أي تفقد الشركات الناشئة حقها في العلامة.⁵

¹ - عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 93.

² - كحول وليد، مرجع سابق، ص 41.

³ - جبالة فوزية، داود محمد، مرجع سابق، ص 34.

⁴ - المادة 05 فقرة 03 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

⁵ - كحول وليد، مرجع سابق، ص 42.

كما يمكن للشركات الناشئة أن تفقد حقها في العلامة التي سجلتها قبل انقضاء المدة التي حددها قانون (10) سنوات من تاريخ إيداع طلب التسجيل أو إعادة التسجيل، وذلك لعدم استعمالها الفعلي للعلامة،¹ أي عدم الانتظام في استعمال العلامة بصفة دائمة،² فإذا انقطعت الشركات الناشئة عن استعمالها، ترتب إبطالها، وبالتالي تفقد حقها فيها،³ ما عدا في الحالات التي نص عليها المشرع في المادة 11 فقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي جاء فيها: "يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ما عدا في الحالات الآتية:

1- إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من (03) ثلاث سنوات دون انقطاع.

2- إذا لم يقوم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم حجة بأن ظروفًا عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر".⁴

إذن المشرع الجزائري لم يشترط على الشركات الناشئة الاستعمال الفوري للعلامة منذ لحظة إيداعها أو لحظة الحصول على شهادة التسجيل، بل منح لها ثلاثة سنوات من تاريخ التسجيل، وعند انقضاء هذه المهلة تكون أمام حالة عدم استعمالها مستوجب لإبطالها، كما قد تمدد المهلة إلى سنتين إضافيتين في حالة تقديم الشركات الناشئة لمبررات تثبت مرورها بظروف عسيرة حالت دون استعمالها للعلامة.⁵

غير أن الحق في احتكار استغلال العلامة يقتصر فقط على السلع والخدمات التي سجلت من أجلها، دون أن يتعداه إلى سلع أو خدمات مخالفة لا تشبه تلك التي تقدمها الشركات

¹ - كحول وليد، مرجع سابق، ص 43.

² - عجة جيلالي، مرجع سابق، ص 93.

³ - كحول وليد، مرجع سابق، ص 43.

⁴ - المادة 11 فقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

⁵ - عجة جيلالي، مرجع سابق، ص 94.

الناشئة، وهذا ما يعرف بنسبية العلامة،¹ أي أن الحق في العلامة هو حق نسبي وليس حق مطلق، لأنه لا يجوز للشركات الناشئة أن تحتج بحقها في العلامة في مواجهة الكافة، أي لا يمكنها أن تحتج على كل من استعمل نفس العلامة التي تملكها حتى على منتجات أو خدمات مختلفة، وإنما لها الاحتجاج بحقها في علامتها فقط في مواجهة الذين يزاولون نفس النوع من النشاط الذي تزاوله الشركات الناشئة.²

لذلك فلا يحق للشركات الناشئة أن تمنع الغير من استعمال ذات العلامة على منتجات مختلفة عن تلك التي عينتها عند تسجيلها للعلامة، فاحتجاج الشركات بحقها ضد الغير لا يكون إلا في حدود المنتجات أو البضائع أو الخدمات المماثلة لمنتجاتها أو بضائعها، ذلك أن تسجيل العلامة يقتصر على سلع وخدمات معينة أو على أصناف خاصة من البضائع،³ وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 09 من الأمر 06/03 التعلق بالعلامات: "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها".⁴

الفرع الثاني

الترخيص باستعمال علامة الشركات الناشئة

يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة أحد النتائج المترتبة عن حق الملكية الذي تتمتع به الشركات الناشئة حيث لا يمكن للغير استغلالها دون ترخيص منها، وهذا الترخيص يأخذ شكل العقد والذي هو اتفاق بين الشركات الناشئة والشخص المرخص له.⁵

¹ -رقيقة ليندة، "اثار تسجيل العلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07،

العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، باتنة، 2020، ص 839.

² - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 338.

³ - المرجع نفسه، ص 339.

⁴ - المادة 09 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

⁵ - عجة الجبالي، مرجع سابق، ص 96.

وقد ظهر هذا العقد عندما توطدت فكرة انفصال ملكية العلامة كمنقول معنوية عن فكرة استعمالها واصبح عندئذ من المقبول أن يكون المستغل شخصا آخر غير الشركات الناشئة،¹ وعليه سنتعرض في هذا الفرع إلى تعريف وأنواع الترخيص، أثاره.

أولا :تعريف الترخيص

يعرف الترخيص بأنه " العقد الذي تخول بموجبه الشركات الناشئة لغيرها حق استعمال العلامة كليا أو جزئيا خلال فترة معينة في مقابل أجر معلوم مع بقائها محتفظة بملكيتها.² فالترخيص باستعمال العلامة عنصر حيوي في الاستراتيجية التجارية للشركات الناشئة، حيث يترتب عليه تحسن جودة السلع أو الخدمات، وبالتالي تحسين موقع السلعة في السوق، لذلك يعد الترخيص باستعمال العلامة في العديد من الحالات، أداة فعالة تمكن الشركات الناشئة من بلوغ تلك الأهداف.³

ثانيا :أنواع الترخيص

يخضع استغلال علامة الشركات الناشئة عن طريق الترخيص للقواعد التعاقدية التي تسمح للمرخص له بالانتفاع بالعلامة دون انتقال ملكيتها، حيث تتحدد طبيعة هذا الانتفاع تبعا لنوع الترخيص المتفق عليه، فقد تقتصر الشركات على منح ترخيصا استثنائيا، أو غير استثنائيا، كما يمكن أن تمنح ترخيصا وحيدا.

¹ -عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص96.

² -الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص141.

³ - المرجع نفسه، ص139.

أ- الترخيص الاستثنائي

يقصد به أن يستأثر المرخص له وحده بحق استعمال العلامة وله الحق في منح تراخيص جديدة للغير دون اللجوء إلى طلب الموافقة من الشركات الناشئة،¹ ولا يحق للمرخص نفسه باستعمالها على ذات المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية والمدة الزمنية المتفق عليها، ولا يجوز أن يمنح حق استغلالها لغير المرخص له.²

ب- الترخيص غير الاستثنائي

في هذه الحالة لا يملك المرخص له حق منح ترخيص باستغلال سلع والمنتجات والبضائع محل العلامة إلى شخص آخر، بل يستأثر بهذا الحق المرخص "الشركات الناشئة" فقط.³

ج - عقد الترخيص الوحيد

يطلق على عقد الترخيص الوحيد أيضا تسمية عقد الترخيص الأحادي، أي أن منح استغلال العلامة يكون لمصلحة المرخص له فقط دون غيره من المرخصين لهم، ماعدا صاحب العلامة أي الشركات الناشئة، إذ لا يجوز لأي من المرخص "الشركات الناشئة" والمرخص له منح ترخيص أخرى جديدة لذات العلامة على ذات المنتجات محل الترخيص.⁴

¹ - عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 101.

² - رقيقة ليندة، مرجع سابق، ص 841.

³ - المرجع نفسه، ص 841.

⁴ - بوعش وافية، عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020، ص 240.

ثالثاً: آثار عقد الترخيص

يعتبر عقد الترخيص عقد ملزم للجانبين تترتب عنه التزامات تقع على عاتق المرخص وعلى عاتق المرخص له.

أ - التزامات المرخص "الشركات الناشئة"

تقع على عاتق الشركات الناشئة جملة من الالتزامات منها: الالتزام بتسليم العلامة، الالتزام بتقديم المساعدة التقنية، والالتزام بضمان.

أ - 1- الالتزام بتسليم العلامة

من بين أهم الالتزامات الواقعة على عاتق المرخص (الشركات الناشئة) هو الالتزام بتسليم العلامة إلى المرخص له، وباعتبار أن عقد الترخيص لا ينصب على ملكية العلامة وإنما يرد على حق الاستعمال، فإن الالتزام الذي يقع على عاتق الشركة المرخصة يتمثل في وضع العلامة تحت تصرف الشركة المرخصة لها، وذلك بتمكينها من الانتفاع بالعلامة خلال المكان والمدة المتفق عليها في العقد.¹

أ - 2- الالتزام بضمان

يترتب على الشركات الناشئة المرخصة بالالتزام بالضمان الاستغلال، ويخضع هذا الضمان للقواعد العامة من حيث ضمان عدم التعرض والاستحقاق سواء منها أو من الغير طيلة مدة العقد، إذ يعد استعمال الغير للعلامة بمثابة تعرض، وإذا كان هذا التعرض على شكل تقليد فإنه ينبغي على المرخص له إخطار المرخص بذلك حتى يبادر باتخاذ الإجراءات القانونية لدفع هذا الاعتداء، وإذا التزم الصمت بعد الإخطار يمكن للمرخص له الادعاء بنفسه في دعوى

¹ -راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص216.

التقليد، وإذا كان التعرض ماديا في شكل منافسة من الغير فمن حق المرخص له المطالبة بالتعويض دون إخطار المرخص.¹

كما يقع على عاتق الشركات الناشئة المرخصة الالتزام بضمان العيوب الخفية المتعلقة بالعلامة، والتي قد تحول دون الاستغلال الأمثل للعلامة من قبل المرخص له.²

وكذلك تلتزم الشركات المرخصة أيضا بضمان الاستحقاق فتضمن أنها صاحبة الحق في ملكية العلامة دون غيرها، وفي حالة ثبوت عدم صحة هذه الملكية كأن تكون مستحقة للغير أو مقلدة، ففي هذه الحالة تقوم مسؤولية الشركات، ويحق للمرخص له المطالبة بفسخ عقد الترخيص مع التعويض عن الأضرار الناشئة.³

أ-3- الالتزام بتقديم المساعدة الفنية

يتمثل هذا الالتزام، بقيام الشركات الناشئة بتقديم كافة الوثائق والمستندات التي من شأنها تسهيل عملية استغلال العلامة من قبل المرخص له، ويتجلى ذلك بكيفية الإدارة والتسويق والتنظيم، وكذا الوسائل المادية التي تساعد على الاستغلال الأمثل للعلامة، وتقديم الإرشادات والنصائح اللازمة من أجل الحفاظ على سمعة العلامة.⁴

ب - التزامات المرخص له

تتمثل التزامات المرخص له بالتزامه باستعمال علامة الشركات الناشئة والمحافظة عليها، كما يلتزم بدفع مقابل الترخيص.

¹ - عجة الجبالي، مرجع سابق، ص 106.

² - حامدي بلقاسم، "عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 08، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021، ص 630.

³ - راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 217.

⁴ - حامدي بلقاسم، مرجع سابق، ص 630.

ب - 1 - التزام المرخص له باستعمال علامة الشركات الناشئة

يعد التزام المرخص له باستغلال علامة الشركات الناشئة أهم التزامات عقد الترخيص، لأن عدم حصول ذلك يعرض الشركات الناشئة إلى شطب علامتها من سجل العلامات نتيجة لعدم استعمالها، وفي حالة اخلال المرخص له بالعقد يجوز للشركات الناشئة المطالبة بفسخ العقد مع التعويض.¹

وعليه تلتزم المؤسسة المرخصة لها بالاستغلال الجدي والمتتالي والمشروع للعلامة المرخصة لها في الأغراض والحدود المقررة بموجب عقد الترخيص، ولا يجوز لها الانقطاع عن استغلالها لمدة تفوق 03 سنوات بحسب المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أو ما يسمح به القانون، كما لا يجوز للمؤسسة المرخصة لها التنازل عن استغلال كل أو جزء من العلامة المرخصة لها إلى طرف ثالث، وبالمقابل يخول لها هذا الترخيص حق منع منافسيها من استغلالها بدون ترخيص من الشركات الناشئة.²

كما يلتزم المرخص له باستغلال العلامة بحسن نية، وفي نطاق الاقليم المحدد في عقد الترخيص،³ كذلك يجب أن يكون الاستغلال عقلانيا وفق منظور القانون وأن لا يتجاوز حدود القانون والبنود العقدية.⁴

ب - 2 - التزام المرخص له بالمحافظة على العلامة

كما يلتزم المرخص له بموجب عقد الترخيص بالمحافظة على سمعة العلامة في أذهان الجمهور والامتناع عن أي فعل يمس بسمعتها، وبالإضافة إلى ذلك يجب عليه أن يشير في

¹ - أسامة نائل المحسين، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان، 2011، ص 66.

² - بوعش وافية، "عن اختلال التوازن العقدي في عقد ترخيص استغلال العلامة التجارية"، مجلة أبحاث قانونية

وسياسية، العدد 06، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2018، ص 359.

³ - ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 141.

⁴ - حمادي بلقاسم، مرجع سابق، ص 632.

تعاملاته مع الغير بصفته كمرخص له، وعند إخلاله بواجب المحافظة على سمعة العلامة محل الترخيص تقوم عليه المسؤولية التعاقدية، كما ينبغي عليه إبلاغ الشركات الناشئة المرخصة عن أي اعتداء أو مساس بالحقوق المترتبة عن العلامة.¹

ب-3 -التزام المرخص له بدفع مقابل الترخيص

يلتزم المرخص له بدفع المبلغ المتفق عليه مقابل استعماله لعلامة الشركات الناشئة، ويتوقف تحديد مقدار هذا المبلغ على عوامل كثيرة منها شهرة العلامة ومقدار المنفعة التي تعود على المرخص له من استخدامها، كما يمكن أن يقدر المبلغ جزافاً ويتم سداؤه بشكل أقساط دورية أو على أساس نسبة من المبيعات أو الأرباح وتدفع بصورة دورية.²

المطلب الثاني

حق التصرف في علامة الشركات الناشئة

تُعدّ العلامة من الأصول غير المادية ذات القيمة الاقتصادية المتصاعدة في عالم الأعمال الحديث، ولا سيما في سياق الشركات الناشئة التي كثيراً ما تكون علامتها أبرز أصولها وأكثرها جاذبيةً للمستثمرين، وقد أدرك المشرع الجزائري هذه الأهمية فأقرّ لصاحب العلامة جملةً من حقوق التصرف التي تُمكنه من استثمارها اقتصادياً سواء بنقل ملكيتها كلياً عبر البيع أو التنازل، أو برهنها ضماناً للديون، أو بتقديمها حصّةً عينية في رأسمال شركة.

وستتناول في هذا المطلب بيع العلامة والتنازل عنها في (الفرع الأول)، ورهن علامة الشركات الناشئة وفي (الفرع الثاني)، والمساهمة بالعلامة كحصّة في رأسمال الشركة في (الفرع الثالث).

¹-عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص108.

²- الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص146.

الفرع الأول

بيع و تنازل علا علامة الشركات الناشئة

يُمثل البيع والتنازل الصورتين الرئيسيتين لنقل ملكية العلامة للشركات الناشئة، غير أن لكل منهما طبيعة قانونية وأحكاماً إجرائية تختلف عن الأخرى، وهو ما يستوجب دراستهما في إطار مستقل.

أولاً: عقد بيع علامة الشركات الناشئة

عقد بيع علامة الشركات الناشئة هو عقد يلتزم بموجبه البائع "الشركات الناشئة" بنقل ملكية علامتها إلى المشتري مقابل ثمن معلوم، وهو عقد رضائي في أصله، غير أن المشرع الجزائري أضفى عليه طابعاً شكلياً، بفرض جملة من الشروط الشكلية الإجرائية لإنتاج آثاره القانونية في مواجهة الغير، وتتحدد أهميته بالنسبة للشركات الناشئة في كونه أداة تمكن هذه الشركات من تسيير أصولها غير المادية أو من تركيز نشاطها في مجال معين بالتخلي عن علامات لا تتدرج ضمن استراتيجيتها التجارية.¹

أ- أركان عقد بيع علامة الشركات الناشئة

يتأسس عقد بيع علامة الشركات الناشئة على دعامة قانونية مزدوجة، فهو لا ينعقد إلا بتوفر الأركان الثلاثة وفقاً للقواعد العامة، تتمثل في الرضا، والمحل، والسبب، ونظراً لطبيعة العلامة، لم يكتف بالشروط الموضوعية بل أضفى عليها صبغة شكلية من خلال ركن الرسمية التي تعد الركن الأساسي في عقد بيع علامة الشركات الناشئة.

¹ -نواري أمال، حلقوم بشرى، مرجع سابق، ص 78.

أ - 1- الأركان الموضوعية

يتوقف الانعقاد الصحيح لعقد بيع علامة الشركات الناشئة على توافر مجموعة من الأركان الموضوعية، والتي تتمثل في كل من التراضي، والمحل.

• التراضي

يُعدّ التراضي الركن الجوهرى في عقد البيع، إذ يُشترط أن يتطابق الإيجاب والقبول على جميع عناصر العقد الجوهرية، لا سيما العلامة محل البيع والتمن ويجب أن يكون الرضا خالياً من عيوب الإرادة المعروفة في نظرية العقد العامة كالغلط والتدليس والإكراه والغبن الفاحش، ويكتسب التراضي في بيع علامة الشركة الناشئة أهمية خاصة نظراً للطابع غير المادي للمبيع وصعوبة تقييمه موضوعياً، وهو ما قد يُفضي إلى نزاعات حول مدى توافق الإرادتين.¹

• المحل

محل عقد البيع هو علامة الشركات الناشئة ذاتها بما تنطوي عليه من حق استثنائي، ويجب أن يكون المحل موجوداً أي أن تكون العلامة مسجلة أو على الأقل مودعة لدى المركز الوطني للملكية الصناعية، وأن يكون معيّناً أو قابلاً للتعيين وأن يكون مشروعاً، ويجب أن يتضمن العقد وصفاً دقيقاً للعلامة مع الإشارة إلى رقم تسجيلها وتصنيفها وطبيعة المنتجات والخدمات التي تشملها الحماية.²

¹ - فوز يوسف كاية معاري، انتقال الحق في العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، 2017، ص 20.

² - بركة مليحة، قرادي الحاجة، حماية الملكية الفكرية للمؤسسة الناشئة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ص 91.

أ- 2- الأركان الشكلية

بالرجوع إلى نص المادة 15 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، يتبين أنه يشترط في عقد البيع الكتابة والتسجيل أي القيد في السجل الوطني للعلامات.

• الكتابة

أوجب المشرع الجزائري أن يُحرَّر عقد بيع علامة الشركات الناشئة كتابةً، وهو شرط شكلي لصحة العقد لا لإثباته فحسب، ذلك أن طبيعة حقوق الملكية الصناعية وما يترتب عليها من آثار تستلزم الإثبات الكتابي للنزاعات وتوثيقاً للالتزامات.¹

• القيد

يُشترط قيد عقد بيع علامة الشركات الناشئة في سجل العلامات المحتفظ به لدى المركز الوطني للملكية الصناعية، وهو إجراء جوهري لأن التصرف لا ينفذ في حق الغير إلا من تاريخ قيده وتترتب على إغفال القيد نتائج خطيرة قد تصل إلى حرمان المشتري من الاحتجاج بملكيته للعلامة في مواجهة المتصرف إليه ثانياً الذي بادر إلى القيد.²

• النشر

يُتمّ النشر في النشرة الرسمية للملكية الصناعية المنظومة الشكلية لعقد البيع، إذ يُحقق العلانية اللازمة لجعل التصرف نافذاً في مواجهة كافة، وتتكامل وظيفة القيد والنشر في ترتيب الأثر الحجي الكامل لعقد البيع.³

ب- التزامات أطراف عقد بيع علامة الشركات الناشئة

يترتب على إبرام عقد البيع عن علامة الشركات الناشئة التزامات على كلا الأطراف.

¹ - أنظر: مادة 20 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - المادة 21 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ - المادة 22 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ب - 1 - التزامات البائع

طبقاً للمادة 351 من القانون المدني فإن البيع هو عقد يلتزم بمقتضاه البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي،¹ فعلى الشركات الناشئة نقل ملكية علامتها للمشتري، وضمان التعرض والاستحقاق.

• الالتزام بنقل الملكية

تلتزم الشركات الناشئة بنقل حق على علامتها بكامل مشتملاته إلى المشتري، ويشمل ذلك تسليمه شهادة التسجيل الأصلية وكافة الوثائق المتعلقة بالعلامة، والتوقيع على كافة طلبات التحويل اللازمة لإتمام القيد باسم المشتري.²

الالتزام بالتسليم زماناً ومكاناً: تلتزم الشركات الناشئة بتسليم علامتها في الوقت والمكان المتفق عليهما في العقد، ويشمل التسليم جميع الوثائق والمستندات المتعلقة بها من شهادات تسجيل وعقود ترخيص سابقة وما إلى ذلك.

• ضمان التعرض والاستحقاق والعيوب الخفية

تلتزم الشركات الناشئة بضمان المشتري من كل تعرض يصدر منها شخصياً أو من الغير يستند إلى حق سابق على البيع، وبضمانه من الاستحقاق الكلي أو الجزئي للعلامة، فضلاً عن ضمان العيوب الخفية كوجود حقوق سابقة لم يُفصح عنها أو بطلان التسجيل لأسباب لم تكن ظاهرة وقت إبرام العقد.³

¹ - راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 197.

² - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 351.

³ - المادة 23 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ب-2-التزامات المشتري

باعتبار عقد البيع من العقود الملزمة لجانبين فإنه ينشئ أيضا التزامات على عاتق المشتري،¹ وتتمثل في الالتزام بدفع ثمن وتحمل نفقات التنفيذ والنشر.

• الالتزام بتسديد الثمن

يلتزم المشتري بدفع الثمن في المواعيد والأماكن المتفق عليها، والثمن في بيع العلامة في الغالب لا يعكس التكاليف المباشرة للتسجيل، وإنما يعكس القيمة السوقية للعلامة المبنية على الشهرة المكتسبة وحجم الأسواق التي تُغطّيها.

• تحمّل نفقات التنفيذ والنشر

يتحمّل المشتري في الغالب نفقات إجراءات نقل الملكية لدى المركز الوطني للملكية الصناعية ونفقات النشر في النشرة الرسمية، ما لم يُتفق على خلاف ذلك صراحةً في العقد.²

ثانياً: التنازل عن علامة الشركات الناشئة.

التنازل عن علامة الشركات الناشئة هو تصرف قانوني إرادي يعتزم بموجبه مالك العلامة "الشركات الناشئة" التخلي عن حقها عليها لصالح شخص آخر، وقد يكون هذا التخلي بمقابل مادي أو بغير مقابل، ويختلف التنازل عن البيع، في أن الأول قد يكون بغير عوض وفي أن دوافعه قد تكون غير تجارية، غير أن الأحكام الإجرائية المطبّقة عليهما تتقاطع في جوانب جوهرية كشرطي الكتابة والقيد.³

¹ - راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص199.

² - فواز يوسف كاية معاري، مرجع سابق، ص22.

³ - فضيلة الوافين، دور القضاء في حماية العلامات التجارية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2016، ص 106.

أ - التنازل الكلي والجزئي

قد يكون التنازل عن العلامة كلياً فينصبّ على جميع المنتجات والخدمات التي تشملها الحماية وعلى جميع الأقاليم التي تسري عليها، أو جزئياً فيقتصر على جزء من هذه المنتجات أو الخدمات أو على إقليم بعينه، والتنازل الجزئي أداة مرنة تُمكن الشركة الناشئة من الاحتفاظ بحق استخدام علامتها في مجال نشاطها الرئيسي مع التنازل عنها في مجالات لا تتدرج ضمن استراتيجيتها.¹

ب - التنازل الجبري

قد يكون التنازل عن العلامة قسرياً لا إرادياً، ويحدث ذلك في الحالات التي تُلزم فيها السلطات القضائية أو الإدارية الشركات الناشئة بالتنازل عنها، كما في حالة التصفية القضائية للشركة الناشئة أو في حالة إدراج العلامة ضمن الأصول المصفّاة، ويُشكّل هذا النوع من التنازل خطراً فعلياً على الشركات الناشئة التي تعاني من ضائقة مالية، مما يستوجب اتخاذ التدابير الوقائية اللازمة لحماية علاماتها.²

الفرع الثاني

رهن علامة الشركات الناشئة

تبرز أهمية رهن العلامة في سياق الشركات الناشئة التي تسعى إلى الحصول على تمويل دون التفريط في أصولها، فبدلاً من بيع العلامة أو التنازل عنها، يُمكن للشركة الناشئة تقديم علامتها ضماناً عينياً لدائنيها مع الإبقاء على حق استخدامها في نشاطها التجاري.

¹ - بن زيد خديجة، المرجع السابق، ص 90.

² - رقيق ليندة، مرجع سابق، ص 482.

أولاً: الشروط القانونية لإبرام عقد الرهن

لإبرام عقد الرهن علامة الشركات الناشئة يجب توافر كل من الشروط الموضوعية والشكلية.

أ - الشروط الموضوعية

يُشترط لصحة عقد رهن العلامة توافر الركن الموضوعي المتمثل في تراضي الأطراف على محل الرهن وعلى الدين المضمون، ويجب أن تكون العلامة محل الرهن مسجلة وأن يكون التسجيل نافذاً وقت إبرام العقد، كما يُشترط أن يكون الراهن مالكاً للعلامة وأهلاً للتصرف فيها.¹

ب - الشروط الشكلية

شأنه شأن بيع العلامة، يستلزم رهن العلامة استيفاء شروط شكلية صارمة، تتمثل في ضرورة تحرير عقد الرهن كتابةً وشهره بالقيد في سجل العلامات لدى المركز الوطني للملكية الصناعية، ولا يكون الرهن نافذاً في حق الغير إلا من تاريخ قيده، وهو ما يُرسخ مبدأ الأسبقية في القيد بوصفه معياراً فاصلاً عند تزامن الدائنين المرتهنيين.²

ثانياً: الآثار القانونية لرهن العلامة

يترتب على عقد رهن علامة الشركات الناشئة مجموعة من آثار والتي تكون على شكل التزامات بين أطراف هذا العقد.

أ - بالنسبة للمدين الراهن

يحتفظ الراهن بحق استخدام العلامة المرهونة في نشاطه التجاري طوال مدة الرهن، وهو ما يُشكل ميزةً جوهريةً تُميز رهن العلامة عن رهن المنقول المادي الذي ينقل حيازة المرهون إلى

¹ - المادة 24 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - بن زيد فتحي، "عقد رهن العلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف2، الجزائر، 2020، ص 338.

الدائن المرتهن، غير أن الراهن يُلزم بالامتناع عن أي تصرف قد يُفضي إلى تخفيض قيمة العلامة المرهونة أو المساس بها، كالتنازل عنها أو إهمال تجديدها.¹

ب - بالنسبة للدائن المرتهن

يكتسب الدائن المرتهن حق التقدم على سائر الدائنين في استيفاء دينه من قيمة العلامة المرهونة عند التنفيذ، وذلك بالأولوية التي يُرتبها القيد، كما يحق له الاعتراض على أي تصرف يصدر من الراهن من شأنه الإضرار بحقوقه، بما في ذلك الطعن في تصرفات التفريط التي تُخفّض قيمة الضمان المقدم له.²

الفرع الثالث

المساهمة بعلامة كحصة في رأسمال الشركة

تُعَدّ المساهمة بعلامة الشركات الناشئة كحصة عينية في رأس مال الشركات من أكثر الصور إبداعاً وأهمية في عالم الشركات الناشئة، إذ تُمكن أصحاب الأفكار والابتكارات من المساهمة في تأسيس الشركة أو رفع رأسمالها دون الحاجة إلى تقديم حصص نقدية قد لا تتوافر لديهم.

أولاً - تقييم العلامة المساهم بها

يُثير تقييم العلامة إشكاليةً تقنيةً بالغة الدقة، لأن الأمر يتعلق بأصل غير مادي تحدده عوامل متعددة كشهرته التجارية، ومدة حمايته وحجم الأسواق التي يُغطيها، وإيراداته المستقبلية المتوقعة، ولذلك يستلزم القانون في الغالب اللجوء إلى خبير مختص لتقييم الحصص العينية قبل قبولها في رأس مال الشركة، درء للغش وحمايةً للشركاء الآخرين.³

¹ - بركة مليحة، قرادي الحاجة، المرجع السابق، ص 101.

² - المادة 25 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ - بن زيد خديجة، مرجع سابق، ص 97.

ثانيا - الإجراءات القانونية للمساهمة

تستلزم المساهمة بعلامة الشركات الناشئة في رأس مال شركة ناشئة استيفاء جملة من الإجراءات القانونية المتسلسلة، أبرزها: تقييم العلامة من قِبَل خبير معتمد، إقرار المساهمة من قِبَل الجهاز التداولي المختص في الشركة، تحرير عقد المساهمة كتابةً، قيد نقل الملكية في سجل العلامات لدى المركز الوطني للملكية الصناعية، والنشر في النشرة الرسمية.¹

ثالثا - آثار المساهمة على الشركات الناشئة

تترتب على المساهمة بالعلامة في رأس مال الشركة الناشئة آثار قانونية واقتصادية جوهرية؛ فمن الناحية القانونية تُصبح الشركة مالكةً للعلامة بكل ما يترتب على ذلك من حق استثنائي، ومن الناحية الاقتصادية تُعزز القيمة الإجمالية لرأس مال الشركة مما يُحسن وضعها التفاوضي أمام المستثمرين والممولين كما تُتيح هذه الصورة لمؤسس الشركة الناشئة الاحتفاظ بحصة في الشركة في مقابل مساهمته الفكرية والتجارية المتجسدة في العلامة، بدلاً من المطالبة بحصة نقدية قد تُثقل كاهل الشركة في مرحلة الإطلاق.²

¹ - المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - المرسوم التنفيذي رقم 254/20، المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال" وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيرها، المرجع السابق.

الفصل الثاني

آليات حماية العلامة

للشركات الناشئة

ينشأ الحق في العلامة بعد أن تستوفي الشركات الناشئة جميع الشروط الموضوعية والشكلية، وتصبح مالكة لهذه العلامة بقبول طلب تسجيلها لها، ومتى يقوم هذا الحق قامت الحماية القانونية التي يربتها القانون لتلك العلامة المسجلة.

ونظرا لخطورة الأفعال المشكلة اعتداء على العلامة والتي من طبيعتها إلحاق أضرار معتبرة للشركات الناشئة من جهة، وغش الجمهور من جهة أخرى باعتبار أن العلامة هي وسيلتهم التي يعتمدون عليها لاقتناء حاجاتهم التي نالت ثقتهم، لذلك أحاط المشرع الجزائري حق الشركات الناشئة بحماية مزدوجة مدنية وجزائية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد والتي تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع طلب الحماية، وذلك عن طريق دعوى قضائية من خلالها تطلب الحماية القضائية لحقها في العلامة ويمكن أن تقاضي كل من يعتدي على هذا الحق، إما بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة، وذلك لجبر الضرر الذي لحق بها، والزام المخطئ بتعويض الشركات الناشئة عن مختلف الأضرار التي لحقت بها.

إلا أنها وحدها غير كافية لزيادة أهمية علامة الشركات الناشئة مع مرور الوقت في الوسط التجاري، إذ تظل دعوى المنافسة الغير المشروعة قاصرة عن توفير الحماية الشاملة لكونها تتأسس على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، وهو ما يستوجب تفعيل دعوى التقليد كآلية قانونية لا تهدف فقط لجبر الضرر، بل تعتبر الأداة الإجرائية التي تمكن الشركات الناشئة من حماية حقها الاستثنائي على علامتها في مواجهة كل اعتداء، سواء اتخذ صور التزوير أو التقليد، كما تهدف إلى ردع المعتدي وتوقيع العقوبات المقررة قانونا.

وعليه سنعالج في هذا الفصل الحماية المدنية لعلامة الشركات الناشئة في (المبحث الأول)، والحماية الجزائية لعلامة الشركات الناشئة في (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الحماية المدنية لعلامة الشركات الناشئة

إن العلامة تعد وسيلة هامة في يد الشركات الناشئة في مجال المنافسة للترويج بمنتجاتها وذلك لجذب أكثر قدر من المستهلكين وتحقيق الربح، ونظرا لما قد تتعرض له هذه العلامة من اعتداءات خاصة في إطار المنافسة غير المشروعة، فقد أقر المشرع مجموعة من الآليات القانونية لحمايتها، من أبرزها الحماية المدنية التي تهدف إلى جبر الضرر وإزالة الاعتداء.

فالحماية المدنية تعتبر كوسيلة فعالة تمكن الشركات الناشئة من اللجوء إلى القضاء للمطالبة بوقف الأفعال غير المشروعة والتعويض عن الأضرار التي لحقت بها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وللتعرف على هذه الأخيرة تستلزم التعرف بها وبيان أساسها القانوني والوقوف على أركان مباشرتها (المطلب الأول) ثم إلى مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

دعوى المنافسة غير المشروعة

دعوى المنافسة غير المشروعة تعتبر وسيلة مهمة لحماية حق الشركات الناشئة وتقرير التعويض عن الضرر الذي تصيبها من جراء تقليد علامتها أو تزويرها، وهي تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية للشركات الناشئة إذا كانت علامتها غير مودعة، ويجوز أن ترفع الدعوى المدنية بالمنافسة غير المشروعة من الشركات أو من أي شخص آخر أصابها ضرر من جراء المنافسة غير المشروعة، ومن هنا فلا بد من معرفة ما تمثله هذه الدعوى من خلال تعريفها بدعوى المنافسة (الفرع الأول)، ثم بيان الأساس القانوني التي تستند إليه (الفرع الثاني)، والتعرض لشروطها (الفرع الثالث).

الفرع الأول

تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

وردت عدة تعريفات للدعوى المنافسة غير المشروعة وذلك من أجل ضبط مفهومها، فمن الضروري الرجوع إلى الفقه القضائي والتشريعات القانونية لإيجاد تعريف قانوني للمنافسة غير المشروعة.

أولاً: التعريف الفقهي

تعرض الفقه بالتعريف للمنافسة غير المشروعة من أجل تحدها وضبط أحكامها.

فعرّفها الفقيه "Bert" بأنها: "قيام أحد الصناعين بالبحث عن جذب عملاء الغير بطريقة احتيالية".¹

كما عرفتْها الأستاذة نادية فضيل على أنها: "استخدام التاجر لأساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم".²

وكذلك عرفتْها الدكتورة سميحة القيلوبي بأنها "استخدام التاجر لطرق منافية للقوانين والعادات أو مبادئ الشرف والأمانة والمعاملات".

وعرفها الأستاذ إدوارد عيد: "تعد المنافسة غير المشروعة من قبيل التجاوز في استعمال الحرية الخاصة بممارسة النشاط التجاري الذي لا يكون ممنوعاً في الأصل إذا حصل القيام به بالطرق السليمة المعتمدة في التعامل التجاري".³

¹ - نقلاً عن حمادي زويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 245.

² - فوضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 183.

³ - نقلاً عن بوخلخال فويل، زيدان أيوب، دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2022، ص 8.

يتضح من خلال التعاريف ، بأنه من الصعب إعطاء تعريف شامل مانع يحدد المنافسة غير المشروعة، وذلك بسبب التغيرات التي تطرأ على الحياة الاقتصادية، مما يؤدي إلى ظهور أساليب جديد في المنافسة غير المشروعة.¹

ثانيا: التعريف التشريعي

لم يعرف المشرع الجزائري المنافسة غير المشروعة في قانون 06/03 المتعلق بالعلامات، وإنما نص عليها في المادة 27 فقرة 2 من قانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نص على أنها "تعتبر الممارسات التجارية غير النزيهة في مفهوم هذا القانون الممارسات التي يقوم بها العون الاقتصادي وهي كالتالي:

-تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو منتجاته أو خدماته.

-تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته...".²

يفهم من نص المادة أن المشرع الجزائري وإن لم يعرف المنافسة غير المشروعة صراحة، إلا أنه حظر مجموعة من التصرفات التي تؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة المشروعة، خاصة تلك الناتجة عن استغلال القوة الاقتصادية، وهو ما يعد من أبرز صور المنافسة غير المشروعة، فالشركات الناشئة غالبا ما تكون في مركز اقتصادي ضعيف مقارنة بالشركات الكبرى، مما يجعلها عرضة لممارسات تعسفية كفرض شروط تعاقدية غير متوازنة أو استغلال حاجتها للدخول إلى السوق، وهو ما يعد صورة من صور المنافسة غير المشروعة.

¹ - بودراع فايزة، بليمان يمينه، "الحماية القانونية للعلامة التجارية"، مجلة العلوم الانسانية، المجلد 33، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، 2022، ص 95.

² - المادة 27 من الأمر 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج، العدد 41، الصادر في 27 جوان 2004.

الفرع الثاني

الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

اختلف الفقه والقضاء حول تحديد الأساس القانوني الذي يصلح للمنافسة غير المشروعة، ويرجع هذا الاختلاف إلى عدم وضع المشرع نصوصاً خاصة تنظم المسؤولية الناتجة عن أعمال المنافسة غير المشروعة، فأسند البعض هذه الدعوى إلى أحكام المسؤولية التقصيرية، والبعض الآخر إلى نظرية التعسف في استعمال الحق.¹

وعليه استقر أغلب الفقه والقضاء، على أن فكرة حماية العلامة باعتبارها مال معنوي بدعوى المنافسة غير المشروعة على أساس المسؤولية التقصيرية، وهذا تطبيقاً لفكرة الخطأ المرتكب من أي شخص يأتي بأعماله ضرراً لصاحب الحق عليها أو مخالفة للقيم والأخلاق التجارية.²

كما أن المشرع الفرنسي أسند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي والتي تنص على أن "كل فعل يصدر على الإنسان محدداً ضرراً بالغير يلزم بالتعويض من تسبب به بخطئه"،³ والتي تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي تنص بأن "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض".⁴

فعلى الشركات الكبرى واجب بذل العناية اللازمة، والتبصر عند ممارسة أفعالها لضمان عدم المساس بحقوق الغير، فإذا صدر عنها عمل مخالف للقانون أو عمل غير مشروع عموماً، لزمها ضمان تعويض الضرر الذي أصاب المضرور أي الشركات الناشئة من جراء ذلك الفعل

¹-ميلود سلامي، مرجع سابق، ص194.

²-نواة حسين، مرجع سابق، ص134.

³-راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص276.

⁴-المادة 124 الأمر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج، العدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

أو العمل، إذ يصبح بإمكان الشركات الناشئة مقاضاة من صدر عنها العمل غير المشروع مطالبة إياها بجبر الضرر الذي لحق بعلامتها و تنافسيتها.¹

الفرع الثالث

شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

باعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة صورة من صور المسؤولية التقصيرية، فإن استحقاق الشركات الناشئة للحماية وجبر ما لحق بعلامتها من أضرار يتوقف على توافر مجموعة الشروط والمتمثلة في الخطأ، الضرر، وأخيرا العلاقة السببية.

أولا-الخطأ

لم تعرف النصوص القوانين الخطأ عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل غير المشروع، بل تركت ذلك للفقه والقضاء، والخطأ كما استقر عليه رأي الفقه والقضاء هو "إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل لذلك الواجب".

يتضح من هذا التعريف أن الخطأ يتكون من عنصرين، الأول موضوعي يتمثل في الإخلال بواجب قانوني، والثاني شخصي يتمثل في توافر التمييز لدى المخل بهذا الواجب.²

ولكن للخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص ينصرف بشكل أساسي إلى الإخلال بقواعد الأمانة والنزاهة في التعامل التجاري، ذلك لأن المنافسة في حد ذاتها عمل مشروع ومطلوب لتطوير التجارة ونموها وازدهارها، ولكن المنافسة التي تتحرف عن واجب الالتزام بالأمانة والنزاهة تعد خطأ يستوجب مسؤولية مرتكب هذا الفعل.³

¹ -بوشطولة بسمه، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل درجة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، الجزائر، 2015، ص16.

² -صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص387.

³ -بوشطولة بسمه، مرجع سابق، ص19.

وهذا ما ذهبت إليه المادة 27 من قانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على أنه: "تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك..."¹.

والخطأ اللازم لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة ليس شرط توافره بسوء نية، وقصد الإضرار لدى المنافس أي الشركات الكبرى بل يكفي أن يصدر ذلك نتيجة الإهمال والتقصير، وليس من الضروري إثبات عنصر التعدي ولا أهمية لسوء نية الفاعل الذي يقوم بالمنافسة غير المشروعة مادام الخطأ أو الطيش أو الإهمال تم إثباته،² ويكون هذا الأخير بجميع وسائل الإثبات المتاحة في القانون.

وعليه، يستلزم لتوفر ركن الخطأ أن تكون هناك منافسة حقيقة تحدث بين الشركات الناشئة ومنافسيها الشركات الكبرى أو الشركات الناشئة الأخرى التي تمارس نفس النشاط،³ كأن يقوم هذه الأخيرة باستعمال علامة الشركات الناشئة على منتجات مشابهة لمنتجات الشركة أخرى مثلاً، وبالتالي سوف تؤدي المنافسة بينهما إلى تضليل جمهور المستهلكين بحيث يشتبه عليهم،⁴ ولا يشترط أن يكون النشاطان متطابقين بشكل كامل بل يكفي أن يكون هناك ثمة ارتباط بينهما لتوافر شروط هذه الدعوى.⁵

ثانياً-الضرر

لا يكفي لقيام المسؤولية التقصيرية أن يقع الخطأ وحده، وإنما يجب أن يكون هناك ضرر يصيب الشركات الناشئة، ونعرفه بصفة عامة هو الأذى الذي يصيب الشخص نتيجة

¹ - المادة 27 من الأمر 02/04 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

² - بوشطولة بسمه، مرجع سابق، ص19.

³ - المرجع نفسه، ص20.

⁴ - الجغبير حمدي غالب، مرجع سابق، ص399.

⁵ - أسامة نائل المحيسن، مرجع سابق، ص72.

المساس بمصلحة مشروعة له أو حق من حقوقه، والضرر قد يكون مادياً أي يصيب الشركات الناشئة في ملكيتها في علامتها، أو معنوياً أي يصيبها في سمعتها،¹ فإن لم يترتب الضرر تنتفي المسؤولية المدنية عملاً بالقاعدة العامة " لا دعوى بلا مصلحة".²

وسواء كان الضرر مادياً أو معنوياً فإن عبء إثباته يقع على عاتق طالب التعويض أي المضرور " الشركات الناشئة" عن الفعل غير المشروع وهو التعدي على علامتها.³

وتجدر الإشارة أن الضرر لا يشترط أن يكون محققاً بل يكفي في مجال المنافسة غير المشروعة أن يكون محتملاً الوقوع في المستقبل،⁴ لأن دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى وقائية وعلاجية، لأنها لا تنص على الضرر بالتعويض فقط بل تتجاوز ذلك بحيث تهدف إلى منع وقوعه بكل الوسائل.⁵

ثالث - العلاقة السببية

لقيام المسؤولية المدنية يشترط وجود رابطة سببية بين الخطأ الذي ارتكبه أو تسبب به المتعدي على علامة الشركات الناشئة، وبين الضرر الذي لحق بالشركات الناشئة، بمعنى أن الضرر الذي لحق بهذه الأخيرة نتيجة للفعل أو للسلوك الصادر عن المتعدي على العلامة، أما إذا انتفت العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، كما لو كان الضرر بسبب المنافسة المشروعة، أو فعل الغير أو خطأ المضرور، عندئذ لا تقوم المسؤولية المدنية.⁶

¹ - بوخلخال فريدة، زيدان أيوب، مرجع سابق، ص 40.

² - حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 175.

³ - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 389.

⁴ - عدنان غسان برونو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 809.

⁵ - نواره حسين، مرجع سابق، ص 139.

⁶ - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 390.

غير أن إثبات علاقة السببية بين الخطأ والضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة ليس من الأمور السهلة، لكونه يتعلق بعنصر تحويل الزبائن، فيقع على الشركات الناشئة مثلاً أن تثبت أن قيام منافسيها باتخاذ علامة مشابهة لعلامتها أدى إلى تأثير على حرية خيار زبائنهم.¹

المطلب الثاني

مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة

يجوز رفع الدعوى المدنية من الشركات الناشئة التي لحقها ضرر مادي أو المعنوي من جراء الأفعال غير المشروعة، وذلك على كل من صدر عنه الخطأ، وكل من اشترك معه شرط أن يكون عالماً بعدم شرعية العمل أو كان بإمكانه أن يعلم، وبعد أن تتحقق المحكمة من توافر اختصاصها الأصلي، يمكنها أن تقضي بالتعويض والأمر باتخاذ التدابير اللازمة لوقف أعمال التعدي.

وعليه سوف نسلط الضوء في هذا المطلب على إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة في (الفرع الأول)، والآثار المترتبة على دعوى المنافسة غير المشروعة في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

يجوز لكل من له صفة ومصلحة وفق ما نصت عليه المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية التي جاء فيها: "لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة، وله مصلحة قائمة...".²

¹ -راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 281.

² -المادة 13 من قانون رقم 09/08 المؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر ج ج، العدد 21، الصادر في 23 أبريل 2008، المعدل والمتمم.

وتضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة في رفع دعوى للمطالبة بالكف عن التعدي والتعويض على ما لحقه من ضرر، وذلك أمام المحكمة المختصة نوعيا وإقليميا وفقا للقواعد العامة.

أولاً- 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 تحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء التعدي على العلامة بطريقة غير مشروعة،¹ وتتمثل في:

أ - الشركات الناشئة

تعتبر الشركات الناشئة مالكة لعلامتها عندما تباشر إجراءات تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقا للقانون وكانت العلامة مستوفية لشروطها الموضوعية والشكلية، يجوز للشركات الناشئة أن ترفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء التصرفات غير المشروعة.

كما يجوز لها أن تتدخل في نزاع أو دعوى قائمة، متى رفعها شخص آخر له مصلحة في النزاع للحصول على تعويض من جراء تصرفات غير مشروعة، غير أنه يتعين على الشركات الناشئة أن تتدخل في النزاع أمام المحكمة، أما إذا وصل النزاع إلى المجلس القضائي في حالة استئناف الحكم الصادر في القضية، فلا يجوز لها التدخل في الخصام لأن القاضي في هذه الحالة غير ملزم بالفصل في ملكية العلامة.²

¹ -بسكري رفيقة، "الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية،

المجلد 06، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2019، ص 415.

² -حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 164.

لكن في حالة ما إذا تم رفع الدعوى من شخص غير صاحب العلامة "الشركات الناشئة"، فعليه أن يثبت أنه صاحب مصلحة في رفع الدعوى، ولا يقبل أي طلب أو دفع لا يكون فيه لصاحبه مصلحة حالة أو محتملة يقرها القانون.¹

ب - المرخص له

يقصد بالمرخص له الشخص الذي تمنح له الشركات الناشئة حق استغلال علامتها استغلالا كلياً أو جزئياً مقابل دفع ثمن، فيستفيد المرخص له من امتياز استعمال العلامة ويجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء تصرفات الشركات الأخرى، فتعد بمثابة منافسة غير مشروعة للمنتجات التي تشملها العلامة المرخص باستغلالها، أو الإساءة إلى سمعة العلامة.²

ت-المستهلك وجمعية المستهلكين

المشرع الجزائري عرف المستهلك في المادة 3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "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".³

فمن خلال نص المادة يتضح أن المستهلك المستحق للحماية يتمثل في الشخص المقتني لمنتج معين لتحقيق رغبة للاستهلاك الشخصي أو العائلي، لذا يحق له متى تضرر

¹ -بويشطولة بسمه، مرجع سابق، ص26.

² -حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص165.

³ -المادة 03 من قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج، العدد15، الصادر في 08 مارس 2009.

من جراء تصرف المعتدي كأن يوهمه أن المنتج يحمل علامة الشركات الناشئة مثلا، أن يرفع دعوى ضده للمطالبة بالتعويض.¹

وتلعب جمعية المستهلكين دورا مهما في التحسيس والإعلام، كما يسمح لها القانون بالدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق به، وقد توسع دور هذه الجمعيات فلها حق رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة.²

ج-المسوق

يمكن لأي شخص يسوق المنتجات التي تحمل علامة الشركات الناشئة المعتدية عليها أن يدافع عنها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد يكون المسوق تاجرا أو محترفا، وعلى متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك، أما بالنسبة لقانون المنافسة فقد استعمل مصطلح العون الاقتصادي.³

ثانيا: القضاء المختص في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

إن إقرار الحماية القانونية لعلامة الشركات الناشئة من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة لا تكتمل إلا بتحديد الجهة القضائية المختصة بالنظر فيها، باعتبار أن قواعد الاختصاص القضائي تعد الضمانات الأساسية لحسن سير العدالة.

وعليه، يقتضي الأمر تحديد المحكمة المختصة بالنظر في هذه الدعوى، سواء من حيث الاختصاص النوعي، أو الاختصاص المحلي.

¹-حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص166.

²-المرجع نفسه، ص167.

³-بسكري رفيقة، مرجع سابق، ص415.

أ - الاختصاص المحلي

تم تحديد الاختصاص الاقليمي للمحاكم التجارية المتخصصة بموجب المادة 536 مكرر 1 من قانون 13/22 مؤرخ في جويلية 2022 يعدل ويتم القانون رقم 09/08 المؤرخ في 25 فبراير 2008 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية التي جاء فيها: "تطبق على المحاكم التجارية المتخصصة أحكام الاختصاص الاقليمي المنصوص عليها في هذا القانون".¹

أما فيما يخص منازعات المتعلقة بالملكية الفكرية "العلامة" يؤول الاختصاص الاقليمي فيها الى المحكمة التجارية المتخصصة التي يتبعها المجلس القضائي الذي يقع في دائرة اختصاصه موطن المدعي علي، بعدما كان ينعقد للمحكمة المنعقدة في مقر المجلس القضائي الموجود في دائرة اختصاصه موطن المدعي عليه.²

ومعلوم أن موطن المدعى عليه هو مكان مزاويلته للتجارة، وهذا إن كان شخصا طبيعيا أما إذا كان شخصا معنويا فموطنه هو مقر الشركة.³

كما يمكن للشركات الناشئة الذي تثبت تسجيل علامتها، من رفع دعوى استعجالية أمام محكمة مكان وقوع الإشكال يطلب أمام رئيس المحكمة وفق عريضة بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة.⁴

¹ -المادة 536 مكرر 1 من قانون رقم 13/22 المؤرخ في 12 جويلية 2022، يعدل ويتم قانون رقم 09/08 المؤرخ في 25 فبراير 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر ج ج، العدد 48، الصادر 17 جويلية 2022.

² - عزوز سارة، "المحاكم التجارية المتخصصة خطوة نحو القضاء في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 11، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2024، ص 503.

³ -كحول وليد، مرجع سابق، ص 239.

⁴ -بوشطولة بسمه، مرجع سابق، ص 29.

ب- الاختصاص النوعي

يعرف الاختصاص النوعي بأنه صلاحية المحكمة قانونا للبت في النزاع بحسب نوعه، وهو من النظام العام تقضي به المحكمة من تلقاء نفسها طبقا للمادة 36 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وفي هذا الإطار حدد المشرع نطاق الاختصاص النوعي للمحاكم التجارية على سبيل الحصر،¹ بمقتضى المادة 536 مكرر من القانون 13/22 التي تنص: "تختص المحكمة التجارية المتخصصة بالنظر في المنازعات المذكورة أدناه:

-منازعات الملكية الفكرية...".²

فمن خلال نص المادة يتضح أن من بين المنازعات التي تختص به المحاكم التجارية المتخصصة، هناك منازعات الملكية الفكرية والتي تتعلق بمنتوج فني أو ذهني، وتعتبر عنصرا جوهريا من عناصر الذمة المالية للشركات الناشئة.³

الفرع الثاني

أثار دعوى المنافسة غير المشروعة

إذا توافرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة، يجوز للشركات الناشئة المتضررة رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقتها،⁴ غير أن فاعلية هذه الدعوى لا تتوقف عند جبر الضرر المادي فحسب، بل تمتد لتشمل إجراءات قانونية تهدف إلى وقف التعدي بشكل فوري ومنع استمراره والمتمثلة في التدابير التحفظية، كما يلعب جهاز الجمارك دور فعال في حماية العلامات من التقليد عبر الحدود، ومنع تداول السلع التي تضر بالمركز التنافسي للشركات الناشئة في السوق.

¹-مولفي سامية، " نظام المحاكم التجارية المتخصصة في الجزائر"، مجلة المتوسطة للقانون والاقتصاد، المجلد 08،

العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2023، ص 23.

²- المادة 536 مكرر من القانون 13/22 المتضمن تعديل قانون الإجراءات المدنية والإدارية، مرجع سابق.

³-عزوز سارة، مرجع سابق، ص 499.

⁴-حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 179.

أولا-التعويض

تقضي المحكمة للشركات الناشئة المتضرر جراء التعدي على علامتها التعويض، ويكون ذلك وفقا للقواعد العامة، وبالتحديد المادة 124 من القانون المدني.

وبالرجوع إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري يقر للشركات الناشئة التي تثبت وقوع اعتداء على علامتها المطالبة بالتعويضات المدنية، وذلك أمام الجهة القضائية المختصة، حيث يتم تقديره من طرف قاضي الموضوع،¹ وهذا حسب المادة 29 من الأمر المذكور أعلاه التي جاء فيها: "إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية...".²

ويكون التعويض متمثلا بدفع ما قد تستحقها الشركات الناشئة المتضرر مقابل الضرر الذي أصابها بسبب خسارة أو فوات فرصة ربح وهو ما يسمى بالضرر المادي، كما يمكن أن تتضرر الشركات الناشئة في سمعتها وشرفها أو شهرتها وهو ما يسمى بالضرر المعنوي، فالسلطة التقديرية تعود لقاضي الموضوع وأهل الخبرة في تقدير الضرر.³

إلى جانب هذا التعويض المالي، يمكن للمحكمة أن تحكم بعقوبات تكميلية أخرى، كنشر الحكم على نفقة المتعدي،⁴ أو بمصادرة البضائع والأشياء والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب الممارسات غير المشروعة وهو ما جاء في نص المادة 29 فقرة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي تنص على أنه: "إذا أثبت صاحب تسجيل العلامة بأن مساس بحقوقه أصبح وشيكا، فإن الجهة القضائية المختصة تفصل في موضوع المساس بالحقوق وتأمر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد وإتلافها، عند الاقتضاء".⁵

¹-كحول وليد، مرجع سابق، ص270.

²-المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³- حمادي زويبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص180.

⁴- المرجع نفسه، ص181.

⁵-المادة 29 فقرة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ثانيا: التدابير التحفظية

أجاز المشرع الجزائري للشركات الناشئة من اتخاذ إجراءات تحفظية قبل رفع الدعوى المدنية والجزائية حتى تتمكن من إثبات فعل الاعتداء،¹ كما يمكن للمحكمة أن تأمر بوقف كل نشاط من شأنه إلحاق أضرار بالشركات الناشئة.

أ - وفق الاعتداء

لا بد من إيقاف استمرار المنافسة غير المشروعة إضافة للحكم بالتعويض، لكي لا يستمر الضرر، فقد منح المشرع الجزائري السلطة القضائية صلاحيات واسعة لاتخاذ الإجراءات اللازمة لوقف استمرار المنافسة غير المشروعة، وإتلاف تلك المواد ومصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب جنحة،² وهذا ما جاء في المادة 29 فقرة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

أما إذا استمرت هذه المنافسة غير المشروعة بعد صدور الحكم، فيمكن للطرف المتضرر رفع دعوى جديدة يطالب فيها بالتعويض عن الأضرار اللاحقة لصدور الحكم، وفي هذه الحالة يحكم بالتعويض بالإضافة إلى الغرامة التهديدية.³

ب - الحجز التحفظي

أجاز المشرع الجزائري في نص المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، للشركات الناشئة حتى تتمكن من إثبات الجريمة المتعلقة بعلامتها، أن تستصدر بناء على عريضة بموجب أمر رئيس المحكمة باتخاذ الإجراءات اللازمة مستعينا في ذلك بأحد الخبراء

¹ - شريفي نسرين، حقوق الملكية الفكرية (حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية)، دار بلقيس، الجزائر، 2014، ص 162.

² - حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 181-182.

³ - المرجع نفسه، ص 182.

عند الاقتضاء، بأن يطلب إجراء وصف مفصل للمنتجات التي تدعي بأنها تحمل علامات إضرار بها، وذلك بتوقيع الحجر أو بدونه.¹

ويشترط أن ترفق العريضة بشهادة تسجيل العلامة، وفي حال ما إذا طلبت الشركات الناشئة توقيع الحجر يمكن للقاضي أن يأمر بدفع كفالة.²

وتعتبر هذه الإجراءات باطلة بمقتضى القانون ما لم يتبع المدعي أي الشركات الناشئة برفع الدعوى المدنية أو الجزائية خلال شهر على ما اتخذت بشأنها تلك الإجراءات مع الحق بالتعويض حسب المادة 35 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.³

ثالثا: دور إدارة الجمارك في حماية العلامة

تلعب إدارة الجمارك دورا هاما في حماية العلامات من التقليد عبر الحدود، وذلك من خلال دورها في محاربة دخول السلع المقلدة إلى السوق الوطنية والقرصنة، إذ يكون على مصالح الجمارك التدخل لمحاربة التقليد، وذلك من خلال ممارستها لاختصاصها،⁴ وهو ما يعبر عنه بالحماية الحدودية.

فإذا كانت السلع التي تحمل علامة مقلدة على الحدود، فإن الشركات الناشئة تسعى إلى اتخاذ تدابير من أجل إيقاف الإفراج عن تلك السلع من جانب السلطات الجمركية، وذلك بغرض منع استيراد السلع التي تتطوي على وجه للتعدي على علامتها، وللجمارك أن تتخذ مجموعة من الإجراءات والتدابير تجاه هذه السلع التي تمس بحقوق الشركات الناشئة دون اللجوء إلى القضاء.⁵

¹-فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص187.

²-شريقي نسرين، مرجع سابق، ص162.

³-فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص187.

⁴-خنوس خديجة، بيطام لويزة، دور إدارة الجمارك في حماية حقوق الملكية الصناعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021، ص19.

⁵-كحول وليد، مرجع سابق، ص259.

ولحماية علامة الشركات الناشئة تتدخل المصالح الجمركية وفق آليتين إما بناء على طلب التدخل، وذلك بتقديم الشركات الناشئة طلب كتابي إلى السلطة المختصة عند وجود خطر وشيك متمثل في تقليد الذي يمس علامتها، ويكون مشفوعاً بالأدلة وبوصف كامل عن تلك السلع، أو عن طريق التدخل التلقائي فيكون أثناء قيام أعوان الجمارك بالمراقبة الروتينية على حركة السلع، كأن تكتشف بضائع مشبوهة وتحمل مؤشرات على أنها تمس بعلامة الشركات الناشئة، ففي هذه الحالة تقوم إدارة الجمارك بتوقيف البضائع من خلال تعليق رفع اليد عنها.¹

في حالة بيان للمصالح الجمركية أن هناك سلع تشكل فعلاً مساس بحق الشركات الناشئة، تقوم بتوقيف رفع اليد عنها وحجزها، ويتم إعلام المديرية العامة للجمارك على الفور، والتي تقوم بدورها بإعلام الشركات الناشئة ومالك السلع المحجوزة،² فعلى الشركات الناشئة رفع دعواه أمام الهيئة القضائية المختصة للنظر في الموضوع خلال أجل 10 أيام من تاريخ التبليغ، وعليها كذلك بتبليغ إدارة الجمارك وإعلامها بأنه قد توجه للقضاء وقام برفع دعواه.³

¹ -زروق سليمان، شاري امال، " دور الجمارك في حماية العلامات التجارية"، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والإنسانية المعمقة، العدد 07، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020، ص101.

² - المرجع نفسه، ص107.

³ -كحول وليد، مرجع سابق، ص264.

المبحث الثاني

الحماية الجزائية لعلامة الشركات الناشئة

تعد علامة الشركات الناشئة من أهم عناصر الملكية الصناعية، إذ تمثل أداة تمييز السلع والخدمات ومصدراً لثقة المستهلك ووسيلة لتحقيق المنافسة المشروعة وقد تزايد الاهتمام بحماية العلامات مع توسع الأنشطة التجارية وظهور صور متعددة للاعتداء عليها، كان من أبرزها جريمة التقليد، وقد أولى المشرع الجزائري هذه الجريمة عناية خاصة استجابة لضرورة حماية حقوق المالك والمرخص له والحفاظ على النظام الاقتصادي الوطني من الآثار السلبية للغش والتدليس، ولأهمية هذا الموضوع، سيتم تناوله في مطلبين: الأول يخص دعوى تقليد علامة الشركات الناشئة، والثاني سير دعوى التقليد.

المطلب الأول

دعوى تقليد علامة الشركات الناشئة

أقر المشرع الجزائري حماية قانونية لعلامة الشركات الناشئة من التقليد، تتعلق أساساً بحماية داخلية، سواء عن طريق الحماية المدنية على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي تكون مكفولة لصاحب الحق إضافة إلى كل من تضرر من فعل التقليد، أو عن طريق الحماية الجزائية، على أساس دعوى التقليد، والتي لا يمكن اللجوء إليها إلا من صاحب الحق، وهذا إذا كانت علامة الشركات الناشئة مسجلة، وإلا فله اللجوء إلى الحماية المدنية دون الجزائية.

الفرع الأول

الجرائم الواقعة على علامة الشركات الناشئة

قسّم المشرع الجزائري جرائم تقليد العلامة إلى نوعين، جرائم تمس ذات العلامة كالنقل والتشبيه، وجرائم تمس ملكية العلامة كالاستعمال غير المشروع والبيع والحيازة، ويوضح هذا الفرع صور كل نوع على حدة مستنداً إلى أحكام الأمر 06/03.

حرص المشرع الجزائري بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، على تجريم الأفعال التي تمس بجوهر الحق المقرر لمالك العلامة "الشركات الناشئة" وقد نصت المادة 32 من الأمر المذكور أعلاه على العقوبات الأصلية لجريمة تقليد العلامة، دون أن تعدد صراحة جميع صور التقليد، إلا أن الفقه والقضاء استقرا على نمطين رئيسيين: التقليد عن طريق النقل، والتقليد بالتشبيه.¹

كما أضافت المادة نفسها حماية ملكية علامة الشركات الناشئة من خلال تجريم استعمال علامة مقلدة وبيع أو عرض منتجات عليها علامة مقلدة.

أولاً: الجرائم الواقعة على ذات العلامة

إن المشرع الجزائري جمع مجمل الاعتداءات الواقعة على علامة الشركات الناشئة تحت مصطلح "التقليد"، وتعد جريمة التقليد جنحة وهي من أهم الجرائم الواقعة على العلامة، تشمل كل من التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه.²

¹ - سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، 2017.

² - راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 235.

أ - جريمة التقليد عن طريق النقل

أخذ المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بالمفهوم الشامل للتقليد ونصه بالاعتداء على الحقوق الإستثنائية لمالك العلامة،¹ وهذا ما نصت عليه المادة 26 منه على أنه: "... تعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة".²

ويعتبر هذا النوع من التقليد أشد وطأة على المالك الأصلي "الشركات الناشئة"، لأنه يحدث لبساً كاملاً لدى المستهلك، ويؤدي إلى تسويق منتجات مقلدة بنفس الشكل الخارجي لعلامة الشركات الناشئة الأصلية دون أي تحسين في الجودة أو السعر وقد اعتبره الفقه "صورة صريحة للانتحال"³ وفي هذا السياق، لا يشترط أن يكون التقليد مطابقاً تماماً للعلامة الأصلية، بل يكفي أن يكون "مماثلاً أو مشابهاً إلى درجة إحداث تضليل بين السلع والخدمات".⁴

ب - جريمة التقليد بالتشبيه

تعتبر جريمة التقليد بالتشبيه اصطناع علامة مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية بقصد خداع المستهلك الفرق الجوهرية بينه وبين التقليد بالنقل يكمن في الركن المادي: ففي النقل يقوم المقلد بنسخ العلامة كلياً أو جزئياً، بينما في التشبيه يأخذ عناصر من العلامة الأصلية ويضيف إليها عناصر أخرى مشابهة، مما يخلق لبساً لدى المستهلك ويتم تقدير التشابه بالبحث في عناصر التشابه قبل الاختلاف، وبالنظر إلى الانطباع العام للعلامة في

¹ - بومحراث ليندة، "الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفعاليتها بالنسبة للعلامات المتداولة إلكترونياً"، مجلة المعيار، المجلد 23، العدد 47، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأمير عبد القادر، 2019، ص 526.

² - المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ AGELLS BOUZID, "the legal dimension of trademark protection in Algerian legislation", journal of legal and economic research, volume 08, n01, 2025, p225.

⁴ -أنظر المادة 07 فقرة 8 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ذهن المستهلك المعتاد لا إلى تفاصيلها الجزئية¹ وسع الفقه والقضاء الفرنسيان نطاق هذه الجنحة بإدخال مفاهيم كالتشبيه بالقياس (تقارب النطق) والتشبيه بجمع الأفكار (استعمال نسبة مرتفعة أو متعارضة).

أما المشرع الجزائري فكان يشترط في النص القديم أن يكون التشبيه من شأنه أن يخدع المستهلك لكنه ألغى هذا التمييز في الأمر 06/03، إذ تنص المادة 26 منه على أنه: "...يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثمارية...".

على قدم المساواة وبذلك أصبح كل من التشبيه والنقل يخضعان لنفس الجنحة ونفس العقوبة دون تمييز والحكمة من إلغاء هذا التمييز هي إخضاع كل التصرفات التي تمس حقوق صاحب العلامة لنفس العقوبة، وتسهيل إثبات التقليد.²

ثانيا: الجرائم الواقعة على ملكية العلامة

إن المشرع الجزائري يعاقب أيضا على أفعال أخرى، تعتبر مساس بحقوق الشركات الناشئة، والتي تتمثل في استعمال علامة مقلدة أو مشابهة، وضع علامة هي ملك الغير أو اغتصاب علامة مملوكة للغير، وبيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشتبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع.³

أ - استعمال علامة مقلدة أو مشبهة

يقصد بها وضع علامة مقلدة أو مشبهة على السلع والبضائع،⁴ فاعتبر المشرع الجزائري في التشريع السابق للعلامات أن هذا فعل جريمة يعاقب عليها القانون، أما في التشريع الراهن

¹ - كحول وليد، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 1، 2014، ص ص 380-381.

² - المرجع نفسه، ص 381.

³ - راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 246.

⁴ - حاج شعيب فاطمة الزهرة، مرجع سابق، ص 270.

فلم ينص على ذلك صراحة، إلا أنه يعتبره فعل معاقب عليه قانونا، إذ من شأنه المساس بحقوق الشركات الناشئة، كما أن المشرع الجزائري نص على أن تسجيل العلامة يخول للشركات الناشئة الحق في منع الغير من استعمال علامتها دون ترخيص مسبق منها على سلع مماثلة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة.¹

ب - جريمة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع

لم ينص المشرع الجزائري صراحة على هذه الجريمة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وذلك على خلاف الأمر 57/66 الملغى الذي نص عليها في المادة 28 فقرة 3 منه،² يعاقب المشرع الجزائري جزائيا الأشخاص الذين يقومون ببيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة، كما يعاقب الذين يقومون بعرض هذه المنتجات باعتبار هذا الفعل من شأنه المساس بالحقوق الاستثنائية للشركات الناشئة.³

تعد هذه الجريمة جريمة مستقلة بذاتها، سواء كان البائع أو العارض هو الذي قام بتقليد أو تشبيه علامة،⁴ وتعد قائمة طالما أن الاستعمال لغايات تجارية، سواء حقق البائع أو العارض ربحا أو لم يحقق، وسواء تم البيع بسعر أعلى من العلامة المحمية أو بسعر أقل، وسواء أكان المنتج ذو جودة أم لا.⁵

¹ -راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص246.

² -والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، "الحماية الجزائية للعلامة التجارية في قانون الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 07، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مسيلة، 2018، ص105.

³ -راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص249.

⁴ -ناصر عبد الحليم محمد السلامة، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، دار النهضة العربية، 2008، ص 328.

⁵ -والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، مرجع سابق، ص 105.

الفرع الثاني

أركان جريمة تقليد علامة الشركات الناشئة

لجريمة تقليد علامة الشركات الناشئة ثلاثة أركان، والمتمثلة في ركن شرعي يجرم الفعل، وركن مادي فعل التقليد، والركن المعنوي يظهر في قصد الاحتيال.¹

أولاً- الركن الشرعي

يقصد بالركن الشرعي أن يكون الفعل المجرم منصوص عليه في القانون، وأن المشرع قد حدد له جزاء،² وهذا تطبيقاً لمبدأ الشرعية الذي نصت عليه المادة الأولى من قانون العقوبات التي جاء فيها: "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون".³

فالمشرع الجزائري تناول بصفة غير مباشرة التقليد في المادة 429 من قانون العقوبات حيث استعمل مصطلح يخدع، وبصفة مباشرة تكلم عن جنحة التقليد في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.⁴

بالرجوع إلى نص المادتين 26 و32 من الأمر الذكور أعلاه، يتضح بأن المشرع الجزائري تصدى من خلال هذا النص القانون إلى إضفاء الشرعية على جريمة التقليد، بالنص على تجنيح فعل التقليد بنص صريح لا يدع مجالاً للشك.⁵

¹-بوشطولة بسمة، مرجع سابق، ص35.

²-كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص484.

³- المادة 01 من الأمر 156/66 المؤرخ في 08 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج ، العدد 49، الصادر في 11 جوان 1966، معدل ومتمم.

⁴-رمضان فراق، مرجع سابق، ص ص265-266.

⁵- كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص485.

ثانيا - الركن المادي

يقصد بالركن المادي اصطناع علامة مطابقا تماما لعلامة الشركات الناشئة أو صنع علامة تشبه في مجموعها لهذه للعلامة الحقيقية،¹ بحيث يكمن للعلامة الجديدة إيهام وتضليل جمهور العملاء والمستهلكين بأنها المنتجات الحقيقية التي تميزها علامة الشركات الناشئة الأصلية،² فيتحقق العنصر المادي بمجرد قيام المقلد بمباشرة أي فعل من أفعال التقليد.³

ثالثا - الركن المعنوي

يتمثل العنصر المعنوي لجريمة تقليد علامة الشركات الناشئة في نية الإجرامية لدى المعتدي، خاصة أن جريمة تقليد علامة من الجرائم ذات الهدفين، الأول يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة، والثاني يتمثل في غش المستهلك وتضليله،⁴ إلا أن المشرع الجزائري لم ينص على نية الإجرامية، بل اكتفى بتقرير الجزاء وبإثبات الفعل المتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو اصطناع علامة مشابهة.⁵

فالقصد الجنائي لا يشترط لوجود جنحة التقليد أي لا يجب البحث عن نية مرتكب الفعل الضار فيها إذا كانت حسنة أو سيئة، والحجة في ذلك أن النص لم يتضمن أية عبارة تفيد القصد الإجرامي "كالتدليس"، فبمجرد وجود العنصر المادي للتقليد يكفي ذلك.⁶

¹-حمادي زوبير، حماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص188.

²-رمضان فراق، مرجع سابق، ص271.

³-عجة الجيلالي، منازعات الملكية الفكرية (الصناعية والتجارية، الدعوى المدنية والدعوى الجزائية والطرق البديلة)، منشورات زين الحقوقية، الجزء السادس، لبنان، 2014، ص290.

⁴-بوشطولة بسمه، مرجع سابق، ص 40.

⁵-حمادي زوبير، حماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص189.

⁶-بوشطولة بسمه، مرجع سابق، ص41.

إلا أنه لا يمكن أن تتم الجريمة إلا بتوفر الركن المعنوي المتمثل في القصد الجنائي أو العلم بالتقليد، إذ يمكن تصور الركن المعنوي مفترض لا داعي لإثباته، لأن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يتولى نشر كل علامات الشركات الناشئة المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة لذلك، وبالتالي لا عذر بجهل القانون، إذ تعد هذه النشرة بمثابة إعلام للجمهور.¹

المطلب الثاني

سير دعوى التقليد

بعد التطرق إلى الأفعال المجرمة وأركانها في المطلب السابق، يتعين دراسة الجانب الإجرائي لهذه الجريمة، إذ لا قيمة للحماية الجزائية دون وجود آليات فعالة لتحريك الدعوى وتوقع الجزاءات على المخالفين، ويتناول هذا المطلب إجراءات رفع دعوى التقليد (الفرع الأول)، ثم العقوبات المقررة للشخص الطبيعي والمعنوي (الفرع الثاني).

الفرع الأول

إجراءات رفع دعوى تقليد علامة

تتميز الدعوى الجزائية في جريمة تقليد علامة الشركات الناشئة إمكانية تحريكها من عدة أطراف، وباختصاص محاكم معينة وسنتناول أصحاب الحق في رفع الدعوى، والأشخاص المتابعين، والجهة القضائية المختصة.

¹ -حمادي زوبير، حماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص189.

أولاً: أصحاب الحق في رفع دعوى التقليد

إن الأصل أن تحريك الدعوى العمومية يتم من قبل النيابة العامة حسب مقتضيات المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري التي تنص: "الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها ويباشرها القضاة أو الموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون".¹

سواء من تلقاء نفسها أو بناء على شكوى مقدمة من قبل المضرور بتلك، لكن استثناء يمكن للمتضرر سلك هذا الطريق في حالة تحصله على ترخيص من النيابة العامة بذلك.²

أ - الشركة الناشئة (مالكة العلامة)

تعتبر مالكة العلامة الشخص المباشر والمتضرر الأصلي من جريمة التقليد، وبالتالي فهي صاحبة الحق الأساسي في تحريك الدعوى الجزائية،³ وقد نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أن العقوبة تطبق على كل من يرتكب جنحة التقليد، مما يعني ضمناً أن صاحب العلامة المتضرر هو من يطلب تحريك الدعوى، ويشترط لقبول دعواها أن تكون العلامة مسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وأن التسجيل ساري المفعول.⁴

ب - المرخص له

إذا كانت الشركة الناشئة قد منحت ترخيصاً باستغلال العلامة لشخص آخر، فإن المرخص له يمكنه رفع دعوى التقليد أيضاً بشروط، فقد نصت المادة 31 من الأمر 06/03 المتعلق

¹ - المادة 02 من قانون رقم 14/25 المؤرخ في 03 أوت 2025، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج ر ج ج، العدد 54، الصادر في 13 أوت 2025.

² - جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة، حماية العلامات التجارية من التقليد في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2012، ص 84.

³ - بومحراث ليندة، مرجع سابق، ص 11.

⁴ - أنظر المادة 10 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

بالعلامات على أنه: "... يمكن المستفيد من حق استئثار في استغلال علامة أن يرفع، بعد الإعذار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه".¹

دور ثانوي يحل محل المالك عند تقاعسه عن التحرك، وذلك لحماية مصالحه الناشئة عن عقد الترخيص.

ت - النيابة العامة

للنيابة العامة أن تتحرك من تلقاء نفسها إذا تبين لها وجود جريمة تقليد، ولو لم يتقدم أي متضرر بشكوى، وذلك تطبيقاً لمبدأ قانونية الدعوى العمومية،² وقد أوضح الفقه أن "النيابة العامة تتحرك بناء على شكوى المتضرر أو بناء على تقرير من الضبطية القضائية"³، غير أن المشرع اشترط في بعض الحالات إيداع كفالة من المتضرر لتغطية تكاليف الدعوى إذا رأت النيابة أن الدعوى قد تكون تعسفية.

ثانياً: الأشخاص المتابعون

إضافة إلى المقلد الذي يعتبر هو الفاعل الرئيسي، وبالتالي هو أول من يتابع في هذه الجريمة فهناك عدة أشخاص آخرين متابعون في الجريمة وهم الشريك والشخص المعنوي الذي أضافه القانون المتعلق بالعلامات خلافاً للقانون القديم.⁴

أ - المقلد

وهو الشخص الذي يقوم بالاستنساخ الكلي أو الجزئي للعناصر الأساسية المكونة لعلامة الشركات الناشئة أو اصطناع علامة تشبهها في مجموعتها للعلامة الأصلية وأيضاً يقوم ببيع أو عرض للبيع سلع لها عالمة مقلدة، كما قد يكون مالك العلامة هو نفسه من قام بإعادة اصطناع

¹ - المادة 31 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - بومحرث ليندة، مرجع سابق، ص 12.

³ - جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة مرجع سابق، 85.

⁴ - المرجع نفسه، ص 88.

العلامة بعد ما تنازل كليا على العلامة الأصلية للغير، وإعادة الاصطناع تعد من قبيل التقليد، كما يكون المطبعي بمثابة المقلد إذا قام بطبع كمية يفوق الجزء المتفق عليه مع مالك العلامة فالجزء الإضافي إذا تم طبعه بقصد وبدون إذن الشركات الناشئة يعد المطبعي مقلدا وإذا كانت الكمية المضافة عن طريق الخطأ فهذه المسألة تخضع للسلطة التقديرية للقاضي¹.

ب - الشريك

كل من ساعد أو حرض أو اتفق مع المقلد على ارتكاب الجريمة يعتبر شريكاً ويعاقب بنفس العقوبات المقررة للفاعل الأصلي، وفقاً للقواعد العامة في قانون العقوبات الجزائري²، ويشمل الشركاء من زود المقلد بالأدوات أو المواد الخام أو ساعده في التوزيع.

ت - المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي

إذا كان ارتكاب المخالفة يكون من الشخص المعنوي كما أشرنا أعلاه فإنه يمكن أن يكون من الشخص المعنوي أيضاً، فقد تم ارتكاب جرم تقليد علامة الشركات الناشئة من قبل شركة تجارية (شخص معنوي) بدل الشخص الطبيعي، فكيف تعامل المشرع الجزائري مع هذا الوضع؟

يعترف المشرع الجزائري بمسؤولية الشخص المعنوي في قانون العقوبات الصادر سنة 1966، إلا أن قانون العلامات التجارية والصناعية القديم لم يشر صراحةً إلى ذلك، واعتبر الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن العلامات الحالية، كما نصت المادة 51 مكرر من قانون العقوبات على إمكانية مساءلة الشخص المعنوي، وقد جاءت قوانين لاحقة لتؤكد هذه المسؤولية، ومنها قانون العقوبات المعدل سنة 1994 في المادة 121 مكرر³.

ثالثاً: الجهة القضائية المختصة

¹ - وهيبه لعورام بن أحمد، مرجع سابق، ص 269.

² - أنظر المادة 42 - 44 من قانون العقوبات، مرجع سابق.

³ - وهيبه لعورام بن أحمد، مرجع سابق، ص 268.

لقد منح القانون لصاحب الحق في العلامة المتعدي عليه حق الخيار بين طريقين الطريق الجزائي أو المدني، كما يجوز مباشرة الدعوى المدنية مع الدعوى العامة في وقت واحد أمام الجهة القضائية نفسها أو منفصلة.¹

ب - الاختصاص الإقليمي

يُحدد الاختصاص الإقليمي لكل محكمة تجارية متخصصة من خلال مراسيم تنفيذية تصدر عن الحكومة، والتي تحدد دوائر نفوذها بدقة على خريطة التراب الوطني.

تم تحديد هذه الدوائر في البداية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 53/23 المؤرخ في 14 جانفي 2023، والذي أحدث 12 محكمة، ثم تم تعديله وتتميمه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 133/26 المؤرخ في 30 مارس 2026، والذي رفع عدد المحاكم إلى 25 محكمة موزعة عبر كامل التراب الوطني.²

تُلحق كل محكمة تجارية متخصصة بدائرة نفوذها ولاية أو عدة ولايات، ويتم تحديد ذلك في ملحق خاص بالمرسوم هذا يعني أن الدعوى يجب أن تُرفع أمام المحكمة التي تقع في دائرتها مكان وقوع الوقائع.

أ - الاختصاص النوعي للمحاكم التجارية المتخصصة

يختص القضاء التجاري المتخصصة وحده دون غيره، بالفصل في المنازعات المتعلقة بعلامة الشركات الناشئة، بما في ذلك قضايا التقليد تم استحداث هذا الاختصاص النوعي لضمان نظر هذه القضايا من قبل جهة قضائية ذات خبرة فنية وقانونية متخصصة.

¹ - راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 251.

² - أنظر مرسوم تنفيذي رقم 133/26 مؤرخ 30 مارس سنة 2026، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 53/23 المؤرخ 14 جانفي 2023 الذي يحدد دوائر الاختصاص الإقليمي للمحاكم التجارية المتخصصة، ج ر ج ج، العدد 27، الصادر في 12 افريل 2026.

حيث تم استحداث المحاكم التجارية المتخصصة بموجب أحكام القانون رقم 13/22، الذي يعدّل ويتم قانون الإجراءات المدنية والإدارية¹.

1 - طبيعة الاختصاص

يُعد هذا الاختصاص "اختصاص نوعي جديد" و"حصري"، مما يعني أنه لا يمكن لأي جهة قضائية أخرى غير هذه المحاكم النظر في هذه النزاعات، كما يشمل هذا الاختصاص الحصري كافة القضايا المتعلقة بالملكية الفكرية والصناعية، وخصوصاً العلامات.²

ومع ذلك، تشير بعض المصادر الفقهية إلى أن هذه القاعدة العامة قد تعرف بعض الاستثناءات:

2- اختصاص القضاء الجزري

بالنسبة للدعوى الجزائية المترتبة على جريمة التقليد علامة الشركات الناشئة، قد يكون الاختصاص لمحكمة مكان ارتكاب الجريمة وفقاً للقواعد العامة في قانون الإجراءات الجزائية فالمحكمة المختصة هي محكمة بمكان وقوع الجريمة أو بأي مكان آخر تحدده القواعد.³

الفرع الثاني

العقوبات المقررة لجنحة التقليد

حدد المشرع عقوبات زجرية تنتوع بين الأصلية (الحبس والغرامة)، والتكميلية (المصادرة والنشر وغلق المؤسسة)، مع مساواة الشخص المعنوي بالطبيعي في بعضها، ومضاعفة الغرامة

¹ -أنظر المواد 536 من القانون 13/22 المتضمن تعديل قانون الإجراءات المدنية والإدارية، مرجع سابق.

² -أنظر المادة 536 فقرة 01 من القانون 13/22 المتضمن تعديل قانون الإجراءات المدنية والإدارية، مرجع سابق.

³ -ناصر فاروق، " طرق متابعة مقلد العلامة التجارية"، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد 09، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 02، الجزائر، 2021، ص318.

في حالات أخرى، ويفصل هذا الفرع في العقوبات الموجهة للشخص الطبيعي وتلك الخاصة بالشخص المعنوي.

أولاً: عقوبة الشخص الطبيعي

تعتبر العقوبة هي الأكثر قدماً وشيوعاً إذ أن الأصل فيها أنها الوسيلة التي اعتمدها المجتمع لمخاطبة الجاني، وفي هذا الصدد سوف نقسمها إلى عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.¹

أ - العقوبات الأصلية

نصت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه: "... يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط،...".²

كل من وضع أو استعمل أو قلّد علامة مملوكة للغير، أو استعمل علامة مقلدة، وقد رأى بعض الفقه أن هذه العقوبات غير رادعة بما فيه الكفاية، خاصة أن أرباح التقليد قد تفوق الغرامات بكثير.

ب - العقوبات التكميلية

تشمل المصادرة والإتلاف وغلق المؤسسة ونشر الحكم على "إتلاف الأشياء محل المخالفة"، كما يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة المنتجات المقلدة والأدوات المستعملة في التقليد، وغلق المؤسسة لمدة لا تتجاوز خمس سنوات، ونشر الحكم في صحيفتين يوميتين وطنيتين على نفقة المحكوم عليه³، وهي تطبيق على الشخص الطبيعي والمعنوي كما نصت لمادة 09 من قانون العقوبات على عقوبات تكميلية هي المنع من الإقامة، الحرمان من مباشرة

¹ - جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة، مرجع سابق، ص 96.

² - أنظر المادة 32 الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ - AGELLS BOUZID La référence précédente, p 998.

بعض الحقوق، المصادرة الجزئية للأموال،¹ واعتبر الفقه هذه العقوبات التكميلية أكثر تأثيراً من العقوبات الأصلية في تفكيك شبكات التقليد.

ب-1- الحرمان من حق الانتخاب المتعلق بالمهنة

هذه العقوبة لم ينص عليها المشرع في قانون العلامات الحالي، لكن كان منصوص عليها في القانون القديم، في المادة 34 فقرة الأولى منه، إلا أن المشرع لم يحدد المدة التي يحرم خلالها الجاني من حقه في الانتخاب المتعلق بالمهنة.²

ب-2- الإلتلاف

أوجبت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، عند ثبوت جنحة تقليد علامة الشركات الناشئة والحكم بعقوبة الحبس أو الغرامة، أن تقضي بعقوبة إلتلاف الأشياء المستعملة محل أفعال التقليد، والأمر هنا وجوبي وغير متروك لسلطة المحكمة التقديرية.³

ب-3- المصادرة

المصادرة هو نقل ملكية المال قهراً وبدون مقابل وبموجب الحكم القضائي من ملكية صاحبه إلى ملكية الدولة، فالمصادرة هي عقوبة ترد على مال محدد مملوك للجاني لتضييقه إلى ملكية الدولة لا مقابل.⁴

ثانياً: عقوبة الشخص المعنوي

إذا كان ارتكاب التقليد يكون من الشخص الطبيعي، فإنه قد يكون من الشخص المعنوي أيضاً فقد يتم ارتكاب جرم تقليد علامة الشركات الناشئة من قبل شركات أخرى.¹

¹ - أنظر المادة 09 من قانون العقوبات، مرجع سابق.

² - جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة، مرجع سابق، ص 101.

³ - ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 185.

⁴ - جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة، مرجع سابق، ص 99.

أ - العقوبات الأصلية

بالرجوع إلى قانون العلامات، نجد أن المشرع ساوى بين الشخص المعنوي والشخص الطبيعي في عقوبة الغرامة، إذ خاطب نص المادة 32 "...كل شخص ارتكب جنحة تقليد...".

دون تمييز غير أن قانون العقوبات في المادة 18 مكرر من القانون 15/04 نص على مضاعفة هذه الغرامة من مرة إلى خمس مرات الحد الأقصى المقرر للشخص الطبيعي،² كما حددت المادة 177 مكرر 01 من قانون العقوبات في حالة تكوين جمعية أشرار أن الغرامة تبلغ خمس مرات الحد الأقصى لعقوبة الشخص الطبيعي.³

ب - العقوبات التكميلية

لم يقرر المشرع الجزائي عقوبة الحبس والغرامة فقط لمعاقبة المعتدي على علامة الشركات الناشئة، وإنما أوردت المادة 32 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات عقوبات تكميلية يجب أن تسلط على المعتدي من طرف القاضي المعروض أمامه دعوى التقليد، وتتمثل العقوبات غلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الأشياء والوسائل المستعملة، وإتلاف الأشياء محل الجنحة، ونشر الحكم على نفقة الشركة المحكوم عليها.⁴

ب - 1 - المصادرة

عرفت المادة 15 من تقنين العقوبات الجزائي المصادرة على أنها أيلولة الدولة النهائية لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء، أما بالرجوع للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فقد نصت المادة 32 منه على أنه بالإضافة إلى عقوبة الحبس والغرامة التي أقرها المشرع الجزائي، يحكم القاضي إلزاميا بمصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي

¹ -جوامع زبير، عليوش نعيمة، مرجع سابق، ص102.

² -أنظر المادة 18 مكرر من القانون 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، يعدل ويتمم الأمر 156/66 المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات ج ر ج ج ، العدد 71، الصادر في 10 نوفمبر 2004.

³ - المادة 177 مكرر 01 من قانون العقوبات، مرجع سابق.

⁴ -ميلود سلامي، مرجع سابق، ص183.

تكون موضوع الجنحة، أي التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ منها، ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت، وقد تكون المصادرة أثناء نظر الدعوى وقبل صدور حكم قطعي فيها.¹

ب - 2- الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة

يقصد بغلق المؤسسة منع ممارسة النشاط الذي كانت تمارس فيه قبل الحكم بالإغلاق، وبموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في المادة 32 الفقرة 02 نجد أنها نصت على هذه العقوبة، وهذا حسب ظروف وملابسات جريمة التقليد ذاتها.²

ب - 3- نشر الحكم

تجيز المادة 48 من القانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، للقاضي بأن يأمر على نفقة المحكوم عليه نهائيا، بنشر الحكم كاملا أو ملخصا في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها.³

ب - 4- المنع من ممارسة النشاط المهني

نص المشرع على هذه العقوبة في القانون 15/04 إذ جاء في المادة 18 مكرر فقرة 02 على المنع من ممارسة ومزاولة النشاط المهني للمؤسسة بأكملها بشكل مباشر أو غير مباشرة وهذه لمدة 5 سنوات.⁴

¹ -بويشطولة بسمه، مرجع سابق، ص 64.

² -جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة، مرجع سابق، ص 104.

³ -حمادي زوبير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 283.

⁴ -جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة، مرجع سابق، ص 104.

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع حماية العلامات للشركات الناشئة، تبين لنا أن المشرع الجزائري سعى لمواكبة التحولات الاقتصادية الحديثة من خلال توفير بيئة قانونية تحمي الابتكار وتدعم الاستثمار، خاصة في إطار الشركات الناشئة التي تقوم على استغلال أصول معنوية، وعلى رأسها العلامة، فالشركة الناشئة تُعد نموذجًا اقتصاديًا حديثًا يقوم على الابتكار والتميز، وتعتمد بشكل أساسي على العلامة باعتبارها وسيلة لتمييز منتجاتها أو خدماتها في السوق، وكأداة جذب الزبائن والمستثمرين.

وبعد البحث والدراسة، تم التوصل الى أهم النتائج المتمثل في:

- 1-لقد اشترط المشرع الجزائري أن تكون علامة الشركات الناشئة مكونة من رموز قابلة للتمثيل الخطي أي يمكن إدراكها بالنظر، ولا يعترف بتسجيل العلامات التي تدرك بحاسة السمع أو الشم أي العلامات الصوتية وعلامات الرائحة، وهذا جاء مخالفا لبعض التشريعات التي أجازت تسجيل علامات الصوتية وعلامات المدركة بحاسة الشم.
- 2-يجب أن تتوفر في علامة الشركات الناشئة شروط موضوعية وشروط شكلية حتى تكون محلا للحماية القانونية، وخاصة التسجيل الذي يعد أساس الحماية.
- 3-إن تسجيل علامة الشركات الناشئة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أساسي لاكتساب ملكيتها، والتمتع بالحماية القانونية في التشريع الجزائري، مع وجوب استعمال العلامة بصورة جدية.
- 4-يترتب على تسجيل علامة الشركات الناشئة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حق الاستثناء باستغلالها شخصا من طرف الشركات الناشئة عن طريق استعمالها على بضائعها أو سلعها أو منتجاتها التي يقدمها للجمهور المستهلكين للتعريف بها والاعلان عن جودتها ومميزاتها.

5- يمكن للشركات الناشئة أن تبرم عقود ترخيص باستغلال علامتها للغير إذا ما أرادت توسيع تجارتها أو عندما لا يستطيع استغلالها بنفسها، على أن لا يمنح تراخيص أخرى لغير المرخص له.

6- تعد العلامة بالنسبة للشركات الناشئة أداة لجذب الاستثمار وتعزيز قدرتها التنافسية داخل السوق، كما تساهم في تطوير وترقية الشركات الناشئة.

7- إن حماية العلامة تُعد ركيزة أساسية في دعم استمرارية الشركات الناشئة، مما يستدعي مزيداً من تفعيل النصوص القانونية وتكييفها مع التطورات المتسارعة في البيئة الاقتصادية.

8- جمع المشرع الجزائري كافة أفعال الاعتداء على علامة الشركات الناشئة تحت جريمة التقليد، والتي تشمل مطابقة العلامة، تشبيه العلامة، اغتصاب علامة مملوكة للغير، وضع علامة مملوكة للغير، بيع أو عرض منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة، وقرر المشرع لكل هذه الأفعال عقوبات موحدة.

9- تتمتع الشركات الناشئة بحق في الحماية القانونية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد بصفة متتالية وغير متناهية تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع.

10- الشركات الناشئة هي الوسيلة المثلى للاستثمار في المدخرات وتحويلها إلى شركات كبرى.

المقترحات

1- إعادة النظر فيما يتعلق بالعلامات الصوتية وعلامات الروائح من خلال تعديل نص المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، بما يتلاءم مع طبيعة الشركات الناشئة التي تعتمد الوسائط السمعية والحسية في تمييز منتجاتها وخدماتها.

2-تعديل المادة 04 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وذلك بالسماح للشركات الناشئة باستعمال العلامة على السلع أو الخدمات خلال فترة معينة قبل تسجيلها أو إيداع طلب التسجيل، نظرا لاحتياج هذه الشركات إلى التسويق السريع لمنتجاتها.

3- أفراد أحكام خاصة بإبرام التصرفات القانونية محل العلامة في قانون العلامات وتنظيمها بشكل مستقل، حتى لا تتيه الشركات الناشئة في البحث عنها ضمن أحكام القانون المدني والتجاري

4- تعديل المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وذلك بتحديد المدة القصوى للغلق المؤقت للمؤسسة المرتكبة لأفعال تقليد علامة الشركات الناشئة وتحديد مصير عمال المؤسسة بعد غلقها نهائيا.

5- وضع حد لجريمة التقليد عبر الحدود وذلك بتشديد الرقابة على السلع المقلدة خاصة تلك التي تمس علامة الشركات الناشئة من طرف إدارة الجمارك بمنحها كل الإمكانيات اللازمة للكشف على العلامات المقلدة ومنحها صلاحيات لمنع تسريبها إلى داخل الوطن.

6- تعزيز الثقافة المقاوالتية والوعي القانوني بحماية العلامات لدى الشباب، عبر إدراج مفاهيم ريادة الاعمال والملكية الفكرية ضمن المناهج التعليمية منذ المراحل الأولى للدراسة، دعما لإنشاء الشركات الناشئة وحماية علاماتها.

قائمة المراجع

أولا :المراجع باللغة العربية

أ-الكتب

- 1-أسامة نائل المحسين، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 2-الجغبير حمدي غالب، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- 3-حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- 4-شرفي نسرين، حقوق الملكية الفكرية (حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية)، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2014.
- 5-صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، 2005.
- 6-صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية (براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية)، دار الثقافة، عمان، 2010.
- 7-عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2004.
- 8-عجة الجيلالي، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، منشورات زين الحقوقية، الجزء الرابع، لبنان، 2014.
- 9-عجة الجيلالي، منازعات الملكية الفكرية (الصناعية والتجارية، الدعوى المدنية والدعوى الجزائية والطرق البديلة)، منشورات زين الحقوقية، الجزء الخامس، لبنان، 2018.
- 10-عدنان غسان برونو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.

- 11-فاضلي ادريس، المدخل الى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2007.
- 12-فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعة الجامعية، الجزائر، 2013.
- 13-فوضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2001.
- 14-محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 15-ناصر عبد الحليم محمد سلامات، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، ثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 16-نواة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والتوزيع، تيزي وزو، 2015.
- 17-وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة التقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.

ب - الأطروحات والمذكرات الجامعية:

ب-1-الأطروحات

- 1-بوعش وافية، عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية وقواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020.
- 2-حاج شعيب فاطمة الزهرة، الحماية القضائية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2017.
- 3-حمادي زوبير، حماية الملكية الصناعية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

4-راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

5-رمضان فراقة، حماية المستهلك من خلال حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2021.

6-كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص :قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.

7-ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2012.

ب-2-مذكرات الماجستير

1-الحاج عبد القادر شعبان، مميزات العلامة في القانون الجزائري والقانون الفرنسي، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2011.

2-بوشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2015.

3-جوامع زبير، عليوش قريوع نعيمة، حماية العلامات من التقليد في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 20 اوت 1955، سكيكدة، 2012.

4-فضيلة الوالدين، دور القضاء في حماية العلامات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2016.

5-فواز يوسف كايد معماري، انتقال الحق في العلامة التجارية (دراسة مقارنة)، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص قانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017.

ب-3-مذكرات الماستر

1-بركة مليحة، فرادي الحاجة، حماية الملكية الفكرية للمؤسسة ناشئة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2023.

2-بن زيد خديجة، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023.

3-بوخلخال فريال، زيدان أيوب، دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2022.

4-جبالة فوزية، داود محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، 2018.

5-خنوس خديجة، بيطام لويزة، دور إدارة الجمارك في حماية حقوق الملكية الصناعية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، 2021.

6-عاشري حجر، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

7- لعجال سميحة، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، 2017.

8-نواري امال، حقوق بشرى، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمى، برج بوعريج، 2023.

9-نوبيان تامر، حماية العلامة وفق التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014.

ج - المجالات

1-بسكري رفيقة، "الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد6، العدد2، جامعة باتنة، الجزائر، 2019، ص- ص403،420.

2- بن زيدي فتحي، "عقد رهن العلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الأبحاث والقانونية والسياسية، العدد2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف2، 2020، ص- ص352،337.

3-بودراع فايزة، بليمان يمينه، "الحماية القانونية للعلامة التجارية"، مجلة العلوم الانسانية، المجلد33، العدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأخوة منتوري قسنطينة1، الجزائر، 2015، ص- ص85،19.

4- بوعش وافية، "عن اختلال التوازن العقدي في عقد الترخيص استغلال العلامة التجارية"، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد6، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل، الجزائر، 2018، ص- ص405،388.

- 5- حامدي بالقاسم، "عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 8، العدد 1، جامعة باتنة، الجزائر، 2021، ص - ص 620، 635.
- 6- حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، "الشروط القانونية اللازمة لحماية العلامة التجارية"، مجلة فنون القانون، المجلد 7، العدد 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، 2021، ص-ص 437، 454.
- 7- دكدوك هودة، "أهمية العلامة التجارية ودور تسجيلها في غضفاء الحماية القانونية اللازمة لها"، مجلة آفاق العلوم، العدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بربوعريج، 2016، ص-ص 1، 13.
- 8- رقيقة ليندة، "آثار تسجيل العلامة الت جارية في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 7، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2022، ص - ص 836، 853.
- 9- سعيداني ليليا، "الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل الأمر 06/03 بين النصوص التشريعية والواقع"، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، المجلد 8، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتورة، الجزائر، 2023، ص-ص 334، 353.
- 10- زروق سليمان، شاري أمال، "دور الجمارك في حماية العلامات التجارية"، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والانسانية المعمقة، العدد 7، ملية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020، ص-ص 101، 113.
- 11- عزوز سارة، " المحاكم التجارية المتخصصة خطوة نحو القضاء في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 11، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2024، ص - ص 490، 512.
- 12- كحول وليد، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 1، الجزائر، 2014، ص - ص 476، 492.

13-مولفي سامية، "نظام المحاكم التجارية المتخصصة في الجزائر"، المجلد المتوسطية للقانون والاقتصاد، المجلد8، العدد1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر1، 2023، ص - ص 37،20.

14-ناصر فاروق، "طرق متابعة مقلد العلامة التجارية"، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد9، العدد1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران2ن الجزائر، 2021، ص - ص 331،310.

15-والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، "الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد7، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مسيلة، الجزائر، 2018، ص- ص116،83.

د-النصوص القانونية

د-1- النصوص التشريعية

1-أمر رقم 57/66 مؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية، ج ر ج ج، العدد 23 الصادر في 22 مارس 1966. (ملغى)

2-أمر 156/66 مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج، العدد49 الصادر 11 جوان 1966، معدل ومتمم.

3-أمر رقم 58/75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج، العدد31 الصادر في 13 سبتمبر 2007، معدل و متمم.

4-الأمر رقم 06/03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ج ج، العدد44 الصادر في 23 جويلية 2003.

5-الأمر رقم 02/04 مؤرخ في 23 جوان 2004، المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج، العدد41، الصادر في 27 جوان 2004.

6- قانون رقم 15/04 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، يعدل و يتم الامر 156 /66 مؤرخ في 8 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج، العدد 71 الصادر في 10 نوفمبر 2004.

7- قانون رقم 09/08 مؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر ج ج، العدد 21 الصادر في 23 أبريل 2008، معدل ومتمم.

8- قانون رقم 03/09 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج، العدد 15 الصادر في 08 مارس 2009.

9- قانون رقم 13/22 مؤرخ في 12 جويلية 2022، يعدل ويتمم قانون رقم 09/08 مؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر ج ج، العدد 48 الصادر 17 جويلية 2022.

10- قانون رقم 14/25 مؤرخ في 03 أوت 2025، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج ر ج ج، العدد 54 الصادر في 13 أوت 2025.

د-2- النصوص التنظيمية

1- المرسوم التنفيذي رقم 254/20 مؤرخ في 15 سبتمبر 2020، المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال" وتحديد مهامها وتشكيلتها وتسيرها، ج ر ج ج، العدد 55 الصادر في 21 سبتمبر 2020، معدل ومتمم.

2- المرسوم التنفيذي رقم 133/26 مؤرخ في 30 مارس 2026، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 53/23 مؤرخ في 14 جانفي 2023، الذي يحدد دوائر الاختصاص الإقليمي للمحاكم التجارية المتخصصة، ج ر ج ج، العدد 27 الصادر في 12 أفريل 2026.

ذ-الموقع الإلكتروني

أنظر: المحكمة العليا، قرار رقم 1045297، بتاريخ 2018/03/29، قرار قضائي، متاح على: <https://coursupreme.dz/decision/1045297-قرار-بتاريخ-29> . 03 . 2018، تاريخ الاطلاع: 2026/05/10، الساعة 14:00.

ثانيا :المراجع باللغة الإنجليزية

AGELLS BOUZID, "the legal dimension of trademark protection in Algerian legislation", journal of legal and economic research, volume 08, numerp01, 2025,p 987_1000.

الفهرس

1.....	مقدمة
8.....	الفصل الأول: الشروط القانونية لتسجيل العلامة للشركات الناشئة
9.....	المطلب الأول: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة للشركات الناشئة
10.....	الفرع الأول: شرط الجودة
12.....	أولاً: من حيث المنتجات
12.....	ثانياً: من حيث الزمان
13.....	ثالثاً: من حيث المكان
13.....	الفرع الثاني: الصفة المميزة لعلامة الشركات الناشئة
15.....	أولاً: العلامة النوعية أو الضرورية
16.....	ثانياً: العلامة الوصفية
17.....	الفرع الثالث: قابلية التمثيل الخطي والمشروعية
17.....	أولاً: قابلية التمثيل الخطي
18.....	ثانياً: المشروعية
20.....	المطلب الثاني: الشروط الشكلية لتسجيل علامة الشركات الناشئة
20.....	الفرع الأول: الإيداع
20.....	أولاً: تعريف الإيداع
23.....	ثانياً: الفحص
25.....	الفرع الثاني: التسجيل والنشر
25.....	أولاً: التسجيل
27.....	ثانياً: النشر
29.....	المبحث الثاني: آثار اكتساب العلامة للشركات الناشئة
29.....	المطلب الأول: الحق في احتكار استغلال العلامة للشركات الناشئة
30.....	الفرع الأول: حق استعمال الشخصي

32.....	الفرع الثاني: الترخيص باستعمال علامة الشركات الناشئة.....
33.....	أولاً: تعريف الترخيص.....
33.....	ثانياً: أنواع الترخيص.....
35.....	ثالثاً: آثار الترخيص.....
38.....	المطلب الثاني: حق التصرف في علامة الشركات الناشئة.....
39.....	الفرع الأول: بيع وتنازل عن علامة الشركات الناشئة.....
39.....	أولاً: عقد بيع علامة الشركات الناشئة.....
43.....	ثانياً: تنازل عن علامة الشركات الناشئة.....
44.....	الفرع الثاني: رهن علامة الشركات الناشئة.....
45.....	أولاً: الشروط القانونية لإبرام عقد الرهن.....
45.....	ثانياً: الآثار القانونية لرهن علامة الشركات الناشئة.....
46.....	الفرع الثالث: المساهمة بالعلامة كحصة في رأسمال الشركة.....
46.....	أولاً: تقييم العلامة المساهمة بها.....
47.....	ثانياً: الإجراءات القانونية للمساهمة.....
47.....	ثالثاً: آثار المساهمة على الشركات الناشئة.....
49.....	الفصل الثاني: آليات حماية العلامة للشركات الناشئة.....
50.....	المبحث الأول: الحماية المدنية لعلامة الشركات الناشئة.....
50.....	المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة.....
51.....	الفرع الأول: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة.....
51.....	أولاً: تعريف الفقهي.....
52.....	ثانياً: تعريف التشريعي.....
53.....	الفرع الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة.....
54.....	الفرع الثالث: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة.....
54.....	أولاً: الخطأ.....

55.....	ثانيا: الضرر
56.....	ثالثا: علاقة السببية
57.....	المطلب الثاني: مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة
57.....	الفرع الأول: إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة
58.....	أولا: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة
60.....	ثانيا: القضاء المختص في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة
62.....	الفرع الثاني: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة
63.....	أولا: التعويض
64.....	ثانيا: التدابير التحفظية
65.....	ثالثا: دور إدارة الجمارك في حماية العلامة
67.....	المبحث الثاني: الحماية الجزائية لعلامة الشركات الناشئة
67.....	المطلب الأول: دعوى تقليد علامة الشركات الناشئة
68.....	الفرع الأول: الجرائم الواقعة على علامة الشركات الناشئة
68.....	أولا: الجرائم الواقعة على ذات العلامة
70.....	ثانيا: الجرائم الواقعة على ملكية العلامة
72.....	الفرع الثاني: أركان جريمة تقليد علامة الشركات الناشئة
72.....	أولا: الركن الشرعي
72.....	ثانيا: الركن المادي
73.....	ثالثا: الركن المعنوي
74.....	المطلب الثاني: سير دعوى التقليد
74.....	الفرع الأول: إجراءات رفع دعوى التقليد
74.....	أولا: أصحاب الحق في رفع دعوى التقليد
76.....	ثانيا: الأشخاص المتابعون
77.....	ثالثا: الجهة القضائية المختصة

79.....	الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجنحة التقليد
80.....	أولاً: عقوبة الشخص الطبيعي
81.....	ثانياً: عقوبة الشخص المعنوي
85.....	خاتمة
89.....	قائمة المراجع
99.....	الفهرس

حماية العلامات للشركات الناشئة

ملخص:

حماية العلامة تعتبر من أهم الخطوات الاستراتيجية التي يجب على الشركات الناشئة اتخاذها منذ مراحلها الأولى، حيث تعد العلامة أحد أهم الأصول غير الملموسة التي تميز منتجات وخدمات الشركات الناشئة عن منافسيها وتبني ثقة العملاء معها، فتكتسب الشركات الناشئة ملكية علامتها عندما تتوفر فيها كافة الشروط الموضوعية التي تميزها عن غيرها والمتمثلة في الصفة المميزة والجدة وقابلية التمثيل الخطي وشرط المشروعية، إضافة إلى الشروط الشكلية وهي الإجراءات القانونية التي تضيف على علامة الشركات الناشئة الطابع الرسمي، فبعد تسجيلها يترتب عنها آثار قانونية التي تسمح لها باستغلال والتصرف في علامتها، مع توفير حماية قانونية ضد كل أشكال الاعتداءات وذلك بمنحها حق رفع دعاوى قضائية والمتمثلة في دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى التقليد.

الكلمات المفتاحية: العلامات، الشركات الناشئة، التقليد، المنافسة غير المشروعة.

Abstract

The legal protection of trademarks for startups is considered crucial for safeguarding their most important assets because it distinguishes their products and helps build customer trust.

Startups acquire ownership of their trademark through legal registration, which requires fulfilling objective conditions such as distinctiveness, novelty, legitimacy, and linear representation, in addition to formal procedures that grant the trademark an official legal character.

After registration, startups obtain the right to exploit and legally protect their trademark through unfair competition and counterfeiting lawsuits.

Keywords: Brands, startups, imitation, unfair competition.