قائمـــة الاختصـــارات

1 – قائمة الاختصارات باللّغة العربية

ج.ر. .....: جريدة رسمية

ص. .....: صفحة

ق.ت.ج. .....: القانون التجاري الجزائري

ق.ع.ج. .....: قانون العقوبات الجزائري

ق.م.ج. .....: القانون المدني الجزائري

2 – قائمة الاختصارات باللّغة الفرنسية

Al. (s) ……..…..... : Alinéa (s)

Art. (s) ……..……..: Article (s)

C. ……..……..: Code

C. E. …….: Conseil européen

C. fr. Propr. Intell. …: Code français de la propriété intellectuelle

C. fr. consom. ……..... : Code français de la consommation

Ed. ……..... : édition

I.N.A.O. ……...…. : Institut national des appellations d'origine

I.N.A.P.I. …….. : institut national algérien de la propriété industrielle

I.N.P.I. …….. : institut national de la propriété industrielle

J.O.R.F. ……..... : Journal officiel de la République française

O.M.P.I. ……..... : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle

Op. cit. …….. : option citée

p. (pp) ……..…. : page (s)

Propr. intell. …..…..: Propriété intellectuelle

Rev. dr. rur. …….. : Revue du droit rural

Rev. eur. vin. …… : Revue européenne du vin

T. ……... : Tome

V. …….....….. : Voir

المقـــــــدّمـــــــة

تكتسي الحقوق الفكرية أو الذهنية أهمية بالغة ذلك أنها تعكس ما توصل إليه الإنسان بعقله، إذ أنّ الإنتاج الفكري لا يقل أهمية عن الإنتاج المادي في شتى مجالات الحياة إن لم يكن أكثر أهمية منه لما يلعبه من دور في النهوض بالأمم لتحقيق التقدم والرقي. وتعتبر الحقوق الفكرية حجر الزاوية بالنسبة للتقدم العلمي والتكنولوجي مما يجعل من الاهتمام والعناية بها معيارا يحدد مدى تقدم الدول وتحضرها، ويأخذ هذا الاهتمام صور عدة لعل أهمها يتمثل في البحث والتكوين فيها وتوفير الجو الملائم والمناخ الخصب للإبداع والابتكار بوضع ترسانة قانونية كفيلة بتحقيق الحماية لها، ليس هذا فحسب بل يجب أيضا تفعيل مكانزمات وتسخير الإمكانيات المادية والبشرية المتخصصة لضمان احترام هذه القوانين. وهذا هو النقص الذي تعانيه بلادنا، بالرغم من وجود النصوص القانونية التي وضعت في السنوات الأخيرة استجابة لمتطلبات الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة، ولكن في غياب الإرادة السياسية والمراقبة الميدانية الجادة والصارمة والضمانات الوثيقة التي من شأنها أن تشكل قوة جاذبية للاستثمارات الأجنبية في البلاد، فإن هذا أدى إلى استفحال ظاهرة التقليد التي أخذت أبعادا خطيرة، إلى درجة أنها لم تستثن مجالا فمست على سبيل المثال الأدوية، قطع غيار السيارات ولعب الأطفال*.

ظهرت بوادر الملكية الصناعية خلال العصور الوسطى مثل العلامات التجارية، ودليل ذلك صدور قانون جمهورية فنيسيا عام 1474 وقانون الإحتكارات الصادر في إنجلترا عام 1628 الخاص بحماية الإختراعات[1]. غير أن مفهوم الملكية الصناعية بشكله الحالي ظلّ فكرة لم تتبلور ولم يتأكد كيانها بالصورة المعروفة الآن إلاّ في منتصف القرن التاسع عشر، وهو ما

* أمثلة مقدمة من قبل: ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران2006، ص. 202.

[1] ع. حلمي المنزلاوي، الملكية الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص. 1.

يتزامن مع النقلة النوعية والمرحلة الحاسمة التي عرفتها البشرية لتدخل بها العصر التكنولوجي الحديث الذي كان له بالغ الأثر على جميع المجالات لاسيما الاقتصادية منها على وجه التحديد.

إن تنظيم قواعد الملكية الصناعية فرضته الضرورة العملية التي كانت ولا تزال تسعى إلى تنظيم حق المبدع لدفع حركة الإبتكار، ولضمان المنافسة المشروعة، وما يترتب عن ذلك من استئثار ذوي حقوق الملكية الصناعية دون سواهم وهو ما ينطوي على العدالة التي تكفل حماية صاحب الحق، كما يراد من هذا التنظيم لحقوق الملكية الصناعية تطوير العلم والفن الصناعي بوضع هيئات وجهات مختصة بتأطير وتنظيم المسائل الإجرائية بما فيها تلك المتعلقة بالتسجيل مما يتيح الوقوف على حالة التقنية، وما لذلك من بليغ الأثر على وضوح أفق البحث العلمي وانجلاء الغموض الذي قد يعيق الباحثين والعلماء وكذا المستثمرين في المجال الصناعي.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك أصوات متعالية* على غرار ما هو الحال عليه في فرنسا تدعوا إلى دمج حقوق الملكية ذات الطابع الفكري والإبداعي في قانون واحد هو قانون الملكية الفكرية، بما فيها تلك المتعلقة بالملكية الصناعية وحقوق الملكية الأدبية والفنية، وهذا ما من شأنه الحد من تبعثر أحكام الملكية الفكرية وتسهيل الأمر أمام المهتمين بها سواء كانوا علماء باحثين، مبدعين، أو حتى مستثمرين في هذا المجال.

إن تنظيم حقوق الملكية الصناعية وكفالة الحماية القانونية لها كحقوق ذات طابع خاص وهذه الخصوصية مستمدة من طبيعتها القانونية، والجدير بالذكر هو أن تحديد هذه الأخيرة ليس بالأمر الهيّن، نظرا لطابعها غير المادي الذي يقربها من الحقوق الشخصية من جهة، وقابلية الإحتجاج بها على الكافة من جهة أخرى مما يقربها من الحقوق العينية[2]. أدى هذا إلى

* ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 535.

[2] م. كمال طه، و. أنور بندق، أصول القانون التجاري: الأعمال التجارية، التجار، الشركات التجارية، المحل التجاري، الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص. 694.

ظهور عدة إتجاهات فقهية لتحديد طبيعتها القانونية، بين اتجاه يقول بأنها مالية معنوية ترد على أشياء غير مادية، و هو قول لم يسلم به الجميع بل إنه كان محلا للنقد لأن البعض اعتبر أن الأشياء غير المادية لا تصلح محلا للملكية، وأن خاصية التأبيد لا تتوافر في حقوق الملكية الصناعية التي تتميز بالتأقيت فتنقضي بعد مرور مدة معينة لعدم الإستعمال مثلا على النقيض من حق الملكية الذي لا يتصف بالتأقيت، في حين أن هناك من قال بأنها احتكار للاستغلال، وهو قول مردود نظرا لعموميته لأن جميع الحقوق قائمة على مبدأ الإحتكار الذي يتمتع به صاحب الحق عما سواه، وذهب آخرون إلى إدراج حقوق الملكية الصناعية ضمن الحقوق المعنوية أو الذهنية[3]، معتبرون بأنهم أسسوا لنوع ثالث من الحقوق إلى جانب الحقوق الشخصية والحقوق العينية، بينما كيفها آخرون بأنها حقوق في العملاء الهدف منها كسب العملاء والحصول على مزايا في مجال المنافسة، ولعل الأرجح هو القول بأنها حقوق ملكية، باعتبار أن حق الملكية يمكن أن تكون محلا له الحقوق المادية والمعنوية على حد سواء، وأن التأقيت الذي أملته ضرورة التوفيق بين المصلحة الخاصة والمصلحة العامة لا ينف عنها صفة الحق.

تشغل حقوق الملكية الصناعية والتجارية حيزا كبيرا من الاهتمام الذي يوليه لها الباحثون نظرا للدور البارز الذي تلعبه في الحياة الاقتصادية، إلاّ أنّ هناك تفاوت في درجة الاهتمام التي يحضى بها كل عنصر من عناصر الملكية الصناعية، هو تفاوت تعكسه مثلا كثرة المقالات والبحوث والمؤتمرات التي تجعل من براءات الاختراع موضوعا لها، " لأن هذه الأخيرة تمثل العمود الفقري للملكية الصناعية"[4]، وتتباين درجات الإهتمام بموضوع دون آخر من مواضيع الملكية الصناعية من بلد لآخر؛ فالاهتمام بتسمية المنشأ في الجزائر يقل بكثير مقارنة بفرنسا مثلا[5].

---

[3] Droits intellectuels.

[4] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 3.

[5] سواء تعلق الأمر بالجانب التنظيمي، أو الجانب الفقهي.

والجدير بالذكر، هو تشابه العلامة وتسمية المنشأ في أكثر من نقطة، سيتيح هذا البحث تحديدها، قبل الخوض في مواضع الإختلاف أيضا بما تقتضيه طبيعة الدراسة المقارنة. إنّ التوصل إلى هذه الحقيقة يدفع إلى القول بأن هذا التداخل لا يمكن إلاّ أن يكون مدعاة إلى الخلط وعدم التمييز بين العلامة والتسمية عند المستهلك العادي. يحدث هذا الخلط واللّبس مع أن كلا من العلامة والتسمية تخضعان لنظامين قانونيين مختلفين، حيث أن المشرع الجزائري حرص على تنظيم هذين العنصرين الهامين، خاصة وأن الجزائر تسعى في السنوات الأخيرة للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة. وكما سبق بيانه، فإنه قد خصص لكل من العلامة والتسمية نظامين قانونيين مستقلين، وهذا موقف ثبت عليه المشرع الجزائري منذ استقلال البلاد إلى يومنا هذا. وهكذا تخضع العلامة[6] لأحكام الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003[7]، أما تسمية المنشأ فهي الأخرى لم تغفل ولو أن هذا الاهتمام لم يرق إلى درجة العناية التي أوليت للعلامة وهذا ما تؤكده عدة حقائق، منها تاريخ إصدار الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ[8]. ويمكن أن تكون لهذا النص قراءتان؛ تتمثل الأولى في عدم الاهتمام المبكر بتسمية المنشأ رغم أنه نظام عرفه الإنسان قبل زمن بعيد، أما الثانية فتتجلى في قدم هذا النص كون المشرع لم يتدخل بعد هذا التاريخ لمواكبة التطور المستمر الذي تعرفه تسمية المنشأ.

[6] خضعت العلامة في الجزائر منذ الاستقلال للأنظمة القانونية التالية: الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر. 22 مارس 1966، عدد 23، ص. 262؛ بالنسبة للنصوص المعدلة راجع للمزيد من التفاصيل ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران2006. ص. 201.

[7] الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات، ج.ر. 23 يوليو 2003، عدد 44، ص. 22.

[8] ج.ر. 23 يوليو1976، عدد 59، ص. 866. والمرسوم رقم 76-121 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بكيفيات تسجيل وإشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، ج.ر. 23 يوليو1976، عدد 59، ص. 870.

إنّ المشرع الفرنسي وعلى غرار نظيره الجزائري قد تكفل بوضع الأطر القانونية المنظمة الخاصة بالنسبة لكل من العلامة والتسمية، غير أنّه اختلف عنه من حيث عنايته البالغة والمستمرة بتسمية المنشأ. *

يأخذ التشابه بين العلامة والتسمية أبعادا مهمة تستدعي الوقوف عند حقيقة هذا التشابه ومعرفة حدوده، واستخراج العناصر التي يمكن اعتبارها كضوابط تعتمد لتمييز السمتين، فما هي أوجه التشابه والإختلاف بين السمتين؟ وماهي أسباب هذا اللّبس الحاصل بينهما؟

* يرجع الإهتمام الذي تجده التسمية في فرنسا إلى كون هذه الأخيرة مهد تسميات المنشأ.

الباب الأول: أوجه التشابه من حيث الخصائص والتنوع و من حيث الإجراءات والانقضاء

تعتبر العلامة التجارية وتسمية المنشأ نظامين قانونين متشابهين، من عدة نواحي ممّا يتسبب في وجود خلط وعدم تمييز بينهما، ولهذا التشابه ما يبرره، إذ تشترك السمتين من عدة نواحي يمكن حصرها في الخصائص، والتنوع وحتي بالحالات التي قد تمر بها السمة، بداية بنشأة الحق على السمة وشروطه إلى إمكانية انقضائه.

الفصل الأول: تشابه العلامة وتسمية المنشأ من حيث الخصائص والتنوع

يمكن في بعض الأحيان تعريف بعض المفاهيم بعدة طرق مثل ذكر صورها، أركانها، العناصر المكونة لها، أو بتعداد خصائصها، وإن إعمال هذه الطريقة الأخيرة في تعريف العلامة والتسمية يؤدي لا محالة إلى الكشف عن تشابه كبير لا يقتصر على مجرد اشتراك المفهومين في خاصية أو خاصيتين بل يتعدى ذلك ليشكل شبه تطابق في بعض النقاط.

الفرع الأول: التشابه بين العلامة وتسمية المنشأ من حيث الخصائص

يعرف عن العلامة والتسمية أنهما موضوعين من مواضيع الملكية الفكرية، والملكية الصناعية والتجارية على وجه الخصوص، إذ أنهما تردان تحت عنوان واحد يتمثل في الإشارات أو العلامات المميزة. وهذه الأخيرة تعبّر عن تنافس المتدخلين الاقتصاديين الذين يعمدون إلى وضع سمات مميزة على سلعهم أو خدماتهم أو محلاتهم قصد تمييز سلعهم عن مثيلاتها، كما أن العلامة والتسمية تكيّفان كذلك بكونهما بيانين تجاريين يوضعان على المنتجات قصد إعلام المستهلك، مما يجعل من العلامة والتسمية في منتصف الطريق بين الحقوق الفكرية وحقوق المستهلك، الشيء الذي يخلط الأمور حتى على المشرعين أحيانا في تقديرهم للأولويات مثل الموقف الذي وجد المشرع الجزائري نفسه فيه عندما أخلط بين التسميات والدفاع عن حقوق المستهلك[9] ، قبل أن يتدارك الوضع في المادة السابعة (7) (ثامنا) من الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات[10]. ومفاد هذا

[9] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 228.
[10] ج.ر. 23 يوليو 2003 ، عدد 44، ص. 22.

الطرح هو اعتماد معيار عدم وجود اللبس أو الخلط مع علامة شهيرة لدى جمهور المستهلكين في العلامة المراد تسجيلها، بتعبير آخر ربط حق الحماية والإستئثار بشرط عدم خداع المستهلك.

يفترض المنطق تبعا لما سبق عرضه من تشابه بين خصائص العلامة والتسمية أن تخضعان لهيئة إطار واحدة[11]، وهذا ما أخذ به على الأقل المشرع الجزائري باستحداثه المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[12]، وهو موقف يختلف بعض الشيء عن موقف نظيره الفرنسي.

المبحث الأول:التشابه بين العلامة وتسمية المنشأ من حيث التصنيف

تقوم المنهجية العلمية والقانونية على وجه الخصوص على تصنيف المواضيع التي تكون محل دراسة مقارنة في إطار فئات، وفئات فرعية، ومفاهيم، وأقسام، وزمر، وما يتفرع عنها من تقسيمات بشكل هرمي، حتى يتسنى للدارس الوقوف على النقاط التي تجمع بين الموضوعين وتلك التي تفرقهما.

يترتب على إسقاط هذا الطرح على كل من العلامة والتسمية التوصل إلى عدة نتيجتين؛ أولاهما هي أن العلامة والتسمية تعد من قبيل الملكية الصناعية والتجارية، وبشكل أدق تعتبر إشارات مميزة، وثانيتهما تكاد تكون نتيجة حتمية عن الأولى كون المنطق يقضي بخضوعهما لنفس الجهة المختصة.

المطلب الأول: إدراج العلامة وتسمية المنشأ ضمن الملكية الصناعية والتجارية

[11] المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و يحدد قانونه الأساسي، ج.ر. أول مارس 1998، عدد 11، ص. 21.

[12]Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (I.N.A.P.I.).

تنقسم الملكية الفكرية إلى قسمين أولا: الأفكار والآراء والتصورات المختلفة التي هي نتاج الآداب والعلوم والفنون وقد أصطلح على تسمية الحق الذي يرد على هذه الأشياء بالملكية الأدبية والفنية. ثانيا: الملكية الصناعية.

وتتفرع الملكية الصناعية والتجارية حسب جانب من الفقه الجزائري[13] إلى قسمين؛ يتضمن الأول حقوقا ترد على مبتكرات جديدة تتمثل في براءات الاختراع، الرسوم والنماذج الصناعية وكذا التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، أما الثاني فيتضمن إشارات وسمات تهدف أساسا، كما يدل اسمها، إلى تمييز المحلات، المنتجات، السلع، والخدمات عن بعضها، وتتمثل هذه الإشارات في الاسم التجاري، والعلامة و تسمية المنشأ.

يرد حق الملكية الصناعية على منقول معنوي أو مبتكرات جديدة كبراءات لاختراع والرسوم والنماذج الصناعية أو على إشارات مميزة تستخدم إما في تمييز المنتجات كالعلامات التجارية، أو تسمية المنشأ، التي تمكن صاحبها من تمييز منتجاته عن مثيلاتها[14].

إنّ العلامة والتسمية أداتان فعالتان لترسيخ صورة المنتج في أذهان المستهلكين الحاليين والمحتملين. إذ يبذل بعض أصحابهما جهوداً جبارة في عملية تطوير السلع والخدمات ويقومون بتسويق هذه السلع بواسطتها، إذ تشكل "هوية" المنتج. وتستثمر بعض الشركات أموالاً طائلة في عمليات التسويق. لتصبح العلامة التجارية عنوانا للثقة وأداة لتوطيد ولاء الزبائن والوسيلة التي بفضلها تجني الشركات عائداتها وتتجاوز منافسيها في السوق.

تقوم التسمية مبدئيا بنفس دور العلامة، من ناحية تمييز المنتجات التي تحملها، وتنوير المستهلكين بخصوصها. ولمّا كان للسمتين نفس الدور، تمّ تصنيفهما ضمن عناصر الملكية الصناعية، لإعتبار واحد يتمثل في دورهما في تمييز المنتجات عن مثيلاتها.

المطلب الثاني: خضوع *العلامة وتسمية المنشأ* لنفس الهيئة المختصة

إن الحديث عن الهيئة المختصة بكل من العلامة والتسمية يتفرع إلى شقين، يتمثل الأول في التعريف بهذه الهيئة وكذا استعراض المراحل التي مرت بها قبل استقرارها على ما

[13] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 3.
[14] ف.إدريس، مدخل إلى الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية والصناعية)، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 5.

هي عليه الآن، أما الثاني فيتمثل في تناقل وصاية هذه الهيئة بين الوزارات؛ ذلك أن الصلاحيات المتعلقة بالعلامة والتسمية لم تكن دائما من إختصاص المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، لأن هذا الأخير لا يمثل إلا المرحلة الأخيرة التي رسا عليها مخاض طويل. كما أن هذه الهيئة لم تكن دائما خاضعة لنفس الوزارة الوصية، لهذا كان من الضروري التطرق إلى التطور التاريخي لهذه الهيئة منذ استقلال الجزائر إلى يومنا هذا، باعتبار أن عدة هيئات تناقلت الصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية، وقد يجد هذا التغيير المستمر تفسيره في عدم نضج المشرع الجزائري أو في الخيارات الاقتصادية التي عرفتها الجزائر، انطلاقا من انعتاقها، مرورا بالاقتصاد الموجه، ثم اعتناقها نهج اقتصاد السوق وسعيها إلى الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

وتجدر الإشارة إلى أن الهيئة المختصة بالصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية والتجارية بوجه عام و بالعلامة والتسمية بشكل خاص، عرف أربع وضعيات:*

من 10 يوليو 1963 إلى 21 نوفمبر 1973 ، عرفت هذه الهيئة تحت تسمية المكتب الوطني للملكية الصناعية[15]، واختص هذا الأخير بكافة الصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية والتجارية والسجل التجاري، و هذا بمقتضى المرسوم رقم 63 -248 المؤرخ في 10 يوليو1963[16]، كما نصت المادة الأولى من ذات القانون على وضع المكتب تحت وصاية وزير الصناعة والطاقة والتجارة[17].

انتهت المرحلة الأولى بعد صدور الأمر رقم 73-62 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية[18]، حيث وبمقتضى هذا الأمر[19] أعهدت لهذا الأخير الصلاحيات المتعلقة ببراءات الاختراع، العلامات، الرسوم والنماذج الصناعية، تسميات المنشأ، كما اختص كذلك بالتقييس. تبعا لهذا، فإن المكتب الوطني

* بالنسبة لتطوّر الهيئة المختصة، راجع ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 107.

[15] Office National de la Propriété Industrielle (O.N.P.I.)

[16] ج.ر. 19 يوليو 1963، عدد 49، ص. 726. و كذلك المرسوم رقم 67-229 المؤرخ في 19أكتوبر1967 المتعلق بتنفيذ الأوامر الخاصة بحماية الملكية الصناعية، ج.ر. 31 أكتوبر 1967، عدد 89، ص. 1367.

[17] ف. زراوي صالح، المصدر المذكور سابقا. ص. 100.

[18]Institut Algérien de Normalisation et de Propriété Industrielle

[19] ج.ر. 27 نوفمبر 1973 ، عدد 95، ص. 1373.

للملكية الصناعية احتفظ بالصلاحيات المتعلقة بالسجل التجاري[20]، وأصبح يعرف تحت تسمية جديدة هي المركز الوطني للسجل التجاري[21]، بينما انتقلت باقي الصلاحيات إضافة إلى التقييس، ومعها الأموال، الحقوق، والتزامات المكتب إلى المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية. كان هذا الأخير مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري[22]، وهيئة مختصة بالصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية، فعلاوة على صلاحيات التقييس، فإنّه كان يختص في مجال البراءة سواء تعلق الأمر بتلقي الطلبات، فحصها وتسجيلها، وإضافة إلى ما سبق فقد اختص كذلك بالعلامات، والرسوم والنماذج الصناعية، وتسميات المنشأ و بيانات المصدر.

وتجدر الإشارة إلى أنه تداول على ممارسة سلطة وصاية المعهد وزارتان، فتولتها أولا وزارة الصناعة والطاقة في مرحلة أولى[23]، ثم انتقلت بعد ذلك إلى وزارة الصناعة الخفيفة وهذا بموجب الأمر رقم 84-128 المؤرخ في 19 مايو 1984[24].

إنّ صدور المرسوم رقم 86-248 المؤرخ في 30 سبتمبر 1986، أدى إلى إعادة توزيع الصلاحيات التي نص عليها الأمر رقم 73-62 المذكور أعلاه والمتعلقة بالملكية الصناعية مابين المركز الوطني للسجل التجاري، والمعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، فبينما اقتصرت صلاحيات هذا الأخير على تلك المتعلقة بالبراءات والتقييس[25]. إن صلاحيات المركز الوطني للسجل التجاري امتدت لتشمل باقي الصلاحيات، أي تلك المتعلقة بالعلامات، الرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ[26] لتضاف إلى الصلاحيات المتعلقة بالسجل التجاري التي كان يختص بها في ظل الأمر رقم 73-62، المذكور أعلاه، ويختص المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية بالصلاحيات التي لم ترد في القائمة التي تضمنتها المادة الأولى من الأمر رقم 86-249 المؤرخ في 30

---

[20] المادة 4 الأمر رقم 73-62 ، المذكور أعلاه.

[21] Centre National du Registre de Commerce.

[22] المادة الأولى من الأمر رقم 73-62 ، المذكور أعلاه.

[23] المادة 2 من الأمر رقم 73-62 ، المذكور أعلاه.

[24] ج.ر.22 مايو 1984، عدد21، ص. 782.

[25] المادة الأولى من الأمر رقم 86-249 المؤرخ في 30 سبتمبر1986 المتضمن تحويل إلى المركز الوطني للسجل التجاري الهياكل والوسائل والأملاك والأعمال والمستخدمين الذي كان يحوزهم أو يسيرهم المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية فيما يخص العلامات و النماذج والرسوم و تسميات المنشأ، ج.ر. أوّل أكتوبر 1986، عدد 40، ص. 1651.

[26] المادة 3 من الأمر رقم 86-249 ، المذكور أعلاه.

سبتمبر1986 المتضمن تحويل إلى المركز الوطني للسجل التجاري الهياكل والوسائل والأملاك والأعمال والمستخدمين الذي كان يحوزهم أو يسيرهم المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية فيما يخص العلامات والنماذج والرسوم وتسميات المنشأ.

إنّ سلطة الوصاية هي الأخرى شملتها موجة التغييرات، حيث وضع المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية تحت وصاية وزارة الصناعة الثقيلة[27]وكان هذا عام 1987، أما المركز الوطني للسجل التجاري فوضع تحت وصاية وزارة التجارة[28]، ثم وزارة العدل[29]، لتعود مرة أخرى إلى وزارة التجارة[30].

ولقد لاحظ جانب من الفقه الجزائري من خلال صدور المرسومين رقم 86-248، ورقم 86-249 أن المشرع الجزائري يكون قد رجع إلى ما كان عليه الوضع في ظل المرسوم رقم 63-248[31]، ذلك أنه أعهد جميع السلطات تقريبا في يد هيئة واحدة ما عدا الصلاحيات المتعلقة بالبراءات والتقييس، وأمام غموض موقف المشرع الجزائري حاول هذا التيار الفقهي[32] البحث عن الدواعي الحقيقية التي دفعت به إلى تركيز الصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية، في يد المركز الوطني للسجل التجاري، وتعددت هذه التفسيرات لتشمل فرضية نضج وتجربة المشرع التي اكتسبها خلال ثلاث وعشرين سنة، أو هي رغبة منه في تجميع السلطات في يد هيئة واحدة من أجل تسهيل الإشراف عليها من جهة وتسهيل الأمر على المواطن في الحياة العملية من جهة أخرى. ولكن لاحظ أنّ المشرع أبقى للمعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية على الصلاحيات المتعلقة بالبراءات والتقييس مما يؤدي

---

[27] المادة الأولى من المرسوم رقم 87-256 المؤرخ في 24 نوفمبر 1987 المتضمن نقل الوصاية على المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي و الملكية الصناعية، ج.ر .9 ديسمبر 1987، عدد 50، ص. 1924.

[28] المادة 4 من المرسوم رقم 83-258 المؤرخ في 16 أفريل 1983 المتعلق بالسجل التجاري، ج.ر. 19 أفريل 1983، عدد 16، ص. 1087.

[29] المادة 35 من القانون رقم 90-22 المؤرخ في 18 أوت 1990 المتعلق بالسجل التجاري، ج.ر. 22 أوت 1990، عدد 36، ص. 1145 (والذي ألغي). والمرسوم التنفيذي رقم 90-355 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتضمن انتهاء وصاية الوزير المنتدب لتنظيم التجارة على المركز الوطني للسجل التجاري ووضعه تحت إشراف وزير العدل، ج.ر. 14 نوفمبر 1990، عدد 48، ص. 1546.

[30] المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 97-90 المؤرخ في 17 مارس1997 الذي يضع المركز الوطني للسجل التجاري تحت إشراف وزير التجارة، ج.ر. 26 مارس 1997، عدد 17، ص. 15.

[31] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، الحرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، النشر الأول 1995. ص. 247 وما بعدها.

[32] ف. زراوي صالح، علامات المصنع في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية، 1991، عدد 4، ص. 921. و، ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 103.

إلى القول أن المشرع الجزائري وضع نفسه في مفترق طرق فلا هو أسند إلى المركز الوطني للسجل التجاري الصلاحيات المتعلقة بالسجل التجاري فقط وأسند الصلاحيات المتعلقة بالبراءات والعلامات والرسوم والنماذج وتسميات المنشأ للمعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، ولا هو وضع في يد هذا الأخير جميع الصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية بما فيها تلك المتعلقة بالسجل التجاري .

إنّ المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي[33]، أسس لظهور هيئة جديدة أسندت لها جميع الصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية ما عدا تلك الخاصة بالسجل التجاري والتقييس، فحل المعهد الجديد محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية في كامل اختصاصاته باستثناء تلك المتعلقة بالتقييس هذا من جهة، وحل محل المركز الوطني للسجل التجاري فيما يتعلق بالاختصاصات المرتبطة بالعلامات، الرسوم والنماذج الصناعية، وتسميات المنشأ من جهة أخرى. وتجدر الإشارة إلى أن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يعد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري[34]، كما أنه وضع تحت إشراف وزير الصناعة[35].

يشكل احتفاظ المركز الوطني فقط بالصلاحيات المتعلقة بالسجل التجاري رجوعا إلى الوضع الذي كان سائدا في ظل الأمر رقم 73-62[36]، وقبل صدور المرسوم رقم 86-248 المذكورين أعلاه، وبهذا يكون المشرع الجزائري قد بقي وفيا على الأقل لمنهجية التغييرات الجذرية.

ولقد أسندت للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية علاوة على المهام السابق ذكرها مهام أخرى تتمثل بتنفيذ السياسة الوطنية في ميدان الملكية الصناعية وخصوصا السهر على حماية الحقوق المعنوية للمبدعين[37]، كما يختص أيضا بالأمور الإجرائية المتعلقة

---

[33] ج.ر. أوّل مارس 1998، عدد 11، ص. 21.
[34] المادة 2 من الأمر رقم 98-68 المذكور أعلاه.
[35] المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 2003-135 المؤرخ في 24 مارس 2003 الذي يحدد صلاحيات وزير الصناعة، ج.ر. 30 مارس 2003، عدد22، ص. 20.
[36] المادة 3 من الأمر رقم 98-68 المذكور أعلاه.
[37] المادة 7 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المذكور أعلاه.

بالبراءات، العلامات، الرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ بما في ذلك من تلقي طلبات التسجيل ونشرها، ويتكفل المعهد إلى جانب ما سبق بتطبيق أحكام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي انضمت إليها الجزائر[38].

علاوة على ذلك، استحدثت هيئة جديدة من قبل المشرع تختص بالصلاحيات المتعلقة بالتقييس، وتعرف هذه الهيئة تحت تسمية المعهد الجزائري للتقييس[39]، وهذا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المؤرخ في 21 فبراير 1998[40]، وانتقلت إليه إلى جانب الصلاحيات المتعلقة بالتقييس، جميع الوسائل والأملاك والحقوق والهياكل[41]. وللإشارة، فإن المعهد الجزائري للتقييس يخضع حاليا لأحكام القانون رقم 2004-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد المفاهيم الأساسية المتعلقة بهذا الموضوع ويبين ميدان تطبيقها[42]. يعد هذا المعهد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري ، ويخضع لوصاية وزارة الصناعة[43] شأنه في ذلك شأن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وباعتباره مكلفا بتنفيذ السياسة الوطنية في مجال التقييس، فإن هناك مهام أساسية يتكلف بها وتتمثل في إعداد المواصفات الجزائرية ونشرها وتوزيعها، واعتماد علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وطابع الجودة، ومنح رخص لاستعمال هذه العلامات والطوابع كما يختص كذلك بتطبيق الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي انضمت إليها الجزائر[44].

يكون بهذه المرحلة الأخيرة وكما لاحظ جانب من الفقه* قد وزع الصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية على ثلاث هيئات في خطوة غير مسبوقة وهذا باستحداثه للمعهد الجزائري للتقييس، بعدما كان يعتمد نظامي أحادية أو ازدواجية الهيئات منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، فإذا كان قد لقي ترحيبا واستحسانا بتأسيسه لكل من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والمركز الوطني للسجل التجاري وبإسناده إليهما المهام السالف بيانها، فإنه بالمقابل

---

[38] المادة 8 من نفس المرسوم المذكور أعلاه.

[39] Institut Algérien de la Normalisation .

[40] يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي، ج.ر. أوّل مارس 1998، عدد 11، ص. 25.

[41] المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المذكور أعلاه.

[42] ج.ر 27 يونيو 2004، عدد 41، ص. 14.

[43] المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المذكور أعلاه.

[44] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 106.

* ف. زراوي صالح، نفس المرجع السابق، ص. 105.

وباستحداثه المعهد الوطني الجزائري للتقييس الذي يختص بالصلاحيات المتعلقة بالتقييس، يكون المشرع بهذه الخطوة قد فصل التقييس عن الملكية الصناعية من دون أن يبين المعيار الذي أعتمده في هذا الفصل مما جعله عرضة للانتقاد[45].

يلاحظ أنه وفيما يخص كلا من العلامة والتسمية، إنّ المشرع أخضعهما لنفس الهيئة على الرغم من أن هذه الأخيرة قد عرفت أربع وضعيات منذ الاستقلال إلى يومنا هذا.

أمّا المشرع الفرنسي فقد أسس المعهد الوطني للملكية الصناعية[46] بموجب القانون رقم 51-444 المؤرخ في 19 أفريل 1951، فهو يعد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي، ويشرف عليها الوزير المكلف بالصناعة. أسندت للمعهد مهمة استلام طلبات التسجيل وكذا منح شهادات في مجال الملكية الصناعية، سواء تعلق الأمر بالبراءات، العلامات، الرسوم والنماذج الصناعية؛ كما يسهم في وضع قانون الملكية الصناعية؛ إلى جانب مهمته المتمثلة في تمكين الجمهور من المعلومات الأساسية لحماية الملكية الصناعية؛ وأخيرا تجميع أو مركزة السجلات التجارية والشركات، من مختلف المحاكم في سجل للتجارة والشركات[47].

كما تجدر الإشارة إلى أن المشرع الفرنسي لم يسند للمعهد الوطني للملكية الصناعية الصلاحيات المتعلقة بتسميات المنشأ بينما أسند للمعهد كافة الصلاحيات المتعلقة بالملكية الصناعية، ومرد ذلك إلى المكانة التي يحتلها نظام تسمية المنشأ في فرنسا، يتجلى هذا في إنشاء هيئة خاصة بها تسمى المعهد الوطني لتسميات المنشأ[48]، وهو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري وضعت تحت اشراف وزير الزراعة والصيد البحري.

ولقد تأسس هذا المعهد سنة 1935[49] وكانت مهمته في بادئ الأمر تقتصر على تنظيم تسميات المنشأ[50]، وفي سنة 1990 توسعت صلاحياته لتشمل أيضا منتجات الحليب إلى جانب باقي المنتجات الزراعية أو الغذائية، سوءا كنت خاما أو محولة، ومنذ سنة 1993 امتدت صلاحياته لتشمل نوعا جديدا من بيانات المصدر يتمثل في بيانات المصدر المحمية[51]. وبناء

[45] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 107.
[46] Institut National de la Propriété Industrielle (I.N.P.I.).
[47] PI France : www.pifrance.com
[48] Institut National des Appellations d'Origine (I.N.A.O.).
[49] M. -H. Bienaymé, *l'appellation d'origine contrôlée*, Rev.dr.rur. octobre1995, nº236, p.419.
[50] Appellations d'Origine Contrôlée (A.O.C.).
[51] A. Chavanne et J.- J. Burst, *Droit de la propriété industrielle*, précis Dalloz, 1976, p. 491.

على القانون التوجيهي للزراعة المؤرخ في 5 يناير2006 [52]، فإن المعهد مكلف من قبل هذا القانون بوضع السياسة الزراعية الفرنسية المتعلقة بالمنتجات التي تحمل العلامات (الإشارات) الرسمية المتمثلة في بيانات المصدر والنوعية: منها تسميات المنشأ؛ وبيانات المصدر المحمية؛ والزراعات البيولوجية.

كما تتمثل مهام المعهد الوطني لتسميات المنشأ في الإشراف على تنظيم السمات أو البيانات المرتبطة بالمصدر الجغرافي، وما يلفت الانتباه في طريقة عمل المعهد هو تشكيلته التي تظم لجانا وطنية تجمع مهنيين ومحترفين يعملون في إطار نظامي تسمية المنشأ المراقبة وبيانات المصدر المحمية، إلى جانب شخصيات مؤهلة[53]، إضافة إلى ممثلين عن الإدارات المعنية[54]. ويضم المعهد ثلاث لجان وطنية مكلفة بتسميات المنشأ وهذا تبعا لنوع المنتجات وهي: اللجنة الوطنية للخمور والمشروبات الكحولية؛ اللجنة الوطنية لمنتجات الحليب؛ اللجنة الوطنية لمنتجات الزراعة الغذائية، إلى جانب لجنة رابعة تسمى اللجنة الوطنية المكلفة ببيانات المصدر المحمية.

ويضم المعهد حوالي 250 عونا يرافقون المنتجين الذين ينشطون تحت رايته، له مصلحة مركزية في باريس ويتفرع عنه ست وعشرون مركزا متواجدين في الأرياف في قلب المجالات الجغرافية المحمية، يختص المعهد بتلقي الطلبات، تحضير أعمال لجان التحقيق وكذا لجان الخبراء في تحديد المجال الجغرافي المحمي، وتقوم مصالح المعهد بالسهر على احترام ظروف الإنتاج وسير إجراءات الاعتماد، وللمعهد مهام أخرى تتعلق بالإعلام و بحماية تسمية المنشأ المراقبة، وبيانات المصدر المحمية.

المبحث الثاني: الإتحاد في التكييف القانوني للعلامة وتسمية المنشأ

[52] En ce sens, v , www.inao.gouv.fr.«… Par la loi d'orientation agricole du 5 janvier 2006, l'INAO est chargé de la mise en œuvre de la politique française relative aux produits sous signes officiels d'identification de l'origine et de la qualité : appellation d'origine ; IGP ; label rouge ; STG et agriculture biologique… »

[53] M. -H. Bienaymé, op. cit., nº236, p.422.
[54] www.inao.gouv.fr, préc .

سبق بيان أن الملكية الصناعية تتفرع إلى طائفتين؛ تضم الأولى حقوق ترد على مبتكرات جديدة تكون إما ذات قيمة نفعية وإما ذات قيمة جمالية، أما الثانية فتضم حقوقا ترد على إشارات مميزة توضع على المنتجات، أو الخدمات، أو المحلات بغرض تمييزها عن مثيلاتها، وهذا مرده إلى التنافس الموجود بين المتدخلين. وبالتالي يتمتع أصحاب هذه العلامات بحماية قانونية تمكنهم من الاستغلال الحصري والاحتكاري لهذه الإشارات. لم يقتصر دور المشرع في حماية هذه الطائفة، بل كفل حماية قانونية للطائفة المخاطبة من طرف المتدخلين ويتعلق الأمر بالمستهلكين ضمن ما يعرف بحقوق المستهلك[55]، ذلك أنه وضع على عاتق التجار المحترفين جملة من الالتزامات جاءت لتضاف إلى سابقاتها، ولعل أهم هذه الالتزامات الجديدة هو واجب المتدخلين في إعلام المستهلك.

يتم وسم المنتجات بوضع بيانات على السلع تعرف بخصائص المنتج (بفتح التاء) ليتسنى للمستهلك من الاختيار عن وعي وإدراك، إن العلامة وتسمية المنشأ تعد من ضمن البيانات التجارية التي يجدها المستهلك على السلع والمنتجات، وهذه الخاصية تجعل منهما في موقع وسط بين حقوق الملكية الصناعية وحقوق المستهلك.

ولهذا تجمع كل من العلامة والتسمية بين تكييفين قانونيين في آن واحد، إذ تعرفان بأنهما إشارات أو علامات مميزة في مجال حقوق الملكية الفكرية، بينما تعرفان بالبيانات التجارية في مجال حقوق المستهلك.

المطلب الأول: إن العلامة والتسمية بيانين تجاريين

تحمل المنتجات بيانات عدة يصطلح عليها في القانون الجزائري وفي بعض القوانين الأخرى كالقانون المصري البيانات التجارية، غير أن هناك من يصطلح عليها علامات البضائع مثل ما هو الحال عليه في قانون علامات البضائع الأردني[56]. ويقصد بها البيانات التي توضع على البضائع لغاية إيضاحها على أن تفسر كلمة بضائع بمعناها الواسع[57] لتضم كل

[55] القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. 08 مارس 2009، عدد 15، ص. 12.
[56] ص. زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص. 464.
[57] المادة الثالثة الفقرة العاشرة من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه.

ما يشمله التعامل في مجال التجارة أو الصناعة ولهذا يلجأ المشرع في الصياغة القانونية إلى مصطلح "المتدخلون"[58] الذي يجمع التجار والصناعيين.

إلى جانب الالتزامات التقليدية الواقعة على عاتق التاجر المحترف، فإن هناك التزامات أخرى جاءت لتمنح للمستهلك حماية قانونية تتماشى والتطور الذي فرضه انتهاج البلاد اقتصاد السوق، وهي الإلتزام العام بالضمان للسلع والخدمات، وحق المستهلك في الإعلام[59]، ولكن يطرح التساؤل حول المقصود بمصطلح المستهلك. إنّ البحث في وضع تعريف للمستهلك أمر يتسم بالصعوبة، لأن فكرة المستهلك لا تزال غير واضحة المعالم. غير أن المشرع الجزائري عرفه بموجب القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر[60] في مادته الثالثة (3) الفقرة واحد، يمكن تعريف المستهلك بأنّه الشخص الذي يمثل الحلقة أو المرحلة الأخيرة لعملية التداول التي تعتبر المرحلة الإقتصادية الأخيرة، أو كما عرفه جانب من الفقه[61] بأنه كل شخص يجهز أو يستخدم المنتجات والخدمات بغرض غير حرفي كأن يشتري طعامه، أو يستأجر منزلا لمصلحته الشخصية ومصلحة عائلته. والراجح أنّه يشتمل على جميع من هو مخاطب بالإشهار، والملاحظ هنا أنّه تم الإعتماد على مصطلح "الإشهار" مما يدعو إلى البحث عن المقصود بهذا الآخر، في الحقيقة له عدة معان أو مداليل يتمثل الأوّل في الإجراء الرامي إلى إشهار حكم قضائي مثلا، أمّا الثاني فيدخل في إطار الإجراءات الشكلية الواجب استيفاؤها مثل تلك اللاّزمة لصحة تأسيس شركة تجارية، ويقصد بالإشهار في المعنى الثالث كل أشكال الدعاية التي تتم في إطار ممارسة نشاط تجاري، صناعي، حرفي، أو حر بهدف الترويج لسلع أو خدمات، ويراد بالإشهار في المعنى الرابع إعلام المستهلك، وهو حق كرّسه القانون*، مثل إشهار السعر[62]، ووسم المنتجات.

---

[58] المادة الثالثة الفقرة السابعة من القانون رقم 09-03 السالف الذكر.

[59] P. de Bercegol , A. Duquenne et P. Lemaitre, *Le droit de l'entreprise, librairie Vinbert, Paris, 1995. p. 130.*

[60] المادة الثالثة الفقرة واحد من القانون رقم 09-03 لمذكور أعلاه، التي جاء فيها ما يلي: " ...المستهلك: هو 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..."

[61] ع. قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، ط1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002. ص. 9.

* المادة السابعة عشر من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه.

يتسم تحديد مفهوم المحترف هو الآخر بصعوبة أيضا، نظرا لارتباطه بقواعد كثيرة، كمعايير التمييز بين الأعمال المدنية والأعمال التجارية، تعريف التاجر، قرينة التجارية. غير أنّه يمكن القول أن المحترف على خلاف المستهلك، هو من يتصرف كأصل عام لتلبية حاجيات حرفته ومهنته، فهو يتصرف بقصد المضاربة فيشتري الأشياء بقصد إعادة بيعها، ويستأجر المكان ليتخذه محلا لمزاولة نشاطه، ثم يقدم على تجهيزه بالمعدات والآلات لممارسة مهنته، بل وقد يلجأ إلى الإقتراض لتمويل مشروعه[63]، يلاحظ أن هذا التعريف يتضمن مصطلح الحرفة فما المقصود به؟

يقصد بالحرفة أو المهنة كل نشاط بهدف الإنتاج، أو التوزيع، أو أداء الخدمات، سواء تمت مزاولته في شكل فردي، أو في شكل مقاولة، أو مشروع إقتصادي. وقد تصدى القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه لتعريف المتدخل في المادة الثالثة (3) الفقرة السابعة[64]. إلى جانب المستهلك والمتدخل هناك مصطلح آخر كفل ذات القانون المذكور سابقا تعريفه يتعلق الأمر بالمنتوج، فيقصد به كل سلعة أو خدمة يمكن اقتناؤها عليها بمقابل أو مجانا[65].

يعتبر حق المستهلك في الإعلام هو أحد المبادئ الأساسية كان قد تضمنها القانون رقم89–02 المؤرخ في 07 فبراير1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[66]، الملغى بموجب القانون رقم 09-03 الآنف الذكر[67]، حيث جاء في نص المادة الرابعة (4) من القانون الملغى التأكيد على هذا الحق[68]. يلاحظ من خلال استقراء نص هذه المادة أن المشرع

---

[62] P. de Bercegol , A. Duquenne et P. Lemaitre, *op. cit. p. 131.*

[63] ع. قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، ط1، المرجع المذكور أعلاه، ص. 11.

[64] المادة الثالثة الفقرة السابعة من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه، التي جاء فيها ما يلي: "...المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك..."، وعرفت عملية وضع المنتج للاستهلاك في الفقرة الموالية تماما فجاء في نصها مايلي: "...عملية وضع المنتوج للاستهلاك: مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة..."

[65] المادة الثالثة الفقرة العاشرة من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه.

[66] ج. ر. 8 فبراير 1989، عدد 6، ص. 154.

[67] المادة الرابعة والتسعون من القانون رقم 09-03 السالف الذكر.

[68] المادة الرابعة من القانون رقم89–02 جاء في نصها ما يلي ما يلي: " تُكيف العناصر المنصوص عليها في المادة الثالثة من هذا القانون حسب طبيعة وصنف المنتوج و/أو الخدمة النظر للخصوصيات التي تميزه والتي يجب أن يعلم بها المستهلك حسب ما تتطلبه البضاعة المعنية.. ."

الجزائري أوجب وسم المنتجات وفق ما تقتضيه طبيعة كل منتوج أو خدمة، وبهذا تكون المادة الرابعة السالف ذكرها قد أعطت المرونة اللاّزمة لتفعيل المادة الثالثة على أرض الواقع[69].

وقد نص أيضا، على حق المستهلك في الإعلام في المادة السابعة عشر (17)[70] التي جاء فيها مايلي: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة."

حددت المادة الثالثة (3) من القانون رقم 89-02 المذكور أعلاه البيانات الإجبارية والتي يبلغ عددها أربعة عشر بيانا، فيما يلي: طبيعة المنتوج (تسمية البيع)، صنفه، منشئه، مميزاته الأساسية، تركيبه، نسبة المقومات اللازمة له، هويته، كمياته، النتائج المرجوة منه، مصدره، تاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه، كيفية استعماله، إجراءات الاستعمال الواجب اتخاذها، عمليات المراقبة التي أجريت عليه. وقد تضمن القانون الملغي[71] للقانون رقم 89-02 أحكاما مشابهة بموجب المادة الحادية عشر (11). ومن خلال إجراء مقاربة بين القانونين الجديد والقديم أن هذا الأخير كان أكثر دقة وأكثر تفصيلا من القانون الذي ألغاه، اعتمد في هذه الدراسة عرض بعض مواد القانون الملغى لتبيان ذلك إضافة إلى التأكيد على أن القانون رقم 89-02 الملغى والمذكور أعلاه كان له السبق في التطرق إلى حق المستهلك في الإعلام.

يجب أن تكتب هذه البيانات باللغة العربية وذلك وفقا لأحكام المادتين الواحدة والعشرون (21) والثانية والعشرون (22) من القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991 المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية[72].

---

[69] لم يفصل القانون رقم 09-03 كما فعل القانون الملغى (أي القانون رقم 89-02) في مسألة وسم المنتجات وفق ما تقتضيه طبيعة كل منتوج أو خدمة.

[70] المادة السابعة عشر من القانون رقم 09-03 السالف الذكر التي جاء فيها مايلي: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة."[70]

[71] أي القانون رقم 09-03 السالف الذكر.

[72] ، ج. ر. 16 يناير 1991، عدد 13، ص. 44. تم النص على الزامية الوسم باللّغة العربية أوّلا في المادة الواحدة والعشرون التي نصت على مايلي : " تُطبع باللغة العربية وبعدة لغات أجنبية، الوثائق والمطبوعات والأكياس والعلب التي تتضمن البيانات التقنية وطرق الاستخدام وعناصر التركيب وكيفيات الاستعمال التي تتعلق على وجه الخصوص بما يلي:
المنتجات الصيدلانية؛ المنتجات الكيميائية؛ المنتجات الخطيرة؛ أجهزة الإطفاء والإنقاذ ومكافحة الجوائح.

وهكذا تنص المادة الثامنة عشر (18) في ظل القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه، على وجوب تحرير بيانات الوسم وطريقة الاستعمال وشروط الضمان وكل معلومة أخرى يوجب القانون بيانها بطريقة واضحة وباللغة العربية بصفة أساسية على أنه يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى يسهل على المستهلكين فهمها، ويجب أن تكون هذه البيانات واضحة ومقروءة ويتعذر محوها.

عرّف المشرع الجزائري المصطلحات ذات الصلة بوسم المنتجات أيضا[73] بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر2005 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها[74]، الذي يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في10 نوفمبر1990، ونصّ كذلك بمقتضاه على أحكام جديدة تسد النقائص التي كان يتسم بها النص القديم[75]، وحدد إجراءات جديدة ترتقي بالمستوى التنظيمي في هذا المجال لتحقيق نوعية حياة حسنة للمواطن وتستجيب لمقتضيات اقتصاد السوق، حيث وردت في المادة الثانية منه تعريفات للمصطلحات الآتية: الوسم، البطاقة، المادة الغذائية، الإدعاء، الوعاء، الحصة، التعبئة المسبقة، تاريخ الإنتاج، تاريخ التوضيب، التاريخ الأقصى للإستهلاك أو للإستعمال، التاريخ الأقصى للبيع، تاريخ الصلاحية الدنيا أو من المستحسن استهلاكه قبل، المكون، المضافات الغذائية، الأغذية الموجهة للإطعام.

فعرّفت الوسم بأنه:" كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتوج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع". كما أن بعض التشريعات العربية كالتشريع الأردني في هذا المجال عرفت العلامات التجارية، هذا رغم اصطلاحه عليها بعبارة بيانات البضائع، إذ جاء في المادة الأولى:" البيانات التي توضع على

على أن تكون الكتابة باللغة العربية بارزة في جميع الحالات ".أمّا المادة الثانية والعشرون، فهي تقضي بأن: " تُكتب باللغة العربية الأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات وجميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة المسوقة في الجزائر.

يمكن إستعمال لغات أجنبية إستعمالاً تكميلياً ".

[73] تنص المادة الثالثة والعشرون من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه على مايلي:" تلغى أحكام القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989.

[74] ج.ر. 3، 25ديسمبر2005، عدد 83، ص. 31.

[75] أي المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في10نوفمبر1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

البضائع لغايات إيضاحها "، واعتبر جانب من الفقه الأردني[76] أنّ كلمة بضائع المستعملة في نص المادة تأخذ بمعناها الواسع لتشتمل على :" كل شيء يجري التعامل به في التجارة أو الصناعة "، ومؤدى هذا الرأي أن كل ما يدخل في نطاق التجارة والصناعة من سلع، منتجات، بضائع وخدمات ينطبق عليه وصف بضاعة وتجعله معني بأحكام هذا القانون.

أما المشرع الفرنسي، فقد كفل حماية حقوق المستهلك بموجب القانون رقم 93-949 المؤرخ في 26 يوليو 1993 المتضمن قانون الإستهلاك، فلم يختلف تعريفه للوسم كثيرا عن تعريف المشرع الجزائري والأردني، فعرّفه بأنه البيانات، الدلالات، علامات المصنع أو العلامات التجارية، الصور أو سمات متصلة بمادة غذائية.

إنّ هذه البيانات المذكورة هي البيانات الإجبارية بمعنى أن هذا التعداد للبيانات لم يأت على سبيل الحصر ولكن على سبيل المثال، وهذا لوجود صور أخرى للبيانات لم تتطرق اليها النصوص القانونية .

ويدخل في إطار البيانات التجارية كل علامة أو إشارة أو وصف يراد به الدلالة على خاصية من خصائص البضائع سواء تعلق الأمر بنوعها، مصدرها، مقدارها. ويتم بيانه حسب نوع السلعة، الكمية، الحجم، المقياس، الوزن، طريقة الصنع، إضافة إلى المكونات التي دخلت في تركيبها[77]، وهنا أيضا أصبحت بعض الدول تشترط ذكر ما إذا كانت العناصر التي دخلت في تركيب السلعة معدلة وراثيا، وذلك باعتماد الصياغة الآتية:"عناصر مصدرها معدل وراثيا "[78]، عندما يكون أحد مكونات المواد الغذائية معدلا وراثيا، وهذا ما أخذت به دول الإتحاد الأوربي في هذا المجال، بدليل أنّها ألزمت المنتجون بوضع عبارة "...صادر عن ...معدل وراثيا "[79] إذا تجاوزت المكونات المعدلة وراثيا نسبة 9,0 %[80]، وبالرغم من أن خطر هذه

---

[76] ص. زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السالف الذكر، ص. 464.

[77] م. محمد الجنيبي، م. محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000، ص. 37.

[78] Organisme Génétiquement Modifié (O.G.M.).

[79] V. www.greenpeace.org

[80] V. en ce sens le règlement (C. E.) n° 1830/2003 du Parlement européen et du Conseil, du 22 septembre 2003, concernant la traçabilité des organismes génétiquement modifiés et la traçabilité des produits destinés à l'alimentation humaine et animale produit à partir d'organismes génétiquement modifiés et modifiant la directive (C.E.) n° 18/2001, J.O.R.F. 268, du 18 octobre 2003, p. 0024, 0028.

المنتجات المعدلة وراثيا لم يثبته العلم بعد، إلا أنّه يستحسن لو يتدارك المشرع هذا النقص حتى يكون تدخله وقائيا[81]، ويتعلّق الأمر هنا " بمبدأ الوقاية "[82].

الواقع أن الحديث عن المواد الغذائية التي تحتوي عناصر معدلة وراثيا يثير جدلا كبيرا في مختلف الأوساط، وعند مختلف الحساسيات فهو موضوع يهم أهل الريف وأهل المدينة، الطبقة المثقفة وما سواها، كما يهم العالم العلمي والصناعي، والإداري وحتى الطبقة السياسية، هذا على المستوى المحلي. أما على المستوى الدولي، فإن هذا الموضوع يشغل الدول الغنية والدول الفقيرة على حد سواء، على الرغم من اختلاف الزاوية التي يعالج منها، بالنظر لتباين الإيديولوجيات والإمكانيات بل و حتى الأولويات التي تختلف عند الدول الفقيرة عنها عند الدول الغنية، ذلك أن الدول الفقيرة تبحث عن إشباع حاجيات مواطنيها من الغذاء جاعلة من إشكاليات على غرار العناصر المعدلة وراثيا من آخر انشغالاتها.

يحتدم الجدل بشأن المواد التي تحتوي عناصر معدلة وراثيا، ليأخذ في بعض الأحيان شكلا إيديولوجيا اتخذت منه بعض التنظيمات الجمعوية مجالا خصبا لعل أهمها الفدرالية الفلاحية الفرنسية[83]، التي تترأسها شخصية كارسماتية تتمثل في شخص (José Bové)، وهذه الجمعية تعنى بالمسائل ذات الصلة بالفلاحة في فرنسا لاسيما مناهضة العولمة واعتماد الزراعة باستعمال تقنيات العناصر المعدلة وراثيا.

تجدر الإشارة أن العلم لم يثبت وجود مخاطر مؤكدة للمواد التي تحتوي عناصر معدلة وراثيا سواء على الصحة أو على البيئة[84]، و لكن يمكن تفسير هذا الاهتمام بالمجال الغذائي بالدرجة الأولى ثم بالمخاوف من الأخطار نظرا لبعض الأمراض التي مست هذا القطاع مثل مرض جنون البقر[85]، التسممات الغذائية الناجمة عن بكتيريا (ليستيريا) la bactérie

[81] V. ă titre d'exemple le mécanisme de protection adopté en France connu sous le nom de « clause de sauvegarde » qui permet d'interdire provisoirement la culture ou la vente d'un organisme génétiquement modifié autorisé dans l' U.E, en invoquant un risque pour la santé. Pour plus de détails v. www.greenpeace.org

[82] Il s´agit du principe de précaution.

[83] La fédération paysanne française de José Bové.

[84] هذا على الأقل بالنسبة للعناصر المعدلة وراثيا الموجهة للاستهلاك حاليا، في ظل غياب آثار غير مرغوب فيها على الرغم من وجودها في الأسواق منذ عدة سنين، لكن يختلف الأمر بالنسبة للجيل الجديد الذي سيغزو الأسواق، وهذا نظرا لعدم مواكبة إجراءات المراقبة لهذا التطور.

[85] La maladie de la vache folle (E.S.B.).

listéria) ، كل هذه السوابق في مجال الفلاحة الغذائية على وجه الخصوص خلقت جوا من الخوف والقلق وعدم الثقة، أصبح فيه الخطر المحتمل مرادفا للخطر المؤكد[86].

إذا كانت هذه المخاوف مشروعة بالنسبة لمرض جنون البقر والتسممات الغذائية الناجمة عن بكتيريا (ليستيريا) لأن العلم قد أثبت ذلك، فإن الأمر ليس كذلك بالنسبة للعناصر المعدلة وراثيا نظرا لعدم وجود أي حالة وفاة منسوبة لها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة[87]، بالرغم من هذا فإن هاجس الخوف لا يزال موجودا عند مختلف الأوساط.

وخلاصة القول أن إلزام المتدخلين الإقتصاديين بوضع بيان عناصر معدلة وراثيا على المنتجات التي تحتويها، لا يعتبر موقفا متخذا ضد أو مع هذه المنتجات بل هو فقط استجابة لهاجس الخوف لدى جمهور المستهلكين بل أكثر من ذلك هو ضمان لحق هام يتمثل في حق المستهلك في الإعلام، الذي يتيح له الاختيار عن معرفة كافية، بحيث لا يحرم المستهلك ولا يحل مكانه في الحكم بصلاحية هذه المنتجات أو عدمها، وهذا في ظل عجز العلم و لا البحوث الحالية عن الفصل في الموضوع[88].

ترد أيضا بيانات متعلقة بتاريخ الصنع، مدة الصلاحية يميز في هذه الأخيرة بين عبارتين تستخدمان للدلالة على هذه المعلومة يتمثل الأول في عبارة " تاريخ مدة الصلاحية " ويقصد بها أنه عند حلول هذا التاريخ، فإن السلعة أصبحت غير صالحة للإستهلاك، أما العبارة الثانية فهي " يستحسن إستهلاكه قبل "، فهنا وبعد حلول هذا التاريخ، فإنه لا يمنع استهلاك هذه السلعة وإنما تفقد هذه الأخيرة خصائصها[89].

وعرفت البطاقة بأنها:" كل استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو مصقولة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على تعبئة المادة الغذائية أو مرفقة بها".

---

[86] A. Chesson et F. James, *les aliments avec OGM sont-ils sans danger ?*, Rev. La recherche. Janvier 2000, n º 327, p. 27.

[87] A. Chesson et, F. James, op. cit., p. 27.

[88] تجدر الإشارة إلى أن هناك أصوات تتعالى مؤكدة أن العناصر المعدلة وراثيا تهدد بشكل أكيد التنوع البيولوجي نظرا لوجود إمكانية عدوى الحقول التي لا تعتمد التعديل الوراثي.

[89] المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المذكور أعلاه.

تجدر الإشارة إلى أن المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المذكور أعلاه، جاء بتعديلات عميقة لاسيما الآتي بيانها؛ ذلك أنّه وضع تعريف واضح لمجال تطبيق هذا النص المتمثل في المواد الغذائية المعبأة مسبقا أو المعروضة كما هي للمستهلكين، و يدخل في حيز هذا النص المواد الموجهة لإطعام الجماعات مثل المطاعم الجماعية أو المستشفيات، إلى جانب اتسامه بالدقة والوضوح في تعريف المفاهيم لا سيما تلك التي تتعلق بوسم المنتجات، وكذا زيادة عدد بيانات الوسم الإجبارية في المواد الغذائية لينتقل عددها من ستة إلى إحدى عشر بيانا[90]. بالإضافة إلى تطرقه لتاريخ الصلاحية للاستهلاك بدقة بما يتلاءم وطبيعة المواد، لم يهمل النص الجديد حماية الأشخاص ذوي الحساسية، بنصه على إلزامية توضيح على وسم المواد المعبأة مسبقا قائمة المقادير التي تلحق ضررا بهم[91]، كما تكفل النص الجديد كذلك وضع تحديد دقيق لشروط وسم المواد الغذائية غير الموظبة مسبقا، وحدد كيفيات وسم المنتجات الموظبة مسبقا في تعبئات مصغرة.

ألزم القانون المتدخلين بوضع بيانات على منتجاتهم في إطار ما يسمى بوسم السلع، غير أن المشرع حدد عددها بأربعة عشر(14) بيانا، لأنه يرى أن لها أهمية أكبر من غيرها من البيانات الأخرى ولأن البيانات التجارية كثيرة فإنّه يصعب وضعها كلها لهذا قد توجد على السلع بيانات أخرى يضعها المتدخل.

تأتي إلزامية وسم البضائع لتعبّر عن حرص القانون على حماية حق أساسي للمستهلك ألا وهو حق الإعلام، وكذا حماية جمهور المستهلكين من التضليل والغش التجاريين اللذين قد يكونوا ضحية لهما[92]، كما أن لوسم البضائع دور هام في تحقيق رقابة فعالة على المنتجات.

أصبح لا يتوقف دور المحترف سواء كان منتجا، مستوردا أو موزعا على تسليم المستهلك سلعة خالية من العيوب، بل إن القضاء وضع على عاتقه التزاما آخر يأتي لتعزيز الحماية القانونية المفروضة لمصلحة المستهلك، ومضمون هذا الالتزام هو الإدلاء للمستهلك (الذي يعتبر دائنا بهذا الالتزام) بالبيانات الضرورية التي تبين كيفية استعمال السلعة وتجنب

---

[90] المادة السابعة من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 السالف الذكر.
[91] المادة الثانية عشر مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 السالف الذكر.
[92] م. محمد الجنيبي، م. محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، المرجع السابق، ص. 36.

مخاطرها، فالمدين بهذا الالتزام (أي البائع) يلتزم بإرشاد المستهلك إلى الطريقة المثلى لاستعمال السلعة، ويلفت انتباهه إلى المخاطر الكامنة في السلعة[93]، إضافة إلى تبيان الاحتياطات الواجب إتباعها للحيلولة دون الوقوع ضحية لهذه المخاطر والوقاية منها، ويعتبر المحترف مسؤولا عن إخلاله بهذا الالتزام، إذا تضرر المستهلك من جرائه.

إن الالتزام بالإفضاء يشمل كل المنتجات ولعل نشرة الاستعمال تشكل أحد طرقه، فهو لا يخص منتجات معينة فحسب رغم أن أهمية هذا الإلتزام تظهر في المنتجات التي تشكل نوعا من الخطورة، وقد تكون هذه الخطورة في طبيعة وخصائص السلع الذاتية كمواد التنظيف مثلا أو المبيدات، كما قد تجد هذه الخطورة سببها في تفاعل مكونات سلعة ما مع عناصر وعوامل خارجية على غرار عدم احترام شروط الحفظ والتبريد عند الحليب ومشتقاته مثلا. الواقع أن هذا الإلتزام أصبح يشمل أيضا المنتجات التي تتميّز بالحداثة نظرا للإعتماد في إنتاجها على تقنية لم يحسم العلم بعد في عدم تشكيلها للخطورة على الصحة والبيئة.

يجب التمييز بين الالتزام بالإفضاء والالتزام بتقديم النصيحة، كون هذا الأخير يتمثل في إبراز المنافع المتوخاة من العقد، بتعبير آخر فإن أحد أطراف العقد يبيّن النتائج الحقيقية التي يصيبها الطرف الآخر من جراء إبرامه هذا العقد، هذا من ناحية المفهوم، أما من ناحية المصدر فإن كان الإلتزام بتقديم النصيحة من مستلزمات العقد[94] وفقا لما نصت عليه المادة مئة وسبعة (107) من القانون المدني الجزائري.

يطرح التساؤل حول ما إذا كانت البيانات التجارية من الحقوق الفكرية؛ تكون الإجابة بالنفي، باعتبار أنّه يجوز لكل متدخل أن يضع هذه البيانات على سلعته من دون أن يكون خارقا للقانون بل هو ملزم بذلك، وأساس ذلك أنه لا يمنح أي شخص حق الإستئثار والاحتكار في استعمالها[95]، الأمر الذي يمثل أساس الحق. ينطبق هذا التعليل على كل من العلامة والتسمية كبيانين، غير أن مدلول أو مفاد هذين البيانين يدخل في إطار الحقوق الفكرية وهو يخول لصاحبه حق الاستئثار.

---

[93] P. de Bercegol , *op. cit., p. 131.*

[94] ع. قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، ط1، المرجع السابق. ص. 129.

[95] ص. زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع المذكور أعلاه، ص. 465.

يستخلص مما سبق أن التكييف القانوني لكل من العلامة والتسمية يختلف بحسب الزاوية التي ينظر من خلالها إلى هذين المفهومين. وهكذا يأخذ وسم السلع طرق عدة ومرد ذلك إلى اختلاف البضائع واختلاف طبيعتها، بل إن طريقة الوسم قد تختلف حتى عند السلع المثلية، لذلك يمكن أن توضع على البضائع ذاتها، وهذا هو الشائع، أو على الأغلفة، الفواتير، المخازن أو في الإعلانات[96].

المطلب الثاني: إنّ العلامة والتسمية سمتين مميزتين

توجد إلى جانب الحقوق التي ترد على المبتكرات الجديدة حقوق ترد على الإشارات أو العلامات المميزة، وكما يشير اسمه هي علامات تستعمل لتمييز السلعة عن مثيلاتها، وتتعدد هذه الإشارات لتشمل العلامة التجارية[97]، تسمية المنشأ، البيان الجغرافي والاسم التجاري.

إن ازدياد عدد المنتجين والتجار راجع للتطور الإقتصادي بكل قطاعاته الفلاحية الصناعية والتجارية وكثرة الأسواق وازدهارها نظرا لتنامي العرض بسبب تنوع المنتجات ووفرتها بما يتيح للزبناء خيار واسع جعلهم يبحثون عن اقتناء أحسن السلع بأفضل الأسعار.

أدى هذا الوضع إلى خلق جو من المنافسة بين المحترفين الذين عملوا على استعمال علامات وأسماء معينة لتمييز سلعهم عن غيرها التي تمتلئ بها الأسواق، وتسهيلا لجمهور المستهلكين في البحث عن الوصول للسلعة المراد الحصول عليها[98]. إن هذا الشكل من التنافس سليم ومن شأنه خدمة الإقتصاد بوجه عام، إلاّ أنّ هناك من لم يستطع مجارات منافسيه أو إنجذب وراء تحقيق ربح لايكلف كثيرا باللّجوء إلى تقليد وتزوير الإشارات والعلامات الخاصة بغيره. من ثم كان على المشرع سن القوانين الكفيلة بحماية هذه العلامات والبيانات والأسماء التجارية[99]. لما لذلك من بالغ الأثر في تحفيز المحترفين على تحسين جودة منتجاتهم، بالإضافة إلى الحفاظ على المستهلكين من غش واحتيال المقلدين.

---

[96] المادة الثالثة من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه.

[97] P. Roubier, *Le droit de la propriété industrielle*, recueil Sirey, 1952. p, 18.

[98] Y. Guyon. Droit des affaires , t. 1, Droit commercial général et société, op. cit. p. 777.

[99] م. محمد الجنيبي، م. محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، المرجع السابق، ص. 9.

يرجع استعمال العلامة إلى القدم فكان الحرفيون يضعون إمضاءاتهم أو "علاماتهم" على الأعمال والأشياء النفعية التي يقومون بإنتاجها[100]، ومع مرور الزمن وشيئا فشيئا تم وضع نظام تسجيل العلامات المعروف حاليا. توجد علامات مميزة أخرى إلى جانب العلامة التجارية، لتشمل كل بيان يستخدم بغرض تمييز السلعة أو النشاط أو المحل التجاري عن غيره، لذلك استخدم الإسم التجاري الذي له نفس الأهمية التي تحضى بها العلامة، عرفه جانب من الفقه الجزائري بأنه: " الإسم الذي يستخدمه التاجر في مزاولة تجارته على خلاف الإسم المدني لا يعتبر لصيقا بالشخصية بل هو حق مالي يدخل في تكوين المحل التجاري"[101]، عرّفه جانب آخر من الفقه الجزائري، الذي اعتبر " الاسم التجاري عنصر من عناصر المحل التجاري يستخدمه التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية، إذ يسمح استعماله باجتذاب العملاء "[102]، وذهب جانب من الفقه المصري إلى تعريفه كما يلي:" الإسم الذي يستخدمه التاجر في تمييز محله التجاري عن باقي المحلات التجارية الأخرى"[103].

تجدر الإشارة إلى أن هناك بعض البيانات المميزة التي تعتبر عنوانا للجودة، يستعملها أصحابها للإستفادة من ربط المنتج (بفتح التاء) ببيئته الجغرافية متمثلة في البيانات الجغرافية[104].

يندرج بيان المصدر وتسمية المنشأ ضمن البيانات الجغرافية[105]، ذلك أن في كليهما إشارة إلى اسم جغرافي لغاية تبيان الانتساب إليه، والجدير بالذكر أن التطرق لإشكالية الخلط بين التسمية وبيان المصدر سوف تتم على أساس التطور التاريخي الذي عرفه تعايش هاتين السمتين المميزتين وهذا على ثلاث أصعدة؛ أولا على الصعيد الفرنسي نظرا للاهتمام الذي أولته الأنظمة في فرنسا للبيانات الجغرافية، سواء من خلال السبق أو من خلال كثرة الأنظمة

---

[100] V. www.progexpi.com

[101] ن. شادلي، القانون لتجاري، مدخل للقانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003. ص. 138.

[102] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: القسم الأوّل، المحل التجاري، نشر وتوزيع ابن خلدون، 2001، ص. 77 وما بعدها.

[103] م. محمد الجنيبي، م. محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، المرجع السابق، ص. 145.

[104] D. Denis, *Appellations d'origine et indications de provenance*, D. 1995 , p. 65.

[105] A. de Vlétien, *Appellation d'origine*, Encyc. Delmas pour la vie des affaires, 1ĕre éd, 1988. p. 16.

القانونية التي تعاقبت على تنظيم التسمية وبيان المصدر، ثانيا على الصعيد الدولي[106] حيث تجسد موقف المجتمع الدولي بشأن التسمية وبيان المصدر على مرحلتين، تجلت المرحلة الأولى في اتفاقية إتحاد باريس سنة 1883، أما المرحلة الثانية فتجلت في إتفاقية لشبونة سنة 1958، وما حملته هاتين الإتفاقيتين من تباين بخصوص التسمية وبيان المصدر[107]، ثالثا على الصعيد الوطني وذلك مراعاة للحداثة النسبية لإهتمام المشرع الجزائري بتنظيم تسمية المنشأ من خلال الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، وما يترتب عن ذلك من فرضية الإستفادة من تجارب الدول السباقة في تنظيم تسمية المنشأ على غرار فرنسا.

خضعت التسمية وبيان المصدر في فرنسا لنفس الأحكام القانونية خلال المراحل الأولى للتنظيم القانوني الذي عرفته التسمية، وعلى وجه الخصوص خلال المرحلة الإدارية التي جعلت التمنع بميزة تسمية المنشأ تقتصر على الرابطة الموجودة بين المنتج والإطار الجغرافي من دون مراعاة العوامل الأخرى المرتبطة بالنوعية، كما أن هذا الخلط امتد إلى المرحلة القضائية، ولكن بدرجة أقل، حيث أن القانون المؤرخ في 19 مايو 1919 وضع حد لهذا الخلط بين التسمية وبيان المصدر، على الأقل من ناحية استقلالية تسمية المنشأ في النص المنظم[108]. ولكن تطبيق هذا النص عرف نوعا من الصعوبة نتيجة اهتمام القضاة الذي انصب في بعض الأحيان على المصدر الجغرافي فقط، بيد أنّ صدور قانون 1935 الذي كرّس تسمية المنشأ المراقبة[109] وضع آليات مراقبة ظروف الإنتاج هذا ما سمح بوضع الخط الفاصل بين التسمية وبيان المصدر.

أمّا على الصعيد الدولي، وكما سبقت الإشارة إليه فإن المجتمع الدولي في هذا الشأن عرف موقفين متباينين، عبرت عن الأول إتفاقية إتحاد باريس المتعلقة بالملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883، والتي ورد في مادتها الأولى (1) الفقرة الثانية استعمال

[106] راجع الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فبراير 1966 المذكور أعلاه و الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الإنضمام إلى بعض الإتفاقيات الدولية، ج. ر. 21 أفريل 1972، عدد 32، ص. 467. يذكر هذا النص بوضوح انضمام الجزائر إلى اتفاقية مدريد المؤرخة في 14 أفريل 1891 واتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر 1958. و كذلك الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 09 يناير 1975 السالف الذكر.

[107] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 361.

[108] A. Chavanne et J.- J. Burst, op.cit., p. 490.

[109] M. -H. Bienaymé, op. cit., nº236, p.421.

العبارتين" تسمية المنشأ "، و" بيان المصدر" كمصطلحين مترادفين والدليل على ذلك استعمال حرف " أو " في النص القانوني، غير أنّ إتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر 1958، جاءت لتعبر عن إرادة المجتمع الدولي الرامية إلى وضع حد لهذا الخلط مؤكدة لضرورة التمييز بين التسمية وبيان المصدر.

كما لاحظ جانب من الفقه[110] أنّ الفضل يرجع لإتفاقية لشبونة في ضبط المصطلحات فتضمنت مفهومين لحماية تسميات المنشأ، تمثل الأول في مصطلح «تسمية المنشأ» والثاني " بلد المنشأ ". كما تميّزت هذه الإتفاقية بتعريف تسمية المنشأ من خلال إبراز عناصرها، وهذا تعريف دأبت عليه التشريعات والأنظمة، على غرار المشرع الجزائري ودليل ذلك ماجاء في نص المادة الأولى من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، وتتمثل هذه العناصر في الإسم الجغرافي اللازم لتحديد مكان نشأة المنتجات؛ الرابطة المادية الموجودة بين المنتجات، والمكان المشار إليه والتي يعود لها الفضل في جودة هذه المنتجات، ثم واجب إبراز الخاصيات التي تميز هذه المنتجات على تلك التي تنتج في هذا الوسط، بحيث ترتبط هذه المميزات أساسا بوسط الإنتاج كما قد يكون المنتج طبيعيا، تقليديا أو صناعيا. أما بلد المنشأ فيقصد به البلد أو منطقة أو ناحية منه، الذي استعملت تسميته على منتج ما لغرض استغلال شهرته وللإنتساب إليه.

إن بيان عناصر تسمية المنشأ يتيح تمييز تسمية المنشأ عن بيان المصدر، ذلك أن هذا الأخير ليس إلاّ مجرد إشارة إلى مكان الإنتاج عكس تسمية المنشأ التي تضمن نوعية المنتج نتيجة لإنتسابه لإسم جغرافي[111].

تجدر الإشارة إلى أن إشكالية الخلط بين تسمية المنشأ وبيان المصدر لم تطرح بشدة، نظرا لأن موقف المشرع الجزائري المعبر عنه من خلال المادة الأولى (1) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، لم يختلف عن ما ذهبت إليه إتفاقية لشبونة، وهو موقف عرف شبه إجماع عالمي بالنسبة للدول التي تعمل بنظام تسمية المنشأ.

[110] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 361.
[111] A. de Vlétien, *Appellation d'origine*, op. cit., p. 17.

كما لاحظ جانب من الفقه[112] أن موقف المشرع الجزائري جاء صريحا في القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998، الذي يعدل ويتمم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك[113]،

أكّد بعض الفقه الجزائري[114] على وجوب التمييز بين المنشأ (l'origine)، والمصدر(la provenance)، على الرغم من أنهما يبدوان مترادفين للوهلة الأولى فإنّ الإختلاف بينهما علاوة على كونه اصطلاحي وقانوني فهو جمركي أيضا[115].

إن كان المشرع الجزائري قد وفّق إلى حد كبير في التمييز بين التسمية وبيان المصدر، فإنّ جانب من الفقه الجزائري قد إستعمل عبارة " بيان المصدر الأصلي " للدلالة على تسمية المنشأ قائلا أنها " فرع من البيانات التجارية وهي خليط من البيان التجاري والإسم التجاري والعلامة التجارية"[116].

الفرع الثاني: تشابه العلامة وتسمية المنشأ من حيث التنوع

يذهب التقارب بين العلامة والتسمية إلى حد تشابههما من حيث التنوع، لأنه من الممكن تعداد تصنيفات كثيرة لكليهما، وهذا يتوقف على المعيار المعتمد في التصنيف.

فإذا أعمل معيار الطبيعة القانونية[117]، فإنّ هناك علامة المصنع وعلامة السلعة، وعلامة الخدمة، وأما إذا اعتمد معيار السمة المعتمدة في العلامة فتوجد الرموز القابلة للتمثيل الخطي، الأسماء(أسماء الأشخاص، الأسماء المبتكرة)، الأرقام، الحروف، الأشكال أو الألوان[118]. كما يمكن أن نجد تصنيفا آخرا بالنظر إلى ضمان الجودة، وهذا استثناءا لأن دور

---

[112] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 360.

[113] ج.ر. 23 أوت 1998، عدد61، ص. 6 . وبالنسبة للقانون رقم 79-07 ، راجع ج.ر. 24 يوليو 1979، عدد30، ص. 514. حيث نصت المادة الرابعة عشر في فقرتها الأولى على أن: " بلد منشأ بضاعة ما هو البلد الذي استخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة أو جنيت أو صنعت فيه... ". ورد أيضا في المادة الخامسة عشر من نفس القانون تعريف بلد المصدر بأنه: " البلد الذي ترسل منه البضاعة بصفة مباشرة إلى الإقليم الجمركي".

[114] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 360.

[115] ف. زراوي صالح، نفس المرجع السابق. ص. 360.

[116] م. ابراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص. 131.

[117] المادة الثالثة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه. وللمزيد من التفاصيل كذلك ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 201.

[118] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 253.

العلامة الأساسي هو تمييز المنتج لا ضمان جودته، العلامة الكلاسيكية، وعلامات المطابقة، وبمراعاة عدد الملاّك[119] فهناك علامات فردية أو جماعية[120]، أما من ناحية الرّواج أو السمعة فتوجد العلامة العادية والعلامة الشهيرة (la marque notoire).

توجد عند تسمية المنشأ نفس القابلية للتصنيف بناءا على اختلاف التصنيف باختلاف المعيار المعتمد قائم لدى تسمية المنشأ، ولو كانت المعايير والتصنيفات تختلف بطبيعة الحال.

وبالنظر إلى أنّ فرنسا تعتبر مهد نظام تسميات المنشأ وأحد أبرز أنصارها، فانّ جل التصنيفات أوجدت من طرف هذه الدولة.

تأسيسا على ما سبق، تقسّم تسميات المنشأ بالنظر إلى تطورها التاريخي في فرنسا إلى نوعين؛ تسميات المنشأ البسيطة وتسميات المنشأ المراقبة[121]، أما بالنسبة للأنظمة القانونية المنظمة لتسمية المنشأ فنجد نظام تسميات المنشأ العامة والأنظمة الخاصة لتسميات المنشأ[122].

وإذا أخذ بعين الاعتبار ما إذا كانت تسميات المنشأ فرنسية أم لا فثمّة تسميات المنشأ البسيطة، تسميات المنشأ المراقبة، وتسميات المنشأ المحمية.

المبحث الأول: العلامة وتسمية المنشأ العادية

ترد على القاعدة في أغلب الأحيان استثناءات، فكذلك هو الحال عند التسمية والعلامة فيوجد الأصل ويوجد الاستثناء. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة تطرح إشكالية اصطلاحية، لأن المقصود هنا من وراء استعمال مصطلح عادية ليس المبتذلة، وليس غير الأصيلة، بل كما سبقت الإشارة إليه، الأصل أو القاعدة التي يرد عليها الإستثناء. إنّ ترجيح استعمال مصطلح عادية بدلا من مصطلح بسيطة، مرده إلى إمكانية توظيفه عند كل من العلامة والتسمية لورود كونهما عاديتين؛ فالعلامة يمكن أن تكون عادية لأنها حاملة للتميز، ولكن لا يمكن أن تكون بسيطة لأنه قد يفهم من وراء ذلك أن العلامة يمكن أن تكون بمفهوم

---

[120] المادة الثالثة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

[121] D. Denis, op. cit., p. 65. et A. Chavanne et J.- J. Burst,. *op.cit., p. 489.*

[122] M. -H. Bienaymé, op. cit., p.421.

المخالفة مركبة أو معقدة أو حتى مراقبة. أما بالنسبة للتسمية، فإن شيوع استعمال مصطلح البسيطة لا يراد به الدلالة على وجود تسميات منشأ مركبة بل للدلالة على وجود تسميات منشأ مراقبة.

المطلب الأول: العلامة العادية

نظّم المشرع الجزائري العلامة التجارية من خلال عدة قوانين منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، ولا يوجد أي أثر لعبارة علامة عادية، والظاهر أن المشرع الفرنسي هو الآخر لم يستعمل عبارة العلامة العادية.

ولم يستعمل الفقه أيضا عبارة العلامة العادية، وقد يفسر ذلك بأن هذا التقسيم غير مسبوق لأنّه تقسيم خاص يتماشى وخصوصية الموضوع المتمثل في إجراء مقارنة بين نظامي العلامة والتسمية. كما يلاحظ أنّ جل الفقه،[123] عرّف العلامة التجارية بنفس الطريقة التي اتبعها المشرعون[124]، الذين لم يختلف عنهم المشرع الجزائري[125]، أي بتعداد السمات التي يمكن أن تشكّل علامات، والتأكيد على ورودها على سبيل المثال،[126] ثم بعد ذلك تحديد السمات التي لا يمكن أن تكون علامات تجارية،[127]، في حين ذهب جانب لآخر من الفقه لاسيما الجزائري* منه إلى تعريف العلامة من خلال جوهرها وأنواعها، فعرفت بالسمة المميّزة التي توضع على المنتجات بقصد تمييزها، وقسّمت إلى ثلاثة أنواع؛ علامات تجارية علامات مصنع؛ وعلامات خدمة، ومن نافلة القول أنّ العلامة الشهيرة كانت في أوّل الأمر علامة عادية لأنّ عنصر الشهرة مستجد، وقد يرجع إلى عدة أسباب كالدعاية والحملات الإشهارية المدعمة للمنتج

---

[123] V. D. Denis, op. cit., pp. 241.

[124] En ce qui concerne la position du législateur français, v. art. L. 711-1 al. 2 C. fr. propr. Intell. : « peuvent notamment constituer un tel signe :
a - Les dénominations sous toutes les formes telles que …
b – Les signes sonores tels que…
c – Les signes figuratifs tels que… »

[125] المادة الثانية أوّلا من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

[126] م. محمد الجنيبي، المرجع المذكور أعلاه، ص. 12و13.

[127] المادة السابعة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

* ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 201.

الحامل للعلامة، الجودة، أو لأسباب أخرى يترك البت فيها إلى حين الخوض في العلامة الشهيرة، و لما كان عنصر الشهرة مستجدا، فإن المنطق يقضي بأنّ العلامة تسجل للمرّة الأولى "كعلامة عادية"، أي غير شهيرة، لذلك فالمشرع حدد تعريف العلامة بصفة عامة، ثم تطرّق للعلامة الشهيرة عندما ظهرت الضرورة لحماية حقوق صاحب العلامة التي تتمتع برواج وصدى لدى أوساط واسعة من المستهلكين، والتي أصبحت عنوانا للجودة والثقة في المنتج (بفتح التاء و/أو بكسره). ولما كانت العلامة العادية تخضع أيضا لأحكام عادية، فالأصح أن تنظم العلامة الشهيرة أو "الغير عادية" بأحكام وقواعد غير عادية أو استثنائية، على غرار الحماية المقررة خارج نطاق التخصص، تحقيقا لهدفين في آن واحد يتمثل الأوّل في حماية الحق الإستئثاري على العلامة وكل أنواع المنافسات الطفيلية التي يسعى فيها بعض التجار إلى التملك عن غير وجه حق لسمعة تاجر آخر ، وحماية المستهلكين من حدوث اللّبس، لأن هدف العلامة الأساسي هو تمييزها عن باقي المنتجات (سواء اتحدت أو اختلفت معها في الجنس)، بالإضافة إلى الدور التي تلعبه في الدلالة على مصدر المنتج فالعلامة تدل إلى صاحبها، خاصة عندما تكون حلقات التوزيع طويلة.[128]

وبالتالي، يمكن القول أن العلامة العادية المقصودة تحت هذا العنوان هي بمفهوم المخالفة ما سوى العلامة المشهورة، هذه الأخيرة لا تمثل إلاّ استثناء عن الإطار العام للعلامة. يترتب على ما سبق، أن الحديث عن العلامة العادية سوف يتم بالموازاة مع العلامة المشهورة ويقتصر على النقاط التي تختلفان فيهما.

تتمثل المفارقة الأولى في كون العلامة العادية حضيت بالاعتراف والتكريس قبل العلامة الشهيرة، بإعتبار أنّ المشرع الجزائري اعترف بها منذ صدور القانون الأوّل الخاص بالعلامات التجارية[129]، وكذلك من خلال تعريفه لها. واشتراط تسجيلها، وتقرير حماية قانونية لها، تتمثل في رفع دعوى وقائية وهي دعوى حجز التقليد، ودعوى جزائية، وأخرى مدنية.

[128] Y. Guyon, op. cit., p. 778.

[129] أي الأمر رقم 66-57 المذكور أعلاه.

كما تخضع العلامة العادية لمبدأ الإقليمية ومبدأ التخصص وسوف يتم التفصيل فيها حين أوانها، في حين أنه لم يعترف بالعلامة المشهورة إلاّ حديثا.[130]

المطلب الثاني: تسمية المنشأ العادية

تنقسم تسميات المنشأ من حيث النظام القانوني إلى نوعين هما تسميات المنشأ العادية وتسميات المنشأ المراقبة، وهذا إذا وضعنا جانبا الأنظمة الخاصة بتسميات المنشأ الخاصة بالخمور ذات النوعية العالية[131]، علما بأنّه تقسيم جاء نتيجة للتطور الذي عرفته تسمية المنشأ في فرنسا منذ تكريسها قانونا إلى يومنا هذا.

لقد عرف نظام تسميات المنشأ في المجال الزراعي على وجه الخصوص ذلك أنه كانت بعض المنتجات قد اكتسبت شهرة ورواجا تحت تسمية جغرافية عمد الإنسان وضعها تأكيدا منه على الرابطة الموجودة بين هذه المنتجات ومكان إنتاجها. ولا يمكن إيجاد أفضل من القانون الفرنسي في هذا المجال، سواء من ناحية الإعتراف والتطور المستمر للنظام القانوني الفرنسي، أو من ناحية البحوث والأعمال الفقهية وثيقة الصلة بالتسميات.

بالمقارنة، وكما بيّنه جانب من الفقه، فإنّ الوضع في الجزائر من حيث هاتين النقطتين يختلف تماما، إذ أن المشرع الجزائري من ناحية الإعتراف القانوني[132] لم يكن من السباقين في تنظيم شؤون تسميات المنشأ، ورافق هذا التأخر عدم اهتمام الفقهاء والباحثين في مجال الرسوم والنماذج وتسميات المنشأ[133] واقع تؤكده قلة البحوث في هذين المجالين.

إنّ عدم الإهتمام هذا لا يجد تفسيرا وجيها له خاصة وأن البلاد تزخر بإرث ثقافي كبير وتقاليد عريقة في مختلف الميادين الزراعية والحرفية موازاة مع شساعة الجزائر وتنوع الثقافات الموجودة بها، كصناعة الحلي الفضية في منطقة القبائل، صناعة الزرابي في غرداية،

---

[130] المادتين السابعة (ثامنا)، والتاسعة الفقرة الرابعة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

[131] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 489.

[132] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المرجع السابق، ص. 346

ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 346.

الترفاس بنوعيه الأبيض والأسود[134] الموجودين على وجه الخصوص في منطقتي التل والصحراء، والصناعة الحرفية للنحاس في قسنطينة والعاصمة.

تدخّل المشرع الجزائري ليكرس تسمية المنشأ بناءا على الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1975[135]، فعرفت المادة الأولى (1) من ذات الأمر تسمية المنشأ[136].

إنّ الحديث في هذه المرحلة من الدراسة عن اعتماد الجزائر من عدمه لنفس النظام القانوني لتسميات المنشأ الموجود في فرنسا سابق لأوانه يفضل تأجيل البث فيه إلى حين الإنتهاء من استعراض التجربة الفرنسية في هذا المجال .

تعتبر فرنسا مهد تسمية المنشأ من ناحية تنظيمها القانوني الذي يرجع إلى القرن **XIV**، حيث كانت تسمية(ROQUEFORT) موضوع وثيقة ملكية من قبل (CHARLES V) لسكان مدينة (ROQUEFORT)، وقبل هذا جاءت أوامر (JEAN LE BON) سنتي 1350و1351 لمنع عاصري الخمور من تسمية الخمر تسمية غير تسمية مكان جنيّه الأصلي وهذا تحت طائلة المصادرة والغرامة[137].

خضعت تسميات المنشأ العادية عبر الزمن إلى نظامين، يتمثل الأول في نظام الإجراءات الإدارية، والثاني هو نظام الإجراء القضائي[138].

تدخّل المشرع الفرنسي في بداية القرن العشرين لتنظيم تسمية المنشأ بموجب القانون المؤرخ في 01 أوت 1905[139]، يحذوه في ذلك اقتناع راسخ بواجب حماية هذا التراث وأن على الدولة الإعتراف بل وتكريس تسمية المنشأ[140]. وتعتبر تسمية المنشأ ضمانا لجودة يبني

---

[134] يعد الترفاس الأسود بالنظر إلى ندرته من أغلى أنواع الترفاس، ويباع بأثمان باهضة في الأسواق الأوربية.

[135] ج.ر. 23 يوليو1976، عدد 59، ص. 866.

[136] المادة الأولى (1) من اللأمر السالف الذكر الأمر تسمية المنشأ كالتالي: " تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو ميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية."

[137] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 420.
[138] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 490.
[139] D. Denis, op. cit., p. 63.
[140] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 420.

عليها المستهلك إختياره، ومن باب حماية هذا الأخير من الغش الذي قد يقع ضحية له فإن القانون يخول له رفع دعوى لحماية حقه، ويشكل هذا القانون ميثاق لقمع الغش[141].

أوكلت إلى الإدارة العمومية مهمة الإعتراف بتسميات المنشأ وبتحديد المنتجات التي تستفيد بهذه الميزة من جهة، ومن جهة أخرى وضع الحدود الجغرافية للمناطق التي تحتضن هذه التسميات. نصّبت لهذا الغرض لجان أوكلت إليها مهمة وضع الحدود الجغرافية وأدى هذا إلى صدور عدة مراسيم لتحديد المجال الجغرافي للخمور والمشروبات الكحولية[142]في 17 ديسمبر 1908.

وقد سميت هذه الفترة بالمرحلة الإدارية[143] لإشراف الإدارة على تنظيم تسميات المنشأ غير أنّها عرفت فشلا ذريعا أدى إلى وقوع مشادّات ومظاهرات دامية عرفتها منطقة (Champagne) عام 1911، لأنّ هذه اللجان اكتفت بوضع حدود المجال الجغرافي المؤهل لإنتاج الخمور والمشروبات الكحولية الحاملة لميزة تسمية المنشأ[144].

يلاحظ أن دور هذه اللّجان اقتصر على تحديد المجال الجغرافي الذي يحتضن المنتجات التي تحضى بميزة تسمية المنشأ من دون أن تحدد شروط إنتاج الخمور، الأمر الذي جعل من تسمية المنشأ مجرد إشارة إلى بيان منشأ جغرافي، وأعطت الأفضلية إلى الأصل الجغرافي للمنتجات على حساب النوعية، بل وجعلت منتجات ذات نوعية متوسطة أو رديئة تستفيد من تسمية المنشأ لمجرد وجودها داخل الإطار الجغرافي المحدد، مما أثر سلبا على سمعة هذه المنتجات، وأفرغ تسمية المنشأ من مضمونها وأصالتها.

أعقب فشل المرحلة الإدارية الخوض في تجربة جديدة تمثلت المرحلة القضائية والإدارية. لأنّ فشل القانون المؤرخ في01 أوت 1905 أدى إلى صدور قانون 6 مايو 1919،

141 D. Denis, op. cit., p. 79.
142 Vins et eaux de vie de la Champagne.
143 A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 490.
144 M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 420.

الذي نص على إجراء قضائي والتي أعقبها صدور قانون 6 يوليو 1966 الذي أبقى على قانون 6 مايو 1919 الناص على الإجراء القضائي، وأضاف إلى جانبه إجراء إداريا[145].

لجأت السلطات العمومية إلى السلطة القضائية قصد حماية المنتجين الذين يملكون تسميات منشأ، ومفاد هذا الطرح هو أنه يمكن للشخص استعمال تسمية منشأ مادام يعتقد أن له الحق في ذلك، ولكن يتحمل ما ينجر عن ذلك. يمكن لكل ذي مصلحة سواء كان شخصا منتجا أو نقابة أو جمعية رفع دعوى قصد إنكار على هذا الشخص الذي يدعي بحقه في الاستفادة من استعمال تسمية منشأ.

أوكلت للمحاكم مهمة مزدوجة تمثلت الأولى في تحديد المجال الجغرافي لتسمية المنشأ، أما الثانية فتمثلت في تحديد الشروط التي يجب أن يتوافر عليها المنتج ليحضى بتسمية المنشأ. تؤسس المحاكم تقديرها بناءا على الأعراف المحلية العادلة والمضطردة بالعرف المحلي عندما يمتد إلى المكان جميعه أو كله. ويكون العرف عادلا عندما يكون من يثيره حسن النية؛ ويكون العرف مضطردا عندما يكون قديما وغير متقطع ومستمرا، وبالتالي يمكن للمنتج أن يستفيد من تسمية منشأ بمجرد تصريح، ولذا أصبحت تسمية المنشأ في هذه المرحلة مجرد حق تصريحي، وبتعبير آخر فهو حق قائم إلى أن يثبت العكس.

إذا كان يرجع الفضل لهذا القانون بتكريسه تسمية المنشأ كحق جماعي، فإنه ومن جهة أخرى سرعان ما أظهر قصوره في ميدان الخمور، ذلك أنه إذا كانت عملية تحديد المساحة التي تحتضن تسميات المنشأ فان تحديد الشروط ليست بذات السهولة، فليس بالهيّن على القضاة الإحاطة بنقاط تقنية بحتة هي في الحقيقة الاختصاص الأصيل للتقنيين العارفين بشؤون هذا المجال.

لم تستطع المحاكم تأدية المهمة الموكلة إليها على أكمل وجه وكان الفشل ثانية مآل هذه التجربة، لأنّ المحاكم لم تستقر على مقاييس أو ضوابط ثابتة بل تذبذبت بين الصرامة

[145] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 490.

والتسامح، فكان القاضي أحيانا يشترط توافر ظروف إنتاج صارمة بينما كان يكتفي في جل الأحيان بمراعاة المساحة الجغرافية أو يأخذ بأحد ظروف الإنتاج دون أخرى[146].

يؤخذ على القانون المؤرخ في 6 مايو 1919 على أنه جعل التمتع بتسمية المنشأ مجرد حق تصريحي يتيح المجال لأي منتج في الادعاء بحق التمتع بتسمية منشأ. ثمّ صدر القانون المؤرخ في 6 يوليو 1966 المعدل للقانون المؤرخ 6 مايو 1919 وبناءا على هذا القانون (1966) فإن الاعتراف بتسمية المنشأ يكون بموجب مرسوم صادر عن مجلس الدولة ماعدا المنتجات التي تخضع لنظام خاص.

المبحث الثاني: العلامة وتسمية المنشأ الغير عادية

توجد إلى جانب العلامة العادية وتسمية المنشأ العادية (البسيطة) العلامة المشهورة وتسمية المنشأ المراقبة وتشترك هاتين الأخيرتين في كونهما نظامين لاحقين من ناحيتي النشأة والاعتراف القانوني بهما.

المطلب الأول:العلامة الشهيرة

لم يستطع لا المشرع الجزائري ولا الفرنسي استدراك ما أغفلته المادة السادسة من إتفاقية باريس والتي لم تتضمن أي تعريف للعلامة المشهورة[147]. كذلك هو الحال عند الفقه الجزائري باستثناء جانب قليل منه[148]، بحيث عرف العلامة الشهيرة بأنها" تلك العلامة المعروفة من قبل عدد كبير من الجمهور وليس فقط من قبل المختصين "[149]، وهذا التعريف جاء به كذلك الفقه الفرنسي[150]، كما يقصد بالعلامة ذات السمعة[151]، أو كما يسميها جانب من

---

[146] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 420.

[147] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 223.

[148] ف. زراوي صالح، العلامة الشهيرة في التشريعين الجزائري والفرنسي، مجلة المؤسسة والتجارة، 2006، عدد 2، ص. 9 وما بعدها.

[149] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 223.

[150] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 290.

[151] La marque de renommée

الفقه العلامة ذات السمعة العالية، العلامة التي تعد معروفة خارج وسط المستهلكين الذين يستعملون عادة هذه المنتجات أو الخدمات، فهي معروفة من جمهور أوسع في الوطن وفي بعض الأحيان خارجه، ولذا تتطلب حماية استثنائية[152].

كان جانب من الفقه الفرنسي يعتقد أن هذه المصطلحات ما هي إلاّ مرادفات للعلامة الشهيرة إلى جانب مصطلحات أخرى[153]. تفسر صعوبة وضع تعريف للعلامة الشهيرة إلى صعوبة وضع المعايير التي من خلالها يمكن إعتبار العلامة مشهورة.

إذا كان المشرع الجزائري لم يتناول العلامة الشهيرة في النصوص القانونية السابقة، فإنّه تدارك الوضع، حيث اعترف بالعلامة المشهورة وكرسها قانونا لأول مرة بموجب القانون رقم 2003-06 المذكور أعلاه، سالكا في ذلك مسلك نظيره الفرنسي الذي سبقه في ذلك[154]. فنصّ المشرع الجزائري صراحة عليها في المادة السابعة (7) ثامنا، والمادة التاسعة (9) الفقرة الرابعة من القانون رقم 2003– 06 المذكور أعلاه.

يلاحظ من خلال استقراء النصين القانونيين ثلاث نقاط أساسية: **أوّلا** أنّه استعمل مصطلح علامة مشهورة، **ثانيا** أنه لم يعرف العلامة المشهورة، **ثالثا** أنه حدد في المادة السابعة (7) الفقرة الثامنة شروط رفض التسجيل أو بعبارة أخرى شروط اعتبار العلامة شهيرة وأساس ذلك إمكانية وقوع الخلط، ثم في المادة التاسعة (9) الفقرة الرابعة والسابعة (7) ثامنا من الأمر رقم 2003-06، وهي أحكام مستمدة من المادة السادسة (6) مكرر من إتفاقية إتحاد باريس التي تمنح حماية خاصة للعلامات الشهيرة غير المودعة.

منع القانون الغير من استعمال علامة شهيرة دون رضا صاحب هذه الأخيرة، وأتاح إمكانية استعمالها حسب الشروط المنصوص عليها في المادة السالفة الذكر والمتمثلة أساسا في إمكانية وقوع الخلط وهذا يؤكد حرص المشرع على حماية حق صاحب العلامة من جهة وحماية المستهلك من خطر الخلط واللّبس الذي قد يقع لديه.

---

[152] O. Mendras, Rev, *l'évolution du droit des marques au cours du XXe siecle,* prodimarques, in www.prodimarques.com, N° 29, janvier 2000.

[153] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 290.

[154] بالنسبة للنصوص السابقة والراهنة، انظر ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 222.

تجدر الإشارة إلى أن القانون الفرنسي لم يكن السباق إلى حماية العلامة الشهيرة بصيغة الحماية المكفولة حاليا، فقد كانت إمكانية حماية العلامة الشهيرة متاحة بناءا على قواعد المسؤولية المدنية، أو التعسف في استعمال حق أو كذلك المنافسة الطفيلية[155]، هناك جانب آخر يرى أن هذه الحماية تعود إلى قانون 1964 وبالضبط المادة الرابعة(4) منه التي كرست العلامات الشهيرة. وكان هذا الجانب من الفقه يعتبر بأن العلامة الشهيرة أو العلامة ذات السمعة العالية هي مرادفات تخدم معنى واحد[156].

تعتبر العلامة الشهيرة استثناءا على القاعدة العامة القائلة بواجب إجراءات الإيداع والتسجيل كشرط أساسي للتمتع بالحماية القانونية، ذلك أنّ لصاحب علامة الشهيرة ولو غير مسجلة إمكانية الإعتراض على تسجيل علامة تكاد تسبب ضررا له، غير أنه حري أن حق رفع دعوى حجز التقليد أو دعوة التقليد هو حكر على أصحاب العلامات المودعة. ويتيح القانون لصاحب العلامة الشهيرة اللّجوء إلى رفع دعوى المسؤولية المدنية ضد من استعمل علامة مشهورة لتمييز منتجات أو خدمات ولو غير مماثلة وذلك إذا توفر أحد السببين؛ الأوّل إذا ترتب على هذا الاستعمال إلحاق ضرر بصاحب العلامة، والثاني إذا كان هذا الاستعمال يكوّن استغلال غير مشروع لشهرة العلامة.

يستخلص مما سبق نقطتين أساسيتين الأولى أن الجنحة مقترفة رغم عدم وقوع ضرر لمالك العلامة، أما النقطة الثانية فهي عدم اشتراط توافر الشرطين لرفع الدعوى بل يكفي توافر شرط واحد، وهذا إن دل على شيء فإنّما يدل على الحماية الاستثنائية التي تخضى بها العلامة الشهيرة. وهذه الحماية جاءت أيضا لمواجهة محاولات استرجاع واستغلال السمعة العالية للعلامة المشهورة، ذلك أن اختيار هذه العلامة لم يكن عبثا ولا من باب الصدفة.

والجدير بالذكر، أنّ حماية العلامة الشهيرة في بعض الأحيان تطال حالات وضع العلامة الشهيرة على السلع غير المثلية. لذلك أوجد المشرع الفرنسي في هذا الشأن استثناء على مبدأ التخصيص[157]، ولكن لم يكن موقفه مطابقا تماما للطرح السابق، إذ أنّه اتخذ تفسيرا

[155] ف. زراوي صالح، العلامة الشهيرة في التشريعين الجزائري والفرنسي، مجلة المؤسسة والتجارة، 2006، عدد 2، ص. 14.

[156] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 290.

[157] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 293.

ضيقا لهذا الاستثناء عن مبدأ التخصيص، حيث أنّه إذا كان لصاحب العلامة الشهيرة أن يمنع شخصا غير منافس من استعمال السمة، فإنّه لا يمكنه منعه من استعمال سمات مشابهة لهذه العلامة. وفي الحقيقة فإن المشرع الفرنسي قد أذعن للتوجيهة الأوروبية السالفة الذكر[158]، في اعتماده هذا الرأي مادامت هذه السمات ليست صورة طبق الأصل لعلامة شهيرة ومادام مودعها حسن النية. إنّ مقياس حسن النية من عدمه ماهو إلا إعمال صريح لاتفاقية باريس المؤرخة في20 مارس 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 المادة السادسة (6) ثانيا فقرة (3)[159].

لم يضع المشرع الجزائري ولا الفرنسي معايير لاعتبار علامة ما مشهورة، وأمام هذا الغموض يجب التساؤل حول اعتماد معيار وحيد أو عدة معايير مجتمعة للقول بأن العلامة شهيرة أم لا. فكانت في القدم الشهرة هي ثمرة الأقدمية التي كانت تسمح للمنتج من اختراق شرائح وأوساط عريضة من المستهلكين، كما كانت جودة المنتج تساهم في شهرته، غير أنه في وقتنا الحالي وفي ظل وسائل الإعلام والإتصال وما تتيحه من إمكانيات الدعاية والإشهار وتقنيات الرعاية الإشهارية، مكّنت علامات حديثة النشأة، بل ولا تتمتع بجودة عالية من الحصول على رواج واسع لدى أوساط مختلفة من المستهلكين تجاوزت الحدود الجغرافية للبلدان التي نشأت فيها.

لاحظ جانب من الفقه، أنّ القضاء الفرنسي حدد شهرة العلامة بالنظر إلى أحد الإعتبارات والتي تتمثل في أقدمية الإيداع، أو الإستعمال، أو مدته، أو بالنظر للدعاية وكثرة المنتج (بفتح التاء) في الأسواق وتوزيعه، أو بالنظر إلى تكلفت الدعاية المخصصة لترويجه وما حققته المبيعات من رقم أعمال أو عن طريق سبر الآراء. أما محكمة العدل للمجموعات الأوربية فقد جاءت بطرح آخر، حيث جعلت من درجة التميز مقياسا يقدر به احتمال الخلط بين العلامة المشهورة والعلامة العادية[160].

يستنتج مما سبق أن الجزم بشهرة علامة ما ليس بالأمر الهين، ذلك أنّها مسألة واقع.

---

[158] la directive n° 89/104 C.E.E. du 21 décembre 1988, préc.
[159] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 294.
[160] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 225.

تجدر الإشارة إلى أنّ العلامات الشهيرة قد تصل درجة من الشهرة والسمعة ما يجعلها في أوساط المستهلكين مرادفا لنوع المنتج أو السلعة، ويحدث هذا عندما تلعب العلامة دورها على أكمل وجه وتترك إنطباعا جيدا لدى أوساط المستهلكين الراضين عن نوعية السلعة. غير أنه قيل أنّ " كثرة الشهرة قد تقتل الشهرة "، وهذا ما يصطلح عليه خطر الإبتذال لشهرة مغال فيها أو إنتكاس العلامة (la dégénérescence de la marque)[161]، وهو ما يتناقض مع شرط التميز المشترط قانونا في العلامة مما يفرغها من معناها ويجعلها عاجزة عن تأدية و وظيفتها الرئيسية في تمييز المنتوج مما يؤدي منطقيا إلى تجريدها من الحماية.

ولقد لاحظ جانب من الفقه، أنّ انتكاس العلامة يرجع إلى ظروف اعتباطية إذا كانت خارجة عن إرادة صاحب العلامة وهنا تكون ظاهرة موضوعية، كما قد تكون ظاهرة شخصية إذا كان لصاحب العلامة يد في ما أصاب العلامة من انتكاس وذلك من خلال تصرفات تكشف عن سعيه المعلن أو المبيت للتجلي عن العلامة[162].

يرى جانب من الفقه أنه يجب الإبقاء على العلامة حفاظا على مصلحة صاحب العلامة الذي لم يدخر جهدا لتمكين العلامة من تأدية دورها على أكمل وجه لتبلغ سمعة ورواجا واسعين والذي لم يتوانى في الدفاع عن حقوقه[163]. كما لاحظ أنّ المشرع الجزائري كان قد تطرق في إطار القانون رقم 2003-06 المذكور أعلاه للعلامة الشهيرة، فإنه قد أغفل إشكالية انتكاسها؛ ولكن يختلف الأمر بالنسبة للمشرع الفرنسي، الذي تصدى لهذه الإشكالية صراحة، حيث نص على أن :" يتعرض صاحب العلامة لسقوط حقوقه إذا كانت علامته قد أصبحت بسبب فعله التعيين العادي للمنتوج أو الخدمة في الميدان التجاري "[164]

المطلب الثاني: تسمية المنشأ المراقبة

[161] ف. زراوي صالح، نفس المرجع السابق. ص. 228.
[162] [162] ف. زراوي صالح، المرجع نفسه. ص. 228.
[163] ف. زراوي صالح، المرجع نفسه. ص. 229.
[164]V. Art.L.714.6(a)C.fr.propr.intell.: « encourt la déchéance de ses droits le propriétaire d'une marque devenue de son fait la désignation usuelle dans le commerce du produit ou du service. »

إنّ تكريس تسمية المنشأ قانونيا في فرنسا يفرض استثناءا معالجة هذه النقطة، وذلك بالتطرق للنظام القانوني لتسمية المنشأ في فرنسا ثم للنظام القانوني لتسمية المنشأ في الجزائر، وهذا حتى يتسنى القيام بإسقاط على الوضع القائم في الجزائر.

جاء المرسوم المؤرخ في 30 يوليو 1935[165] ، ليضع حدا للخطر الذي كان يتهدد تسميات المنشأ وما يترتب عن ذلك من إمكانية زوال عنصر هام من الإرث الثقافي الفرنسي. وهو ما يعرف بمرحلة الإجراء الإداري التقني (المهني) تم إثره الإعتراف بست وثلاثين (36) منتجا (بفتح التاء) يحمل تسمية منشأ. أعقب ذلك صدور القانون المؤرخ في 06 يوليو 1966 رقم 66-482 معدلا للقانون المؤرخ في 06 مايو 1919[166]، جاء تكريس تسميات المنشأ بناءا على مرسوم صادر عن مجلس الدولة يطبق هذا القانون على المنتجات ما عدى تلك الخاضعة لنظام قانوني خاص[167].

أحدث المشرع الفرنسي القطيعة مع الأنظمة السابقة بتكريسه لنظام تسميات المنشأ المراقبة بإصداره لقانون 02 يوليو 1990 بتحديد مرحلة انتقالية تصبح فيها تسميات المنشأ البسيطة في الميدان الزراعي كلها تسميات منشأ مراقبة بحلول الفاتح يوليو 1995 باستثناء تسميات منشأ الخمور ذات النوعية العالية، وتسميات المنشأ الخاصة بمحافظات ما وراء البحار التي تحتفظ بوضعها القانوني[168].

أعطى هذا القانون لكل تسميات المنشأ التي تم الإعتراف بها قبل صدور هذا القانون مهلة خمس سنوات لتصبح مراقبة وإلاّ أصبحت ملغاة بعد مرور هذه المهلة. بالمقابل كرست كتسميات منشأ مراقبة[169] المنتجات التي كانت خاضعة لنظام خاص والمتمثلة في الخمور والجبن[170].

كما تدخّل المشرع الفرنسي بموجب قانون الفاتح يوليو1990، فحدد الإطار القانوني لنظام تسميات المنشأ بوضع شروط للتمتع بتسمية المنشأ المراقبة بعد المطابقة لتعريف تسمية

[165] D. Denis, op. cit., p. 51.
[166] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 290.
[167] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 421.
[168] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 421.
[169] D. Denis, op. cit., p. 51
[170] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 421.

المنشأ؛ امتلاك سمعة مرسخة، أن تكون محل إجراءات اعتماد، وأن يتم الإعتراف بها من قبل المعهد الوطني لتسميات المنشأ.[171]

يتمثل مضمون تسمية المنشأ المراقبة في النقاط الأربعة الآتية؛ أولا إن تسمية المنشأ هي تسمية تشير إلى مصدر منتج ما، وهي مراقبة، وتختلف عن التسميات المشابهة لها. يمكن إنطلاقا من هذه النقاط الأربعة الإحاطة بمفهوم تسمية المنشأ المراقبة.

يقصد بكونها تسمية أن تسمية المنشأ المراقبة هي أولا وقبل كل شيء تسمية بمعنى اسم، ومن ثمة فهي إشارة مميزة تهدف إلى تمييز المنتج عن مثيله من المنتجات، بيد أنه وعلى النقيض من العلامة لا يمكن احتكار هذا الاسم وتملكه ذلك أن الإعتراف لشخص بحق التمتع بتسمية المنشأ المحمية يخول له فقط إستعمال هذه التسمية مع الملاحظة إلى أن هذه الإستفادة غير مطلقة من حيث الزمن لأن الإستفادة من التسمية تخضع لمراقبة صارمة من قبل السلطة العامة. أما النقطة الثانية هي المصدر الجغرافي الذي تشير إليه التسمية وهذا ما يكون في أغلب الأحيان لكن ليس كلها، إذ يمكن إستعمال تسمية مبتكرة.

إنّ استعمال اسم جغرافي للإشارة إلى مكان معيّن يمثل قاعدة قد ترد عليها إستثناءات مثل تسمية (Muscadet)، أو على سبيل المثال تسمية منشأ (le Beau fort) التي تغطي محافظتي (Haute Savoie et Savoie)، ومن هذا المنطلق، فإنه لا يمكن الإعتماد بشكل مطلق على تسمية المصدر الجغرافي للجزم بمعرفة مصدر تسمية منشأ ما. كما أن تحديد المجال الجغرافي محدد بشكل دقيق من طرف السلطة الإدارية وهذا حسب المنتج فقد تكون لمحافظة أو لبلدية، إن للإسم الجغرافي مجرد بعد إرشادي، فقط فنجد مثلا أن بوردو هي تسمية منشأ مراقبة مع أنه لا توجد في هذه البلدية زراعة كروم منذ زمن علما بأن تسمية منشأ "بوردو" (Bordeaux) محدد بمحافظة "لاجيروند" (La Gironde) [172].

عمل المشرع الجزائري على وضع نصوص قانونية تشكّل نظاما قانونيا مشابها تقريبا لنظام تسميات المنشأ المراقبة الفرنسية، وقد يفسر ذلك بسعيه لمخاطبة المستهلكين

[171] Institut national des appellation d'origine.
[172] D. Denis, op.cit., p. 81.

الأجانب على وجه الخصوص، بإعتبار المنتجات الخاضعة لهذا النظام الإستثنائي موجهة في أغلبها إلى التصدير على غرار الخمور.

شكّل الأمر رقم 68-70 المؤرخ في 21 مارس 1968 المتضمن إحداث وتنظيم معهد الكروم والخمور[173]، نقطة البداية لهذا النظام الغير عادي لتسميات المنشأ في الجزائر فهو يكاد يحاكي المعهد الوطني لتسميات المنشأ في فرنسا، ليشكل بذلك الوجه المؤسساتي لهذا النظام محليا، ثم الأمر رقم 70-55 المؤرخ في أوّل أوت 1970 المتضمن تنظيم الخمور الجيّدة[174]، إلى جانب عدة نصوص قانونية أخرى أريد من خلالها وضع الآليات[175] والوسائل الكفيلة بتأطير نظام تسميات المنشأ المضمونة، بالإضافة إلى تحديد الشروط الواجب توافرها في كل تسمية منشأ مضمونة على غرار المرسوم رقم 70-189 مؤرخ في أوّل ديسمبر سنة 1970 يتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية " كروم معسكر"[176]، فنصّت المادة الاولى (1) مثلا من هذا المرسوم على مايلي: " تستحق حمل التسمية الأصلية المضمونة التي عنواناها " كروم معسكر " الخمور المستخرجة فقط من عنب الأراضي الواقعة في مساحة الإنتاج المحدد بالملحق الموضوع من قبل معهد الكروم والخمور والمستكملة للشروط المعينة في هذا المرسوم. ". ويلاحظ أنّ باقي المواد[177] ما هي إلاّ تعداد لشروط التمتع بهذه التسمية الأصلية المضمونة*. وفي الأخير يمكن القول أنّ نظام تسميات المنشأ في الجزائر أيضا يعرف تنوعا بوجود تسميات المنشأ البسيطة إلى جانب تسميات المنشأ الأصلية المضمونة.

الفصل الثاني: تشابه العلامة والتسمية من حيث الإجراءات والانقضاء

[173] ج.ر. 05 أفريل 1968، عدد 28، ص. 394.
[174] ج.ر. 14 أوت 1970، عدد 69، ص. 1002.
[175] المرسوم رقم 70-112 المؤرخ في أوّل اوت 1970 المتضمن تشكيل لجنة لإختيار الخمور ومنتجات الكروم والخمور، 14 أوت 1970، عدد 69، ص. 1014.

[176] ج.ر. 08 ديسمبر 1970، عدد 102، ص. 1531.
[177] على وجه الخصوص المادة الثانية التي تحدد أنواع الاغراس، والمادة الخامسة التي تشترط وجوب استكمال بعض القواعد التحليلية كدرجة الكحولية المكتسبة مثلا، من المرسوم رقم 70-189 المذكور أعلاه.
* بالنسبة لكافة النصوص المتعلقة بالخمور، راجع ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 444.

أحد القواسم المشتركة بين العلامة والتسمية، هو الطابع الإجرائي الذي تتصفان به، بالإضافة إلى أن الحق في ملكيتهما يعرف نشأة أو ميلاد أو كما يعرف احتمال انقضاء، ونطاقا من ناحية الزمن.

يتعدى التشابه كونه مجرد تشابه من حيث المبدأ، أي في النشأة والانقضاء، بل إنّه كذلك تشابه في الهيئة المختصة التي تتم على مستواها إجراءات هذا التسجيل بالإضافة إلى تشابه المراحل الإجرائية، من إيداع، تسجيل ونشر، ذلك أن الحق في ملكيتهما لا ينشأ بمجرد الاستعمال، أو بمجرد توافر الشروط الموضوعية، بل يجب للتمتع بالحق في العلامة أو التسمية استكمال الإجراءات السالف ذكرها كقاعدة عامة يرد عليها استثناء يتعلق على وجه التحديد بالعلامة الشهيرة[178].

الفرع الأول : تشابه العلامة والتسمية من حيث نظام التسجيل

تتصف الملكية الصناعية على وجه العموم بأنها حقوق تنشأ عن طريق الإيداع[179]، وبتعبير آخر فإنّ ميلاد الحق في أي عنصر من عناصر الملكية الصناعية يثبت لصاحبه بالإيداع لا بالاستعمال فقط، لأنّ هذا الأخير لا يكفل لصاحبه الحماية القانونية اللازمة لدفع تعدي الغير، أو حتى الاحتجاج بملكية الحق. ومن ثم بإمكانية التصرف فيه، وباعتبار أن العلامة والتسمية تنتميان إلى الملكية الصناعية فإنهما لا تسلمان من قاعدة الإجرائية الواجبة لنشأة الحق، وميلاده والآثار المترتبة على هذه النشأة لاسيما منها تلك المتعلقة بإثبات الحق، وإمكانية الالتجاء إلى القضاء لحمايته[180] هذا علاوة على إمكانية الاحتجاج بأولوية الإيداع[181]. يخضع تجديد التسجيل هو الآخر للإجرائية هذا من ناحية نشأة الحق، أو ميلاده، أو حتى إعادة بعثه (أي تجديد التسجيل) واقترانهما بواجب احترام الإجراءات التسجيل.

---

178 المادة الخامسة الفقرة الثانية، والمادة السادسة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

179 المادة الخامسة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، وفيما يخص التسمية المادة الثالثة من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

180 المادة الثامنة والعشرون من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، و فيما يخص التسمية المادة التاسعة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

181 المادة الخامسة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، و فيما يخص التسمية المادة الواحدة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

كخلاصة جزئية، يمكن القول أن التشابه هو في أوّل الأمر من ناحية المبدأ، والهيئة المختصة، والإجراءات (إيداع وتسجيل و نشر).

إنّ الحديث عن ميلاد الحق يدفع إلى التساؤل عما إذا كانت لهذا الحق نهاية أو بتعبير أصح انقضاء. وبالفعل فقد يكون لهذا الحق نهاية، كمبدأ، رغم الاختلاف النسبي لأسبابه المنجر عن الاختلاف الموجود بين العلامة والتسمية من حيث الجوهر. وعلى كل فإنّ إمكانية الانقضاء واردة وتشكل نقطة تقاطع أخرى مشتركة بين العلامة والتسمية.

المبحث الأول : تشابه العلامة والتسمية من حيث إجراءات التسجيل

تكفّل المشرع الجزائري بوضع الأحكام القانونية التي تنظم الإجراءات الخاصة بالإيداع، التسجيل، والنشر، وهي أحكام تتسم بالدقة والوضوح وتعكس مدى الاهتمام البالغ الذي يوليه القانون لهذه المسالة. وتجدر الإشارة إلى أن القوانين المنظمة للملكية الفكرية تتسم بالطابع الإجرائي ذلك أنّ التمتع بالحق فيها مرهق لصاحبه. كما أنّ هذه الإجراءات تكاد تكون نفسها، عند العلامة والتسمية.

المطلب الأول: تشابه العلامة والتسمية من حيث شرط التسجيل

يمثّل الإيداع أول إجراء، ويقصد به في مدلول المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005، لاسيما في المادة الثالثة (3)، والرابعة(4)، وكذا الثانية (2) من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، ذلك الطلب الرامي إلى تسجيل علامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية على أن يرفق هذا الطلب بالملف المحدد في المادة الرابعة (4) من المرسوم التنفيذي رقم 05-277.

يمكن أن يتم بالتسليم أو بالإرسال عن طريق البريد، أو بالإرسال عن طريق البريد، أو بأية وسيلة آخرى مناسبة تثبت الاستلام، ويثبت طلب التسجيل هو الأخر بنسخة منه تسلم أو ترسل إلى المودع، أو وكيله تحمل تأشيرة المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع. من خلال تحليل هذا التعريف، واستقراء أحكام المرسوم

التنفيذي رقم 05-277 يمكن التوصل إلى عدة نتائج، واستخراج عناصر هذا الإيداع المتمثلة في معرفة أشخاصه، هدفه، وموضوعه، طرقه (وسائله)، عنوانه أي المصلحة المختصة، ثم الملف المرفق بالطلب .

بداية يجب الحديث عمّن يحق له تقديم طلب تسجيل العلامة، والإجابة عن هذا التساؤل موجودة في نص المادة الثالثة (3) في فقرتها الثانية من المرسوم رقم 05-277 المذكور أعلاه، التي تتيح طلب التسجيل إلى من يسعى لتملكها، مباشرة أو بواسطة وكيل عنه. وكان يستحسن لو أنّ المشرع استخدم عبارة أخرى غير (المودع) للدلالة على من يسعى لملكية العلامة وكان أقرب للمنطق استعمال عبارة من يسعى إلى اكتساب الحق على العلامة، لأنّ في الحقيقة حتى الوكيل هو مودع، أو استعمال عبارة من يدعي أحقيته بالعلامة، ولو أنّ استعمال هذه العبارة قد يوحي إلى وجود من ينازع المدعي بالحق.

يلاحظ أن الحضور الشخصي لمن يسعي لاكتساب حق على العلامة ليس ضروريا، سواء كان مقيما في الجزائر، أم لا، مما لا يتيح له في هذه الحالة الأخيرة إلاّ إمكانية واحدة لإيداع العلامة تتمثل في تعيين من ينوب عنه في ذلك، شريطة أن يكون هذا الأخير جزائريا حاملا يوم طلب التسجيل العلامة وكالة مؤرخة وممضاة، تحمل اسم الوكيل وعنوانه.*

يتم الإيداع لغرض تسجيل العلامة ومن ثم اكتساب الحق عليها، ويتأتى ذلك بحضور صاحبه، أو من ينوب عليه إلى الهيئة المختصة، أو بإرسال طلبه عن طريق البريد بواسطة رسالة موصى عليها مع العلم بالوصول، أو أية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام. ويخضع الإيداع إلى واجب احترام شروط من ناحية الشكل، وأخرى من ناحية المضمون، تولى مهمة فحص ملف الإيداع للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

نصّت المادة الرابعة (4) من ذات المرسوم على عناصر الملف البالغ عددها الأربعة، وتتمثل في طلب التسجيل، الذي يحرر في الاستمارة الرسمية، وهي إشارة نموذجية صادرة عن المصلحة المختصة وتتضمن اسم المودع وعنوانه ثم صورة العلامة مع احترام مقاسا معينا لا يتعدى الإطار المحدد في الاستمارة، على أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة إذا

* المرسوم التنفيذي رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008، المتضمن تعديل وتتميم المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 أوت2005 يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج.ر. 16 نوفمبر 2008، عدد 63، ص. 13.

كان لون هذه الأخيرة عنصرا جوهريا. ثم تضيف المادة الرابعة (4) كعنصر أخير وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة، وتجدر الإشارة أيضا إلى أن المادة الثانية (2) من ذات المرسوم التنفيذي، أضافت شرطا أخرا يتمثل في تحديد الأصناف القابلة للتعين، للسلع والخدمات .

وتنحصر الشروط ما بين المواد (4) إلى (7) من ذات المرسوم، يترتب على عدم استيفائها، منح المصلحة المختصة مهلة شهرين للمودع لمعالجة النقص قد تضاف له مهلة مماثلة بناء على طلب معلل من صاحبه، وإذا لم يستغل هذه المهل لمعالجة النقص، فان المصلحة المختصة ترفض التسجيل من دون أن ترد الرسوم المدفوعة. بعد اجتياز عقبة الشروط الشكلية، فانه يجب كذلك تخطي عقبة الشروط الموضوعية المتمثلة في انتفاء وجود سبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة السابعة (7) من الأمر رقم2003-06 المذكور أعلاه، وعندها فقط تقوم المصلحة المختصة بتسجيل العلامة.

ترتيبا على ما سبق، فانه لا يمكن تسجيل سمة، لا يتوافر فيها التميز، أو المشروعية، وفي هذه الحالة يبلغ المودع ويطلب منه تقديم توضيحات في مهلة شهرين قابلة للتجديد بمهلة مماثلة بناء على طلب معلل منه. تطبق هذه القاعدة على كافة فقرات المادة السابعة (7)، ما عدا الفقرتين الثامنة (8) والتاسعة(9) منها، واللّتان تنصّان على إمكانية إحداث اللّبس والتشابه، فانّ الهيئة المختصة تراعي في تقديرها للتشابه الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق.

يستهل الحديث عن إيداع التسمية بالإشارة إلى أن إيداع العلامة ينشئ العلامة والحق عليها، فتنشأ لأنّها لم تكن موجودة وهذا منطقي، وينشأ الحق على العلامة متيحا لتطبيق أحكام النظرية العامة للحق خصوصا فيما يتعلّق بالسلطات التي تمنح للمودع للإستئثار بها. غير أنّ إيداع التسمية فهو أحد أمران، إمّا نشوء الحق عليها وهذا ما يميز التسمية عن العلامة في هذه الوضعية الأولى، كما يقدم إيداع تسمية حتى يستفيد منتج (بكسر التاء) من استعمال تسمية على منتجه إذا كان هذا الأخير يستجيب للشروط المحددة للتسمية المراد إيداع طلب لتسجيلها، وهذا راجع للطابع الجماعي للتسمية .

قبل الخوض في الإجراءات الواجب استكمالها، حري بالذكر أنّ التسمية، يمكن أن تحدث كما نص عليه الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 مثل ما ورد في مادته الثانية(2) بناءا على طلب[182].

يمكن من خلال قراءة هذه المادة إبداء عدة ملاحظات منها ما هو ذو طابع شكلي، وأخرى ذات طابع موضوعي. وأوّل ملاحظة تتعلق بالناحية الاصطلاحية، لاستعمال عبارات " مؤسسة منشأة قانونا "، " كل شخص طبيعي أو معنوي ". فيلاحظ على وجه الخصوص أن الصياغة التشريعية تتراوح ما بين التعميم والتخصيص، يتجسد التعميم في استعمال عبارة " مؤسسة منشأة قانونا "[183]، من دون التفصيل بشأن هذه المؤسسة فلا شكلها ولا موضوعها محل اعتبار بل يكفي أن تكون منشاة بصفة قانونية، أضيف شرط أخر وهو أن تكون مؤهلة لهذا الغرض ضمن المادة العاشرة (10) في فقرتها الثانية من الأمر رقم 76-65 السالف الذكر، وعلى النقيض مما سبق، فإنّ المشرع كان دقيقا بدليل استعماله لعبارة " كل شخص طبيعي أو معنوي ".

أما الملاحظات الموضوعية، فتمثل في تساؤل حول التناقض الموجود بين الفقرتين الثانية والثالثة، إذ أنّ الفقرة الثانية تفرغ الثالثة من معناها، لأنّ المؤسسة المنشاة قانونا قد لا تمارس نشاط منتجا (بكسر التاء) في المساحة الجغرافية المقصودة لكنّها وبالرغم من ذلك يمكنها تقديم طلب بإحداث تسمية منشأ. وعبارة "مؤهلة لهذا الغرض"، الواردة في الفقرة الثانية من المادة العاشرة (10) من الأمر رقم 76-65 ليست حاسمة لرفع هذا الغموض والتناقض الموجود بين الفقرتين، أم هي إشارة إلى إمكانية متاحة لكيانات قانونية غير

---

[182] المادة الثانية من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه نصّت على ما يلي: :" تحدث تسميات المنشأ بناء على طلبات الوزارات المختصة وذلك بالاتفاق مع الوزارات المعنية الأخرى وكذلك بناء على طلب :

- كل مؤسسة منشاة قانونا. أو،

- كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط منتج (بكسر التاء) في المساحة الجغرافية المقصودة.

وتسري على المنتجات التي تحدد جودتها أو مميزاتها تبعا لطريقة إنتاجها أو الحصول عليها، بموجب نصوص تشريعية أو تنظيمية متخذة بناء على طلب الوزارات أو المؤسسات أو الأشخاص المشار إليهم في الفقرة السابعة."

[183] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 371.

المذكورة في الفقرات 1-3 على نظير النقابات المهنية المتخصصة مثلا. وإدراكا من المشرع بالنقص الذي يشوب المادة الثانية (2) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، فانّه تدخّل لسد هذا النقص في المادة العاشرة (10)[184]من نفس الأمر.

وعلى كل، فان هاتين المادتين حددتا وعلى سبيل الحصر لا المثال من يحق لهم طلب إحداث وإيداع طلب بتسجيل تسمية، فيحق لأي وزارة وأيّا كان اختصاصها طلب إحداث تسمية منشأ، أو إيداع طلب بتسجيله، ويتم ذلك بصفة منفردة منها أو بالاتفاق مع وزارة أخرى عند الاقتضاء، كما يحق لكل مؤسسة منشاة قانونا (ومؤهلة لهذا الغرض).

يتمتّع الأشخاص على اختلاف طبيعتهم بنفس الحق، فيستوي الأمر في نظر المشرع كما جاء به جانب من الفقه،[185] أن يودع الطلب من قبل شخص طبيعي أو معنوي، شريطة أن يمارس نشاط منتجا (بكسر التاء) في المجال الجغرافي المقصود. وهذا ما يتطابق تماما مع الطابع الجماعي للتسمية، فلا يمكن لشخص أن يحتكر استعمال تسمية منشأ لوحده، بل يمكن استعمالها من قبل كل من يمارس نفس النشاط المنتج (بكسر التاء) في نفس المساحة شريطة احترام الشروط المنظمة الخاصة بهذه التسمية لا سيما المتعلقة بالنوعية وطريقة الإنتاج.

لم تقم المادة العاشرة (10)، بتكملة المادة الثانية (2) فحسب، بل إنها أضافت جهة أخرى يمكن لها طلب تسجيل التسمية، وتتمثل فيما نصّت عليه في فقرتها الأخيرة بقولها :"... كل سلطة مختصة ".

يخضع إيداع طلب تسجيل تسمية منشأ لشروط شكلية وأخرى موضوعية. وتكفّل المرسوم التنفيذي رقم 76-121 المذكور أعلاه، بتحديد إجراءات الإيداع التسجيل والنشر، بتكملتها وتوضيحها بأكثر دقة بعدما أشار إليها الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

---

[184] المادة العاشرة من الأمر 76-65 المذكور أعلاه جاء فيها مايلي: " يمكن أن يودع طلب التسجيل لتسمية المنشأ باسم :

- كل مؤسسة منشاة قانونا ومؤهلة لهذا الغرض،

- كل شخص طبيعي آو معنوي يمارس نشاط منتج (بكسر التاء) في المساحة الجغرافية المقصودة

- كل سلطة مختصة "

[185] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 371.

يتم إيداع طلب التسجيل تسمية منشأ وطنية من طرف المواطنين فقط[186]، الذين يمكنهم القيام بالإيداع مباشرة بالتقديم إلى المصلحة المختصة[187] أو عن طريق البريد برسالة موصى عليها مع العلم بالاستلام، أمّا تسميات المنشأ الأجنبية، فلا يمكن أن يودع طلب بقصد تسجيلها في الجزائر إلا بواسطة ممثل جزائري مقيم في الجزائر يسلم هذا الطلب إلى المصلحة المختصة[188].

ويحرّر طلب التسجيل على الاستمارة النموذجية الموضوعة من قبل المصلحة المختصة[189]، ويمكن الحصول عليها بالتقرب منها مباشرة، أو بتحميلها عن طريق الموقع الالكتروني للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي يقدم إلى جانب ذلك خدمات أخرى تتعلق بالملكية الصناعية في الجزائر[190]. ويلاحظ أن عملية الإيداع القانوني بصفة عامة في البلدان الأوروبية أصبحت مبسطة للجمهور عن طريق استعمال المواقع الالكترونية على غرار ما هو موجود في فرنسا مثلا[191].

يودع الطلب من أربع نسخ، تحمل أوّل نسخة كلمة "أصل "[192]، مع إلزامية تضمين هذا الطلب عدة بيانات، فإذا كان المودع شخصا طبيعيا يجب ذكر لقبه واسمه الشخصي وصفته وعنوانه، ويجب في حالة تقديم طلب من قبل الشخص معنوي ذكر نشاطه، عنوانه ومركزه الرئيسي، وفي حالة تفويض ممثل للقيام بالإيداع، فيجب فضلا عن بيان اسمه ولقبه ومهنته وعنوانه، تضمين الطلب بما يبين تفويضه لهذا الغرض، إلى جانب ذكر تسمية المنشأ محل إجراء الإيداع والمساحة الجغرافية الواقعة فيها، وتعداد تفصيلي للمنتجات التي تشملها تسمية المنشأ. ثم يجب بيان النصوص المنظمة لهذه التسمية، تشريعية كانت أو تنظيمية الصادرة بغرض إحداثها وكذا تحديد شروط إنتاجها أو الحصول عليها بناء على مبادرة الوزارات، المؤسسات المنشاة قانونا والمؤهلة لهذا الغرض، والأشخاص الممارسين لنشاط منتج (بكسر التاء) داخل الإطار الجغرافي الذي يحتضن تسمية المنشأ، زيادة على بيان مبلغ الرسوم

186 المادة الخامسة من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
187 المادة الثالثة من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
188 المادة الثامنة من المرسوم التنفيذي رقم 76-121 المذكور أعلاه.
189 المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 76-121 المذكور أعلاه.
190 V. INAPI-législation.url
191 V. www.inpi.fr
192 المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 76-121 المذكور أعلاه.

وطريقة دفعها وتاريخه ورقم سند الدفع ثم تاريخ طلب التسجيل وتوقيعه، مع تبيان اسم وصفة الممضي[193].

يجب أن يرفق الملف في كل الأحوال بنسخة عن النصوص الواردة في المادة الحادية عشر (11) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، وعند الاقتضاء قائمة لمستعملين تسمية المنشأ وتفويض الممثل إذا اعتمد عليه في القيام بالإيداع.[194]

يخضع ملف إيداع طلب التسجيل للفحص من قبل المصلحة المختصة، تتحرى من خلاله عما إذا كانت للمودع صفة في إيداع الطلب، وعن إدراج جميع البيانات المنصوص عليها في المادة الثانية (2) في الطلب. ثم تتأكد من استيفاء الرسم القانوني. فإذا اجتاز الملف بنجاح هذه المرحلة، فإنّ المصلحة المختصة تتأكد من أن التسمية المودع طلب بتسجيلها لا تشكل حالة من الحالات المنصوص عليها في المادة الرابعة (4) من الأمر رقم 76-65 [195]، إذ لا يمكن حماية تسمية منشأ تخرج عن التعاريف المبينة في المادة الأولى (1) من ذات الأمر، بمعنى أنّها لا تمثل تسمية استنادا إلى هذا الأمر التسميات المحظورة، التسميات المشتقة من أجناس المنتجات، والتسميات المخالفة للنظام العام والآداب الحسنة، فإذا وجدت أحد هذه الحالات رفض التسجيل[196]. أمّا في الحالات الأتي بيانها فان المصلحة المختصة تمهل للمودع مهلة شهرين لاستدراك النقص وهي :

- حالة وجود نقص في البيانات المدعمة المطلوبة،

- حالة عدم عمل الوثائق المدعمة للطلب أو في حالة نقصها،

- حالة عدم تغطية التسمية لتمام المساحة الجغرافية،

- حالة كون التسمية لا تشمل كل المنتجات المبينة في الطلب.[197]

193 المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 76-121 المذكور أعلاه.
194 المادة الثالثة من نفس المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه.
195 المادة الثالثة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
196 المادة الخامسة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
197 المادة الرابعة عشر من نفس الأمر المذكور أعلاه.

تجدرالإشارة إلى أنّ تسميات المنشأ الوطنية يمكن أن تكون محل إيداع دولي بناء على طلب المعنيين[198].

لا يختلف موقف المشرع الفرنسي عن ما أخذ به نظيره الجزائري في ميدان تسميات المنشأ من ناحية مبدأ التسجيل وإخضاع اكتساب الحق على التسمية لاستكمال إجراءات معينة، لاسيما قصد إحداثها وتسجيلها. غير أن المشرعان افترقا في أن المعهد الوطني لتسميات المنشأ في فرنسا هو المصلحة المختصة بالصلاحيات المتعلقة بتسميات المنشأ، بما في ذلك منها تلك المتعلقة بإيداعها، تسجيلها، ونشرها، بل إنّ لهذا الأخير أيضا دورا دوليا في مجال ترويج تسميات المنشأ والدفاع عنها[199]. كما أنّ التركيبة البشرية لهذا المعهد تعكس تجذّر ثقافة تسمية المنشأ في فرنسا. واقع يعكسه كذلك الكم الهائل من النصوص المنظمة[200]، وكذا عدد التسميات المنشأ الموجودة في فرنسا، وتنوع مجالاتها لا لتسمية المنشأ فحسب بل للبيانات الجغرافية بصفة عامة.

إنّ مرحلة التسجيل هي المرحلة التي تلي مباشرة عملية فحص ملف الإيداع[201]، إذا كان هذا الأخير مكتملا وغير مشوب بأي نقص أو عيب، والتسجيل نوعان، فقد يكون تسجيلا جديدا، وهو النوع الذي تناولته الدراسة السابقة، كما قد يكون تجديد التسجيل بحكم أن للتسجيل مدى من حيث الزمن يمتد إلى عشر سنوات و تصلح هذه القاعدة بالنسبة للعلامة[202] والتسمية[203] معا. ولدواعي منهجية تقتضيها طبيعة موضوع البحث وخطة معالجته، يؤّجل البت في دراسته لاحقا عند البحث في تجديد التسجيل وحدوده.

يعرّف التسجيل التكريس القانوني لملف مودع الذي يكون بهذا الغرض قد استوفي الشروط المنصوص عليها قانونا، يسري مفعوله لمدة عشر سنوات ابتداء من تاريخ الإيداع

198 المادة الخامسة عشر من المرسوم التنفيذي رقم 76-121 المذكور أعلاه. و المادة السابعة من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

199 V. en ce sens le role de l’institut national des appellations d’origine contrôlée, www.inao.gouv.fr, v. aussi D. Denis, op. cit., p. 80.

200 بالنسبة للنصوص القانونية المتعلّقة بتسميات المنشأ في فرنسا، راجع ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 348.

201 المادة السادسة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

202 المادة الخامسة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

203 المادة السابعة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

يختص باتخاذ هذا القرار مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[204]، قبل أن يتم قيد السمة المسجلة علامة كانت أو تسمية في سجل خاص، تذكر فيه جميع السمات المسجلة، ويمكن الحصول عليه مقابل دفع رسوم، ثمّ تسلّم شهادة التسجيل بموجب هذا القرار. يمكن تعريفه أيضا، بأنّه الرد الايجابي على طلب التسجيل المودع لدى المصلحة المختصة، مجسّدا في القرار المتخذ من قبل مديرها بعد فحص الملف والتأكد من توافر جميع الشروط الموضوعية والشكلية، ويمتد التسجيل إلى عشر سنوات انطلاقا من يوم الإيداع. يتبع ذلك قيد السمة محل قرار التسجيل في سجل خاص تمسكه المصلحة المختصة[205]، ويوضع في متناول الجمهور مقابل دفع رسوم وتسلم شهادة لصاحب التسجيل تثبت ذلك.

بتحليل هذين التعريفين يمكن استخراج عدة عناصر. تتمثل في كون التسجيل قرار، وهو من اختصاص مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية. كما أنّه يسري انطلاقا من تاريخ الإيداع لا من التسجيل[206]، ولمدة عشر سنوات (10)، وهذا راجع لأنّ عملية فحص الملف قد تأخذ وقتا من المصلحة المختصة لما لهذه العملية من أهمية بالغة، وحرصا على صيانة حقوق المودع من محاولات الغير سيئو النية الذين قد يغتنمون هذه الفترة للقيام بإيداع نفس السمة، ويتعلق الأمر على وجه الخصوص بالعلامة وما يترتب عن ذلك من إمكانية المطالبة بالأولوية عليها[207].

يمكن من خلال التعريفين السابقين، وكذا استقراء النصوص التنظيمية على وجه الخصوص، التوصل إلى نتيجة مفادها التلازم الموجود بين تسجيل الهيئة للسمة كعلامة أو تسمية وبين نشرها، ومرد ذلك إلى أن الهيئة المختصة ملزمة بعد قبول طلب التسجيل بإشهاره، ولكن ورغم الترابط الموجود بين التسجيل والنشر إلا أنهما مرحلتين منفصلتين، تجسد الأولى ميلاد الحق بينما الثانية إشهاره وإعلانه.

---

[204] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 238.
[205] المادة الثامنة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
[206] المادة الخامسة فقرة 2 من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.
[207] المادة السادسة فقرة 2 من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

ويقصد بالنشر العملية الرامية إلى إشهار الإيداع، عبر النشرة الرسمية التي تمسكها الهيئة المختصة، التي تتمثل في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[208]، بالإعلان عن تسجيل العلامة على مستواها وذلك بواسطة النشرة الرسمية للعلامات. الجدير بالذكر، هو أن جانب من الفقه الجزائري[209] ينتقد الوضع القائم في هذا السياق، لكون النشرة الرسمية للإعلانات القانونية التي يمسكها المركز الوطني للسجل التجاري، يختص في أحد أقسامها الأربع، ببيان مختلف النشرات التنظيمية المتعلقة بالعمليات التي تؤثر على هذه الحقوق كتسجيلها مثلا[210]، ويجد هذا النقد أساسه في كون المركز أصبح غير مختص في هذا المجال.

أمّا نشر تسجيل التسمية تقوم به المصلحة المختصة، بقصد إشهار إيداع تسمية منشأ على مستواها، ويتم ذلك في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، ونصت الفقرة الثانية من المادة التاسعة (9) من المرسوم رقم 76-121 على أن يوضع سجلا لتسميات المنشأ المسجلة تحت تصرف الجمهور مجانا، ونصت على مثل ذلك المادة الثامنة عشر (18) من الأمر رقم 76-65، ولكن هذه المادة أضافت في فقرتها الثالثة أحكاما أخرى تتعلق بفتح المجال لأي شخص بأن يحصل على نسخ، أو ملخصات للتسجيلات، في مقابل دفع الرسوم المستحقة لهذا الغرض، وهذا يناقض ما جاءت به المادة الحادية عشر (11) من المرسوم رقم 76-121، باشتراطها توافر المصلحة المشروعة في طلب الحصول على نسخة عن كل وثيقة من ملف التسجيل. تضطلع المصلحة المختصة كذلك بالأبحاث المتعلقة بالأسبقية بين تسميات المنشأ المسجلة مقابل دفع رسم محدد[211].

المطلب الثاني: تجديد التسجيل وحدوده

يتكرّس الحق على أي نوع من أنواع الملكية الصناعية[212] بواسطة الإيداع القانوني لدى المصلحة المختصة، التي تقوم بتسجيله، ومنح سند يثبت ذلك، ولكن يطرح التساؤل حول

208 المادة التاسعة والعشرون من المرسوم التنفيذي رقم 2005-277 المذكور أعلاه.
209 ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 239.
210 المادة الثالثة الفقرة الأولى (ب) من المرسوم التنفيذي رقم 92-70 المؤرخ في 18 فبراير 1992.
211 المادة الثامنة عشر الفقرة الخامسة من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
212 س. جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص. 395 وما بعدها.

الطبيعة القانونية لهذا الحق، ثم ما مدى أو نطاق هذا الحق من ناحية محله أو موضوعه، ومن حيث المكان، والزمان اللذان يحتضناه، فما هي الطبيعة القانونية لحقوق الملكية الصناعية ؟

لقد خاض جانب من الفقه العربي[213] في هذه الإشكالية مرجعا صعوبة تحديد الطبيعة القانونية لحقوق الملكية الصناعية، إلى وجود هذه الأخيرة في وسط طريق بين الحقوق الشخصية والحقوق العينية، فهي تجمع بين خصائص كل من النوعين من الحقوق، فتتشابه مع النوع الأول بسبب طابعها غير المادي، بينما تشابه مع النوع الثاني في قابلية الاحتجاج بها على الكافة. وما يزيد من صعوبة الإشكالية هو الطابع المؤقت الراجع إلى انقضائها بعد مدة معينة، أو بعدم استعمالها، إلى جانب طابعها غير المادي، لذلك كيفت على أنها نوعا ثالثا من الحقوق المالية، وأنّها تندرج ضمن الحقوق المعنوية أو الذهنية. كما اعتبرت كذلك أنّها حقوق في العملاء، إذ أنه يتوخى من ورائها الحصول على الرواج والتميز في ميدان المنافسة بهدف كسب العملاء. والراجح هو أن لا طابعها غير المادي، ولا تأقيتها يمنعان من تكييفها بأنها من قبيل حقوق الملكية، فالأشياء غير المادية تماما كالمادية تصلحان لتكونا محلا لحق الملكية، أما تأقيتها أو نطاقها المحدود من حيث الزمن لا يمنع كذلك من نعتها بحقوق ملكية، لأن التأبيد ليس عنصرا جوهريا من عناصر حق الملكية، ولأنه أصبح يتلاشى في منطق المفهوم الحديث للحق، الذي ما فتئ يتقلص تحقيقا للمصلحة الجماعية[214].

بعد تحديد الطبيعة القانونية لحقوق الملكية الصناعية، بقي معرفة نطاق هذا الحق، خاصة عند العلامة والتسمية اللّتان تشكلان موضوع البحث. سيتم في الدراسة التركيز على هذه النقطة بالذات على نطاق الحق من حيث الزمان، من دون إغفال بيان النقاط الأخرى بطبيعة الحال. وعلى كل فان تسجيل العلامة أو التسمية يخوّل لمن أودع طلب التسجيل أولا الحصول على سند التسجيل ليثبت ذلك، ويعطي على وجه الخصوص لصاحبه الحق في ملكية السمة[215]، إلى جانب الحق في التصرف فيها. ترتيبا على ما سبق، فإنّه يمكن لمالك السمة استعمالها في ميدان الأعمال بوسم المنتجات المشمولة بالإيداع بها، كل هذا مع الأخذ بعين

[213] م. كمال طه، و. أنور بندق، المرجع السابق، ص. 694.
[214] م. كمال طه، و. أنور بندق، المرجع نفسه، ص. 695.
[215] المادة الخامسة الفقرة الأولى من الأمر رقم 03-06 المذكور أعلاه. و كذلك المادة التاسعة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

الاعتبار الاختلاف الجوهري الموجود بين العلامة والتسمية، في انتقاء عنصر الاستئثار بمعنى التمتع بالحق حصريا، ومرد ذلك إلى الطابع الجماعي لتسمية المنشأ، المفسّر بحق كل منتج (بكسر التاء) يمارس نشاطا منتجا يقع في المساحة الجغرافية المغطاة بتسمية المنشأ، والمستجيب لجميع الشروط القانونية لهذه التسمية، في أن يودع طلبا لتسجيل هذه التسمية بقصد التمتع بالحق فيها[216].

أمّا نطاق الحق من حيث المكان[217]، فيشمل إقليم البلاد مبدئيا، ثمّ لمن أراد استعمال السمة في خارج حدود البلاد فعليه القيام بإبداعات على مستوى الدول التي يريد أن تمتد الحماية فيها[218].

إنّ هذه الدراسة للأبعاد الأخرى لنطاق الحق في العلامة والتسمية يقود إلى البحث عن حدود التسجيل من حيث الزمان، كما يمكن معالجة هذه النقطة من زاوية أخرى بالتساؤل التالي : هل الحق الناشئ بموجب التسجيل هو حق مؤبد؟

تتكون الإجابة عن هذا السؤال من عنصرين هما: نطاق التسجيل من حيث الزمان أو عمر الحق، وعدد التجديدات الممكنة.

بداية، يجب القيام بإجراء مقاربة بين عناصر الملكية الصناعية، فمن جهة الابتكارات المتضمنة ابتكارات جديدة ذات قيمة نفعية متمثلة في براءة الاختراع، والرسوم والنماذج الصناعية، ومن جهة أخرى السمات المميزة في العلامة والتسمية على وجه الخصوص.

يلاحظ أنّ التسجيل ينتج أثاره لمدد متفاوتة عند عناصر الملكية الصناعية[219]، فهي عند براءة الاختراع تمتد طيلة عشرين (20) سنة، تحسب ابتداء من تاريخ إيداع الطلب[220]، على أن تدفع الرسوم السنوية المحددة قانونا[221]، وهذا هو الأصل العام، وقد تصبح هذه المدة أربع سنوات ابتداء من تاريخ إيداع الطلب أو ثلاث سنوات ابتداء من تاريخ تسليم البراءة . وهذا في حالتين تتمثل الأولى في امتناع صاحب البراءة عن استغلالها، أما الثانية فتتمثل في الاستغلال

---

216 ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 383.

217 ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 225. 392.

218 المادة الخامسة عشر من المرسوم التنفيذي رقم 76-121 المذكور أعلاه. والمادة السابعة من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

219 س. جميل حسين الفتلاوي، المرجع السالف ذكره، ص. 58.

220 المادة التاسعة من الأمر رقم 2003-07 المذكور أعلاه.

221 المادة التاسعة من نفس الأمر المذكور أعلاه.

الغير الكافي للبراءة، وفي كلتا الحالتين يمكن أن تكون البراءة محلا لطلب ترخيص إجباري يقدمه من يهمه الأمر[222]

وفيما يخص الرسوم والنماذج الصناعية، فانّ مدة الحماية المقررة بموجب التسجيل تمتد إلى فترة عشر (10) سنوات[223] تنقسم إلى فترتين، تمتد الأولى إلى سنة واحدة، والثانية إلى تسع (9) سنوات، وهذه الأخيرة موقوفة على شرط دفع رسم الاحتفاظ. وما يلفت الانتباه في هذا المجال هو التدرج المعمول به في سبيل تقليص مدى حماية الرسوم والنماذج، على غرار ما فعله المشرع الفرنسي[224] بتقليصه لمدة الحماية التي أصبحت تمتد لخمس سنوات انطلاقا من تاريخ الإيداع الأول، وقابلة للتجديد لنفس المدة ولأربع مرات أخرى فقط، لتصل عند خمس وعشرين سنة كحد أقصى، بدلا مما كان الحال عليه في التشريع السابق، إذ كانت تمتد أثار التسجيل إلى خمس وعشرين سنة من تاريخ التسجيل قابلة للتجديد ولنفس المدة[225].

أمّا بخصوص العلامة والتسمية، وبدءا بالعلامة، فإنّ آثار التسجيل تمتد لمدة عشر سنوات تحسب ابتداء من تاريخ إيداع الطلب[226]، لا من تاريخ التسجيل، وهذا لمنح حق الأولوية، ويلمس هذا الحرص عند المشرع كذلك من خلال ما جاءت به المادة الثالثة (3) في فقرتها الأولى من المرسوم رقم 05-277، عند تبيانها الدقيق لطرق إيداع البريد برسالة مناسبة تثبت الوصول، أو ما جاءت به الفقرة الثانية من نفس المادة بقولها :" ... تسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع ". لذلك، فإنّ تاريخ الإيداع محل اعتبار واهتمام الهيئة المختصة، يبدأ منه حساب العشر (10) سنوات التي يكتسب فيها المودع الحق على العلامة كما وضحته المادة الخامسة (5) من الأمر رقم 03-06 المذكور أعلاه.

---

222 المادة الثامنة والثلاثون من نفس الأمر المذكور أعلاه

223 المادة الثالثة عشر الفقرة الأولى من الأمر رقم 66-88 المذكور أعلاه.

224 V. art. L. 513-1 al. 1 C. fr. propr. intell, : « l' enregistrement produit ses effets, à compter de la date de dépôt de la demande, pour une période de cinq ans, qui peut ére prorogée par périodes de cinq ans jusqu'à un maximum de vingt-cinq ans »

225 ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 319.

226 المادة الخامسة الفقرة 2 من الأمر رقم 03-06 المذكور أعلاه. وفيما يخص التسمية المادة السابعة عشر (17) الفقرة الأولى من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

لا يختلف الأمر عند التسمية بخصوص زمان ميلاد الحق في التسمية أو مداه، فيسري انطلاقا من تاريخ إيداع طلب التسجيل، ويمتد لعشر سنوات، مع العلم أن التمتع بالحق طيلة العشر سنوات المذكورة متعلق باحترام عدة شروط يجب احترامها. فيجب فيما يخص العلامة القيام باستعمالها[227] والدفاع عنها، وحمايتها[228]، أمّا التسمية فيجب على وجه الخصوص استمرار احترام المميزات والشروط التي على أساسها حصل صاحب الإيداع بها على هذا الحق[229].

بعد دراسة مدى التسجيل، بقي بيان إمكانية تجديد التسجيل، وعدد التجديدات المتاحة، وفي أوّل الأمر يجب القول أنّ هذه المدد المتفاوتة التي تم بيانها والمتعلقة بنطاق التسجيل تعكس الرغبة القائمة في الأنظمة القانونية في منح أصحاب حقوق الملكية الفكرية بوجه عام مدة يستطيعون من خلالها استغلال منتجاتهم الفكرية وإبداعاتهم، وذلك لتغطية تكاليف إبداعاتهم وللكسب منها، لغاية مكافأتهم وتشجيعهم على الإبداع. غير أن تحديد مدة التمتع بحق الملكية يجعله غير مطلق، وذلك لتحقيق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع والاقتصاد[230]، لأنّ احتكار الإبتكارات على وجه الخصوص من شانه أن يعيق التقدم الاقتصادي والإنساني.

وتدرك هذه الرغبة في التوفيق بين المصلحة الفردية والجماعية من خلال مدد التمتع بالحق، وكذا مرات تجديد تسجيله، لذلك يلاحظ بصورة عامة، أنّه لا يمكن تجديد تسجيل في الابتكارات الجديدة للأسباب والبراهين السالف بيانها ولو وجدت إمكانية تمديد التمتع بها فهي قصيرة. هذا إذا اعتبر التجديد الطلب الرامي إلى تمديد حماية الرسوم والنماذج الصناعية إلى فترة أخرى (تسع سنوات) بعد انقضاء السنة الأولى، وعلى النقيض من ذلك، فإنّ تجديد تسجيل العلامة والتسمية متاح ولا يعرف عدد مراته حدودا. نفس المنطق الذي يحرم صاحب البراءة من التجديد يتيح لصاحب العلامة والتسمية ذلك، بمعنى أن الاحتفاظ بملكية العلامة أو

---

[227] المادة الحادية عشر من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.
[228] للمزيد من التفاصيل ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 244.
[229] المادة السابعة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
[230] م. كمال طه، و. أنور بندق، المرجع السابق، ص. 695.

التسمية ليس من شأنه أن يضر بمصلحة المجتمع أو الاقتصاد، ولو تم بصورة غير منتهية، غير أنّ تجديد التسجيل يخضع لشروط، وإجراءات، ودفع رسوم.

ويقصد بتجديد تسجيل العلامة والتسمية بأنه القرار الصادر عن مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، بناء على طلب تجديد تسجيل لمدة عشر(10) سنوات أخرى، تحترم بشأنه نفس شروط الإيداع الأول، والقيام به ضمن الآجل المحدد، مع دفع الرسوم.

يتم تجديد تسجيل العلامة لمدة أخرى مساوية لمدة الحماية الأولى[231] من دون أن يعرف هذا الحق في التجديد حدا من حيث عدد المرات الممكنة[232]، ويجب لصحة هذه العملية تقديم إيداع تتوافر فيه جميع شروط الإيداع الأول بالإضافة إلى دفع الرسوم المحددة[233]، ويودع طلب تجديد التسجيل ضمن أجل سنة، أي في مهلة الستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو على الأكثر الستة (6) أشهر التي تلي الإنقضاء[234]. كما يشترط لصحة طلب التجديد أن لا يتضمن أي تعديل جوهري، أو تغيير للعلامة، أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعنية[235]، لأن التعديل الذي من شانه أن يغير نموذج العلامة، أو يضيف في قائمة السلع أو الخدمات يتطلب إيداعا جديدا[236].

وحتى يقبل طلب التجديد يجب أن يقدم صاحبه إلى المصلحة المختصة ما يثبت استعماله للعلامة خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل. إن المادة التاسعة عشر (19) من المرسوم التطبيقي رقم 05-277، المذكور سابقا، وبالرغم من استنادها في هذا الشرط إلى المادة الحادية عشر(11) إلا أنّها في تناقض[237] مع هذه الأخيرة التي تنص على أن ممارسة الحق على العلامة المترتب عن عملية التسجيل موقوف على الاستعمال الجدي للعلامة الذي لا يمكن انقطاعه لمدة تزيد عن ثلاث سنوات (3) متصلة، ما لم يثبت مالك العلامة وجود

---

231 المادة الخامسة الفقرة الثالثة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

232 لا يوجد نص يحد من تجديد التسجيل فهي من مزايا العلامة. وللمزيد من التفصيل راجع ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 236.

233 المادة الخامسة الفقرة الثالثة الرابعة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

234 المادة الثامنة عشر من المرسوم التنفيذي رقم 2005-277 المذكور أعلاه.

235 ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني:حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2001. ص. 237.

236 المادة السابعة عشر من المرسوم التنفيذي رقم 2005-277 المذكور أعلاه.

237 ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 337.

ظروف عسيرة منعته من استعمالها استعمالا جديا، فيمدد الأجل إلى سنتين إضافتين. ترتيبا على ما سبق، فإنّه لا يمكن لمن انقطع عن استعمال العلامة لمدة تزيد عن خمس (5) سنوات أن يودع طلبا لتجديدها، لأنّ حقه على العلامة يكون قد سقط. وينحصر أثر تجديد التسجيل من اليوم الذي يلي إيداع التسجيل ليمتد إلى عشر سنوات أخرى.

إنّ تجديد تسجيل التسمية هو الآخر، يتطلب إيداع طلب بشأنه إلى المصلحة المختصة يخضع إلى نفس شروط الإيداع الأوّل لاسيما المتعلقة منها بالملف، الوثائق المرفقة به، لذلك فإن نفس نصوص التسجيل صالحة للتطبيق على تجديده، مع دفع رسوم إضافة إلى تلبية مقتضيات الأمر رقم 76-65، خصوصا استمرار توافر الشروط الموضوعية لتسمية المنشأ الايجابية والسلبية، وتمتد هذه الحماية لعشر سنوات أخرى[238].

المبحث الثاني : تشابه العلامة والتسمية من حيث إمكانية الانقضاء

إنّ ملكية العلامة والتسمية هي قبل كل شيء حق، مما يدعوا إلى إعمال المبادئ المتعلقة بهذا الأخير لاسيما منها تلك المتمثلة في أركان الحق، فإذا كان سبب الحق في العلامة والتسمية كقاعدة عامة ترد عليها استثناءات، هو التسجيل، ومحله السمة المسجلة بما يترتب على ذلك من ممارسة السلطات عليه المخولة قانونا، ثم تأتي الحماية القانونية التي تشترك مع المحل في التسجيل، فزاول الحق أو انقضائه متجسدا في انقضاء السمة علامة كانت أو تسمية[239]. لذلك، فإنّه يلاحظ أن النصوص المنظمة لكل من التسمية والعلامة، وعلى وجه الخصوص المنظمة للنواحي الإجرائية، جاءت أحكامها وفق التسلسل المنطقي لأركان الحق، وهذا ما تقتضيه النظرية العامة للقانون وترابطها بالنظرية العامة للحق. وما يشدّ انتباه الدارس لإنقضاء الحق في العلامة والتسمية، هو وجود نوعين من الأسباب التي تؤدي إلى انقضائها، فتنقضيان إما بفعل صاحبيهما، وإما رغما عنهما.

[238] المادة السابعة عشر (17) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

[239] تجدر الإشارة إلى إختلاف انتقال ملكية السمة عن انقضائها.

المطلب الأول: الانقضاء بفعل صاحب العلامة أو التسمية

يزول الحق عن العلامة أو التسمية بفعل، أو امتناع يأتيه صاحب أحد السمتين. لقد رتّب القانون على حركات صاحب الحق وسكونه أثارا قانونية في مجال ملكية العلامات والتسميات، لا يختلف هذا الطرح كثيرا عن ما هو معمول به في تعريف الجريمة، فهي كل " فعل أو امتناع " قرّره القانون ورتب عليه جزاء، ولأن أسباب الإنقضاء بصفة عامة واردة على سبيل الحصر فهي تشكل الجزاء لتوافر أسباب معينة أو لتخلّف أخرى.

يستدعي تسلسل الأفكار وترابطها إسقاط التعريف السالف ذكره من خلال تقسيم أسباب الإنقضاء الإرادية إلى أفعال إيجابية وأخرى سلبية. يعتبر التخلي[240] من قبيل الأعمال الإيجابية.

إنّ التخلي عن تسجيل العلامة، حق خوّله القانون لمالك العلامة، فنصّت عليه المادة التاسعة عشر (19) من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، وعبّرت عنه بأنّه إمكانية واردة تمس كل العلامة أو جزء من السلع أو الخدمات فقط. غير أن النص التطبيقي متمثلا في المرسوم رقم 06-277، فصّل في كيفية ممارسته، في المادتين 25،26 من ذات المرسوم. فبينت المادة الخامسة والعشرون (25) من يحق له ممارسة هذا الحق، حالاته، المصلحة المختصة به، ونفاذه في مواجهة الغير. فيقدم مالك العلامة طلبا إلى الهيئة المختصة، شخصيا أو عن طريق وكيل ينوب عنه في ذلك، شريطة أن يرفق الطلب بوكالة خاصة تحمل اسم الوكيل وعنوانه، وتكون بطبيعة الحال مؤرخة وممضاة. ومن هنا يمكن القول بأن المشرع لم يشترط قيام صاحب العلامة بالترك شخصيا بل أتاح له إمكانية تفويض من ينوب عنه في ذلك.

كما سبق بيانه، فإنّ التخلي يمكن أن يكون كليا أو جزئيا، ونصّت الفقرة الأخيرة من المادة الخامسة العشرون (25) من المرسوم رقم 06-277 على قيام المصلحة المختصة بقيده في دفتر العلامات، وعلى أنه عديم الأثر في حق الغير ما لم يتم تسجيله، ويسري مفعوله ابتداء من تاريخ هذا التسجيل.

[240] يعتبر جانب من الفقه أنّ مصطلح التخلي أصوب من عبارة العدول، ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 243.

وجاءت المادة السادسة والعشرون (26) لتبيّن الحالة الوحيدة التي تقيد هذا الحق، متمثلة في وجود مستفيد سجلت المصلحة المختصة لفائدته عقد ترخيص، وبناءا على نص هذه المادة، فإنّ المصلحة المختصة "لا يجوز لها" تسجيل التخلي عن العلامة ما لم يبد المستفيد رضاه وموافقته عن هذا التخلي، غير أن النص لم يبين شكل هذا التصريح.

قد يدفع مالك التسمية هو الآخر إلى الإقدام على التخلي عنها لظروف عديدة، خاصة وأن الحفاظ على ميزات التسمية ليس بالأمر الهين، لأنّ التسمية تتضمن التزاما بالنوعية يقترن باحترام دفتر الشروط تبينه النصوص المنظمة لهذه التسمية. ولأنّ نشاط المحترف عموما يقوم على الربحية، فإنّه قد يتخلى على ملكية التسمية إذا كان استغلال هذه الأخيرة مكلفا مقارنة بالفائدة التي يحققها. وحتى لا يبق صاحب التسمية حبيس هذا الحق الذي أصبح لا يحمل من اللّفظ إلاّ اسمه، فإنّه على غرار كل من صاحب براءة الاختراع أو العلامة، يمكنه أن يقدم تصريحا خطيا مصادقا عليه ومعلل تبين فيه أسباب هذا التخلي بقصد التخلي عن التسمية، فتقوم المصلحة المختصة بتسجيل هذا التخلي ونشره، مقابل دفع الرسوم المحددة لهذا الغرض.

وبخصوص الأعمال السلبية التي قد تؤدي إلى انقضاء الحق عند العلامة والتسمية، فتجمع بين موقفين إما الامتناع الواعي والمتوخي لآثاره، وإمّا الإهمال واللامبالاة، بيد أنّه يصعب التمييز بين الموقفين باعتبارها عنصرا معنويا. وعلى كل، فإن عدم تجديد التسجيل يتقدم هذه الحالات سواء على العلامة أو التسمية، ويمتد أثر التسجيل لمدة عشر (10) سنوات، إبتداءا من تاريخ الإيداع، غير أنه يمكن لصاحب السمتين أن يقوم بتجديد التسجيل من دون أن يعرف عدد مرات التجديد حدا معينا، فقط يجب احترام الشروط المبينة قانونا، والخاصة بالنظامين[241].

يشترط لتجديد تسجيل العلامة والتسمية، احترام نفس إجراءات وشروط الإيداع الأول مع دفع الرسوم المحددة لهذا الغرض، ولكن العلامة تختص بالتحديد للمهلة التي يتم فيها هذا التجديد، أي خلال الست (6) أشهر الأخيرة أو التي تلي انقضاء الحماية مع إثبات الاستعمال

[241] المادة الخامسة الفقرة الثالثة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه. و المادة السابعة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

الجدي للعلامة[242]، من دون أن ينقطع هذا الأخير لمدة أقصاها خمس سنوات، وإلاّ تعرض صاحبها لما يعرف بسقوط الحق. بينما يشترط لتجديد التسمية فقط تلبية المقتضيات المحددة في الأمر رقم 76-65، ودفع الرسوم المحددة[243]. لذلك قد ينتج عدم التجديد في السمتين عن قصد أو عن إهمال.

كما يمكن إدراج حالة أخرى تتعلق بالترك المؤدي إلى انقضاء العلامة، ومفاده سماح صاحب العلامة للغير باستعمال علامته من دون أن يتحرك ليرد هذا التعدي عن حقه عليها، ويتميّز في كون هذا الأخير عمل إيجابي بينما الأول عمل سلبي، على أساس وقوف صاحب العلامة وقفة المتفرج إزاء سقوط العلامة في الحق العام[244]. وقد ينقضي الحق في ملكية العلامة بالسقوط الناتج عن عدم الاستغلال[245]،

المطلب الثاني: الانقضاء بناء على قرار من المحكمة

أقل ما يقال عن النصوص المنظمة للعلامة والتسمية، هو اتصافها بالدقة والوضوح ومعالجتها لأبسط الجزئيات، كتعريف السمة[246]، شروطها[247]، كيفيات نشأتها ونشأة الحق عليها[248]، مضمون هذا الحق وزواله[249]، ثم بيان الهيئة التي تقوم بضبط هذه الأمور والإشراف عليها[250].

وكما سبق بيانه، فإنّ انقضاء الحق على التسمية هو الآخر عرف اهتمام المشرع، الذي رتب جزاءات على عدم احترام الشروط والإجراءات، ولكنّه أحال مهمة التبيّن منها إلى

---

242 المادة الحادية عشر من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.
243 المادة السابعة عشر من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

244 ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 244.
245 Déchéance pour défaut d'exploitation.
246 بالنسبة للعلامة المادة الثانية أوّلا من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، وفيما يخص التسمية المادة الأولى من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
247 بالنسبة للعلامة على سبيل المثال المادة السابعة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه. وفيما يخص التسمية المادة الأولى من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
248 المادة الخامسة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه فيما يخص اكتساب الحق على العلامة. والمادة الثانية من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه فيما يخص كيفية إحداث التسمية.
249 المادة التاسعة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه فيما يتعلق بالحقوق المخولة عن التسجيل والمادة العاشرة (10) بخصوص تحديد هذه الحقوق. و الباب الثالث والرابع فيما يتعلق بحق استعمال التسمية وكذا حالات الشطب والتنازل أو التعديل.
250 يتعلّق الأمر بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

المحكمة[251]، التي تم رفع الدعوى على مستواها من قبل الأشخاص والهيئات المحددة قانونا. وتتمثل الحالات التي يمكن أن يفقد بسببها مالك السمة حقه عليها في أربع حالات بيذّها جانب من الفقه الجزائري[252]. وتختص المحكمة في الفصل في الدعاوى المرفوعة بشأنها، وهي عند العلامة حالة بطلان التسجيل[253]، إضافة إلى حالات عدم الإستغلال المؤدي إلى سقوط الحق[254]، بينما هي عند التسمية حالة استبعاد التسمية من الحماية القانونية، وحالة زوال تسجيل التسمية بسبب عدم تغطيتها لتمام المساحة الجغرافية أو لجميع المنتجات المعينة في الطلب، أو لأن مميزات المنتجات أصبحت غير كافية[255].

في مستهل الحديث، لاحظ جانب من الفقه الجزائري[256] تغير موقف المشرع الجزائري الذي وضع حدا لتمييزه بين بطلان العلامة وبطلان الإيداع، وتأسيس كل واحد منها على أسباب معينة، فكان بطلان العلامة مؤسسا على خلو العلامة من الطابع المميز، وخصوصا إذا كانت تتضمن سمات أو بيانات يتكون منها التعيين اللازم للمنتجات أو التعيين النوعي للخدمات. وأسس بطلان الإيداع على احتواء العلامة على بيانات يراد بها خداع الجمهور، أو على سمات محظورة. وقد انتقد سابقا هذا الموقف من قبل جانب من الفقه الجزائري، الذي رأى أن بطلان العلامة ما هو إلا بطلان الإيداع، وبالتالي التسجيل، وذلك لأن البطلان هو الجزاء المترتب على تخلف شروط عقد ما، وتسري أثاره بأثر رجعي. ترتيبا على ما سبق، فإن التسجيل هو موضوع الإبطال[257].

عبّر الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، في مادته العشرون (20) عن إمكانية إبطال تسجيل العلامة من طرف المحكمة المختصة، وبأثر رجعي، من تاريخ الإيداع بناءا على طلب

---

[251] الباب الرابع والخامس من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه فيما يتعلق بحالات الشطب والتنازل أو التعديل وكذا العقوبات بناء على طلب للمحكمة المختصة.

[252] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 242 وما بعدها.

[253] المادة العشرون من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

[254] المادة الحادية عشر من نفس الأمر.

[255] المادة الثالثة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

[256] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 244.

[257] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 244.

من المصلحة المختصة أو من الغير، عندما يتبين أن التسجيل تم رغم وجود سبب من الأسباب المذكورة في المادة السابعة (7) من ذات الأمر.

حددت هذه الأسباب على سبيل الحصر، لما جاء في نص المادة عشرون (20) "...لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات من 1 إلى 9 من المادة 7 من هذا الأمر ..."

وتضمنت الفقرة الثانية من نفس المادة ثلاثة أحكام، يتعلق الأمر بالاستثناء الوحيد الوارد على ما جاءت به الفقرة الأولى من نفس المادة، باعتبار أن العلامة التي اكتسبت صفة التميز بعد تسجيلها لا يمكن أن تكون محلا لدعوى إبطال، أما الحكم الثاني فيحدد خمس سنوات كمدة تقادم تحسب من تاريخ التسجيل، وأخيرا ورد استثناء وحيد عن هذه المدة، يتمثل في حالة طلب التسجيل الذي تم بسوء نية، بمعنى أن طلب التسجيل الذي قد انطوى على غش، يمكن أن ترفع دعوى إبطال بشأنه حتى خارج السنوات الخمس المحددة كمدة تقادم .

كان يستحسن لو أن المشرع قسّم المادة عشرين (20) إلى ثلاث فقرات بدلا من فقرتين، تتضمن الفقرة الأولى قاعدة إمكانية الإبطال، وحالاتها، والاستثناء الوارد عليها، بينما تتضمن الفقرة الثانية مدة التقادم كقاعدة، والاستثناء الوارد عليها، أي حالة طلب التسجيل المنطوي على غش، يكون بهذا النص القانوني أكثر وضوحا وأسهل للفهم .

إنّ وجود عنصر الغش في إيداع طلب تسجيل العلامة قد يتم في بعض الأحيان في مثال إيداع شخص لسمة كعلامة وهو على علم بأنها مستعملة من قبل شخص آخر، ولكن من دون أن يكون هذا الأخير قد قام بإيداعها، ويستوي الأمر في هذا المجال أن ترتبط المودع علاقة تعاقدية مع مستعمل العلامة، فأراد بهذا الإيداع فقط حرمانه من الاستمرار في استغلالها.

وعلى كل، فإن دعوى إبطال التسجيل ترفع عند توافر الأسباب المذكورة آنفا من قبل الهيئة المختصة أو من الغير الذي يهمه الأمر، وذلك قبل مرور مدة التقادم المحددة بخمس سنوات تسري ابتداء من تاريخ التسجيل، وتختص في النظر في دعوى إبطال التسجيل

المحكمة التي يوجد في دائرتها مكان استغلال العلامة، وهذا ما نصت عليه المادة السابعة عشر (17) مكرر الفقرة الخامسة من القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم.[258]

لا يشمل أثر الإبطال إلاّ الجزء من السلع أو الخدمات الذي توافرت فيه شروط المادة عشرون (20) من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه. تسجل المصلحة المختصة قرار الإبطال وتنشره لإعلام الغير. وثاني حالة ينقضي بها الحق في العلامة هي سقوط الحق إثر عدم الاستغلال.

ينشئ تسجيل العلامة الحق عليها، ولكنّه لا يكف لوحده لاستمرار التمتع بملكيتها، بل يجب كذلك على صاحب العلامة أن يقوم باستعمالها. وبالرغم من المكاسب التي كرسّها قانون العلامات الفرنسي المؤرخ في 23 يونيو 1857 باعتباره أول قانون حديث للعلامات[259]، إلاّ أنّه كان يتميّز بتغليب مصلحة صاحب العلامة، إذ كان لا يلزمه باستغلالها، وكان لهذا الموقف ما يبرره فقد كانت أساليب الدعاية والاتصال غير تلك الموجودة في القرن العشرين مثلا. زيادة على المجال الجغرافي المحدود نسبيا التي كانت تستعمل فيه العلامة، بيد أنّ هذا الوضع أدى إلى وجود علامات كثيرة مودعة ولكن غير مستغلة، وكانت تودع لعدة أغراض، كمنع التاجر المنافس أو صده عن استغلالها، أو لهاجس امتلاك سمات شبيهة بتلك الموجودة في العلامة المستعملة، أو لهدف السبق بها لاحتمال استعمالها في زمن لاحق.[260]

نظرا لما عرفه القرن العشرين من تتطور في وسائل الدعاية والاقتصاد، وبالتالي عالم الأعمال وتزايد دور العلامة وقيمتها، كان لزاما على المشرع أن يتدخل ليقوم بإصلاحات عميقة على العلامة، فأصدر القانون رقم 64-1360 المؤرخ في 31 ديسمبر 1964، الّذي نص في مادته الحادية عشر (11) على إلزام صاحب العلامة لاستغلالها، وإلا فإنّه يتعرض لسقوط حقه عليها، إذا ما قدم طلب بإلغائها، ممن يهمه الأمر وله مصلحة في ذلك.

---

[258] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 246.

[259] ف. زراوي صالح، المرجع السالف الذكر، ص. 240.

[260] من هذه العلامات راجع ف. زراوي صالح، المرجع السابق. ص. 247.

شكّل القانون المؤرخ في 31 ديسمبر1964 بالفعل ثورة حقيقية على قانون العلامات، فأدخل نوع جديد من العلامات، تتمثل في علامات الخدمة بعدما تناولتها اتفاقية لشبونة المنعقدة في 1958، ويبقى أكبر إصلاح في ميدان العلامات هو جعل نشأة الحق على العلامة لا تتحقق إلاّ عن طريق تسجيلها[261]. وتم هذا وفق إجراءات وتخصيص أحكام انتقالية أريد من خلالها أحداث القطيعة مع ما كان سائدا في هذا المجال[262]. أما المشرع الجزائري، وسواء تعلق الأمر بالتشريع السابق أو الراهن، فقد نص دوما على واجبي التسجيل والاستغلال، وبخصوص هذا الالتزام الأخير فقد نصت المادة الخامسة (5) من الأمر رقم 66-57 السالف ذكره، على واجب المودع في استعمال علامته في السنة الموالية للإيداع، بينما نصّ في الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه على واجب استعمال العلامة من قبل صاحبها استعمالا جديا[263]، يمكن إثباته بكافة وسائل الإثبات[264] ويعتبر من قبيل الاستعمال الجدي وسم منتجاته بها مثلا، كما يشترط في الاستعمال الاستمرارية كذلك، فإذا انقطع هذا الاستعمال لمدة ثلاث سنوات متتالية لا يتخللها أي استعمال، فإن الحق على العلامة يكون عرضة لطلبات الإلغاء[265]، بمفهوم المخالفة فإنّ حساب الانقطاع في حالة تقطع توقف الاستعمال يوقف عند معاودة الاستعمال مرة أخرى، وهذه هي القاعدة. غير أنه يمكن أن تمتد مدة الانقطاع إلى خمس سنوات في حال ما إذا أثبت صاحب العلامة وجود ظروف عسيرة آلت دون استعماله لها، وهذا هو الاستثناء. ويلاحظ أن مدة الخمس سنوات أخذت عن المشرع الفرنسي الذي ينص على مهلة خمس سنوات متتالية دون انقطاع[266].

وأخيرا، فإنّ الموقف التشريعي الراهن[267] في هذا المجال يعبّر عن حياد المشرع، الذي اشترط لإسقاط الحق على العلامة بسبب عدم استعمالها الجدي، رفع دعوى إلى الجهة القضائية المختصة من قبل المعنيين بالأمر، فلا ينقض الحق على العلامة بحكم القانون، ولكن

---

[261] O. Mendras, *op. cit.*, in www.prodimarques.com.
[262] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 300.
[263] المادة الحادية عشر الفقرة الأولى من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.
[264] المادة الحادية عشر الفقرة الرابعة من الأمر السابق الذكر.
[265] المادة الحادية عشر الفقرة الثالثة من نفس الأمر.
[266] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 247.
[267] الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

المشرع الجزائري ومن جهة أخرى، قد تصدى لمن لم يقم باستعمال علامته جديا، ثم تقدم بطلب لتجديد تسجيلها، لأنّ تسجيلها في هذه الحالة فارغ من معناه وينطوي على نية الاحتكار.

كانت هذه هي الحالات التي تنقضي فيها العلامة بناء على قرار المحكمة. وكما تم بيانه سابقا، فإن التسمية يمكن أن يكون لها نفس المصير تقريبا إذا ما كيفت حالة التعديل على أنها انقضاء للتسمية، وهي في حقيقة الأمر كذلك، لأنّ تعديل تسجيل العلامة يؤدي إلى تغيير التسجيل الأول، مما يعني أنّه زوال لوضع قانوني كان قائما وعوّض بوضع آخر، أي تسجيل معدل.

تلعب المحكمة دورا هاما في مجال تسمية المنشأ، ويتجسد ذلك بإسناد المشرع لها مهمة البت في الطلبات الرامية إلى شطب أو تعديل التسمية، وتظهر أهمية هذا الدور أيضا في السلطة التقديرية الممنوحة لها في الحكم بشطب التسمية أو تعديلها، وهذا إذا ما قدم الطلب على مستواها من قبل أي شخص له مصلحة مشروعة أو أي سلطة مختصة، وفي هذا الصدد تجب الإشارة إلى وجود المحكمة كسلطة ضبط على جانب المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، فلم ينفرد هذا الأخير بكل الصلاحيات المتعلقة بالعلامة والتسمية بل أسند بعضها إلى المحكمة لتت فيه، نظرا لخطورتها وبالغ أثرها على الحق.

تبت المحكمة في نوعين من الطلبات:

- الطلبات الرامية إلى شطب التسمية، يمكن فقط للأطراف المذكورين سابقا أن يتقدموا بهذا الطلب، وفق إجراءات ولأسباب محددة كذلك على سبيل الحصر، فالمادة الثالثة والعشرون (23) من الأمر رقم 76-65 المذكور سابقا، حدد من يحق لهم تقديم الطلب، وكذا الأسباب التي يبني عليها هذا الأخير، ويتمثل السبب الأول في استبعاد التسمية من الحماية تطبيقا للمادة الرابعة (4) من ذات الأمر. بتعبير آخر فإن عدم استجابة التسمية للشروط الموضوعية السلبية هو المقصود بهذا السبب، كأن تكون التسمية غير نظامية مثلا، إضافة إلى عدم تحقيق التسمية لمقتضيات التعاريف المدرجة في المادة الأولى (1) من نفس الأمر، والتي تنص على الشروط الموضوعية الإيجابية. ترتيبا على ما سبق، فإن السبب الأول هو انتفاء أحد الشروط الموضوعية بصفة عامة إيجابيا كان أم سلبيا، بمعنى أن السمة لا تعتبر تسمية منشأ. وقد يبني طلب الشطب على زوال الظروف والأسباب التي مكّنت من تسجيل التسمية،

ذلك أن التسمية قد تسجل صحيحة، لصحة أركانها بما فيها احترام دفتر الشروط ينطوي على التزامات يؤديها صاحب التسمية في سبيل الحفاظ على النوعية والجودة المرتبطة بالتسمية. إنّ الطابع الجماعي لهذه الأخيرة هو ما يزيد من أن تكون التسمية التي قد لا تحترم فيها ظروف الإنتاج محل طلب الشطب، لأنّ التسمية ككل واحد، وبالتالي أصحابها الباقين هم من سيتحمل تبعة عدم احترام المستفيد من هذه التسمية لظروف الإنتاج المحددة قانونا. يتم الطلب وفق إجراءاتّ، وأشكال معينة، ذلك أنه يشترط في العريضة أن تتضمن البيانات التالية: اسم صاحب الطلب وعنوانه وصفته، موضوع الطلب، التسجيل المطلوب شطبه، بيان الأسباب التي أدت إلى تقديم هذا الطلب[268].

تختص المحكمة الواقع في دائرة اختصاصها مكان نشأة المنتجات التي تحمل التسمية المراد شطبها، بالنظر في الطلب، وإثر تلقيها الطلب، فإنّها تقوم بتبليغ الطلب إلى كافة المستغلين سواء كانوا أصحاب التسمية أو مرخص لهم باستغلالها قصد الدفاع عن حقوقهم، كما تبلغ المحكمة الطلب إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ليقوم هذا الأخير بنشره في النشرة الرسمية للملكية الصناعية على نفقة الطالب، وهذا لإعلام الغير، واحتساب الآجال.

يحق لكل من اكتسب الحق على التسمية عن طريق التسجيل أو الترخيص أن ينصب مدعى عليه أمام المحكمة الناظرة في الطلب في أجل ثلاثة أشهر، إبتداءا من تاريخ نشر طلب الشطب في النشرة المشار إليها آنفا[269].

إن ظهور مدعي عليهم من عدمه خلال المهلة المحددة، تصدت له المادة الخامسة والعشرون (25) في فقرتيها الثالثة والرابعة من نفس الأمر. فإذا ظهر المدعى علهم خلال الثلاثة أشهر، فإنّ المحكمة تتحرى توافر شروط طلب الشطب، ثم ثبت فيه، غير أن عدم ظهور مدعى عليهم خلال هذه المهلة، فإن المحكمة يمكنها أن تأمر بالشطب الذي تبلغ نسخة من الحكم به إلى المصلحة المختصة.

[268] المادة الرابعة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
[269] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 390.

يختلف التعديل عن الشطب فقط في الشروط، ويتطابقان في ما سوى ذلك إلى درجة أنّ المشرع أدرجهما في نفس المواد[270]، ولكن منهجية الدراسة اقتضت دراسة الشطب والتعديل باعتماد الفصل بينهما، والتعديل أقل خطورة من الشطب، لأنّ أسباب التعديل[271] ورغم زيادة عددها مقارنة بأسباب الشطب[272]، إلاّ أنّها لا تبلغ أجسامها.

يمكن أن يؤسس طلب تعديل تسمية على أحد الأسباب الثلاثة، عدم تغطية التسمية لتمام المساحة الجغرافية، أو لأن مميزات المنتجات المذكورة في الطلب لم تعد كافية، أو لأن التسمية أصبحت لا تغطى جميع المنتجات المعنية في طلب التسجيل.

خلاصة القول أنّ إسناد اختصاصي الشطب والتعديل إلى المحكمة دون المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، هو تكريس لحماية الحق المكتسب على العلامة أو التسمية بمقتضى تسجيلهما ولكنّه في نفس الوقت مرهق لصاحبه.

الفرع الثاني: تشابه العلامة والتسمية من حيث الحماية القانونية

إنّ الحديث عن الحق دون العناية بحمايته يفرغه من معناه تماما، بل أنّ هذه الأخيرة هي التي تخلق مصطلح الحق وتدعمه، لأنّها وكما سبق بيانه هي ركن من أركانه، وإلاّ فما جدوى تقرير حق قانونا دون العناية بحمايته. ويمكن إدراك أهمية الحماية القانونية بالرجوع إلى تفسير العلاقة الموجودة بين نظريتي الحق والقانون، فالقانون يقرر الحق، ويكفل له الحماية المرتكزة أساسا على عنصر الجزاء، إلى جانب إمكانية صاحب الحق في الالتجاء إلى القضاء لرد العدوان الذي يتهدد حقه.

لما تقدم بيانه، سيخصص هذا الفرع لدارسة مدى أهمية التسجيل عند كل من العلامة والتسمية في تحقيق الحماية القانونية لكليهما، ثم ما هو نطاق هذه الحماية.

المبحث الأول: شرط التسجيلّ، أساس الحماية القانونية

[270] الباب الرابع والخامس من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه فيما يتعلق بحالات الشطب والتنازل أو التعديل.
[271] المادة الثالثة والعشرون ثانيا من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
[272] المادة الثالثة والعشرون أوّلا من الأمر السابق الذكر.

يتم اكتساب الحق على حقوق الملكية الصناعية بوجه عام، وعلى العلامة والتسمية بوجه خاص، بالتسجيل كقاعدة عامة، لم تستثن منها إلا بعض الأنظمة الخاصة، بل إن التسجيل أصبح مبدأ قائما لاكتساب الحق على السمتين، بيد أنّ الوضع لم يكن دائما كذلك، لأن الباحث في نشأته سيدرك أن هذا المبدأ جاء كنتيجة لتجارب عديدة مرت بها الأنظمة القانونية في هذا المجال.

كان للمشرع الفرنسي السبق في وضع قواعد العلامة والتسمية، لأنه أول من أصدر قانونا حديثا للعلامات، ولأن فرنسا هي مهد نظام تسميات المنشأ، في مقابل ذلك، فالجزائر حديثة الاستقلال نسبيا وتجربتها التشريعية فتية.

لما تقدم من الأسباب، فإن دراسة مبدأ التسجيل ستتم دائما في إطار الدراسة المقارنة، ولكن اعتمادا على التسلسل التاريخي للتطورات وظهور النصوص المنظمة للعلامة والتسمية. ومنهجيا ستعالج التطورات الخاصة بالعلامة عبر الزمن في فرنسا ثم في الجزائر، ويعتمد نفس المنطق بالنسبة للتسمية، وفي نفس المطلب يعالج مضمون الحق، وفي المطلب الثاني النتائج المترتبة عن عدم احترام شرط التسجيل.

المطلب الأول: النتائج المترتبة عن توافر شرط التسجيل

إنّ مفهوم العلامة يتمثل في كونها سمة مميزة يضعها شخص على منتجاته قديم جدا، وتضرب جذوره إلى بداية التجارة، لأن الرومان كانوا يعبئون منتجاتهم في جرات تحمل علامات يكون من يقلدها عرضة لمتابعة قضائية، أما القانون الوضعي الفرنسي فكان في العصور الوسطى يهتم بحماية العلامات بتقرير عقوبات قاسية جدا، تسلط على من يتعدى على حق صاحب العلامة، ثم بدأت تتبلور فكرة التشريع في هذا المجال تدريجيا[273]. غير إنّ الثورة الفرنسية وضعت حدا له، لما تميز به اختلاف الأحكام باختلاف فروع النشاطات، وهذا في الحقيقة ما أثار حفيظة الثوار لأنه يتطور على اللامساواة[274] وهو ما يتنافى مع مبادئ الثورة الفرنسية، فألغيت في بادئ الأمر كل أحكامه، ولكن سرعان ما عمت الفوضى الناجمة عن

[273] O. Mendras, *op. cit*, in www.prodimarques.com.
[274] O. Mendras, *op. cit.*, in www.prodimarques.com.

الحرية المطلقة التي نجمت عن الفراغ، فقام نفس من ألغى التشريع السابق بتأسيس نظام موحد يطبق على جميع الصناع والحرفيين على أنقاض نظام الطوائف الذي كان سائدا.

وضمّنت (بضم الضاد) أحكامه كذلك إلى قانون العقوبات، الذي كان يقرر ضد المقلدين عقوبات صارمة في حالة تزوير المحررات الخاصة، وكانت هذه العقوبات غير متلائمة مع الجرائم المرتكبة، وهذه القسوة المفرطة أدت إلى عدم تطبيقه من طرف القضاة، فكثرة الحماية أيضا تقتل الحماية.

أسفر عن وعي المشرع الفرنسي آنذاك بهذا الوضع، جعله يعكف على إصدار القانون المؤرخ في 23 يونيو 1857، الذي يعتبر أول تشريع حديث في ميدان حماية العلامات[275]. عمّر هذا القانون لما يزيد عن القرن، وبني على مبدأ أساسي يتمثل في أن الحق على العلامة يكتسب بأول استعمال، بيد أنّ ليكون قابل للمعارضة في مواجهة الغير كان يجب القيام بالإيداع الذي لم يحدد موعد للقيام به، فكان له أثر تصريحي فقط لا تأسيسي للحق.

وكان الإيداع يحقق الأثر التصريحي والتأسيسي للحق في حالة واحدة فقط، هو عندما تودع علامة لم تستعمل بعد، فكان الإيداع يؤسس الحق وينشئه[276]، بل وأنه كان يعتبر من قبيل الاستعمال. وكان استعمال علامة معينة يمنح لصاحبها حماية على كل الإقليم الفرنسي، وحقه مكفول في مواجهة الغير شريطة أن يسبق دعواه الرامية إلى حماية حقه بإيداع العلامة، بتعبير آخر كان يمتلك العلامة بالاستعمال غير أنّ الدفاع عن الحق يشترط الإيداع، بمفهوم المخالفة فإن من يقدم عن حسن نية باختيار علامة معينة، قد يتعرض له من سبقه في استعمالها برفع دعوى بشأنه بعد أن يقوم بإيداعها. كما أن قانون 1857 لم يكن يلزم المودع باستغلال العلامة، مما أدى إلى ظهور علامات مسماة بعلامات الدفاع أو الحاجز أو الاحتياط*.

يشهد للقانون المؤرخ في 23 يونيو 1857 بأنّه غير مرهق لمالك العلامة، ولكن من جهة أخرى، ومع تنامي دور العلامة وزيادة قيمتها، الناجمين عن رواجها وتطور وسائل الدعاية لها وظهور وسائل اتصال جديدة، عرفها بداية القرن العشرين، كان لزاما على المشرع

---

[275] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 300.

[276] O. Mendras, revue des marques, *op. cit.*, in www.prodimarques.com.

* من هذه المصطلحات، راجع ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 247.

الفرنسي أن يضع تشريعا جديدا يساير كل هذه التطورات. تمخض عن هذا كما سبق القول صدور القانون المؤرخ في 31 ديسمبر 1964، وجاء هذا الأخير بتغيرات عميقة، لعل أهمها قيامه على مبدأ التسجيل، لأن الحق على العلامة أصبح بموجبه يكتسب بالإيداع لا بالاستعمال كما كان الحال في القانون 23 يونيو 1857، ونصت المادة الرابعة (4) من قانون 1964 على هذا المبدأ بقولها : " إن ملكية العلامة تكتسب بواسطة أول إيداع... ". يترتب على هذا أن الاستعمال وحده لا يخول أي حق عليها.

دخل هذا القانون حيز التطبيق ابتداء من أول أوت 1965، ولكنه تضمن أحكاما انتقالية، صيانة للحقوق المكتسبة في ظل قانون 1857، تضمنت هذه الأحكام على وجه الخصوص، أن العلامات التي كانت مستعملة قبل الأول من أوت 1965 تمنح لأصحابها مهلة ثلاث سنوات للقيام بإيداعها طبقا لأحكام القانون الجديد، حتى لا يتعرضوا لسقوط حقوهم على علاماتهم. ويكتف المعهد الوطني للملكية الصناعية يوم إيداع العلامة بتسجيل تصريحات المودع بالاستعمال السابق للعلامة[277]، ويبقى هذا الأخير ملزما بإقامة الدليل أمام القضاء بإثبات ما أدلى به من تصريحات بخصوص استعماله السابق للعلامة في حالة ما إذا نازعه بشأنها الغير[278].

كان من المقرر أن تنتهي مهلة إيداع العلامات السابقة بحلول الأول من أوت 1968، غير أن أحداث الثامن من مايو 1968، أدت إلى تمديد المهلة بثلاثة أشهر إضافية، لتكون في الفاتح من نوفمبر 1968، ولأن هذا التاريخ تزامن مع يوم عطلة رسمي، زيادة على كونه يوم الجمعة، جعل الأمر ينتهي إلى جعل أول يوم مفتوح بعد الفاتح من نوفمبر 1968 كتاريخ لانتهاء مهلة الإيداع. والجدير بالذكر في هذا الصدد أنّ مهلة الثلاثة أشهر أضيفت بموجب قانون 31 يوليو 1968.[279]

لم يقتصر القانون المؤرخ في 31 ديسمبر 1964 على إرساء مبدأ التسجيل لاكتساب ملكية العلامة فحسب، بل أنه أدخل تغييرات أخرى كتكريسه لعلامات الخدمة، وإضافة التزام

[277] A. Chavane et J.- J. Burst, op. cit., p. 301.
[278] O. Mendras, *op. cit.*, in www.prodimarques.com.
[279] A. Chavane et J.- J. Burst, op. cit. p. 301.

جديد يتمثل في واجب استغلال العلامة وإلا فإن صاحبها قد يتعرض لسقوط حقه عليها إذا ما تقدم من يهمه الأمر بطلب بذلك[280].

ثم أبقيت حالة وحيدة يكون فيها الاستعمال السابق محل اعتبار، تأسيسا على المادة السادسة (6) مكرر من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883[281]، وهي العلامة الشهيرة، فجاء في الفقرة الثانية من المادة الرابعة (4) من القانون المؤرخ في 31 ديسمبر 1964 لتكرس كذلك حقوق صاحب العلامة الشهيرة. زيادة على أن هذا القانون قلّص مدة حماية العلامة بعشر سنوات بعد ما كان خمس عشرة سنة في ظل القانون القديم.

اعتنق المشرع الجزائري "مبدأ التسجيل" منذ صدور أول نص أصدره بخصوص العلامات، بل وإنه لم يحد عنه حتى وقتنا الراهن. فنصّ الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 والمتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، في مادته الخامسة (5) على ما يلي:" إن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في إيداعها..."، إن هذا النص لم يهمل الحقوق المكتسبة على العلامات قبل صدوره لذلك فإنه تضمن أحكاما انتقالية هو الآخر بشأنها. لاسيما المواد من أربعين إلى أربعة وأربعين (40 إلى 44) من نفس الأمر، والتي جاء في مضمونها أن الحقوق على العلامات لا تزال صالحة عند تاريخ الثالث من يوليو 1962 بالجزائر في حدود هذا الأمر. إنّ أصحاب هذه العلامات التي انتهت مدة حمايتها البالغة خمسة عشر (15) سنة فيما بين الثالث من يوليو 1962 وتاريخ نشر الأمر رقم 66-57 المذكور سابقا، يمكنهم أن يقوموا بتجديد إيداعها في مهلة ثلاثة أشهر، تحتسب ابتداء من تاريخ نشر هذا الأمر. وبخصوص العلامات التي اكتسبت عليها حقوق بموجب إيداع أجري قبل تاريخ الثالث يوليو 1962، فإن أصحابها ملزمون وتحت طائلة إبطال حقوقها بتقديم طلب وفق شروط معينة لإيداعها. إن الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره رسخ مبدأ التسجيل بدليل صريح المادة الخامسة (5) بقولها " يكتسب الحق في العلامة تسجيلها لدى المصلحة المختصة ... ".

---

[280] O. Mendras , *op. cit*, in www.prodimarques.com

[281] و. أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية، الإتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية، المجلد الأول حماية الملكية الفكرية في الإتفاقيات الدولية، المرجع السابق، ص. 190.

وتكملة لمسار تطور قانون العلامات في فرنسا، فإنّ القانون رقم 64-1360 المؤرخ في 31 ديسمبر 1964، ألغي هو الآخر بصدور القانون رقم 91-07 المؤرخ في 04 يناير 1991، ثم ألغي لتدرج أحكام العلامات في مدونة قانون الملكية الفكرية الجديد بموجب قانون رقم 92-597 [282]. وفي هذا الصدد يجب الإشارة إلى أن قانون العلامات في فرنسا هو قانون يساير حركة تقريب التشريعات الأوروبية مثل القانون رقم 2001-670 المؤرخ في 25 يوليو 2001 المتعلق بتنفيذ أحكام النظام الأوروبي الخاص بالعلامات الجماعة الأوروبية.

أما مبدأ التسجيل عند تسمية المنشأ، فهو الآخر عرف تكريسه عدة مراحل، وهذا طرح مقتصر على النصوص الفرنسية التي تعاقبت على تنظيم تسمية المنشأ، باعتبار أن المشرع الجزائري لم يجتهد كثيرا في هذا المجال بدليل بقاء الأمر رقم 76-65 السابق ذكره ساري المفعول إلى يومنا هذا، ونص على مبدأ التسجيل في مادته الثالثة (3) التي نصت على أن الحماية تشمل تسمية المنشأ المسجلة لدى المصلحة المختصة.

تحظى تسميات المنشأ في فرنسا باهتمام بالغ عند المشرع والقضاء والفقه والمنتجين وحتى المستهلكين، وهذه حقيقة تعكسها عدد النصوص المنظمة للتسمية، والدور الذي أسند للقضاء في مجالها، ثم كثرة الأعمال والبحوث الفقهية التي تعالجها، إلى جانب إقحام المنتجين في اللجان المكونة للمعهد الوطني لتسميات المنشأ، ثم ثقافة الاستهلاك الواعي الموجودة عند المستهلك الفرنسي الذي يبحث عن جودة المنتج وأصالته.

لما تقدم أيضا، يجب وعلى غرار ما فعل بخصوص دراسة المراحل التاريخية لظهور مبدأ التسجيل عند العلامة في فرنسا انتهاج نفس الطريقة في دراسة التسمية، ولو أن دراسة هذه المراحل تمت حين التطرق إلى أنواع تسميات المنشأ. وتقديرا لهذا فإن هذه الدراسة ستقتصر على ذكر المراحل مع الاكتفاء بالمبدأ فقط.

إن قانون الفاتح أوت 1905 الذي يعرف بميثاق قمع الغش شكل أول خطوة حديثة تدخلت فيها الإدارة لحماية التسمية، وعمت الفوضى في هذه المرحلة لأنّ الدولة حددت الإطار الجغرافي الذي يحتضن التسمية دون بيان شروطها لذلك عرفت فشلا ذريعا، وأحداثا دامية وقعت في منطقة شامبانيا سنة 1911. إن عدم تحديد شروط اكتساب ملكية التسمية أدى إلى أن

[282] بالنسبة لتطور القنون الفرنسي وللمزيد من التفاصيل، راجع ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 204.

كل منتج يمارس النشاط المنتج المعني بالمراسيم المحددة للتسمية يمكنه استعمال التسمية و امتلاكها[283].

أعقب هذا الوضع صدور قانون السادس مايو 1914 الذي أعطى لكل من مدعي أن منتجه يستجيب لشروط الإنتاج، أن يستعمل التسمية ويمتلكها، لكنه معرض في أي وقت لإبطال حقه[284]، إذا ما رفع شخص آخر عليه دعوى أمام القضاء ينكر عليه بموجبها استجابة منتجاته لظروف الإنتاج، وأخذ على هذا القانون أنه أعهد للقضاة مهمة البحث في توافر الشروط من عدمها، في حين أنها مهمة كان يجب أن تسند لأصحاب الشأن، أي المختصين إذ تسمية المنشأ في هاتين المرحلتين حقا تصريحيا متاحا للمنتجين، لكن بعد صدور المرسوم التشريعي للثلاثين يوليو 1935[285]، الذي شكل مرحلة الحسم، فظهر بها مبدأ التسجيل في ميدان تسمية المنشأ، وتميزت هذه المرحلة كذلك بظهور فئة خاصة من تسميات المنشأ متعلّقة بالخمور والمشروبات الروحية، إلى جانب إنشاء هيئة تحدد ظروف إنتاج هذه الفئة وتقوم بالاعتراف بها. من هنا ظهر مبدأ التسجيل وأصبحت هذه الهيئة سنة 1947 المعهد الوطني لتسميات المنشأ، ومبدأ التسجيل كان ملازما في ظهوره لتسميات المنشأ المراقبة، ولأن المرسوم التشريعي أخذ بعين الاعتبار التجارب السابقة فقد أعهد الاعتراف بتسميات المنشأ إلى تركيبة تجمع بين الإدارة، المنتجين وحتى المستهلكين.

وتجب الإشارة إلى أن المرسوم التشريعي لم يلغ أحكام القانون المؤرخ في 06 مايو 1919، لذلك فإن أحكامه بقيت سارية المفعول، وعدلت أحكامه كذلك بموجب القانون رقم 66-482 المؤرخ في 06 يوليو 1966، وأهم ما جاء به هو إحداث طريقة جديدة للاعتراف بتسميات المنشأ، إذ أصبحت هذه الأخيرة تحدث بمرسوم صادر عن مجلس الدولة، وتخرج عن هذه القاعدة التسميات التي وضعت تحت نظام خاص، مثل الخمور والجبن، ولكن تسمية المنشأ العادية بقيت موجودة إلى جانب تسمية المنشأ المراقبة لأن أحكام قانون 06 يوليو 1919 كانت لا تزال سارية المفعول رغم تعديلها، وكانت تعطى إمكانية تكريس تسمية المنشأ عن طريق القضاء، مما يعني أن الحق في تسمية المنشأ كان تصريحيا.

[283] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 420.
[284] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 490.
[285] D. Denis, op.cit., p. .69.

وسعى المشرع الفرنسي إلى وضع حد لهذا بأن تصبح كل تسميات المنشأ مراقبة فجاء القانون المؤرخ في 02 يوليو 1990 محددا انتهاء عهد تسمية المنشأ العادية بتاريخ الفاتح من يوليو 1995، لتبقى فقط تسميات المنشأ المراقبة، ولا تخضع لأحكام هذا القانون تسميات المنشأ للخمور ذات النوعية العالية أو الرفيعة، وتسميات المنشأ لمحافظات ما وراء البحار، فمنحت لتسميات المنشأ العادية مهلة خمس سنوات حتى تقدم بشأنها طلبات للمعهد الوطني لتسميات المنشأ، وتسري هذه المهلة ابتداء من الفاتح يوليو 1990 إلى الفاتح من يوليو 1995، في حين أن تسميات المنشأ الخاضعة لأنظمة خاصة مثل الجبن تصبح مباشرة تسميات منشأ مراقبة بمجرد صدور هذا القانون[286].

إن قانون الفاتح يوليو 1990 حدد أربعة شروط للاعتراف بتسمية منشأ[287]: الاستجابة لتعريف تسمية المنشأ، التمتع بالشهرة لدى الأوساط، أن تتبع بشأنها إجراءات للاعتراف بها، أن تكرس من قبل المعهد الوطني لتسميات المنشأ.

وضمنت الأحكام الخاصة بتسمية المنشأ في فرنسا في قانون الاستهلاك، وهو القانون رقم 98-565 المؤرخ في 08 يوليو 1998 المتضمن قانون الاستهلاك. بينما توجد أحكام أخرى تخص تسمية المنشأ مدرجة في القانون الريفي، الذي يحيل إليه قانون الاستهلاك، وعدل هذا القانون مؤخرا بموجب الأمر رقم 2006-1547 المؤرخ في 07 ديسمبر 2006 والمتعلق بتدعيم قيمة المنتجات الفلاحية، الغابية، أوالغذائية، ومنتجات البحر، فجاء في المادة 641-05 منه، أنه يمكن أن تكرس تسمية منشأ مراقبة المنتجات الفلاحية، الغابية، أو الغذائية، ومنتجات البحر خاما كانت أو محولة، شريطة أن تتوافر فيها الشروط المنصوص عليها في المادة (115-01) من قانون الاستهلاك. ثم صدر مرسوم عن مجلس الدولة لإحداث هذه التسمية وبيان مجالها الجغرافي، ويختص بتلقي طلبات الاعتراف أو تسجيل تسميات المنشأ المعهد الوطني لتسميات المنشأ.

يرتب القيام بالتسجيل عند العلامة والتسمية عدة آثار قانونية، فقد ينشأ السمة لأول مرة مثل ما هو الحال عند العلامة دائما، أما التسمية فقد تحدث لأول مرة كما قد يكون التسجيل فقط

[286] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 421.
[287] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 421.

للتمتع بملكية تسمية منشأ سبق إحداثها. يكسب التسجيل الحق على ملكية السمة ويتيح إمكانية التصرف فيها. إنّ الاستمرار في التمتع بهذا الحق يخضع كما سبق بيانه إلى التزامات وإلى حدود كذلك، تتمثل الالتزامات في الإستغلال مثلا عند العلامة، وفي الاستمرار في الاستجابة لظروف الإنتاج عند التسمية، ويقصد بالحدود على التمتع بملكية السمة المجال الزماني والمكاني الذي تخضى السمة بالحماية فيه، وهي تمتد لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد داخل التراب الوطني، أو حتى خارجه إذا تم القيام بالإيداع الدولي.

كما يقصد بحدود الحماية مضمون هذه الملكية، أو معناه لأن ملكية العلامة تعطي لصاحبها حقا إستئثاريا احتكاريا، لا يمكن استنادا عليه أن يستغلها غيره دون ترخيص من هذا الأخير، بينما مالك التسمية غير مخير على الاشتراك في استعمال التسمية مع كل من يمارس نشاطا منتجا في المساحة الجغرافية المحددة للتسمية الشاملة لهذا المنتج، وهذا ما يعرف بالطابع الجماعي للتسمية.

لاحظ جانب من الفقه أنّ الطابع الجماعي للتسمية يطرح إشكالية في غاية الأهمية، حول إمكانية التصرف فيها، مثلما هو الحال عليه عند العلامة التي يمكن لصاحبها أن يتصرف فيها، كأن ينقل ملكيتها إلى شخص آخر بمقابل أو بغير مقابل، أو يرهنها، أو يقدمها كإسهام في شركة، أو يرخص لشخص آخر لاستعمالها، ومبدئيا فالإمكانية متاحة شريطة احترام الشكلية في كل هذه العقود الواقعة على السمتين، لاسيما في القيام بكتابتها، وتسجيلها للاحتجاج بها.

فيمكن إذن نقل ملكية علامة ما دامت مالا منقولا معنويا، وتحقق الشروط الموضوعية التي يتطلبها إبرام العقود الناقلة للملكية كعقد البيع مثلا، يلفت الانتباه أيضا إلى أنّ التنازل قد يكون كليا أو جزئيا على الحقوق المتصلة بالعلامة. ويرتب التنازل عن ملكية العلامة ما ينتجه العقد الناقل للملكية الذي تم إبرامه بشأنها، فإذا كان عقد البيع وهو الشائع، فتراعى الالتزامات التي يرتبها هذا الأخير في ذمة كل من المشتري والبائع، فيلزم الأول بدفع الثمن والتسلم، ويلتزم بائع العلامة بنقل ملكية العلامة والضمان[288].

قد يأخذ التصرف شكلا آخرا، خاصة إذا كانت للعلامة قوة جاذبية وصدى واسعا لدى أوساط المستهلكين في بعض الأحيان رغم اختلاف أوطانهم، لما تقدم من الأسباب ولعدة

[288] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 251.

أسباب أخرى لم يتم ذكرها، فقد يقوم صاحب العلامة بترخيص لشخص آخر حتى يستغلالها كليا أو جزئيا، مجانا أو يدفع ما يسمى بالإتاوات (les royalties)[289]، ومن مصلحة المرخص له أن يشترط الحصرية حتى لا يزاحمه في استغلالها شخص آخر. وتجدر الإشارة كذلك إلى أن بعض الشركات عبر الوطنية تقتحم الأسواق العالمية عن طريق الترخيص، وحفاظا على سمعتها فإنها تضع دفتر شروط لمن يطمح للحصول على ترخيص، وهو نوع من الإنتقاء.

يتيح عقد الترخيص استغلال العلامة الحصول على ثمار ملكية العلامة دون التنازل عنها، وهو شبيه في ذلك بعقد الإيجار[290]، وعلى هذا الأساس فإن هذين العقدين يتشابهان من حيث الآثار أو الالتزامات الناشئة على عاتق كل طرف، فيلتزم المرخص على وجه الخصوص بالعناية، بأن يقوم بتجديد التسجيل عند الاقتضاء، ورفع دعوى التقليد إذا تعرضت له العلامة، كما يلتزم صاحب العلامة بالضمان. ويلتزم في مقابل ذلك المرخص له، بدفع الإتاوات، واحترام شروط وحدود عقد الترخيص المتفق عليها إلى جانب تلك الواجب تضمينها في عقد الترخيص والتي نصت عليها المادة السابعة عشر (17) في فقرتها الأولى من الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره. ويمكن للمستفيد من حق استئثاري في استغلال العلامة أن يرفع بعد الإعذار دعوى التقليد إذا لم يقم المالك بذلك، ما لم ينص عقد الترخيص على خلاف ذلك.

نصّت المادة الرابعة عشر (14) على إمكانية رهن العلامة سواء تم ذلك أثناء رهن المحل التجاري أو بصورة منفصلة عنه، ولكن يشترط في الحالة الأولى تضمين عقد الرهن الحيازي للمحل التجاري أنه يشمل العلامة وهذا ما نصت عليه المادة مئة وتسعة عشر (119) من الأمر رقم 75-59 المتضمن للقانون التجاري.[291]

إنّ الشكلية المطلوبة لعمليات انتقال الحقوق على العلامة بصفة عامة لها ما يبرره، وإن تدخل المشرع بهذه الأحكام يراد به التنبيه لخطورة التعامل وإعلام الغير بهذه التصرفات، لذا

[289] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الأول: المحل التجاري: عناصره، طبيعته القانونية والعمليات الواردة عليه، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2001. ص. 104و105.

[290] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية،المرجع السابق. ص. 252.

[291] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 253.

فإن العمليات المتعلقة برهن العلامة أو شطب القيود أو رفع اليد عن الرهن يجب أن تقدم بموجبها نسخ أصلية مسجلة بصورة قانونية لدى المصلحة المختصة.

تضاف إلى قائمة التصرفات المتاحة على ملكية العلامة، إمكانية تقديم العلامة كإسهام في شركة[292]، ويدخل هذا في إطار الأموال المقدمة عينا وعلى وجه الخصوص المنقولة منها، لأن العلامة مالا منقولا معنويا ويتم هذا على سبيل الملكية أو الانتفاع، ويترتب على الحالة الأولى انتقال الحق بكامله إلى الشركة، وتطبق أحكام عقد البيع بالنسبة لآثار عملية التقديم لاسيما فيما يخص التسليم، نقل الملكية، والضمان، أما الحالة الثانية فتطبق أحكام عقد الإيجار[293]، وعليه يبقى الشريك محتفظا بملكية العلامة ولكن ينتقل إلى الشركة حق استغلالها. وبذلك يكتسب الشريك المقدم حصصا نظير ما قدمه وهذا في الحالتين الآنف بيانهما.

لاحظ الفقه أنّ عملية التنازل عن التسمية لم تحض بنفس العناية التي كفلها المشرع عند العلامة، فنص في المادة الواحدة والعشرون (21) من الأمر رقم 76-65 السابق ذكره على أنّ الحق في استعمال تسمية مسجلة مقترن بشرط الحصول على ترخيص من صاحبها[294].

وأمام غموض الأمر، لقد تدخل هذا الفقه محاولا رفع اللبس وتقريب المعنى، وإن كان جانب آخر[295] يقول بإمكانية التنازل عن التسمية مبدئيا بيعا، ورهنا، رغم رفض ذلك عندما يتعلق بالتسمية التابعة لمؤسسة حكومية، فإنّ التيّارالسابق[296] قال بعدم جوازية التنازل عن تسمية المنشأ المسجلة بأي شكل من أشكال التصرف سواء كان بيعا أم رهنا بالمجان أو بمقابل، وقد بني هذا الموقف على جملة من الحجج، بتقدمها عدم وجود نصوص منظمة لهذه العملية عند التسمية، على عكس ما عرفته عملية التنازل عند سائر حقوق الملكية الصناعية الأخرى، وهو ما دأب عليه المشرع الجزائري عند عدم ورود تسمية المنشأ ضمن التعداد الوارد في المادة التاسعة والتسعون (99) المعدلة من القانون التجاري، عند الحديث عن واجب قيد عملية بيع السجل التجاري أو التنازل عنه، فعددت كل حقوق الملكية الصناعية فيما عدى

---

[292] ف. زراوي صالح، المرجع السالف الذكر، ص. 254.
[293] راجع المادة 422 ق.ت.ج.
[294] المادة الواحدة والعشرون من الأمر رقم 76-65 السابق ذكره، جاء في نصّها ما يلي: " لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة إذا لم يرخص له بذلك صاحبها... "
[295] س. جميل الفتلاوي، المرجع السابق الذكر، 341.
[296] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 363.

تسمية المنشأ، ولم ترد التسمية ضمن تعداد عناصر المحل التجاري المشمول بالرهن الحيازي، وهذا كما لاحظه هذا التيار الفقهي رغم استعمال المشرع لعبارة " وعلى وجه العموم " في المادة مئة وتسعة عشر (119) من القانون التجاري[297]. وعلى كل، فإنّ موقف المشرع هذا يفسر بما تتميز به التسمية عن باقي الحقوق الأخرى بما لا يعط إمكانية للتنازل عنها، ولأنّها كذلك ذات طابع جماعي غير قابل للتنازل أو التقادم.

فسّر هذا الجانب من الفقه ما جاءت به المادة الواحدة والعشرون (21) بأنها تتيح إمكانية التنازل، متسائلا في الوقت ذاته عن دواعي عدم الدقة والتفصيل في تنظيم أحكامه[298].

المطلب الثاني: هل انتفاء شرط التسجيل يؤدي إلى عدم التمتع بالحماية؟

أريد من اعتماد صيغة الاستفهام في عنونة هذا المطلب تحقيق هدفين، يتمثل الأول في وضع حدود دقيقة لمجال الدراسة، لأنّ هذه الأخيرة ستتناول فقط ما يخص التمتع بالحماية القانونية دون النقاط الأخرى، على غرار ما سيتم عند دراسة العلامة الشهيرة فلن يتم التطرق إلى ماهيتها مثلا، ويتمثل الثاني في الإشارة إلى أنّ التمتع بالحماية القانونية لا يقتصر على توافر شرط التسجيل.

ويستهل هذا المطلب بالتنويه إلى أن نظامي العلامة والتسمية يرتكزان على مبدأ التسجيل هذا كقاعدة، ويبقى البحث في إطلاقها من نسبيتها، وبمفهوم المخالفة البحث عن مدى صحة مبدأ عدم جدوى الاستعمال[299].

تجد هذه الدراسة أساسها في الأهمية التي يوليها المشرع الجزائري تماما مثل نظير الفرنسي وحتى الأوربي، لعنصر الاستعمال، على غرار النص على شرط الاستغلال الجدي للعلامة بعد تسجيلها حتى لا يتعرض صاحبها لسقوط الحق عليها عن طريق إبطالها، أو نظام العلامة الشهيرة الذي يحمل عدة استثناءات على القواعد المنظمة للعلامة بشكل عام، بما فيها

[297] ف. زراوي صالح، المرجع السالف الذكر، ص. 388.
[298] ف. زراوي صالح، المرجع نفسه. ص. 389.

[299] Le principe de l'inefficacité de l'usage.

شرط التسجيل إضافة على مراعاة الاستعمال في حالة قيام شخص بإيداع لعلامة ينطوي على غش، سبقه في استعمالها شخص آخر لم يقم بإيداعها، وأخيرا الحالة التي تطرق إليها المشرع الجزائري المتعلقة بعرض سلع أو خدمات تحمل علامة في معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، إذ اعترف لصاحب هذه العلامة بالحق عليها إذا قام بإيداعها في الأجل المحدد.

من خلال هذا العرض الحصري لمختلف الحالات التي يكون فيها الاستعمال محل اعتبار للتمتع بالحق في حماية العلامة، يمكن التوصل إلى نتيجة أولية مفادها، أن هذه الحالات مقتصرة على العلامة دون التسمية، مما يدعوا إلى القول بأنّ الحماية القانونية لهذه الأخيرة لا تتحقق إلاّ بالتسجيل، فهي إذن قاعدة مطلقة.

قد ينتج التمتع بالحق في حماية العلامة عن الاستعمال لوحده أحيانا، وفي أخرى مرافقا للتسجيل، وعليه فالتسجيل عند العلامة مهم، لكن غير كاف لوحده لضمان استمرار الحق على العلامة.

سيتم التفصيل في دراسة أهمية عنصر الاستعمال عند العلامة فقط ما دام أنّ الأمر قد حسم فيه عند التسمية، وتنقسم هذه الدراسة إلى قسمين:

- الحالات التي يكون فيها الاستعمال محل اعتبار لوحده.
- الحالات التي قد يسقط فيها الحق على العلامة إذا لم يتبع التسجيل باستعمال العلامة.

تندرج ضمن القسم الأول، ثلاث حالات:

تعطي العلامة ذات الشهرة لصاحبها الحق في الحماية سواء سجلها أو لم يسجلها، وتجدر الإشارة إلى أنّ المشرع الجزائري حديث الاعتراف بالعلامة المشهورة، إذ لم ينص عليها إلاّ مؤخرا بموجب الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره[300].

نصّت اتفاقية باريس في مادتها السادسة (6) مكرر على حماية العلامة الشهيرة حتى ولو كانت غير مودعة، واعترف بها المشرع الفرنسي منذ إصداره للقانون المؤرخ **في**31 ديسمبر 1964. فجعل العلامة المشهورة استثناء على مبدأ التسجيل، بل ووضعهما في مادة

[300] المادة التاسعة في فقرتها الثالثة كرّست العلامة المشهورة بقولها: "... لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة (7) الفقرة الثامنة أعلاه.".

واحدة، شكل المبدآن فقرتيها تضمنت الأولى شرط التسجيل لاكتساب الحق على العلامة، بينما الثانية فتناولت حماية العلامة المشهورة مسجلة كانت أم لا، فقال بعض الفقه الفرنسي[301] مفسرا المادة بأن الشهرة تنوب عن التسجيل في تحقيق الحماية[302]، وتحت تأثير التشريع الأوربي[303] فإن المشرع الفرنسي عاد مرة أخرى ليكرس نوعا جديدا يدعى العلامة ذات السمعة، وهي العلامة التي تحظى برواج وصدى حتى خارج أوساط مستهلكي المنتج (بفتح التاء) الموسوم بها المعتادين، وتتمتع بقوة جاذبية. فضمنت الأحكام المتعلقة بها في مدونة الملكية الفكرية في المادة (L. 713-5)، فإنّه لا يحق لصاحب العلامة المشهورة أو ذات السمعة غير المسجلة رفع دعوى حجز التقليد أو التقليد، ويمكنه فقط الحكم بالمسؤولية المدنية على من استعمل العلامة على منتجات أو خدمات غير مشابهة لتلك المحددة في التسجيل، ولكن ترفع هذه الدعوى بتوافر أحد الشرطين:

- إذا كان من طبيعة هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمالك العلامة.
- إذا كان هذا الاستعمال غير مشروع، أي عن غير وجه حق.

لم يشترط المشرع الفرنسي توافر الشرطين معا، فيكفي توافر أحدهما فقط، والدليل على ذلك تخللهما بعبارة " أو "، زيادة على عدم اشتراط وقوع الضرر لصاحب العلامة، وترفع الدعوى المدنية من قبل مالك العلامة غير المسجلة دون سواه عكس ما هو الحال عند العلامة المسجلة، إذ يمكن أن يقوم به أيضا المستفيد من ترخيص لاستغلال العلامة ما لم يتضمن عقد الترخيص شرطا بخلاف ذلك. يمكن في الجزائر الالتجاء إلى رفع دعوى المنافسة غير المشروعة في حالة العلامة غير المسجلة من قبل صاحب العلامة قصد المطالبة بالتعويض عن الضرر الناشئ حسب قواعد المسؤولية المدنية.

ولا بأس بالتذكيرّ بأنّ حماية العلامة ذات الشهرة لا تقتصر على منع استعمالها على المنتجات أو الخدمات المماثلة لها فقط بل تتعداها، وهذا ما يخرج عن إطار مبدأ التخصص.[304]

---

[301] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 302.

[302] La notoriété supplée l'absence de dépôt.

[303] عن هذه النصوص، راجع ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 222.

[304] ف. زراوي صالح، العلامة الشهيرة في التشريعين الجزائري والفرنسي، مجلة المؤسسة والتجارة، 2006، عدد 2، ص. 14 وما بعدها.

تجد هذه الدرجة العالية من الحماية تفسيرا لها في قيمة العلامة الشهيرة، وفي تنامي دورها في الحياة الاقتصادية، كما أن المقلد قام باستعمالها طمعا في استغلال قوة جاذبيتها وليس فقط لتمييز منتجاته، وهذا ما يبرر الخروج عن مبدأ التخصص، لذلك عرّف بعض الفقه الفرنسي العلامة ذات السمعة أو الشهيرة قائلا: " يقصد بها العلامة المعروفة من أوساط الجمهور العريضة والمجتمعة، وتتمتع بقوة جاذبية مستقلة عن وظيفتها التمييزية".[305]

إلى جانب العلامة ذات الشهرة يمكن الحديث كذلك عن إبطال الإيداع الذي قام به شخص لعلامة سبقه في استعمالها شخص آخر لم يقم بإيداعها، ويستوي الأمر إن كانت تربطهما علاقة تعاقدية أم لا، كأن يكون ممثله أو موزعا لمنتجاته أو عاملا في مصنعه[306]، والعلة في هذا الحكم هو انطواء هذا الإيداع على عنصر الغش، لأن المودع قصد من وراء هذا الإيداع منع الغير من مواصلة الاستعمال، لذلك ليس الاستعمال وحده الذي أعطى الحق في طلب الإبطال لمستعمل العلامة ولكن سوء نية وغش المودع، هذا العنصر اعتد به المشرع الجزائري كذلك في المادة عشرون (20) الفقرة الثانية من الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره.

تطرق المشرع الجزائري إلى وضعية صاحب العلامة الذي قام بعرض منتجات أو خدمات تحمل علامة أثناء معرض دولي رسمي معترف به رسميا[307]، بأنّ له الحق في طلب تسجيل هذه العلامة، وتحق له المطالبة بالأولوية فيها ابتداء من عرض هذه السلع الموسومة بهذه العلامة، على أن يتم ذلك في أجل ثلاثة شهور تسري ابتداء من انتهاء المعرض، وتعتبر هذه المهلة قصيرة مقارنة بالمهلة الممنوحة لصاحب الاختراع المشارك في فعاليات معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، إذ منح اثني عشر شهرا لطلب البراءة[308].

غير أنه يثور التساؤل حول المقصود بالمعرض الدولي الرسمي أو المعترف به رسميا، وذلك لأن المشرع الجزائري لم يقم بوضع تعريف لهذه المصطلحات[309]، على غرار نظيره الفرنسي والذي قام على الأقل بالإحالة إلى الاتفاقية الخاصة بالمعارض الدولية المبرمة في

---

[305] O. Mendras, *op. cit.*, in www.prodimarques.com.

[306] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، المرجع السابق. ص. 245.

[307] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 65.

[308] ونصت على ذلك المادة الرابعة والعشرون (24) من الأمر رقم 2003-07.

[309] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 65.

باريس يوم 22 نوفمبر 1928 والمعدلة، التي انضمت إليها الجزائر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 97 -317 المؤرخ في 21 أوت 1997[310]، ويقصد بالمعرض في مفهوم هذه الاتفاقية: تظاهرات ذات أبعاد تعليمية تتعلق بإنجازات الإنسان وحضارته. بينما يكون المعرض دوليا في مفهومها دائما إذا شاركت فيه أكثر من دولة.

كانت هذه الحالات التي يحضى الاستعمال فيها باهتمام المشرع، بترتيبه حق التمتع بالحماية عليه ولو دون تسجيل، بينما يندرج في القسم الثاني، أي الحالات التي قد يسقط فيها الحق على العلامة إذا لم يتبع (بضم الياء) التسجيل باستعمال العلامة.

بادئ ذي بدأ يجب الإشارة إلى الأحكام الانتقالية التي تضمنها القانون المؤرخ في 31 ديسمبر 1964 في فرنسا واحترامه للحقوق الحقوق المكتسبة في ظل القانون المؤرخ في 23 يونيو 1857[311]، السابق بيانها عند الحديث عن ظهور مبدأ التسجيل، ولكن لا بأس كذلك من الوقوف عند الخطوط العريضة، خاصة منها الأحكام المتعلقة بإمهال ثلاثة سنوات من الفاتح يوليو 1965 للقيام بإيداع العلامات التي تم استعمالها مسبقا قبل صدور قانون 1964، مع تقديم تصريح لإثبات هذا الاستعمال لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، والالتزام بإقامة الدليل على ذلك إذا اقتضى الأمر أمام الجهة القضائية المختصة في حالة رفع دعوى إبطال تسجيل العلامة المودعة، ويثبت الاستعمال بكل وسائل الإثبات[312].

وبالرجوع إلى التشريع الجزائري، يجب ذكر اشتراط الاستعمال الجدي والمستمر للعلامة بعد تسجيلها، ويكون الاستعمال جديا وغير متقطعا في حالة استعمال العلامة في السنة الموالية لتسجيلها، كما يشترط عدم التوقف عن الاستعمال لفترة أقصاها خمس سنوات حتى لا تكون محلا لطلب الإبطال، وهذه النقطة كذلك تم التطرق إليها عند دراسة حالات انقضاء العلامة بناء على قرار المحكمة المختصة.

خلاصة القول، أن التمتع بالحماية عند التسمية مقترن بالتسجيل كقاعدة عامة، تفيد بعدم جدوى الاستعمال لترتيب الحماية عند التسمية، بينما يختلف الأمر عند العلامة فترد على قاعدة

---

[310] المتضمن انضمام الجزائر مع التحفظ إلى البروتوكول الموقع في باريس بتاريخ 30 نوفمبر 1972 بخصوص المعارض الدولية (المعدل للاتفاقية الموقعة في باريس بتاريخ 22 نوفمبر 1928) ج.ر. 17 أوت 1997، عدد 54، ص. 5.

[311] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., pp. 300 et 301.

[312] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 305.
المادة الحادية عشر من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.

اشتراط التسجيل للتمتع بالحماية استثناءات تم بيانها سابقا، ولذا يمكن القول أنّ قاعدة التسجيل للتمتع بالحماية عند العلامة تعد نسبية.

المبحث الثاني: تمتع العلامة والتسمية بالحماية القانونية على الصعيدين الوطني والدولي

إنّ تحضّر الإنسان وتطوره مع ما وضعه من أنظمة لاسيما القانونية منها تكفل له حماية حقوقه، بل إنّها تحضر عليه اقتصاص حقه بيده، لذلك فإنّ الحق مقترن بما يسمى بحق الالتجاء إلى القضاء، ويسري نفس المنطق على الحق في العلامة أو التسمية.

وتجد ضرورة حمايتهما أساسها في الدور البالغ الأهمية التي تلعبانه في الأوساط الاقتصادية وفي القيمة المتزايدة التي تميّزهما، إذ بلغت بعض العلامات أو التسميات درجة كبيرة من الشهرة والرواج داخل إقليم الوطن الواحد، وتعدت حدوده ليكون لها صدى في بلدان عديدة.

غير أنّ ظاهرة التقليد استفحلت وهي لا تقتصر على مجال معين أو بلد معين بل شملت مجالات متعددة، كقطع غيار السيارات، وحتى الأدوية، وعمت كثيرا من دول العالم، تعتبر الجزائر أحد الدول التي تعاني من هذه الآفة التي تهدد أصحاب الحقوق على العلامة والتسمية من جهة، والمستهلكين من جهة أخرى، علاوة على كونها تشكل تهربا ضريبيا. لما تقدم عرضه من معطيات، فإن المشرع الجزائري على غرار نظيره الفرنسي حرص على حماية العلامة والتسمية محليا ودوليا.

المطلب الأول: تمتع العلامة والتسمية بالحماية الوطنية

يلاحظ ابتداء أن العلامة أو التسمية تتوافران على حد أدنى من الحماية، يتجسد في الإمكانيات المتاحة لصاحبهما في الالتجاء إلى القضاء برفع دعوى مدنية بقصد طلب تعويض الضرر الذي لحقه جراء تقليد سمته، لأن الأساس هو خضوع العلامة لمبدأ التخصص غير أن

العلامة الشهيرة أو ذات السمعة العالية يمكن أن تتمتع بالحماية حتى خارج نطاق هذا المبدأ[313] استنادا إلى وجود منافسة طفيلية، التي تفسر في تعمد المعتد على الحق في العلامة في استعمال العلامة الشهيرة للاستفادة من جاذبيتها[314]، وهذا سيؤدي إلى الإنقاص منها حتما وقد يحدث تضليلا لدى جمهور المستهلكين، لذا يحق لصاحب العلامة ذات الشهرة حتى غير المسجلة طلب إبطال تسجيلها من قبل شخص آخر[315].

تمارس الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة ضد المعتدي على الحق في السمة، من قبل كل من لحقه ضرر جراء ذلك، قصد المطالبة بالتعويض، ويستوي الأمر أن تكون السمة مسجلة أو غير مسجلة، كما لا يشترط إثبات سوء نية مرتكب هذا الاعتداء أمام القضاء[316].

إذا كانت العلامة تنفرد ببعض الأحكام بالنسبة للحماية المدنية على غرار ما يتعلق بالعلامة الشهيرة، فإنّها تشترك مع التسمية في الحماية الجنائية، التي لا تثبت إلاّ لصاحب حقوق إستئثارية على السمة المودعة، محل الاعتداء من قبل الغير. يشترط المشرع أن يقع الاعتداء على العلامة بعد نشر تسجيله أو بعد تبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه[317]. أراد المشرع من وراء ذلك الإشارة إلى حجية التسجيل اتجاه الغير، غير أن النصوص المنظمة للتسمية لم تتسم بنفس هذه الدقة في التفاصيل فلم يتضمن هذه الأحكام لا الأمر رقم 76 -65، ولا المرسوم رقم 76-122 اللذان اكتفي فيهما بذكر إجرائي التسجيل والنشر بصورة متلازمة دون تبيان أثر ذلك في تحديد تاريخ سريان الحماية القانونية ضد الأفعال المشكلة لجنحة تقليد التسمية. وعلى كل، فإنّ النشر كإجراء ما وضع إلا لتحقيق عنصر الحجية اتجاه الغير، مما يدعو إلى القول بأن أفعال التعدي الواقعة بعد تاريخ نشر التسجيل هي التي

[313] ف. زراوي صالح، العلامة الشهيرة في التشريعين الجزائري والفرنسي، المقال السالف الذكر، ص. 14 وما بعدها.
[314] Y. Gouyon. op. cit., p. 920 : « il moissonne là ŏu il n'a pas semé »

[315] P. Rodhain, *l'autonomie de la concurrence déloyale dans l'action en contrefaçon*, Legal biznext, 2007, in www.legalbiznext.com, 1er octobre 2007. « La vocation de l'action en contrefaçon est en effet de sanctionner l'atteinte portée à un droit privatif, alors que l'action en concurrence déloyale vise la sanction à un manquement à la déontologie commerciale, élément distinct de l'atteinte portée à un droit de propriété intellectuelle. »

[316] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 65.
[317] المادة السابعة والعشرون من الأمر رقم 2003-06.

يمكن أن تكون محل متابعة ومشكلة لجنحة التقليد. ولكن يستحسن لو يولي المشرع للتسمية نفس الاهتمام الذي يوليه للعلامة خاصة فيما يتعلق بالدقة، لأنّ تدخله بدقة في العلامة دون التسمية في بعض النقاط يمكن أن يكون محل تساؤل واختلاف في التأويلات. كما يشترط أيضا أن تكون السمة الصحيحة، من خلال استيفاء شروطها الشكلية والموضوعية " الإيجابية والنافية ". على حد تعبير جانب من الفقه*

ستتم دراسة جنحة التقليد بالاعتماد على بيان أركانها، باعتبارها جنحة تقوم بتوافر أركان الجريمة من ركن شرعي، وركن مادي، وآخر معنوي. ستتيح هذه الطريقة الكشف عن عمق التشابه الموجود بين جنحة تقليد العلامة وجنحة تقليد التسمية.

إنّ الجريمة قائمة على مبدأ الشرعية، فلا " جريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن بدون نص قانوني"*، كما أن الجريمة هي كل فعل أو امتناع يقرره القانون ويرتب له جزاء، والقانون قد يقرر الحق أو ينشئه، ويكفل له الحماية القانونية عن طريق القواعد الآمرة المقترنة بعنصر الجزاء. وجنحة التقليد لا تستثن من هذه القواعد، لذلك فإنّ دراسة جريمة ما، يبدأ بالبحث عن النص المجرم، وتجريم أفعال التقليد وتكييفها على أنّها جنحة تقليد تمت بالدرجة الأولى في النصوص المنظمة للسمتين.

ونصت قبلها المادة السادسة والعشرون (26) من ذات الأمر في فقرتها الثانية على ما يلي: "... يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه."، كما عولجت جنحة تقليد العلامة في المادة الثانية والثلاثون (32)[318]من الأمر رقم 03-06 المذكور أعلاه.

---

* ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 362و ما بعد.

* المادة الأولى من الأمر رقم 66-156 السالف الذكر (ق.ع.ج.) جاء في نصها مايلي: "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون."

[318] المادة الثانية والثلاثون من الأمر رقم 03-06 المذكور أعلاه جاء في نصها ما يلي:" مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، فإنّ كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة 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 مع:

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة،
- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة،
- إتلاف الأشياء محل المخالفة."

توصل جانب من الفقهمن خلال دراسة نص المادة الثانية والثلاثون (32) عدة نتائج، تتمثل الأولى في اعتبار أفعال التعدي على الحق الاستئثاري في العلامة على أنها جنحة تقليد، وقد اختار المشرع هذه العبارة لتشمل كل التصرفات التي يرتكبها الغير إهدارا وتعديا على الحقوق الاستئثارية المتعلقة بالعلامة. وتتمثل النتيجة الثانية في رفع مبلغ الغرامة مقارنة مع ما كان عليه في التشريع السابق، بينما الثالثة فهي خفض مدة عقوبة الحبس، وهو أمر أثار استغراب جانب هذا التيار الفقهي،[319] لكونه لا يعبر عن رغبة جادة في تطلعات البلاد لجذب الاستثمارات الأجنبية، وكذا الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة. وما كان المشرع الجزائري ليسلم من الانتقاد حتى ولو أنّه أبقى على عقوبة الحبس المنصوص عليها في النص السابق، نظرا للتزايد المستمر لقيمة العلامة ولأّن الردع بنوعيه العام والخاص إلى جانب عنصر الإيلام لا يمكن تحقيقهما إلاّ عن طريق سياسة عقابية تراعي تناسب أو ملائمة العقوبة للفعل المجرم على غرار ما قام به المشرع الفرنسي، إذ رفع عقوبة الحبس إلى ثلاث سنوات، ومبلغ الغرامة إلى ثلاث مائة ألف يورو (300.000 €)، وفي حالة ارتكاب نفس الجريمة من قبل عصابة منظمة تصبح عقوبة الحبس خمس سنوات (5) بينما الغرامة ترفع إلى خمس مائة ألف يورو (500.000 €)[320].

لقد تصدى المشرع الجزائري لجنحة تقليد تسمية المنشأ، فنصّت المادة الواحدة والعشرون (21) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه على أنّ استعمال العلامة لا يحق إلاّ لمن حصل على ترخيص بذلك[321]، ونصت المادة الثامنة والعشرون (28) من ذات الأمر على تعداد التصرفات التي تعد غير مشروعة والمشكلة لجنحة التقليد، وهي الاستعمال المباشر أو غير المباشر لتسمية منشأ مزورة أو منطوية على غش، أو تقليد تسمية المنشأ، أو استعمال تسمية منشأ مسجلة بدون ترخيص بذلك من صاحبها.

---

[319] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 258.

[320] V. arts. L, 716-9 al. 2 et L. 716-10 al 2 C. fr. pror intell .

[321] المادة الواحدة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه نصّت على أنّه:" لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة إذا لم يرخص له بذلك صاحبها... "

جاء في المادة ثلاثون (30) من ذات الأمر بأن التعدي على تسمية منشأ مسجلة يعرض صاحبه للعقوبات المنصوص عليها في الأمر الآنف الذكر إلى جانب العقوبات المنصوص عليها في القوانين والأنظمة الخاصة بقمع الغش.

من خلال ما تقدم عرضه يمكن استخلاص إلى عدة نتائج، فمقارنة بالأحكام المنظمة للعلامة، فإنّ النص المجرم لم يعرف تعديل، ثم إنّ مصطلح " جنحة التقليد "[322] لم يستعمل، ولكن استعملت عبارات أخرى للدلالة على ذلك على غرار " تزوير "، " تقليد تسمية "، " منطوية على غش"[323]، غير أنها تعتبر جنحة تقليد لأنها تضم نفس العناصر المشترط عند جنحة تقليد العلامة، فمصطلح "حبس" يدل على نوعية الجريمة، ثم إن معنى التقليد يكاد يكون نفسه من حيث المبدأ، عند تقليد العلامة بالنظر إلى التعدي على السمة المسجلة.

هناك نوعين من التقليد ومعه درجتين من العقاب، فيعاقب كل من زوّر أو شارك في تزوير تسمية بغرامة من 200 إلى 2000 دج، وبالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات أو بإحدى هاتين العقوبتين، كما يعاقب كل من تعمد طرح منتجات تحمل تسمية منشأ مزورة أو قام ببيعها بغرامة من 1000 إلى 15.000 دج، وبالحبس من شهر واحد إلى سنة واحدة أو بإحدى هاتين العقوبتين، مع إمكانية أن تأمر المحكمة بإشهار نص الحكم كليا أو جزئيا بإلصاقه في الأماكن التي تحددها، وفي الجرائد التي تعينها على نفقة المحكوم عليه. ولقد لاحظ جانب من الفقه الجزائري* أن الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، يشير في مادته الثلاثون (30) إلى تعرض مرتكب جنحة التقليد إلى عقوبات تنص عليها القوانين والأنظمة المتعلقة بقمع الغش[324]، والمتمثلة أساسا في قانون العقوبات وقانون الجمارك وبالرجوع إلى النص الأول في مادته 429 المعدلة يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20.000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد في طبيعة السلع أو في صفتها الجوهرية أو في ترتيبها، أو في نسبة مقوماتها، أو في

---

[322] المادة الثانية والثلاثون من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه.
[323] المادة الثامنة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.
[*] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 395.
[324] المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج.ر. 31 يناير 1990، عدد 5، ص 202، والمرسوم التنفيذي رقم 2001-315 المؤرخ في 8 يونيو 2001، عدد 61 ، ص. 11. المذكور من قبل ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 395.

نوعها أو في مصدرها. أمّا النص الثاني، أي قانون الجمارك، وبالضبط في المادة الثانية والعشرون (22) الفقرة الأولى.[325] بيّنته، وهذا ما أكّده هذا التيار الفقهي أنّه تحظر دخول السلع الآتية من الخارج الإقليم الجمركي الجزائري أو التنقل فيه، إذا كانت تحمل أي بيان يراد به الدلالة على أن هذه السلع ذات منشأ جزائري، كما تخضع هذه السلع للمصادرة[326].

كفل المشرع الفرنسي هو الأخر الحماية القانونية لمالك تسمية المنشأ ضد أي اعتداء أو مساس، خاصة ما جاء في نص المادة L. 115-16 المعدلة بموجب القانون رقم 2008 - 776 المؤرخ في 04 أوت 2008، المادة الواحدة والسبعون (71)، وعددت هذه المادة الحالات والأفعال المعاقب عليها وهي ست (6) حالات، ولكن تشكل الحالتين الثالثة والرابعة منها تعدي أو محاولة التعدي على الحق الإستئثاري للتسمية. كما نصت المادة على أنّه يمكن للمحكمة الأمر بنشر الحكم في الأماكن التي تحددها وإدراج الحكم كليا أو جزئيا في الجرائد التي تحددها كذلك، على نفقة المحكوم عليه. يمكن الحكم على الأشخاص الطبيعية التي ثبتت إدانتها حسب الحالات، بالمنع ممارسة الأنشطة المهنية التي تمت بمناسبتها ارتكاب جنحة التقليد.

يجب في مستهل الحديث بيان نوعين من الإعتداء على العلامة:[327]

- الإعتداء على الحق في العلامة.
- والإعتداء على قيمة العلامة.[328]

ويستدعي التمييز بينهما الوقوف عند بعض الحقائق، لعل أهمها هو أنّ الحق على العلامة لا يوجد مبدئيا إلاّ في مجال التخصص[329]، وفق ما يقتضيه المنطق الاقتصادي الذي يهدف لحماية صاحب العلامة من المزاحمة غير النزيهة[330] من الأشخاص الذين قد يضعون

---

[325] القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المعدل والمتمم بناء على القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998 ، ج.ر. 23 أوت 1998، عدد 61. ص. 6.

[326] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 395.

[327] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 354.

[328] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 257.

[329] وهذا ما يسمى في الحماية القانونية بمبدأ التخصص.

[330] ن. مغبغب، الماركات التجارية والصناعية (دراسة في القانون المقارن)، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، ط1، لبنان، 2005، ص. 214.

العلامة على منتجات مماثلة لمنتجات مالك العلامة، غير أن العلامة الشهيرة تمثل استثناءا على هذا المبدأ[331].

تتأتى حماية صاحب العلامة في علاقته مع العلامة، ومنافسيه عن طريق حماية من التقليد بالدرجة الأولى، هذا الأخير قد يأخذ معنيين، أحدهما ضيق والآخر واسع، يقصد بالأوّل نسخ بصورة مطابقة أو تكاد تكون كذلك للعلامة المحمية[332]، أما الثاني فبقصد به التصرفات التي من شأنها أن تمثل مساسا بالحق في العلامة كتشبيهها مثلا. بينما يقصد بالاعتداء على قيمة العلامة المساس غير المباشر بالعلامة، ويمكن أن يتم ذلك خارج مجال المنافسة أو التخصص، وقد يكون الضرر في هذه الحالة كبيرا، وهو نوع من التطفل على قيمة العلامة[333]، مما سيؤدي إلى الإنقاص من جاذبية العلامة وتميزها[334]، ومثال ذلك المرقي العقاري الذي يعطي لأحد مبانيه اسم هو في الحقيقة علامة تجارية مسجلة، أو حالات الإنتقاد اللاّذع الذي يتطاول[335] من خلاله الغير على المنتج (بفتح التاء) حامل العلامة، وهو نقد يتجاوز حدود حرية التعبير، فهو نقد متكرر وغير مؤسس. لا يضع الفقه نفس التقسيم للاعتداء على التسمية، لعدة اعتبارات لعل أهمها أن هذا التقسيم مبني لحماية العلامة حتى خارج مجال التخصص.

وبما أن التسمية لا تخضع لمبدأ التخصص[336]، فإنّ حمايتها تتم دون الحاجة إلى هذا التقسيم، بل إنّ الحماية من الإعتداء على الحق عليها، ومن الإعتداء على قيمتها يتم من باب أولى.

يطرح التساؤل حول مفهوم التقليد عند المشرع بالنسبة للعلامة وللتسمية، وبالرجوع إلى أحكام النصوص المنظمة لهما يلاحظ أنّه ورد في المادة السادسة والعشرون (26) الفقرة الأولى من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، التي عرّفت جنحة تقليد العلامة المسجلة بأنها كل عمل يمس بالحقوق الإستئثارية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحبها، وأضيف في

---

[331] ف. زراوي صالح، العلامة الشهيرة في التشريعين الجزائري والفرنسي، مجلة المؤسسة والتجارة، 2006، عدد 2، ص. 14 وما بعدها.

[332] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 376.

[333] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p p. 302 et 356.

[334] ف. زراوي صالح، المرجع السابق. ص. 259.

[335] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 217.

[336] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 402.

الفقرة الثالثة من نفس المادة أن التقليد يعد جريمة يعاقب عليها ثم حددت المواد التي تتضمن العقوبات المحددة، في حين أن المشرع لم يعرف جنحة تقليد التسمية بصفة مباشرة، ولكن اكتفى ببيان أشكال التقليد أو بالأحرى الأعمال غير المشروعة، بقوله في المادة الثامنة والعشرون (28) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه: " يعد غير مشروع ... " وما جاء في المادة الواحدة والعشرون (21) من ذات الأمر التي بدأت بعبارة: " لا يحق... " وهي تدل على عدم الشرعية كذلك.

هناك شبه تطابق من حيث المبدأ في الأخذ بالمعنى الواسع لمعنى التقليد، ويلتمس ذلك من خلال طبيعة أعمال الاعتداء التي تشكل مساسا بالحقوق الاستئثارية للسمة، لأنّ المشرع إذا عبّر بهذه الصيغة عند العلامة، فإنّه عبّر عنها عند التسمية بصيغة أخرى بقوله في المادة الواحدة والعشرون (21) من الأمر رقم 76-65 " ... إذا لم يرخص له بذلك صاحبها...". كما أن التقليد قائم عند العلامة والتسمية بمجرد وضع السمة على المنتج (بفتح التاء) فلا يشترط استعمال السمة بدون وجه حق، بل يكفي أن يكون هذا الاستعمال غير المشروع وشيكا.[337]

لذلك فإنّ صاحب السمة لا يبقى مكتوف اليدين وهو يعلم أن سمته تم تقليدها، فتقليد السمة يعرض صاحبه للمتابعة القضائية، ومن باب أولى إذا قام باستعمالها من دون ترخيص بذلك، كل هذا من دون إغفال اشتراط تسجيل السمة حتى تحضى بالحماية من جنحة التقليد، بدليل ما جاء في الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره[338]، هذا بالنسبة للعلامة، أما التسمية فتنص المادة الواحدة والعشرون (21) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه على نفس الحكم[339].

إضافة إلى ما سبق، فإنّ تقليد العلامة أو التسمية لا يقصد به الاصطناع المطابق للسمة وهذا ما يعرف بالتقليد بحصر المعنى، وإنما يقصد به كذلك التقليد بالتشبيه.

وأخذ هذا الموقف عن المشرع الفرنسي الذي تبنى المفهوم الواسع للتقليد، تحت تأثير التوجيهة الأوروبية رقم 104/89 المؤرخة في 21 ديسمبر 1988.

---

[337] كما جاء في المادة التاسعة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، وجاءت المادة الثامنة والعشرون من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه بحكم مماثل عندما قالت: " أعمالا توحي بأن تقليد سيرتب. ".

[338] المادة السادسة والعشرون من الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره في فقرتها الأولى بقولها: " ... يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة ... "

[339] المادة الواحدة والعشرون من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، بقولها: " لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة...".

قد يأخذ التقليد بالتشبيه عدة صور، فقد يكون جزئيا وهو الغالب إذ يلجأ البعض إلى استعمال علامات تتشابه مع علامات مسجلة قصد التطفل على رواجها، ممّا من شأنه أن يخلق لبسا بين أوساط الجمهور، واعتبر القضاء الفرنسي إن إيداع صور معينة كعلامة يترتب عليه حماية الصور ومدلول الصورة مثال كلمة (CASTOR) فإن جنحت التقليد مرتكبة عند وضع الصورة الدالة على الكلمة.[340]

ويعتبر أيضا مرتكب لجنحة التقليد، من ينقل أحد مكونات علامة مركبة،[341] ومثال هذه الأخيرة العلامة المكونة من عدة كلمات أو مركبة بكلمات وصورة، شريطة أن تكون جوهرية وكل عنصر مكون للعلامة يحتوي على عنصر الأصالة والتمييز، إن التقليد قائم في حالة الترجمة[342]، أو بإضافة حرف أو انتقاصه إذا كان ذلك يؤدي إلى خلق اللبس لدى المستهلكين[343].

يلجأ المقلدون في بعض الأحيان إلى عدة أساليب احتيالية لتقليد سمة معينة، كالتقليد بالقياس وهو استعمال علامة تشبه العلامة الأصلية من حيث النطق، أو التشبيه بجميع الأفكار، ومن تطبيقاته ما يسمى التشبيه بالترادف أو بالتعارض[344].

إن التسمية كذلك محمية من أشكال هذا التقليد بدليل نص المادة الواحدة والعشرون (21) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، التي منعت استعمال تسمية مسجلة دون ترخيص، حتى ولو ذكر المنشأ الحقيقي للمنتج، أو ترجمة التسمية، أو نقلت حرفيا وكانت مرفقة بألفاظ " الجنس" أو " النموذج " أو " الشكل " أو " التقليد "، أو بألفاظ مماثلة وهذه العبارة الأخيرة تدل على أن هذه العبارات وردت على سبيل المثال لا الحصر. وهذا يشكل مرونة في النص القانوني، مما يجعل جنحة التقليد قائمة حتى في حالة استعمال عبارات أخرى غير تلك

---

[340] Cité par A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 389.
[341] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 381.
[342] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 228.
[343] قضية شركة الجبن البقرة الظريفة صاحبة العلامة دانيس ضد شركة جارفي دانون صاحبة العلامة داني، مجلس قضاء وهران، الغرفة التجارية، 27 مارس 2004، غير منشور: أنّ هتين العلامتين مختلفتان " من حيث النطق ...و من حيث الأشكال سوى فيما يخص الرسم والألوان..." ، مذكور من قبل ف. زراوي صالح، المرجع السابق. ص. 262. واظر أيضا قضية بين السيد (و. ن.) صاحب علامة علامة موفيدا و شركة لوريال صاحبة علامة مفيدة، مجلس قضاء الجزائر، الغرفة التجارية، 05 أكتوبر 1998، غير منشور: أنّ العلامتين متشابهتين " حيث أنه يتضح مما سبق ذكره أن هناك تشابه بين العلامتين والقاضي الأول عندما قضى بإبطال أحدهما كان حكمه على صواب يستحق التأييد والمساندة ".
[344] ف. زراوي صالح، ،المرجع السابق. ص. 267.

المستعملة في هذه المادة، كما يعاقب على كل استعمال غير مشروع لتسمية سواء المزورة أو المنطوية على غش أو تقليد لتسمية منشأ[345].

يعاقب على استعمال السمة المقلدة أو المشبهة عند العلامة والتسمية كذلك، وإذا كانت المادة الثامنة والعشرون (28) من الأمر رقم 76-65 السابق بيانها آنفا قد متعت ذلك، فإن المادة السادسة والعشرون (26) من الأمر رقم 2003-06 هي الأخرى منعت استعمال علامة مقلدة، وجنحة الاستعمال لا نقع بمجرد وضع العلامة، هذا ما جاء به جانب من الفقه الجزائري.*

وتجدر الإشارة إلى أن الفقه ذكر نوع آخر يتمثل في اغتصاب علامة مملوكة للغير[346]، أو وضع البعض علامة هي ملك الغير، وتتمثل هذه الصورة في وضع علامة هي في الأصل ملك الغير على منتجات غير صادرة عن صاحب العلامة قصد خداع المستهلكين، وهذا ما جاء في المادة السادسة والعشرون (26) من الأمر رقم 2003-06 المذكور سابقا، يلاحظ أن التسمية لم تخص بنفس التفصيل والعناية التي أولاهما المشرع الجزائري بالعلامة.

إضافة إلى ما سبق ذكره من حالات التقليد، فإنّ القانون يعاقب جزائيا أيضا على بيع المنتجات التي تحمل سمة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع، بغض النظر عن مشاركتهم في صنعها من عدمه، فيكفي كما لاحظه الفقه البيع أو العرض للبيع، بذلك تكون الجنحة قائمة بمجرد عرض هذه المنتجات ولو لم يتم البيع، وتكاد تتطابق العلامة والتسمية كذلك في هذا الأمر، ما عدا النقطة المتعلقة بالعنصر المعنوي (أو عنصر القصد) الذي سيتم التطرق إليه في الركن المعنوي لجنحة التقليد.

---

[345] ما ورد في المادة الثامنة والعشرون من ذات الأمر.

* ف. زراوي صالح، ، المرجع السابق. ص. 267.

[346] قضية الشركة الفرنسية ذات المسؤولية المحدودة العلامة التجارية " لحظة ضد المؤسسة العمومية الإقتصادية "إنابال "، مجلس قضاء الجزائر، 26 ديسمبر 2000، غير منشور: " حكمت المحكمة علنيا ابتدائيا حضوريا بإلزام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بإبطال العلامة التجارية.

" لحظة " المسجلة لفائدة المؤسسة العمومية الإقتصادية " إنابال " وشطب تسجيل العلامة و قيده في السجل الخاص بالعلامات وشهر هذا الإبطال في المنشور الرسمي للملكية الصناعية و إلزام المدعي المؤسسة الإقتصادية والعمومية " انابال " بدفع للمدعية مبلغ قدره 500.000 دج خمسمائة ألف دينار جزائري كتعويض عن الضرر المصاريف القضائية على عاتق المدعى عليها ."

وبعد تفحص النصوص القانونية، تبيّن لهذا الفقه أنّها* التنبيه إلى أن النصوص المنظمة لكل من العلامة والتسمية لم تتصد للسلع المستوردة الحاملة لسمة مقلدة، وترك تنظيم هذه المسألة لقانون الجمارك في مادته الثانية والعشرون (22) فقرة 1 و 2 حيث نصت على حظر هذه المنتجات الحاملة لعلامة أو تسمية مزيفة أو مقلدة مع مصادرتها، سواء كانت جزائرية أو أجنبية.

يدخل البحث عن عنصر القصد، في إطار دراسة الركن المعنوي للجريمة، وهو كاشف لمدى تشدد القانون أو تساهله مع جريمة معينة، فما هي إذن الحالات التي يشترط فيها القانون وجود سوء نية مرتكب أفعال التقليد حتى تكون جنحة التقليد قائمة ؟ لقد طرح السؤال بهذه الصيغة، أي البحث عن الحالات التي يشترط فيها وجود سوء النية، بدلا من البحث عن الحالات التي لا يشترط فيها لكثرة هذه الأخيرة، ولأن اشتراط سوء النية يمثل استثناء عن القاعدة العامة.

أما بخصوص التسمية فتوجد حالة أخرى تتمثل في عملية بيع أو عرض للبيع منتجات تحمل تسمية منشأ مزورة، ويستحسن أن يتدخل المشرع الجزائر في هذا الصدد ويحذف عبارة " عمد " الواردة في المادة ثلاثون (30) من الأمر رقم 76-56 المذكور أعلاه، على غرار ما فعله بخصوص الصورة المطابقة لهذه الحالة عند العلامة. فكان التشريع السابق الخاص بالعلامات يشترط توافر سوء النية لقيام جنحة التقليد، غير أنه وبموجب التشريع الراهن أكد حرصه على حماية حق صاحب العلامة بعدم اشتراطه تعمد القيام بهذه الأفعال.

لا توجد حالات أخرى يشترط توافر عنصر القصد لقيام جنحة التقليد، بمعنى أن جنحة التقليد قائمة عند ارتكاب أفعال التقليد السابق بيانها في الركن المادي للجريمة.

تتجلى عناية المشرع بحماية حق صاحب السمة كذلك من خلال الإمكانية المتاحة له في اللجوء إلى إجراءات وقائية تحفظية الغرض منها وضع حد للاستعمال غير المشروع للسمة، إن وقع أو كان وشيك الوقوع، كما تسمح هذه الإجراءات للمدعي بالحصول على أدلة إثبات ارتكاب الجنحة.

* ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 272.

يلاحظ أن المشرع نص على حجز التقليد عند العلامة، سواء في التشريع السابق أو الراهن، ويكون بموجب هذا الأخير قد تدارك بعض النقائص، التي جعلته محل انتقاد من طرف جانب من الفقه الجزائري[347]، إذ لاحظ هذا الأخير أنّ المشرع يستعمل عبارة "مصادرة"، ثم تدارك الوضع في الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره، وأصبح يستعمل عبارة "الحجز" و يظهر هذا في النص بالصياغة العربية.

يجد هذا الإجراء التحفظي أساسه القانوني في نص المادة الرابعة والثلاثون (34) من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، فأتاحت هذه المادة لمالك العلامة إمكانية الاستعانة بخبير عند الاقتضاء للقيام بوصف مفصل للسلع التي يدعي أنها تلحق به ضررا بفعل حملها للعلامة، مع حجز هذه المنتجات أو بدونه، وهذا كله بموجب أمر من رئيس المحكمة. ثم جاءت الفقرة الثانية من نفس المادة بحكمين يبين الأول شكل إصدار الأمر، باعتبار أن هذا الأخير يتم إصداره على ذيل عريضة، بينما يبين الثاني أن هذا الأمر يصدر بناءا على إثبات تسجيل العلامة، ولكن المشرع لم يشر إلى ما ورد في الفقرة الثانية من المادة السابعة والعشرون (27) من ذات الأمر التي تجعل من نشر تسجيل العلامة أو تبليغه للمقلد المشتبه فيه، شرط لاعتبار أفعال هذا الأخير مخلة بالحقوق المرتبطة بالعلامة.

وكما سبق بيانه فإن عملية حجز التقليد تهدف إلى إثبات جنحة التقليد إلى جانب وضع حد للضرر الناشئ عن عملية التقليد، لذلك فإن حجزا التقليد نوعان، الحجز الوصفيوالحجز العيني.

استنادا إلى ما ورد في الفقرة الثالثة من المادة الرابعة والثلاثون (34) من ذات النص القانوني، فإنّه يلاحظ أن للقاضي سلطة جوازية بحجز الأشياء المقلدة، وفي أمر المدعي بدفع كفالة. وتسلم لأصحاب المنتجات أو الآلات الموصوفة نسخة من أمر رئيس المحكمة، مع نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة، وهذا تحت طائلة البطلان.

تمنح لمن تم الحجز لمصلحته مهلة شهر لأن يلتمس الطريق المدني أو الجزائي، وإلا فإن الوصف أو الحجز يعد باطلا بقوة القانون، مع عدم الإخلال بحق صاحب العلامة في طلب

[347] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 277.

التعويضات عما لحقه من ضرر جراء عملية التقليد، وعن حق هذا الأخير في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع يبقى قائما، إلاّ أنه لا يمكنه الاستناد عليه لإثبات التقليد، لأنّه باطل.

إنّ المشرع لم يفصل في إمكانية طلب إجراء حجز آخر بعد انتهاء مهلة شهر المحددة، خاصة إذا ظهرت أعمال تقليد جديدة من نفس المقلد المشتبه فيه، و لهذا لاحظ جانب من الفقه الجزائري* بأنه من غير المنطق السماح لصاحب العلامة بطلب إجراء حجز ثاني إذا لم يرفع دعواه في الأجل المحدد، إلاّ أنّه اعتبر أنّه يستحسن أن يتدخل المشرع يستحسن لو يتدخل المشرع صراحة ليبين موقفه في هذا الشأن.

إن حجز التقليد منصوص عليه في التشريع الفرنسي كذلك، وتجدر الإشارة إلى أن النصوص المنظمة للتسمية لم تنص على إجراء الحجز التحفظي عند التسمية، وعلى النقيض من ذلك فإن المشرع الفرنسي أولى لها عناية بالغة، بموجب القانون رقم2007-1544 الصادر في 29 أكتوبر 2007 المتعلق بمحاربة.[348]

ولم يخص التسمية لوحدها بهذه العناية بل كفل لها ذلك إلى جانب البيانات الجغرافية الأخرى، وأقل ما يقال عن هذه النصوص، هو أنها تتسم بالدقة والتفصيل اللذان يعكسان مدى الحرص على حماية حقوق الملكية الصناعية، بصفة عامة وتسمية المنشأ بصفة خاصة.[349]

إن السرعة التي تميز عالم الأعمال تفرض على المشرع مسايرتها عن طريق وضع الآليات الكفيلة بذلك، مع تحديد المصالح المختصة بمساعدة صاحب الحق الإستئثاري في الدفاع عن حقه، وتندرج ضمن نفس السياق الإمكانية المتاحة لصاحب أي ملكية فكرية في تقديم طلب إلى المديرية العامة للجمارك، يلتمس منها بمقتضاه التدخل لحجز السلع المزيفة التي تمس بحقوقه الإستئثارية.

---

* ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 277.

[348] V. Loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon.

[349] المادة Art. L. 722-4 التي جاء فيها أن صاحب العلامة يمكنه أن يقوم بإثبات التقليد عن طريق الحجز التحفظي عن طريق محضر قضائي، مع الاستعانة بخبراء يعينهم المدعي، بناء على أمر من المحكمة المختصة للقيام بوصف مفصل، مع أخذ عينات أو بدون ذلك، أو لإجراء حجز عيني للوسائل التي تشكل مساسا بالتسمية، ولكل وثيقة مرتبطة بذلك.

إنّ القرار المؤرخ بتاريخ 15 يوليو 2002، الذي يحدد كيفيات تطبيق المادة الثانية والعشرون (22) من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة*، عرف في مادته الثانية مفهومي السلعة المزيفة، وكذا مالك الحق[350]، وتجدر الإشارة إلى أن عبارة " لاسيما منها " المستعملة تدل على أن المادة ذكرت فيها أمثلة عن أشكال المساس بحقوق الملكية الفكرية. ويدخل ضمن هذا التعداد حالة استعمال علامة مصنع، أو علامة تجارية مماثلة لعلامة مصنع، أو علامة تجارية مسجلة على منتجات مماثلة أي في إطار (مبدأ التخصص).

وما يشد الانتباه هو ورود عبارة " أو تلك التي لا يمكن تمييزها في جوانبها الأساسية من علامة المصنع أو العلامة التجارية هذه..."، وهذا تبني لموقف القضاء الجزائري في مجال تقليد العلامة لان العناصر الجوهرية للعلامة فقط تكون محل حماية.

ويشكل في مفهوم نفس المادة سلعا مزيفة أيضا استعمال رمز لعلامة مسجلة، كاستعمال شعار أورقة (دليل) استعمال مثلا، وتشكل سلعا مزيفة كذلك، السلع التي تمس ببراءة الاختراع، أو الرسوم والنماذج المسجلة، وحق التأليف أو الحقوق المجاورة. إن مفهوم السلع المزيفة واسع فهو يضم كل مساس بالحقوق الفكرية، بما فيها العلامة والتسمية.

عرّف في نفس المادة مالك الحق، فيقصد به مالك الحق الفكري بصفة عامة، أو أي شخص آخر مرخص له باستعمال هذا الحق أو ممثله. وإذا تبين لمالك العلامة أو التسمية أن سلعا مزيفة تمس بحقه، هي محل عملية استيراد، فيمكنه أن يودع طلبا لدى المديرية العامة للجمارك يلتمس فيه تدخل إدارة الجمارك قصد حجز هذه السلع، ويرى الفقه الجزائري* أن المقصود بعبارة " الحجز" هو في الحقيقة "الاحتجاز" أي حبس السلع في يد إدارة الجمارك.

ويجب أن يحتوي الطلب على إثبات ملكية السمة المقلدة، بالإضافة إلى تقديم المعلومات الضرورية التي تساعد المديرية العامة للجمارك في اتخاذ القرار عن دراية، كوصف السلع بشكل دقيق يمكّن التعرف عليها، وتعيين مكان وجود السلع أو مكان وجهتها، هوية المستورد أو الممون أو الحائز. وعلى العموم، فإن من مصلحة صاحب الطلب تقديم كل المعلومات التي

---

* ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 277.

[350] المادة الثانية من القرار المؤرخ بتاريخ 15 يوليو 2002 نصّت على ما يلي: "السلع التي تمس بحق من حقوق الملكية الفكرية، لا سيما منها: ...".

* ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 277.

بحوزته بشأن السلع المزيفة حتى يزيد من حظوظه في قبول طلبه، وتمكين إدارة الجمارك من التدخل بفعالية وخلال الفترة الزمنية اللازمة لذلك.

تدرس المديرية العامة للجمارك طلب التدخل قبل أن تتخذ قرار بشأنه يعلم به كتابيا صاحب الطلب. قد يفرض على مالك الحق، في حالة قبول طلبه، تقديم ضمان قصد تغطية مسؤوليته المحتملة اتجاه المعنيين بإجراء الحجز، إذا كان الإجراء متبوعا بخطأ مالك الحق بسبب فعل أو نسيان، أو إذا تبين أن السلع المقصودة بالإجراء غير مقلدة، ويوجه هذا الضمان إلى تسديد مبلغ النفقات، بسبب مسك السلع تحت الرقابة الجمركية.

يجب على مالك الحق الذي صدر قرار الاحتجاز لمصلحته أن يخطر الهيئة القضائية المؤهلة للبت في المضمون، وأن يقوم بإعلام مكتب الجمارك المؤهل فورا عن الإجراءات التحفظية المتخذة، ويرفع إجراء الحجز في حالة عدم قيام مالك الحق بإعلام مكتب الجمارك المختص بعملية إخطار السلطة القضائية، وإشعاره باتخاذ الإجراءات التحفظية خلال أجل عشرة أيام (10) مفتوحة، ويمكن تمديد هذا الأجل مرة واحدة[351]، في حالات خاصة، ولكن لم يبين ما المقصود بذلك.

عرّف التشريع الفرنسي في هذا المجال عدة تعديلات، وهذا يعكس مدى الاهتمام الذي توليه فرنسا لحقوق الملكية الفكرية، لاسيما فيما يخص إجراء الاحتجاز لدى مصالح الجمارك.

يعرّض توافر أركان جنحة التقليد مرتكب أفعال التقليد إلى المتابعة القضائية. إذ يحق لصاحب السمة الالتجاء إلى القضاء للدفاع عن حقه، ولكن هناك تباين واضح بين النصوص المنظمة للعلامة والنصوص المنظمة للتسمية، من حيث التفصيل في الطرق القضائية المتاحة، فبينما ذكر في المادة الخامسة والثلاثون (35) مثلا من الأمر رقم 2003-06 السابق ذكره، الطريقين القضائيين المتاحين لصاحب العلامة، أي الطريق المدني أو الجزائي، فلم يرد نحو ذلك في الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه.

أمّا المشرع الفرنسي فقد اهتم بالعلامة والتسمية على حد سواء في هذه المجال بموجب قانون الملكية الفكرية الجديد. وعلى كل فإن المنطق يقضي بأنه يحق لأصحاب السمتين

[351] طبقا لما جاء في الفقرة الثانية من المادة الثانية عشر.

المعتدى على حقوقهم الإستئثارية، في رفع دعوى جزائية أو مدنية، لمساءلة مرتكبي جنحة التقليد للمسائلة الجزائية والمدنية، فضلا عن بعض العقوبات الخاصة التي قد تصدر في حقهم.

من خلال ما تقدم، فإنه يمكن لصاحب السمة أن يرفع دعوى جزائية أمام المحكمة، إذا ارتكبت جنحة تقليد على سمته، أي باجتماع أركان جنحة التقليد على النحو المبين سابقا*،

ولقد لاحظ جانب من الفقه[352] أنّ التشريع الراهن لا يتضمن بعض الأحكام التي كانت موجودة في التشريع السابق، على غرار " العود إلى الجريمة، والأحكام المتعلقة بالظروف المخففة وإيقاف التنفيذ، أو الحرمان المؤقت من حق الانتخاب المتعلق بحرفة المقلد."[353]

وقد يرفع كذلك صاحب السمة دعوى مدنية بهدف التعويض عن الضرر اللاحق، ولا يتقيد القاضي بمبلغ التعويض الذي يطلبه صاحب السمة، غير أن التعويض يحدد استنادا إلى عدة معطيات كشهرة السمة، ونوعية المنتجات الموسومة بها، الربح الذي فات صاحب السمة، إضافة إلى نطاق التقليد، والضرر الناجم عن وضع السمة على منتجات أقل جودة وبالتالي تحط من قيمة السمة الأصلية، وما يترتب عن ذلك من إحجام المستهلكين عن السمة الأصلية.[354]

وتجدر الإشارة إلى أن الأحكام القضائية غالبا ما تتضمن تهديدا ماليا، يعطي الحكم الذي أصدرته الجهة القضائية المختصة بالتوقف عن استعمال السمة طابعا ردعيا، كما يهدف من ورائها دفع المحكوم عليه إلى الإسراع في تنفيذ مقتضى الحكم.[355]

إلى جانب العقوبات التي تم بيانها يوجد نوع آخر من العقوبات لا يقل أهمية على النوعين السابق بيانهما، يقصد من خلالها تحقيق خاصيتي الردع والإيلام الموجودتين في العقوبة، غير أنها تشكل كذلك مساسا بمبدأ شخصية العقوبة في بعض الأحيان عندما يتعلق

---

* " يتعرض مرتكب جنحة تقليد علامة إلى عقوبة الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين و/ أو غرامة من مليوني و خمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)."

[352] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 277.

[353] "... تطبق على مرتكب جنحة تقليد تسمية منشأ عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات و/ أو الغرامة من ألفين (2000 دج) إلى عشرين ألف دينار (20.000 دج) دينار، إذا قام بتزوير تسمية منشأ أو شارك في ذلك، بينما يعاقب من يعرض عمدا للبيع أو بيع منتجات كحمل تسمية منشأ مزورة، بالحبس من شهر واحد إلى سنة واحدة و/ أو الغرامة من (1000 دج) إلى (15.000 دج)."

[354] ف. زراوي صالح، ، المرجع السابق، ص. 279.

[355] محكمة الجزائر، القسم المدني، 22 مارس 1962، قضية (ن. م.) ضد (ع. ق.) و(ف. أ.)، غير منشور: ".. تحت تهديد مال محدد بـ 1.000 د. ج. عن كل يوم تأخير اعتبارا من تبليغ الحكم". ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 278.

الأمر بالغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة لأن أثر العقوبة هنا يمتد لمستخدمي المؤسسة، بغض النظر عن تورطهم في عملية التقليد عن علم أو عن جهل. ويلاحظ في بادئ الأمر أن مقلد التسمية المحكوم عليه دون مقلد العلامة، يمكن أن تصدر في حقه عقوبة تكميلية، "تتمثل في أمر المحكمة بإلصاق الحكم الصادر في الأماكن التي تعينها، ونشر نصه الكامل أو الجزئي في الجرائد التي تعينها على نفقة المحكوم عليه".[356]

وإذا كانت المادة الثلاثون (30) من الأمر رقم 76-65 المذكور سابقا، تقضي بجواز الحكم بهذه العقوبة، فإنه أثير التساؤل حول العقوبات التكميلية الواردة في المادة اثنان وثلاثون (32) من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، ذلك أن صياغة هذه المادة لا تسمح بالجزم إن كان الحكم بهذه "العقوبات جوازيا أو إجباريا".[357]

ويحكم القاضي الجزائي أيضا بمصادرة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة في ارتكاب جنحة التقليد، والغرض من وراء هذه العقوبة هو وضع حد لأثر الجريمة، وكذا منع تكرارها في المستقبل.

لعلّ الإتلاف هو المصير المنطقي للأشياء المصادرة، وما دام الحكم بهذه العقوبة التكميلية إلزاميا، فيستحسن لو أن المشرع يعيد صياغة نص المادة ليضم المصادرة والإتلاف في فقرة واحدة، أو يبين للقاضي ما هي الحالات التي يمكن الحكم فيها بالإتلاف. وعلى العموم فإن إتلاف الأشياء المصادرة أمر ضروري خاصة بالنسبة للمعدات التي لا تصلح إلا لعملية التقليد، لأن الإبقاء عليها يبقى معه احتمال الجنحة مجددا، إلى جانب أن السلع المقلدة الصادرة لا يمكن إعادة طرحها في السوق كأن تباع بالمزاد العلني مثلا، بل إنه لا يمكن المساهمة بها و لو بهدف خيري لأنه يشكل استمرارا لجنحة التقليد مع ما يترتب عن ذلك من ضرر على مالك العلامة، كما أن بقاءها تحت يد الدولة من شأنه أن يشكل عبئا.

المطلب الثاني: تمتع العلامة والتسمية بالحماية الدولية

[356] هذه هي العقوبة التكميلية الوحيدة المقررة في الأمر رقم 76-65 السابق ذكره.
[357] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 280.

تعتبر الحماية الوطنية المقررة لكل من العلامة والتسمية بالرغم من أهميتها غير كافية، لأن التقليد لا يعترف بالحدود الجغرافية، كما أن الأضرار الناجمة عنه تتجاوز في درجتها الأبعاد الدولية التي ما فتأت تميّز التقليد، يضاف إلى هذا تطور وسائل النقل والاتصال التي أدت إلى اكتساح السلع مختلف أسواق العالم مع ما يرافق ذلك من مخاطبة دعائية تعتمد على كل الوسائل المتاحة. يمكن للعلامة أو التسمية أن تكونا ملكا لغير الجزائري، علاوة إلى الإمكانية المتاحة لجعل العلامات محلا للتنازل أو للترخيص بالاستغلال بموجب عقود قد تربط بين رعايا لدول مختلفة. إنّ نفس العلامات قد تودع في عدة دول قد لا تتحد في النظام القانوني بالنسبة للعلامات المحمية على مستواها.

ترتيبا على ما سبق فإنّ الدراسة ستقسم إلى قسمين، أوّلا النظام القانوني لحماية السمتين في غياب أي اتفاقية أو معاهدة دولية، ثم ثانيا النظام القانوني لحماية السمتين في ظل الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي تعنى بحمايتهما.

كان من الممكن انتهاج طريقة أخرى في دراسة الحماية الدولية للسمتين في عنصرين أيضا، أوّلا الحماية الإقليمية، ثانيا الحماية الدولية، غير أنّ هذا التقسيم هو في الحقيقة على مقاس الدول الأوربية تتمثل في العلامة الأوربية، وبيانات المصدر المحمية لدى التسمية، هذا على المستوى الأوربي أو الإقليمي، والحماية في ظل المعاهدات والاتفاقيات الدولية.

أوّلا: النظام القانوني لحماية السمتين في غياب أي اتفاقية أو معاهدة دولية

عكف جانب من الفقه الفرنسي[358]على دراسة هذه الحالة بالنسبة للعلامات وبيان الحلول بالنسبة للمشاكل التي قد تطرحها. إنّ رعايا الدول التي لم تنضم لاتفاقية إتحاد باريس لسنة 1883، أو التي لا تربطها أيّة معاهدات أو اتفاقيات دولية مع فرنسا، تخضع لأحكام النظام القانوني الفرنسي ذلك أنّه الواجب التطبيق على العلامات المودعة بفرنسا، وبخصوص الأجانب الذين لهم محلا أو مؤسسة بفرنسا، فإنّ الوضعية جد بسيطة إذ يتمتعون بنفس الحقوق المقررة للفرنسيين، بدليل ما نصّت عليه صراحة المادة الخامسة (5) من القانون المؤرخ في 23 يونيو 1857، وقد استدل نفس الجانب من الفقه الفرنسي بهذه المادة على الرغم من أنّ هذه الأحكام لم يتضمنها القانون رقم 64-1360 المؤرخ في 31 ديسمبر 1964، بل أصّر على أنّه

[358] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 417.

ليس هناك أي مجال للشك في استمرار العمل بها، غير أنّه وفي نفس الوقت أشار إلى أهمية تحديد ما المقصود "بمحل أو مؤسسة في فرنسا"، فيجب أن يكون هذا الأخير محلا جادا لا مجرد واجهة أو صندوق رسائل بهدف التحايل على القانون[359]. يتمتع الأجنبي الذي له محل في فرنسا يستجيب للمفهوم المذكور آنفا بنفس الحماية القانونية الممنوحة للفرنسي الذي له محل في فرنسا والذي يكون قد أودع علامة فيها، وإنّ هذه الحماية لا تقتصر على المنتجات المصنوعة في هذه المؤسسة أو المحل بل تتعدى لتشمل كل المنتجات المصنوعة في المحلات أو المؤسسات التي يمتلكها هذا الأجنبي في الخارج.

تجدر الإشارة كذلك إلى الفرضية العكسية، ويتعلّق الأمر بالفرنسي المقيم الخارج والذي ليس له محل أو مؤسسة في فرنسا، على عكس الحالة السابق بيانها فإنّ القانون رقم 64-1360 المؤرخ في 31 ديسمبر 1964، السالف الذكر قد نظّمها في مادتين السادسة (6) والخامسة عشر (15)، نصّت الأولى على وجوب اختيار الأجنبي المقيم في الخارج لموطن بفرنسا، ثم تودع علامته إجباريا بالمعهد الوطني للملكية الصناعية، ويتم ذلك عمليا على مستوى مكتب مهندس مستشار، والذي هو في نفس الوقت وكيل في كل ما يتعلّق بالإيداع[360]. إنّ الإصرار على أن يتم الإيداع إجباريا على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية في باريس، أريد من خلاله اجتناب التأخير الذي قد يحصل نتيجة احتمال قيام أجنبي بإيداع في إحدى محافظات ما وراء البحار. أمّا الثانية أي المادة الخامسة عشر (15)، فتطرقت إلى الأجانب الذين لهم محل أو مؤسسة أو محل إقامتهم خارج فرنسا، والذين ليسوا إتحاديين أي أنّ بلدانهم لم تنضم لإتفاقية باريس للملكية الصناعية المؤرخة سنة 1883، بموجب هذه المادة، تتمتع علامات هؤلاء الأجانب بالحماية القانونية التي يكفلها القانون الفرنسي للعلامات بشرط أن تحضى العلامات الفرنسية بنفس الحماية في بلدانهم عملا بمبدأ المعاملة بالمثل، ويضيف نفس التيار الفقهي الفرنسي بأنّ مصدر هذه الأخيرة أي المعاملة بالمثل قد يكون المعاهدات

[359] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 418.
[360] Art. 6 de cette loi : « le déposant domicilié à l'étranger doit faire élection de domicile en France. Le dépôt de sa marque sera obligatoirement effectué auprès de l'Institut national de la propriété industrielle ».

الدبلوماسية، أو من القانون الداخلي الأجنبي، يلاحظ أنّ قانون الملكية الفكرية الفرنسي الساري المفعول نصّ على نفس هده الأحكام[361].

إنّ النصوص الوطنية ذات الصلة في الجزائر أخذت نفس المنحى، إذ نصّت المادة الثالثة عشر (13) من الأمر رقم2003-06 السالف الذكر، على أصحاب الطلبات المقيمون في الخارج، كما تحدث أيضا عن تمثيل أصحاب الطلبات أمام المصلحة المختصة[362] من قبل وكيل.

قدّم هذا العرض الحلول في غياب أي اتفاقية أو معاهدة دولية، أي في مجال القانون الدولي الخاص، ولعل التطرق إلى الشق المتعلّق بالتسمية في هذا الصدد موجودة في دراسة لا تخل من النقد للقانون الدولي الخاص الفرنسي، قام بها تيّار آخر من الفقه الفرنسي[363] له نظرة مخالفة تماما للتيار الفرنسي السابق ذكره[364]، خاصة فيما يتعلّق برغبة المشرع الفرنسي في حماية صناعته الوطنية، من خلال وضع نصوص القانون الدولي الخاص على أساس القانون الداخلي، ممّا أدى إلى نتائج غير مرضية[365]، خاصة عند اعتناق مبدأ إقليمية القوانين، في حين قال التيار الفقهي الأوّل بأنّ: "قانون العلامات لا يهدف إلى حماية العمل الوطني"[366]، إنّ الحقوق الإستئثارية لا ترتبط بنقطة أو بمكان ثابت، ولا يوجد لهذه القاعدة إلاّ استثناء واحد ألا وهو تسمية المنشأ التي تستمد معناها من الرابطة الوطيدة بالمكان وبالأرض، مما يجعلها قريبة إلى حد بعيد من حقوق الملكية العقارية.

تجدر الإشارة إلى أنّ الأمر رقم 76-65 السالف الذكر، يمنع إيداع تسميات المنشأ الوطنية من غير المواطنين[367]، إضافة إلى أنّه لم يجز تسجيل تسميات المنشأ الأجنبية كما هي

---

[361] Art. L. 712-11. C, fr. intell. : « Sous réserve des dispositions des conventions internationales auxquelles la France est partie, l'étranger qui n'est ni établi ni domicilié sur le territoire national bénéficie des dispositions du présent livre aux conditions qu'il justifie avoir régulièrement déposé la marque ou obtenu son enregistrement dans le pays de son domicile ou de son établissement et que ce pays accorde la réciprocité de la protection aux marques françaises ».

[362] نصت المادة الرابعة عشر من الأمر رقم 66-57 السالف الذكر على نفس الأحكام.

[363] P. Roubier, , op. cit., p. 220.

[364] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 418.

[365] P. Roubier, , op. cit., p. 220.

[366] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 418.

[367] المادة الخامسة من الأمر رقم 75–65 المذكور أعلاه.

عليه، دونما إخلال بالاتفاقيات الدولية و شريطة المعاملة بالمثل في البلدان الأعضاء في تلك الاتفاقيات.[368]

ثانيا: النظام القانوني لحماية السمتين في ظل الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي تعنى بحمايتهما.

إنّ الإقتناع بضرورة توفير الحماية الدولية ليس وليد الأمس أو اليوم ، بل إن بوادرها ظهرت في أواخر القرن التاسع عشر. والحماية الدولية للسمتين قرّرت عن طريق إتفاقيات ومنظمات دولية وضعت معالم هذه الحماية، التي أوجدت لبناتها الأولى بموجب إتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883، والتي ترمي إلى حماية حقوق الملكية الصناعية بصفة عامة[369]. وجاءت هذه الاتفاقية لتتوج جهود مجموعة من الدول كانت لها أنظمة خاصة بالملكية الصناعية، وتحمي براءات الإختراع، الرسوم والنماذج الصناعية، والعلامات، غير أنّ هذه الدول أرادت من خلال اتفاقية باريس وضع نظام دولي يوحد الرؤى. احتضنت سنوات السبعينات من القرن التاسع عشر محاولات حثيثة لهذا الغرض، انعقد أول مؤتمر بفينا سنة 1873، أعقبه مؤتمر آخر في 1878، تم من خلالهما الوقوف على نزع من التطابق والإتحاد في الأفكار. لذلك، فإن الحكومة الفرنسية أخذت على عاتقها المبادرة باستدعاء ندوة دولية انعقدت بباريس من 1880 إلى 1883 وانتهت بالتوقيع على إتفاقية إتحاد باريس في 20 مارس 1883، بين إحدى عشر دولة (فرنسا، بلجيكا، البرازيل، اسبانيا، قواتيمالا، إيطاليا، هولندا، البرتغال، السلفادور، صربيا، وسويسرا)، ولكن سرعان ما انضمت دول أخرى لهذه الإتفاقية على غرار الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، بريطانيا، ألمانيا، أما بخصوص روسيا فقد صادقت على هذه الإتفاقية سنة 1965 [370]. والجدير بالذكر هو أن الجزائر هي الأخرى انضمت إلى هذه الإتفاقية في 1966 بموجب الأمر رقم 66-48، المؤرخ في 20 مارس 1883(والمعدلة) المتعلقة بحماية الملكية الصناعية[371]،

---

[368] المادة السادسة من الأمر رقم 75-65 السالف الذكر.

[369] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 397. و، و. أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية، الإتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية، المجلد الأول حماية الملكية الفكرية في الإتفاقيات الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004. ص. 189.

[370] V. www.wipo.int

[371]. ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 283.

كانت اتفاقية اتحاد باريس تمثل قانون فوق وطني، و تميّزت أيضا بكونها عالجت ونضّمت مسائل قانونية معقدة، كما أوجدت اتحادا للدول المنظمة لهذه الإتفاقية تشكّل أقاليمها مجتمعة المجال الذي يطبق فيه قانون فوق وطني موحد فيما يخص الملكية الصناعية.

ولقد اعتبر أنّ اتفاقية باريس تتميّز على وجه الخصوص بكونها تكفل الحماية القانونية الدولية لكل عناصر الملكية الصناعية، بما في ذلك العلامة والتسمية، على الرغم من أن هذا المصطلح الأخير لم يكن يتضمنه النص الأصلي الصادر سنة 1883، لأن تسميات المنشأ لم تدرج إلاّ سنة 1925[372]، كما تتميز هذه الإتفاقية بإعطاء رعايا كل دولة من دول الإتحاد نفس المزايا التي يتمتع أو قد يتمتع بها مستقبلا مواطني تلك الدول في مجال الملكية الصناعية[373]، وهذا ما يعرف بمبدأ المعاملة بالمثل لرعايا دول الإتحاد[374]. يترتب على ذلك تمتعهم بنفس الحماية التي يمنحها القانون للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي مساس بحقوقهم شريطة إتباع نفس الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين[375]، على أنّ ّه لا يجوز لأي دولة من دول الإتحاد أن تفرض أي شرط خاص بالإقامة أو بوجود منشأة على رعايا دول الإتحاد للتمتع بأي حق من حقوق الملكية الصناعية[376]، إلى جانب المعاملة الوطنية لرعايا دول الإتحاد، يمكن بموجب هذه الإتفاقية أن يحضى رعايا الدول غير الأعضاء في الإتحاد بنفس معاملة دول الإتحاد إذا كانوا مقيمين في إقليم إحدى دول الإتحاد أو الذين لهم عليها منشآت صناعية أو تجارية حقيقية و فعالة[377].

فضلا عن ذلك، تتميّز هذه الإتفاقية أيضا بتطرقها إلى حماية العلامات المشهورة، وكذا إلى الحظر الخاص بشعارات الدولة وعلامات الرقابة الرسمية وشعارات المنظمات الدولية، وقد أوردت ذات الإتفاقية تفصيلا بشأن هذا الحظر في استعمال هذه السمات كعلامات، وتعتبر من قبيل هذه السمات "الدمغات الرسمية الخاصة بالرقابة والضمان، الشعارات الشرفية والأعلام، والأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية الحكومية التي تكون دولة أو أكثر

372 ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 397.
373 و. أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية، الإتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية، المجلد الأول حماية الملكية الفكرية في الإتفاقيات الدولية، المرجع السابق، الإسكندرية، 2004. ص. 192.
374 A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 42.
375 المادة الثانية أوّلا من اتفاقية باريس لحماية المالية الصناعية، المذكورة أعلاه.
376 المادة الثالثة من اتفاقية باريس لحماية المالية الصناعية، المذكورة أعلاه.
377 المادة الثانية أوّلا، نفس الإتفاقية، المذكورة أعلاه.

من دول الإتحاد عضوا فيها، ما لم تكن هذه الشعارات محمية محل الحظر محمية أصلا بموجب إتفاقيات دولية سارية"[378]. وتنص المادة السادسة (6) من نفس الإتفاقية على أن اختصاص كل دولة من دول الإتحاد بتحديد شروط إيداع العلامات الصناعية أو التجارية عن طريق تشريعها الوطني لا يجيز لها رفض طلب تسجيل علامة مودعة من قبل أحد رعايا دولة من دول الإتحاد في أية دولة من دول الإتحاد أو إبطالها استنادا إلى عدم إيداعها أو تسجيلها أو تجديدها في دولة المنشأ.

يجب التنبيه كذلك إلى ما نصت عليه المادة التاسعة (9) من ذات الإتفاقية بشأن مصادرة المنتجات التي تحمل علامة أو اسما تجاريا بطريق غير مشروع، وإذا كانت اتفاقية باريس السبّاقة في وضع قواعد دولية لحماية حقوق الملكية الصناعية بوجه عام فإن هنالك اتفاقيات دولية أخرى جاءت أيضا لتكرس هذه الحماية الدولية، نظرا لزيادة قيمة حقوق الملكية الصناعية إلى جانب ازدياد خطر الاستعمال الغير المشروع لها.

كما تتضمن اتفاقية مدريد انشاء نظام خاص بالعلامة الدولية[379]، تم تعديل هذه الاتفاقية هذه الإتفاقية المبرمة عام 1891 باستوكهولم في 14 يوليو 1967، ولقد انضمت إليها الجزائر سنة 1972 بموجب الأمر رقم 72-10[380] ، أتبعت هذه الاتفاقية باتفاقية أخرى تسمى بروتوكول مدريد، الذي أصبح ساري المفعول إبتداء من 01 أفريل 1996. تدخل كلا من الإتفاقيتين في إطار ما يسمى بالنظام الدولي لتسجيل العلامات، الذي يديره المكتب الدولي للملكية الفكرية، إذ أنه يمسك بانتظام السجل الدولي للملكية الفكرية ، ويضطلع كذلك بالتسجيل الدولي للعلامات، ويمكن لكل دولة عضو في اتفاقية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية أن تنضم إما لاتفاقية أو لبروتوكول مدريد أو للإثنين معا. غير أن إمكانية انضمام منظمة دولية غير متاحة للمنظمات الدولية ما بين الحكومية، إلاّ عند البروتوكول فقط دون الاتفاقية. إنّ كلاّ من النصين متكاملين كونهما يدخلان ضمن ما يسمى بالنظام الدولي للعلامات، غير أن ما

[378] و. أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية، الإتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية، المرجع السابق، ص. 192.

[379] V. www.wipo.com

[380] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 284.

يجب بيانه أيضا هو الإختلاف الموجود بينهما الذي يستنتج من خلال أن البروتوكول عرف الوجود على يد المنظمة العالمية للملكية الفكرية إثر الإنتقادات التي وجهت إلى اتفاقية مدريد.

تتلخص نقاط الإختلاف بين اتفاقية مدريد والبروتوكول في سبعة (7) نقاط أساسية:

أوّلا: بالنسبة لأساس الإيداع الدولي، يجب في الاتفاق التسجيل في البلد الأصلي، بينما يكفي الإيداع في البروتوكول.

ثانيا: يمكن للبلد الأصلي أن يكون في الاتفاق أي بلد في الإتفاق، يكون للّذي أودع فيه محلا صناعيا أو تجاريا فعليا وجادا، عند انتفاء المحل، فبمحل إقامته، عند انتفاء هذا الأخير أيضا فالبلد الذي يعد من رعاياه. أمّا في البروتوكول فإنّ البلد الأصلي هو كل بلد من البروتوكول أين يكون للمودع فيه إمّا محلا صناعيا أو تجاريا فعليا وجادا، أو، بمحل إقامته، أو بالبلد الذي يعد من رعاياه.

ثالثا: يمكن أن يكون عضوا في الإتفاق الدول فقط، أمّا البروتوكول فيتيح إمكانية الإنضمام للدول وللمنظمات ما بين الحكومية.

رابعا: آجال تسجيل الإعتراضات من قبل الجهات المختصة وطنيا في الإتفاق سنة، وثمانية عشر (18) شهرا في البروتوكول[381].

خامسا: تكون الرسوم في الإتفاق إضافة إلى الرسوم القاعدية، الرسوم بالنسبة لكل دولة، زيادة إلى رسوم أخرى عن كل فئة ابتداعا من الفئة الرابعة، أمّا في البروتوكول فهناك الرسوم القاعدية، إضافة إلى رسوم مرتفعة لكل دولة[382].

سادسا: إنّ أثر فقدان الحق على العلامة الوطنية في الخمس (5) سنوات من التسجيل الدولي، يؤدي في الإتفاق إلى شطب العلامة الدولية، بينما يؤدي في البروتوكول إلى شطب العلامة الدولية و لكن مع إمكانية التحول، في الثلاثة (3) أشهر إلى طلبات محلية مع الإحتفاظ بتاريخ الإيداع الدولي.

سابعا: يعتمد في الإتفاق على اللّغة الفرنسية، بينما تعتمد اللّغتين الفرنسية والإنجليزية في البروتوكول.

[381] المادة الخامسة من بروتوكول مدريد، المذكور أعلاه.
[382] المادة الثامنة من بروتوكول مدريد، المذكور أعلاه.

من خلال ما تقدم بيانه لعل أن البروتوكول عرف الوجود على وجه الخصوص لربط علامات الإتحاد الأوربي بنظام التسجيل الدولي. يضع البروتوكول شرطين أمام المنظمات ما بين الحكومية للإنضمام إليه:

- أن تكون على الأقل أحد الدول الأعضاء في هذه المنظمة عضوا في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لـ 20 مارس 1883.

- أن تتوفر هذه المنظمة على جهاز إقليمي يضطلع بمهمة تسجيل العلامات[383].

وهما شرطين يستجيب لهما الإتحاد الأوربي، فبطبيعة الحال يتوفر الشرط الأول لأن كل الدول الأعضاء في الإتحاد الأوربي قد انضمت لاتفاقية باريس، وأما الشرط الثاني فهو متوفر باعتبار أن الجهاز المختص بتسجيل العلامات الأوربية أصبح يزاول نشاطه ابتداء من 01 أفريل 1996.

عرّفت تسمية المنشأ هي الأخرى الاهتمام بشأن تحقيق الحماية الدولية لها، فبالرغم من أن هذا الإهتمام لم يكن بنفس الشدة في البداية. مقارنة بما كان عليه الحال عند العلامة، إلاّ أنه سرعان ما تزايد بدليل اتفاقية مدريد المبرمة في 14 أفريل 1891 المتعلقة بقمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة. من خلال استقراء لأحكام هذا النص*، يمكن القول بأن هذه الاتفاقية يراد من خلالها محاربة بيانات المصدر الزائفة عن طريق بعض الوسائل القانونية، على غرار الحجز أو حظر الإستيراد[384]. ينبغي الإشارة كذلك إلى اتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر 1958 المتعلقة بالحماية الدولية لتسميات المنشأ وتسجيلها الدولي، وقد انضمت الجزائر إلى كل هذه الإتفاقيات السابق بيانها[385].

ولقد اعتبر الفقه[386] أنّ لاتفاقية لشبونة الفضل في تحقيق الإعتراف الدولي بمفهوم تسميات المنشأ، وفي وضع حد " للخلط الموجود بينه وبين مصطلح آخر يشابهه ويتعلق الأمر ببيان المصدر "، ومرد هذا الخلط إلى دلالتهما على اسم جغرافي كقاعدة عامة لأن تسمية المنشأ يمكن كذلك أن تكون اسما مبتكرا. هذه الاتفاقية مستوحاة بدرجة كبيرة من

---

[383] Art. 14 paragraphe 1 point b et art. 2 paragraphe 4 du protocole de MADRID préc.

* على وجه الخصوص المادة الأولى والثانية والثالثة من اتفاقية مدريد المذكورة أعلاه.

[384] المادة الأولى من اتفاقية مدريد المذكورة أعلاه.

[385] بالنسبة لهذه الإتفاقية راجع ف. زراوي صالح، المرجع السابق، هامش رقم 1828- ص. 398.

[386] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 399.

التشريع الفرنسي[387]، ودخل هذا النص حيز التنفيذ سنة 1966. فوضع شروط الحماية من خلال تعريف التسمية لتحديد مجال الحماية، إلى جانب التأكيد على احترام شرط التسجيل الدولي للتمتع بالحماية.

تتحقق حماية التسمية بواسطة قانونين، قانون الدولة الأصلية وقانون الدولة التي يطلب فيها الحماية، ذلك أن الدول الأعضاء تتعهد بأن تحمي فوق ترابها تسميات المنشأ المعترف بها والمحمية في البلدان الأصلية[388]، ولهذا يرى الفقه أنّ المنطق يقضي بعدم حماية التسميات دوليا إذا كانت غير محمية في بلاد المنشأ، كما تكون مسجلة لدى مكتب الإتحاد لحماية الملكية الصناعية، وتكفل اتفاقية لشبونة حماية مطلقة، إذ أن تسميات المنشأ محمية من أي تقليد حتى ولو تم ذكر المصدر الأصلي، ويعتبر التسجيل الدولي وسيلة إشهار يراد من خلالها إعلام الدول الأعضاء بتسميات المنشأ التي تجب عليهم حمايتها. كما تجدر الإشارة إلى أنه يمكن لإدارة إي دولة عضو في الإتفاق أن ترفض حماية تسمية منشأ شريطة أن تبين سببه، وفيما عدا هذه الدولة فإن تسمية المنشأ تتمتع بالحماية في باقي الدول الأعضاء، وهي حماية كاملة وغير محدودة في الزمن.

إنّ معاهدة مراكش المؤرخة في 15 أفريل 1994، المتعلقة بتسيير المنظمة العالمية للتجارة، كان لها هي الأخرى دورا بارزا في التأكيد على حماية البيانات الجغرافية بصفة عامة.[389]

إن كان من العدل الإقرار بأنّ جذور حماية الملكية الصناعية بصفة عامة إلى إتفاقية باريس لعام 1883، فإنّه من باب الإنصاف أيضا التنويه بدور المنظمة العالمية للتجارة في حماية حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة .

---

[387] V. Romain-Prot, *Origine géographique et signes de qualité :protection internationale, Rev. dr.rur. octobre 1995, p. 434.*

[388] لمزيد من التفاصيل ف. زراوي صالح المرجع السابق، ص. 400.

[389] نصت هذه المادة على مايلي: " يلتزم الأعضاء في هذه المعاهدة بمنع:

- استعمال أيّة وسيلة تشير إلى مصدر جغرافي مضلل.
- أي استعمال يشكل منافسة غير شريفة بمفهوم المادة العاشرة (10) من اتفاقية باريس.

تسجيل علامة تتضمّن بيانا جغرافيا لمنتجات غير ذات صلة بالمكان المشار إليه، إذا كان من المحتمل أن تغلّط الجمهور حول مصدرها الحقيقي."

وأخيرا لقد اعتبر التسجيل "العمود الفقري"[390] لحماية العلامة والتسمية.

الباب الثاني: أوجه الإختلاف بين العلامة والتسمية من حيث الجوهر ونتائجها

يكاد يكون التشابه بين العلامة والتسمية شكليا فقط، لأنه تشابه في الخصائص والتنوع والإجراءات، بينما تختلفان من حيث الموضوع أو بتعبير أدق من حيث الجوهر وبطبيعة الحال من حيث النتائج المترتبة عن ذلك. ومن ثم، فإن الدراسة في هذا الباب ستكون بالموازاة مع ما تم بيانه في الباب الأول وفقا لما تقتضيه الدراسة المقارنة، وإن كان الباب الأول قد بينت فيه أسباب الخلط والالتباس الموجود بين السمتين، فإن الباب الثاني ستعرض فيه النقاط المفصلية التي تشكل نقاط الافتراق بينهما، وبصيغة أخرى ستبين فيه النقاط التي تعتبر بمثابة معايير للتمييز بين السمتين.

الفصل الأول: الاختلاف بين العلامة والتسمية من حيث الجوهر

إن الوقوف على حقيقة الأشياء تتأتى من خلال معرفة جوهرها وإدراكها إدراكا صحيحا يمكن من الإحاطة بها ثم تمييزها عن غيرها، وإن إعمال هذا المنطق على العلامة والتسمية يؤدي إلى بروز عدة عناصر تشكل أوجه اختلاف بينهما، تتمثل في الاختلاف من حيث الإطار القانوني الذي ينظم كلا من السمتين سواء على المستوى المحلي أو الدولي، إضافة إلى الاختلاف من حيث الأنصار، إذ يلاحظ أن هنالك انقسام واختلاف بين الدول المؤيدة لنظام تسميات المنشأ من جهة، وتلك المؤيدة لنظام العلامات التجارية من جهة أخرى. ويظهر هذا الانقسام في الصراع الموجود على المستوى الدولي بين فرنسا والتيار الأوربي عموما ممثلين لنظام التسمية، وبين الدول الأنجلوسكسونية بوجه عام متمثلة في الولايات المتحدة الأمريكية ومجموعة كيرنز(groupe de CAIRNS) على وجه التحديد.

[390] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 394.

وتجدر الإشارة إلى وجود نقاط أخرى تشكل أوجه اختلاف تبرز عند البحث عن "الشروط الإيجابية والسلبية " الواجب توافرها في السمة حتى تكون قابلة للتسجيل كعلامة أو تسمية، ذلك أن هذه الشروط تختلف عند كل منهما.

الفرع الأول: الإختلاف بين العلامة والتسمية من حيث الأحكام القانونية والأنصار

إن الدراسة في هذا الفرع ستنصب كما هو مبين في العنوان على عنصرين، يتمثلان أوّلا في الاختلاف من حيث الإطار القانوني الذي ينظم كلا من العلامة والتسمية كل واحد على حدا باعتبارهما نظامين مختلفين ومستقلين الواحد عن الآخر، ثانيا في الاختلاف من حيث الأنصار نظرا لأن لكل من العلامة والتسمية أنصارهما، ولعل هذا الانقسام يؤكد على التباين الموجود بين السمتين.

يجب التنبيه عند الحديث عن الاختلاف من حيث الأحكام القانونية إلى التجاء بعض الدول لتجميع قوانينها المتعلقة بالملكية الفكرية في مدونات كما هو الحال في فرنسا، إلى جانب تنظيم تسمية المنشأ في إطار قانون الاستهلاك[391](Code de la consommation).

المبحث الأول: الاختلاف بين العلامة والتسمية من حيث النصوص القانونية التي تنظم السمتين

يلاحظ عند البحث عن مفهوم السمتين أنّ هناك اختلاف عميق بينهما لا من قبل المشرع ولا من قبل الفقه، على الرغم من أنّ المشرعين الجزائري والفرنسي بيّنا السمات القابلة للتسجيل ولم يعرفاها بجوهرها. فورد تعريف العلامة في الأمر رقم 2003-06 المتعلق بالعلامات المذكور أعلاه، في مادته الثانية (2) بقولها: " يقصد في مفهوم هذا النص بما يأتي:

[391] V. Sous-section 2 : L'appellation d'origine protégée, l'indication géographique protégée, la spécialité traditionnelle garantie.

العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره...". عرّف المشرع الفرنسي هو الآخر العلامة بنفس الطريقة[392]، وبخصوص التسمية فقد أورد المشرع تعريفها في المادة الأولى (1) من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه بقولها:" تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة، أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعيّن منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذه المنتج أو مميّزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية..."، يلاحظ أنّ

[392] V. Art. L. 711-1 propr intell : « Chapitre Ier : Eléments constitutifs de la marque.
" La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale.

Peuvent notamment constituer un tel signe :

a) Les dénominations sous toutes les formes telles que : mots, assemblages de mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles ;

b) Les signes sonores tels que : sons, phrases musicales ;

c) Les signes figuratifs tels que : dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse ; les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service ; les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs. "

هذا التعريف لم يختلف عن ما أورده المشرع الفرنسي[393]، لدرجة أنّه يشكل ترجمة حرفية له[394].

بيّن الفقه هو الآخر الإختلاف الموجود بين السمتين، على غرار ما جاء به جانب من الفقه الجزائري[395]، عند قوله بأنّه يقصد بالعلامة السمة المميّزة التي توضع على المنتجات أو الخدمات بقصد تمييزها، أو كما عرّفها جانب آخر من الفقه المصري بأنّها " الشعار الذي يتّخذه الصانع أو التاجر أو الزارع لمنتجاته أو بضائعه أو خدماته وهو الذي يميّز عن المنتجات أو البضائع أو الخدمات الأخرى."[396]

لم يختلف تعريف الفقه لتسمية المنشأ عن ما جاء به المشرعين الجزائري والفرنسي، أو ما ورد في اتفاقية لشبونة التي جاء في مادتها الثانية ما يلي:" ...(1) تعني تسمية المنشأ، طبقا لهذا الاتفاق، التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية...".

---

[393] المادة الأولى من القانون الفرنسي رقم 66-482 المؤرخ في 06 يوليو 1966 الّذي عدّل القانون المؤرخ في 06 يوليو 1919 المتعلّق بتسميات المنشأ. ومن الملاحظ أنّ القانون رقم 66-482 عدّل بناء على أحكام القانون رقم 75-577 المؤرخ في 04 يوليو 1975، والقانون رقم 84-984 المؤرخ في 05 نوفمبر 1984، والمرسوم رقم 90-464 المؤرخ في 31 مايو 1990، والقانون رقم 90-558 المؤرخ في 02 يوليو 1990، والقانون رقم 92-597 المؤرخ في أوّل يوليو 1992، والقانون رقم 93-949 المؤرخ في 26 يوليو 1993 المتضمّن قانون الاستهلاك
(Code de la consommation)، والقانون رقم 94-02 المؤرخ في 03 يناير 1994، والقانون رقم 96-314 المؤرخ في 12 أبريل 1996، والقانون رقم 98-565 المؤرخ في 08 يوليو 1998.

[394] V. art. L. 115-1 du code de la consommation : « constitue une appellation d'origine la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains. »

[395] س. جميل الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، المرجع السابق، ص. 34.

[396] م. محمد الجنيبي، م. محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، المرجع السابق، ص. 11.

يرد من خلال هذه التعاريف إبراز مجال تطبيق تسميات المنشأ ببيان العلاقة اللّصيقة الموجودة بين المنتج والأرض، بمفهوم المخالفة يستبعد من مجال نظام التسمية ما لم تتوفر فيه الخاصية المذكورة في التعريف، وقام جانب من الفقه الجزائري[397]بتسليط الضوء على هذه النقطة، وهو موقف الفقه الفرنسي[398] أيضا في هذا الصدد، حيث قال هذا الأخير بخصوص تسمية المنشأ أنّ الأمر يتعلّق بالتعرف على المنتجات التي تستمد خصائصها من مكان نشأتها الأصلي، بما لهذا الأخير من تعقيد، ويضم أيضا العوامل البشرية مع الأعراف ومعرفة الإنسان المُعبّر عنها بواسطة المنتج.[399]

إنّ هذا الإجماع التشريعي والفقهي في تباين السمتين يُظهر هذه الحقيقة بجلاء من خلال وجود نظامين خاصّين ومستقلّين الواحد عن الآخر، ومن ثم فالإختلاف ليس في التعريف فقط بل وفي النصوص القانونية المنظمة أيضا، وهو موقف ثابت على المستويين الوطني والدولي.

المطلب الأول: النصوص القانونية التي تنظم السمتين على المستوى الوطني

يستجيب وضع القاعدة القانونية إلى منطق الباعث، والآلية أو الوسيلة، باعتبار أنّ النصوص القانونية أوجدت للتطبيق على ظاهرة ما، قد تكون هذه الأخيرة سابقة أو لاحقة لصدور النّص القانوني، ففي الحالة الأولى يكون النّص القانوني عبارة عن ردّة فعل، وفي الحالة الثانية يكون استباقي لإحتمال وقوع الباعث أو الظاهرة، كما أنّ تنظيمها قد يكون ضمن سياق عام باعتبارها جزء من كل، على غرار معالجة المشرع لمسألة شروط تسجيل العلامة أو التسمية مثلا، وقد يكون التنظيم خاصا، بأن يُخص موضوع ما بنص قانوني مستقل يعكس

[397] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. ص. 348.349.

[398] M. -H. Bienaymé, op. cit., p.419.

[399] V. en ce sens la définition des appellations d'origine par M. -H. Bienaymé, op. cit., p.419 : « il s'agit avec les appellations d'origine de reconnaître des produits qui tirent leurs caractéristiques du terroir d'origine : c'est ce terroir, dans toute sa complexité intégrant par ailleurs des facteurs humains avec les usages et les savoir-faire de l'homme, qui s'exprime au travers du produit. »

استقلال محله، مثل ما هو الحال عند العلامة والتسمية. ولمّا كانت الإستقلالية مرادفا للإختلاف وكاشفة عنه فإنّ المشرع يكون بذلك قد عبّر عن موقفه صراحة بخصوص اختلاف واستقلالية العلامة والتسمية كظاهرتين ومن ثم كنظامين قانونيين، وهي حقيقة لا يُنقص منها انتماؤهما إلى الملكية الصناعية أو الملكية الفكرية بوجه عام.

تجدر الإشارة إلى أنّ الدارس للإطار القانوني المنظّم للسمتين عبر الزمن في الجزائر تستوقفه عدّة حقائق لعلّ أهمّها قلّة هذه النصوص عند التسمية مقارنة بالعلامة على وجه الخصوص، ثم الحداثة النسبية لهذه النصوص التي تكشف الاعتراف المتأخر بتسمية المنشأ في الجزائر.

ستنصب الدراسة في هذا المطلب على بيان الإطار القانوني المنظم للسمتين، وجرد النصوص القانونية التي تنظّم كل سمة في الجزائر وفرنسا مع تسليط الضوء على ما صاحب ذلك من تطور لموقف المشرعين إن وجد، دون إغفال للجانب المؤسساتي المتمثّل في الهيئات والأجهزة التي تشرف على السمتين. وفي مستهل هذه الدراسة يُلفت الإنتباه إلى أنّ الباحث في حقل الملكية الفكرية على وجه العموم وتسمية المنشأ في الجزائر على وجه الخصوص يصطدم بواقع شُح المصادر والمراجع والبحوث في هذا المجال، وهو ما لم يجد له جانب من الفقه الجزائري[400] أي سبب مصوغ.[401]

تتنوع وتختلف النصوص التي تنظم العلامة والتسمية نظرا لكونهما، بيانين تجاريين تستعملان في وسم المنتجات وبالتالي من مواضيع قانون حماية المستهلك، يتعلّق الأمر في الجزائر بالقانون رقم 09-03 المذكور أعلاه والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أمّا في فرنسا فيتعلّق الأمر بالقانون رقم 93-949 المذكور أعلاه والمتضمن قانون الإستهلاك، ولأنّهما تنتميان إلى الملكية الصناعية على وجه التحديد باعتبارهما سمتين مميّزتين، وطنيا

[400] س. جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق ذكره، المتعلّق بحقوق الملكية الفكرية في جميع عناصرها.

[401] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 346.

وبالنسبة للعلامة ينظمها الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه، وكذا المرسوم رقم 76-121 المذكور أعلاه، إلى جانب المرسوم التنفيذي رقم 08-346 السابق ذكره، يقابله في فرنسا مدونة قانون الملكية الفكرية الجديد[402]، ممّا لاشك فيه هو أنّ جمع النصوص المنظمة للملكية الفكرية في الجزائر بين دفتي كتاب واحد كما هو الحال في فرنسا سوف يكون له الأثر الإيجابي على عموم المهتمين بهذا المجال من أصحاب هذه الحقوق، قضاة، باحثين، أساتذة، وطلبة. بخصوص التسمية فتخضع هذه الأخيرة لأحكام الأمر رقم 76-65 السالف الذكر. يختلف المخاطبون أيضا بالإحكام المنظمة للعلامة والتسمية، ففي مجال قانون حماية المستهلك يتعلّق الأمر بالمحترفين من جهة المعبّر عنهم قانونا "بالمتدخلين الإقتصاديين"[403] من جهة، والمستهلكين[404]من جهة أخرى. بالنظر لكونهما من عناصر الملكية الصناعية فالمخاطب هنا هما على وجه الخصوص صاحب الحق ومن يحق له استعمال هذا الحق.

يعرف النظام القانوني الفرنسي ما يسمى بالقانون الريفي، الأمر الذي ليس له نظير في الجزائر كما سيتم بيانه، و قد عرّفه جانب من الفقه الفرنسي القانون الريفي، بأنّه ذلك القانون الّذي يضع ويقرر مجموعة القواعد العامّة المنظمة للنشاط الفلاحي بصفة عامة، ولسكان ومستعملي الفضاء أو المجال الريفي[405]، يستنتج من خلال هذا التعريف أنّ القانون الريفي يتعلّق بتنظيم الأنشطة التي تتخذ من المجال الريفي مكانا لها، و يخاطب المستعملين له أيضا، بما في ذلك الفاعلين في مجال تسميات المنشأ، لما يميّز هذه الأخيرة من ارتباط وثيق بالأرض، وبالمجال الجغرافي بتعبير أدق.

---

[402] للمزيد من التفاصيل حول التشريع الفرنسي في هذا المجال راجع. ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 204.

[403] القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه لتعريف المتدخل في المادة الثالثة الفقرة السابعة بقوله: "...المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك..."

[404] القانون نفسه السالف الذكر عرّف المستهلك في مادته الثالثة الفقرة واحد بقوله: " ...المستهلك: هو 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..."

[405] J. Hudault, *Droit rural, droit de l'exploitation agricole, Dalloz, 1987, p.20.*

حري بالذكر أنّ المجال الريفي يوجد في مركز العلاقة الموجودة بين القانون الريفي والقانون البيئي، التي بدأت تلتقي خيوطها وتترابط منذ سبعينيات القرن العشرين، وبالضبط بصدور المرسوم رقم 70-487، المؤرخ في 8 جوان 1970، والمتعلّق بمخطط التهيئة الريفية[406]، الأمر الذي يعكس الأبعاد الاقتصادية، الإجتماعية والبيئية للنشاط الفلاحي.

يراد من خلال هذا الإسترسال، بيان معالم القانونين الآنفا الذكر، من أجل رفع اللّبس بين بعض المصطلحات ، وكذا توضيح الوضعية الحلية و الآفاق المستقبلية للنظام القانوني الذي يحكم المجال الريفي في فرنسا، مع محاولة إجراء إسقاط على الوضع في الجزائر.

تجب الإشارة إلى أنّ الخلط كان بداية موجود بين المجال الريفي والمجال الفلاحي اللّذان غالبا ما كان يعتقد أنّ الواحد منهما مرادفا للآخر، والحقيقة هي أنّ من الخطأ اختزال المجال الريفي في المجال الفلاحي، لأنّ الأوّل أوسع من الثاني، كونه يضم أيضا الأنشطة غير الفلاحية، فإذا كان يحكم المجال الريفي بنظرة إقتصادية بحتة بما يبرر التوجه الذي كان يشجع على الخلط بين النظامين ويجعل منهما مترادفين، فإنّ انفتاح المجال الريفي على تطلّعات أخرى غير الإقتصادية والمعبّر عنها " بالمحافظة والرفع من قيمة الموارد الطبيعية للمجال والمنظر الريفي[407] لأهداف غير إنتاجية "، وهو ما تضمّنه المرسوم رقم 70-487 السالف الذكر، من ثمة فقد النشاط الفلاحي احتكار المجال الريفي وفضاءه الذي ما فتئ يشغله، وبالتالي تم بذلك كسر الآلية التي كانت موجودة للربط بين " الريفي " و" الفلاحي "، مدفوعا بمتطلّبات المجتمع المنصبة على قانون البيئة، وتسيير الفضاءات المحمية التي كانت تاريخيا منفصلة عن الواقع الفلاحي.

شكّل هذا فاصلا من حيث المكان بين المشاكل الفلاحية من جهة والمشاكل البيئية من جهة أخرى، وما يترتب عن ذلك بتحديد القواعد القابلة للتطبيق على كل منهما، غير أنّ هذا

[406] Décret n° 70-487 du 8 juin 1970 relatif aux plans d'aménagement rural, J.O.R.F. du 11 juin 1970, p 5 411.

[407] Rev. Inao 2006. *Appellations d'origine controlée et paysages*, in www.inao.gouv.fr, P. 13.

المعيار لم يكن كافيا نظرا للمتطلّبات البيئية المتزايدة الّتي امتدت حتى للمجال الفلاحي بإيعاز من القانون الإتحادي في ظل شروط المساعدات الإتحادية. أدى هذا إلى توسع مجال تطبيق القانون البيئي في مواجهة القانون الفلاحي مدفوعا باتجاه الرامي إلى استجابة النّشاط الفلاحي للشروط البيئية.

يعكس الواقع القانوني في الجزائر غياب نظام مماثل يؤطر المجال الريفي بنفس الفكر وبنفس الروح، لأنّه لم يعرف قانونا قائما بحد ذاته يسمى " القانون الريفي " قانون يلتقي فيه التاريخ بالجغرافيا، غير أنّ الصحوة البيئية لم تستثن بلدا، والجزائر لا تشكل استثناءا على هذه القاعدة، إن كانت الجزائر لم تعرف نفس التطورات ونفس المخاض الذي عرفته فرنسا في هذا المجال، غير أنّه يبدو جليا أنّها وصلت تقريبا إلى بعض نتائجه خاصة من الجانب البيئي المتجسد في دور الجزائر القاري في مجال حماية البيئة.

إنّ النصوص القانونية الوطنية المنظمة للسمتين، تبيّن كذلك الهيئات المختصة بالإشراف عليهما، فعلى الصعيد الوطني يذكر أنّ المشرع أخضعهما لنفس الهيئة[408] على الرغم من أن هذه الأخيرة قد عرفت أربع وضعيات منذ الاستقلال إلى يومنا هذا[409]، ويتعلّق الأمر بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المذكور أعلاه، بخلاف الوضع في فرنسا الذي أسندت فيه الصلاحيات المتعلّقة بالسمتين لهيئتين مختلفتين، إذ يختص المعهد الوطني للملكية الصناعية بالصلاحيات المتعلقة بالعلامات، بينما يشرف المعهد الوطني لتسميات المنشأ على تنظيم السمات أو البيانات المرتبطة بالمصدر الجغرافي بما في ذلك تسميات المنشأ[410].

---

[408] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، وبالنسبة للتطور التاريخي إلى اللائحة. ص. 107.

[409] للمزيد من التفصيل راجع الجزء المخصص لخضوع السمتين لنفس الجهة المختصة، خاصة. ص. 13.

[410] En ce sens, V. www.inao.gouv.fr.«… Par la loi d'orientation agricole du 5 janvier 2006, l'INAO est chargé de la mise en œuvre de la politique française relative aux produits sous signes officiels d'identification de l'origine et de la qualité : appellation d'origine ; IGP ; label rouge ; STG et agriculture biologique… ».

يراد من خلال هذا العرض بيان دور الهيئات التي تشرف على تسميات المنشأ نظرا لما تتميز به هذه الأخيرة، وذلك تلافيا للتكرار.

إنّ التجربة الفرنسية في هذا المجال ليس لها نظير، لا من ناحية استقلالية الهيئة كجهاز، ولا من ناحية فعاليتها، خاصة بعد صدور القانون التوجيهي للزراعة المؤرخ في 5 يناير2006 السالف الذكر، الذي يكلّف المعهد الوطني لتسميات المنشأ بوضع السياسة الزراعية الفرنسية المتعلقة بالمنتجات التي تحمل العلامات (الإشارات) الرسمية المتمثلة في بيانات المصدر والنوعية: منها تسميات المنشأ؛ وبيانات المصدر المحمية؛ والزراعات البيولوجية، إذ تهدف المادة الثالثة والسبعون (73) من ذات القانون إلى تعزيز فعالية الإجراءات، في دعم مصداقية سمات النوعية اتجاه المستهلكين، والسعي إلى تبسيط الإجراءات الإدارية. يكرّس هذا القانون على المستوى المحلى الفصل بين وظيفتي التسيير والمراقبة، فيصبح المعهد الوطني لتسميات المنشأ السلطة الوحيدة المختصة بتسيير نظام السمات التي ترشد إلى النوعية والمصدر، كما تكون هذه الأخيرة محل رقابة من قبل أجهزة مختصة، مستقلة، وتستجيب لمعايير وتعليمات المعهد[411]، على غرار التوجيهة رقم 2009-1 الصادرة عن لجنة الإعتماد والمراقبة التابعة للمعهد بتاريخ 24 مارس2009 [412]، أو التعليمة رقم 2009-02 الصادرة عن نفس اللّجنة وبنفس التاريخ أي في 24 مارس 2009، التي تبيّن إجراءات وكيفيات اعتماد المخابر[413].

[411]T. Tidiane, *Méthodologie générale de rédaction des plans de contrôle adaptés aux indications géographiques (AOP/IGP)*, Institut supérieur de l'agroalimentaire de Paris, Parcours ISAA 2 : *« Alimentation et politiques Publiques»*, Institut national de la qualité et de l'origine, 2006-2007. p. 10.

[412] V. www.inao.gouv, INAO. DIR. 2009 – 01, Directive du conseil des agréments et contrôles du 24 mars 2009, qui résume les points importants de ce texte comme suit : « Ce document présente le détail de la procédure qui définit les conditions dans lesquelles les organismes de contrôle peuvent solliciter et obtenir un agrément de la part de l'INAO pour exercer des activités de certification de produits sous SIQO et/ou d'inspection de produits sous appellation d'origine. Il est susceptible d'évoluer. ».

[413]V. www.inao.gouv, INAO. DIR . 2009 – 02 Directive du conseil des agréments et contrôles du 24 mars 2009, qui résume les points importants de ce texte comme suit : « Dans le cadre du

إنّ مهمة الدفاع عن تسميات المنشأ على المستويين المحلى والدولي[414] أسندت في فرنسا إلى المعهد الوطني لتسميات المنشأ منذ تأسيسه سنة 1935[415]، والحقيقة أنّ صلاحيات المعهد يمكن جمعها في ثلاثة محاور؛ يتمثل الأوّل في الإعتراف بتسميات المنشأ كما سبق بيانه، أمّا الثاني في وظيفته الإستشارية، بينما المحور الأخير يتعلّق بترقية والدفاع عن تسميات المنشأ داخل وخارج فرنسا[416].

يوجد في الجزائر معهد الكروم والخمور، الذي أنشأ بموجب الأمر رقم 68-70 المؤرخ في 21 مارس 1968 المتضمن إحداث وتنظيم معهد الكروم والخمور[417]. يلاحظ بداية أنّ الإهتمام بتسمية المنشأ يكاد يقتصر على مجال الكروم والخمور، إذ قام جانب من الفقه الجزائري بجرد أهم النصوص القانونية التي تم إصدارها في مجال تسميات المنشأ المضمونة الخاصة بالخمور[418]، فهل يمكن اعتبار ذلك تسيير لإرث استعماري؟، ثم ألم يكن من المستحسن توسيع مجال اختصاص المعهد الوطني للكروم والخمور، ليشمل كل تسميات المنشأ، يكون هذا بطبيعة الحال بعد تغيير تسميته ليكون مثلا المعهد الوطني الجزائري لتسميات المنشأ، يخضع مباشرة لوصاية وزير الفلاحة، والسؤال الذي يكاد يطرح نفسه كذلك هو هل يمكن القول أنّه تم التراجع عن هذه الخطوة في الجزائر؟، لأنّ الوضع في فرنسا كان

---

contrôle externe des cahiers des charges de signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO), le respect de certaines caractéristiques ne peut être évalué qu'au moyen d'analyses de laboratoire. Or, par suite des dispositions du règlement communautaire (CE) N° 882/2004, ces analyses ne peu vent être réalisées que par des laboratoires habilités par l'INAO (en tant qu'autorité compétente en matière de contrôle des SIQO), laboratoires auxquels devront obligatoirement avoir recours les différents organismes de contrôle agréés par l'INAO.

L'objet de ce document est de présenter les conditions dans lesquelles un laboratoire d'analyses doit solliciter et obtenir son inscription sur la liste des laboratoires habilités par l'INAO. Il est susceptible d'évoluer. ».

414 V. en ce sens www.inao.gouv.fr

415 M. -H. Bienaymé, *l'appellation d'origine contrôlée*, op. cit., p.419.

416 D. Denis, op. cit., p. 83.

417 ج. ر. 5 أفريل 1968، عدد 28، ص. 394.

418 ف. زراوي صالح، المرجع السابق، وبالنسبة للتطور التاريخي إلى اللائحة. ص. 404.

مشابها تقريبا، ذلك أنّ المعهد الوطني لتسميات المنشأ كان يختص عند إنشائه سنة 1935 بمجال الخمور والمشروبات الروحية دون سواها من تسميات المنشأ، كما تدل على ذلك تسميته الأولى المتمثلة في المعهد الوطني لتسميات المنشأ للخمور والمشروبات الروحية[419]، ثمّ توسعت صلاحياته شيئا فشيئا لتشمل جميع تسميات المنشأ[420].

وختاما، تضع السمتين في الجزائر لنصوص قانونية تحتاج للجمع ولتحديث خاصة في مجال تسميات المنشأ، أمّا فرنسا جمعت النصوص المنظمة للملكية الفكرية في إطار ما يسمى بمدونة قانون الملكية الفكرية الجديد[421]، بالإضافة إلى وجود القانون الريفي الذي يشكل هو الآخر خصوصية في النظام القانوني الفرنسي، وهو قانون كما سبق بيانه يجمع بين التاريخ والجغرافيا.

المطلب الثاني: الإتفاقيات الدولية التي تنظم العلامة والتسمية

إنّ انتماء كل من العلامة والتسمية للملكية الفكرية والملكية الصناعية وللعلامات المميّزة، لا يعن أنّهما تخضعان لنفس النظام القانوني، إن على المستوى الوطني أو الدولي. كما تجدر الإشارة إلى أنّ الدراسة في هذا المطلب تختلف عن ما جاء في المطلب الأخير من الباب الأوّل، الذي تمحور حول تمتع العلامة والتسمية بالحماية القانونية على الصعيدين الوطني والمحلي، بحيث يقصد من وراء هذه الدراسة تبيان الاختلاف الموجود بين السمتين من ناحية النصوص القانونية الدولية المنظمة لهما.

تنصب على الجانبين القانوني والمؤسساتي اللّذان، يؤطران السمتين على المستوى الدولي، ومرّة أخرى يصطدم الباحث ومنذ الوهلة الأولى بواقع نقص النصوص الدولية المتعلقة للتسمية مقارنة بالعلامة، إذ حظيت ولا تزال هذه الأخيرة باهتمام دولي كبير وأوسع؛

---

[419] D. Denis, op. cit., p. 80.

[420] للمزيد من التفصيل راجع الجزء المخصص لخضوع السمتين لنفس الجهة المختصة، خاصة. ص. 13.

[421] للمزيد من التفاصيل حول التشريع الفرنسي في هذا المجال راجع. ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 204.

كبير كبر الدور الذي لا يمكن إنكاره الذي تلعبه العلامة في تمييز المنتجات، و واسع للصدى والإجماع الذي تعتبر العلامة محلا له.

إنّ المنتجات الموسومة بالعلامات وتسميات المنشأ تتنقل من مكان لآخر بحثا في تحقيق تغطية للأسواق، وبالتالي ربحية أكبر، ولما كانتّ التبادلات التجارية كثيرا ما تتجاوز حدود الدول بما يصاحب ذلك من مشاكل قانونية، بات من الضروري إرساء نظاما قانونيا دوليا للحماية، مما أدى إلى عقد العديد من المؤتمرات وإبرام العديد من الاتفاقيات لتنظيم السمتين. كما أنّ بعض المنظمات الدولية كان لها الفضل هي الأخرى في وضع هذه الاتفاقيات على غرار لمنظمة العالمية للملكية الفكرية، والمنظمة العالمية للتجارة، إلى جانب الدور الهام الذي يضطلع به المعهد الوطني لتسميات المنشأ في فرنسا على المستويين المحلي والدولي.

يجب بداية ومن دون الوقوع في التكرار[422]، التأكيد على الدور الذي لعبته اتفاقية باريس لسنة 1883 المذكورة أعلاه، التي وضعت معالم الحماية الدولية للملكية الصناعية بوجه عام[423] في العصر الحديث، كما سبق بيانه. تلتها بعد ذلك في الظهور اتفاقية مدريد لسنة 1891 التي أعيد النظر فيها في 14 يوليو 1967، الوثيقة معدلة في واشنطن في 2 يونيو 1911 وفي لاهاي في 7 نوفمبر 1920، وفي لندن في 2 يونيو 1934، وفي لشبونة في 31 أكتوبر 1958، ليليهما بروتوكول مدريد الذي أصبح ساري المفعول ابتداء من 01 أفريل 1996، وجاء هذا الأخير في محاولة لمعالجة النقائص التي كانت تعاني منها اتفاقية مدريد السالفة الذكر على وجه العموم، ولفتح المجال أمام نظام العلامة الأوربية على وجه الخصوص. إنّ الإقرار بالأهمية البالغة لهذه النصوص الدواية لا يعن الإنقاص من أهمية اتفاقيات أخرى، يتعلّق الأمر باتفاقية نيس المؤرخة في 15 يونيو1957، والمتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات والخدمات بقصد تسجيل العلامات، والمعدلة في ستوكهولم سنة 1967، التي انضمّت إليها

[422] للمزيد من التفصيل راجع الجزء المخصص لتمتع العلامة والتسمية بالحماية الدواية، خاصة. ص. 120.

[423] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 397. و، و. أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص. 189.

الجزائر[424]، وضعت هذه الإتفاقية لائحة دولية للمنتجات والخدمات، أو كما يفضل جانب من الفقه اللبناني القول " لائحة دولية من المحصولات والخدمات "[425]، تضمّن هذا التصنيف المنتجات إلى (34 صنفا)، أمّا الخدمات فقد صنّفت إلى (10 أصناف). يقصد من وراء ذلك تسهيل التسجيلات الوطنية والدولية على حد سواء، ويرى جانب من الفقه الفرنسي[426]، أنّه يحق لكل بلد اعتماد التصنيف الدولي بشكل أساسي أو ثانوي بالحفاظ على التصنيف الذي وضعه، وحري بالذكر أنّ المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المذكور أعلاه تضمّن في مادته الثانية (2) تعبيرا عن موقف الجزائر بهذا الخصوص، والتي تكون قد حافظت على التصنيف المحدد بموجب اتفاق نيس[427]، ويضيف نفس الجانب من الفقه الفرنسي بأنّ مهمة تعديل قوائم التصنيف تعهد للجنة خبراء، تمثل كل دولة عضو بواسطة خبير، وتتخذ قراراتها بالإجماع. في نفس الصدد لا يمكن إغفال اتفاقية أخرى والمتمثلة في الاتفاقية الخاصة بالمعارض الدولية المبرمة في باريس يوم 22 نوفمبر 1928 والمعدلة، التي انضمت إليها الجزائر[428]، وجسد هذا الإنضمام بالإشارة إليها في الفقرة الثانية من المادة الخامسة (5) من الأمر رقم 03-06 المذكور أعلاه[429].

---

[424] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 284.

[425] ن. مغبغب، الماركات التجارية والصناعية (دراسة في القانون المقارن)، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، ط1، لبنان، 2005. ص. 14.

[426] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 434.

[427] المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، السالف الذكر نصّت على مايلي: "يتم تعيين السلع والخدمات عند إيداع العلامات، طبقا للتصنيف الدولي للسلع والخدمات لغرض تسجيل العلامات المحدد بموجب اتفاق نيس."

[428] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 65.

[429] المادة الخامسة (5) في فقرتها الثانية من الأمر رقم 03-06 المذكور أعلاه، جاء في نصها مايلي: " ...يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، أن يطلب تسجيل هذه العلامة و يطالب بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في أجل ثلاثة أشهر من انتهاء العرض."

وتجدر الإشارة، أنّه عملا بالتوجه الأوربي يجب إنشاء علامة أوربية تعود للاتحادات أو للمقاطعات، وتمّ تأسيس مجلس أوربي للعلامات في اسبانيا، وإنّ وضع السجل العائد لها يتطلّب بعض الوقت، بحيث تصدر لاحقا الأنظمة الإدارية التي تطبق على هذا المجلس.[430]

ويرى جانب من الفقه الفرنسي أنّ اللجوء إلى إيداع علامة أوربية هو حتمية لا مناص منها، لأنّ ولوج السلعة أو الخدمة السوق الأوربية حتمية، فالقضية إذن لا تعد أن تكون مسألة وقت فقط، من ثمة كان لزاما على صاحب العلامة توفير الحماية اللازمة لها تماشيا وتوسع المجال الذي أصبحت تغطيه[431].

ليست هذه النصوص القانونية الدولية وحدها المنظمة للعلامة والتسمية، بل إنّ هناك اتفاقيات أخرى استعرضها جانب من الفقه الفرنسي،[432] على غرار اتفاقية واشنطن للتسجيل الدولي، المؤرخة في 11 فبراير 1929، واتفاقية وسط إفريقيا المؤرخة في 1 جوان 1965، إلى جانب اتفاقية الإتحاد الإفريقي والملغاشي للتعاون الاقتصادي، المؤرخة سنة 1964 الذي تم فيها التوصل إلى إنشاء المكتب الإفريقي والملغاشي للملكية الصناعية، والإتفاقية الألمانوسويسرية المؤرخة في 15 جوان 1969، التي استنادا عليها يؤدي استعمال العلامة في إحدى الدولتين إلى المحافظة على صلاحية الحقوق المقررة لهذه العلامة في الدولة الأخرى. إنّ اتفاقية فينا المؤرخة في 12 جوان 1973، التي انعقدت بمناسبة ندوة فينا سنة 1973، لم تجد نفس الصدى الدولي التي عرفته اتفاقيات أخرى، بدليل إقتصار جانب واسع من

---

[430] ن. مغبغب، الماركات التجارية والصناعية (دراسة في القانون المقارن)، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، ط1، لبنان، 2005. ص. 14.

[431] E. Dupont, *la marque communautaire*, www.nextmarq.com.. « Toute entreprise capable d'exporter ses produits ou services a tout intérêt à avoir recours à la marque communautaire. Tôt où tard, ses marques seront amenées à circuler dans l'Union Européenne qui est aujourd'hui un marché unique, et seule une marque communautaire peut garantir une protection aussi étendue. De plus, la facilité de gestion et un coût avantageux font de la marque communautaire, l'instrument idéal pour une protection étendue en Europe ».

[432] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 421.

الفقه[433]،على ذكر إتفاقية إتحاد باريس واتفاق وبروتوكول مدريد عند حديثه عن النصوص التشريعية الدولية ، وجاءت هذه الإتفاقية كنتيجة لعدم انضمام بعض الدول لإتفاق مدريد، يتعلّق الأمر تحديدا بالولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، ففضلت هذه الدول إبرام اتفاقية جديدة ومستقلّة على تعديل اتفاقية مدريد[434]، ومن بين أهم المبادئ العامة لهذه الإتفاقية،

أوّلا، أنّ اتفاق مدريد يبقى ساري المفعول بالنسبة للموقعين عليه إذا أرادوا هم ذلك؛ بمعنى أنّه يمكن الجمع بين العضوية في أتفاق مدريد واتفاقية فينا لتسجيل العلامات، ويمكن لرعايا الدول الأعضاء في الإتفاقيتين، حسب الدول التي يريدون التمتع بالحماية فيها، الإختيار بين أحد الإتفاقيتين.

ثانيا، أنّ طلب تسجيل علامة دولية مستقل تماما عن التسجيل الوطني في البلد الأصلي، غير أنّه يمكن للتشريعات لوطنية تقري إلزام الإيداع الوطني المسبق[435].

ثالثا، يحدد طلب التسجيل البلدان التي يرغب المودع في التمتع بالحماية فيها، مع إمكانية توسيع الحماية إلى دول أخرى لاحقا[436]. وفي حالة وجود علامة إقليمية أو جهوية، كالعلامة الأوربية مثلا، يتعيّن على المودع تحديد كل دول الإتحاد، إذ لا يمكنه أن يقوم بالإيداع لأحد هذه الدول، هذا ما نصّت عيه المادة الخامسة والعشرون (25) من ذات الإتفاقية.

رابعا، ينتج التسجيل الدولي بناء على هذه الإتفاقية نفس الأثر تماما كالتسجيل الوطني، ويبقي بطبيعة الحال للبلد المستقبل الحق في رفض العلامة، بسبب أحكام قانونه الوطني، وله أجل خمسة عشر شهرا (15) للقيام بذلك.[437]

---

[433] ن. مغبغب، الماركات التجارية والصناعية (دراسة في القانون المقارن)، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، ط1، لبنان، 2005. ص. 14.

[434] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 433.

[435] Art. 4. et. 5.Traité de Vienne du 23 juin 1973, relatif á l'enregistrement des marques.

[436] Art. 6. Traité de Vienne du 23 juin 1973, relatif á l'enregistrement des marques, préc.

[437] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 434.

خامسا، قدّمت الدول الأنجلوساكسونية تنازلا هاما في هذه الإتفاقية، يتمثل في أنّه لا يمكن للدولة رفض حماية علامة بدافع عدم استعمالها في أجل ثلاثة (3) أشهر من تاريخ إيداعها.*

سادسا، تجدر الإشارة، إلى أنّ هذه الإتفاقية وعلى النقيض من اتفاق مدريد لا تنص على أنّ قرار إلغاء العلامة، يؤدي إلى إلغائها في باقي الدول المنظمّة للإتفاقية في الخمس (5) سنوات الأولى للإيداع الدولي، وبذلك فإنّ مالك العلامة المتضرر من هذا الإيداع، في ظل اتفاقية مدريد كان يمكنه إلغاء تسجيل العلامة بإجراء واحد. إنّ نظام اتفاقية فينا المجسد لنظام الإستقلالية التامة للعلامات، يستحيل فيه تحقيق نتيجة مماثلة[438]، أمّا بخصوص الإلغاء الدولي للعلامة، فإنّه يتطلّب في ظل هذه الإتفاقية هيئات فوق وطنية، الأمر الذي أدى بحسب جانب من الفقه الفرنسي[439]، إلى عزوف بعض الدول عن التوقيع على هذه الإتفاقية.

احتضنت فينا اتفاقية أخرى، يتعلّق الأمر باتفاقية اتحاد فينا لسنة 1973، التي قررت وضع اتحاد خاص، يقرر تصنيف جماعي للعناصر المشكلة للعلامات، أريد من خلال هذا الإتحاد تسهيل البحث في أسبقيات الإيداع.

أنّ اتفاقية سنغافورة المؤرخة في 27 مارس 2006، التي ترمي إلى تعديل، تحديث، وتبسيط المسائل الإجرائية الوطنية والدواية، لمواجهة التزايد الملحوظ لطلبات التسجيل، بالإضافة إلى جعل هذه الأحكام تتماشى والتطور التكنولوجي الذي تعرفه شتي الميادين[440]،

* ينشأ الحق في العلامة في الدول الأنجلوساكسونية بالإستعمال لا بالتسجيل.

438 A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 435.

439 A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 436.

440 "…Le Traité adopté à Singapour le 27 mars 2006, qui fait l'objet du présent projet de loi, complète et modernise ces dispositions, en s'efforçant tout à la fois de simplifier encore les procédures nationales et internationales, pour faire face à l'augmentation notable du nombre de demandes, et d'adapter les stipulations du précédent traité aux évolutions technologiques… », et .v. art. 8, du Traité de Singapour qui stipule : « et concernent le mode de communication, la langue choisie par l'office et l'authentification des communications, par signature ou moyen électronique. ». rapport fait au nom de la commission des affaires étrangères sur le projet de loi,

ليست الإتفاقيات الجماعية وحدها التي عنت بوضع الأطر القانونية الدولية للعلامات*، بل إنّ هناك بعض النماذج عن معاهدات واتفاقيات ثنائية، مثل تلك المبرمة بين فرنسا وايطاليا في 8 يناير 1955، والتي دخلت حيّز التنفيذ في 31 يناير 1961، يمكن بموجب هذه الإتفاقية لمودع العلامة في أحد البلدين أن يطلب حمايتها في البلد الآخر مقابل زيادة بنسبة 50% من الرسوم، مع العلم بأنّ كل علامة تبقى خاضعة لشروط صحتها في البلدين. يقتصر هذا الإتفاق على الرعايا الفرنسيين والإيطاليين، بالإضافة إلى الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، أو كل محل تجاري، أو صناعي فعلي وجدي، الذين اتخذوا من تراب الدولتين موطنا لهم[441]. كما يمكن الإشارة إلى الإتفاقية المبرمة بين فرنسا والبرتغال، المؤرخة في 13 مارس 1934، والتي أعتمدت بمقتضاها خمور " بورتو"، و" ماديرا "، كخمور حاملة لتسمية المنشأ المراقبة، وحري بالذكر أيضا الإتفاقية الثنائية المبرمة بين الإتحاد الأوربي والولايات المتحدة الأمريكية حول الخمور التي أبرمها الإتحاد الأوربي في سبيل التنظيم الموحد لسوق الخمور لدول الإتحاد الأوربي، لما لهذا السوق من أهمية بالغة في المجال الإقتصادي العالمي[442]، ونظرا

---

adopté par le Sénat, autorisant la ratification du Traité de Singapour sur le droit des marques, par M. Jean ROATTA.

* إنّ المعاهدات الجماعية المتعلّقة بالعلامات لا تشكل وحدها النصوص التشريعية الدولية للعلامات أو التسميات بل أنّ هناك أتفاقيات ثنائية أيضا في هذا المجال.

[441] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 439.

[442] J. Roatta, rapport au nom de la commission des affaires étrangères, n° 1663 : « …vu l'accord bilatéral paraphé par l'Union européenne et les États-Unis d'Amérique le 15 septembre 2005 sur le commerce de vin, et, vu le chapitre agricole des négociations en cours de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), et, vu le règlement (CE) no 1493/1999 du Conseil, du 17 mai 1999, portant organisation commune du marché vitivinicole, Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) no 1795/2003 de la Commission, JO L 179 du 14.7.1999, p. 1. et, vu l'accord-cadre sur les relations entre le Parlement européen et la Commission du 26 mai 2005 (2), qui stipule que, dans le cadre des accords internationaux, y compris les accords commerciaux, la Commission informe le Parlement clairement et sans délai, tant pendant la phase de préparation des accords que pendant le déroulement et la conclusion des négociations internationales, des projets de directive de négociation, des directives de négociation adoptées ainsi que du déroulement et de la conclusion des négociations, directive de négociation, des directives de négociation adoptées ainsi que du déroulement et de la conclusion des négociations, directive de négociation, des directives de négociation adoptées ainsi que du déroulement et de la conclusion des négociations… », conclusion des négociations, directive de négociation, des

للأضرار المعتبرة التي يتكبدها الإقتصاد الأوربي جراء المنافسة غير المشروعة بسبب عدم احترام القانون الأمريكي للحماية القانونية المقررة أوربيا ودوليا للخمور الموسومة بأسماء جغرافية[443]. تجدر الإشارة إلى انّه سوف يتم إرجاء التفصيل في هذه الإتفاقية عند الحديث عن الإختلاف في الأنصار الذي يميّز العلامة عن التسمية.

إنّ اتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر1958، بلشبونة بالبرتغال، كرست الحماية الدولية لتسميات المنشأ، إذ لا يمكن التطرق لتسميات المنشأ دون الحديث عن هذه الإتفاقية، كيف لا وهي التي كان لها الفضل في وضع تعريف دولي لتسميات المنشأ،

إنّ الحديث على النصوص الدولية التشريعية المنظمة للعلامة والتسمية يطول، لذلك فإنّه تمّ قدر الإمكان تبيان وذكر أهمها فقط، بالنظر إلى كمّها الهائل، بما يعكس الأهمية البالغة التي تكتسيها السمتين على المستوى الدولي، التي يمكن استشعارها من خلال العناء الذي يتكبده المجتمع الدولي لوضع هذه النصوص، مدفوعا بعدة اعتبارات، لعل أبرزها الوعي بأهمية السمتين بصفة خاصة وبحقوق الملكية الفكرية بصفة عامة.

---

directives de négociation adoptées ainsi que du déroulement et de la conclusion des négociations, directive de négociation, des directives de négociation adoptées ainsi que du déroulement et de la conclusion des négociations… »

[443] J. Roatta, op. cit : « …Considérant que l'usurpation des appellations géographiques de l'Union européenne par des pays tiers est contraire aux droits de propriété intellectuelle et cause un préjudice économique aux détenteurs légitimes de ces dénominations, en raison de la perte de parts de marché,

Considérant que les indications géographiques forment un cadre juridique qui est un élément essentiel de la politique communautaire en tant qu'il reconnaît l'importance de l'agriculture multifonctionnelle et l'impact social et environnemental de la production viticole dans les zones de montagne et les régions défavorisées,
Considérant que bien souvent les fausses appellations concurrencent fortement les vraies et que les États-Unis ne respectent pas la protection des vins bénéficiant d'une dénomination d'origine et les considèrent seulement comme produits semi génériques sur leurs marchés intérieurs,
Considérant que le secteur viticole européen constitue une source importante d'emplois et de revenus, qui provient de petites exploitations familiales et de petites entreprises viticoles et prend appui sur l'approche territoriale de la politique viticole européenne,.. ».

ينبغي الوقوف كذلك عند أهم المنظمات والهيئات التي جعلت من العلامة والتسمية أحد مواضيعها على المستوى الدولي، يتعلّق الأمر، بالمعهد الوطني لتسميات المنشأ، والمنظمة الدولية للملكية الفكرية، إلى جانب المنظمة العالمية للتجارة.

يعتبر جانب من الفقه الفرنسي، المعهد الوطني لتسميات المنشأ الموجود في فرنسا، حامل لواء تسميات المنشأ على الجبهتين الوطنية والدولية[444]، ذلك أنّ المعهد يختص بترقية وحماية تسميات المنشأ المراقبة[445]، وتسميات المنشأ المحمية التي تمثل النظام الأوربي لتسميات المنشأ، ويستدل في طرحه بما جاء به قانون المستهلك[446]. لا تعتبر ترقية تسميات المنشأ المهمة الأساسية للمعهد مقارنة بالدور الذي يضطلع به في مجال الدفاع عن تسميت المنشأ وحمايتها، وذلك لضعف إمكانيات المعهد المالية. نتيجة لذلك تقوم بعض النقابات بترقية تسميا المنشأ، على غرار المؤسسة العمومية التابعة لوزارة الفلاحة الفرنسية، التي تختص بترقية المنتجات الفلاحية الغذائية الفرنسية على المستوى الدولي، غير أنّ هذه النقابات تصطدم في بعض الأحيان ببعض النصوص القانونية التي تقلّص من مجال نشاطها، يتعلّق الأمر على سبيل المثال بالحد من الدعاية للمشروبات الكحولية[447].

تجدر الإشارة أيضا، إلى أنّ المجلس الأوربي للعلامات، يشكل الهيئة الإطار للعلامات الأوربية[448]، كجهاز مختص في كل الأمور الإجرائية المتعلّقة بها. أمّا بخصوص تسمية المنشأ فهي الأخرى تعرف نظاما مشابها، ويعرف هذا الأخير بنظام تسميت المنشأ المحمية[449].

---

[444] D. Denis, op. cit., p. 92.

[445] M. -H. Bienaymé, op. cit., p.423.

[446] V. art. L. 115-20, C. fr. consom.

[447] D. Denis, op. cit., p. 93.la loi « Évin » du 10 janvier 1991 qui limite les possibilités de chacun, sur le sol français, en ce qui concerne la promotion des boissons alcoolisées.

[448] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 14.

[449] للمزيد من التفصيل راجع الجزء المخصص للعلامة وتسمية المنشأ الغير عادية ، خاصة. ص. 38وما بعدها.

إنّ النصوص التشريعية الدولية السابق بيانها تجسد الإستقلالية الفعلية الموجودة بين العلامة والتسمية في مجال النصوص القانونية الدولية المنظمّة لكل سمة على حدا. وفيما يلي عرض لأهم الهيئات الدولية المختصة في مجال الملكية الفكرية بصفة عامة، دون اقتصارها على جانب دون آخر منها.

أنشأت المنظمة الدولية للملكية الفكرية[450] (الويبو)[451] ، بموجب الإتفاقية الموقعة في استوكهولم في 14 يوليو 1967، والمعدلة في 28 سبتمبر 1979، أرادت الأطراف المتعاقدة من خلال هذه الإتفاقية، تحقيق عدّة أهداف، تمّ التعبير عنها بالديباجة، في ثلاثة نقاط:

أوّلا، الرغبة في الرفع من مستوى التفاهم والتعاون، على أساس المنفعة المشتركة، المساواة بين الدول واحترام سيادتها.

ثانيا، الرغبة في تشجيع النشاط الإبتكاري من خلال دعم حماية الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم.

ثالثا، الرغبة في الرفع من كفاءات إدارة الإتحادات المنشأة في مجالات حماية الملكية فكرية، في ظل إحترام إستقلالية هذه الإتحادات.

تجدر الإشارة إلى أنّ مقر المنظمة موجود بجنيف، وتكون العضوية في المنظمة متاحة كقاعدة عامة، لأية دولة عضو في أي من الإتحادات بمفهومها الوارد في المادة الثانية (2) سابعا[452]، ونصّت الإتفاقية المنشأة للمنظمة على استثناءات تكون فيها العضوية مفتوحة لدول لا

---

[450] المادة الأولي من اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية الموقعة في استوكهولم في 14 يوليو 1967، والمعدلة في 28 سبتمبر 1979، جاء فيها مايلي: " إنشاء المنظمة، تنشأ المنظمة العالمية للملكية الفكرية."

[451] المادة الثانية أوّلا، من اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية المذكورة سابقا.

[452] المادة الثانية سابعا عرفت الاتحادات بقولها:" ... " الاتحادات " يقصد بها اتحاد باريس والاتحادات الخاصة التي أنشأت والاتفاقات الخاصة التي أبرمت فيما يتعلّق بذلك الإتحاد، واتحاد برن، وأي اتفاق دولي آخر يرمي إلى دعم حماية الملكية الفكرية وتتولى المنظمة تنفيذه وفقا للمادة 4 (3)...".

تكون عضوا في هذه الإتحادات متى توافرت فيها شروط حددتها المادة الخامسة (5) ثانيا من ذات الإتفاقية[453].

لا يكتمل الحديث عن الهيئات الدولية التي تعنى بشؤون الملكية الفكرية، دون التطرق للمنظمة العالمية للتجارة، التي يعود لها الفضل في إقحام الملكية الفكرية بشكل عام في نظام التجارة الدولي، بما يعرف باتفاقية تربس. برزت هذه الإتفاقية جراء عجز نظامي اتفاقية باريس والمنظمة الدولية للملكية الفكرية على حماية حقوق الملكية الفكرية، نظرا لكونهما يرتكزان بالأساس على الجوانب الفنية والقانونية البحتة.

قررت اتفاقية تربس عدة مبادئ، لعل أبرزها تلك التي نصت عليها المادتين الثالثة (3) والرابعة (4)، والمتعلقة بالمبادئ العامة المطبقة على السلع والخدمات، الأول مبدأ الدولة الأولى بالرعاية، والثاني، مبدأ المعاملة الوطنية، ويضع الحدود الدنيا للحماية التي يتعيّن على الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة إدراجها في قوانينهم الداخلية، ومن بين هذه الحدود مدة الحماية، إذ ينبغي على سبيل المثال ألا تقل مدة حماية براءات الإختراع عن عشرين سنة، وعلى القوانين الداخلية وضع الأحكام الكفيلة باحترام تلك الحقوق. ويجب أن تتضمّن عقوبات مالية أو بدنية فاعلة ضد من يخالفها، شريطة أن توقع من قبل سلطات قضائية. وعلى العموم، فإنّ المنظمة العالمية للتجارة أصبحت الآن تشكل مركزا جديدا لإدارة نظام الملكية الفكرية.

نتيجة لما سبق، يمكن القول أنّ اختلاف السمتين وتباينهما تعكسه أيضا النصوص التشريعية الدولية المنظمة لكل سمة.

---

[453] " (2) تكون العضوية في المنظمة مفتوحة كذلك لأية دولة ليست عضوا في أي من الاتحادات بشرط:
" 1 " أن تكون عضوا في الأمم المتحدة أو في أي من الوكالات المتخصصة المرتبطة بالأمم المتحدة أو في الوكالة الدولية للطاقة الذرية، أو أن تكون طرفا في النظام الأساسي لمحكمة العدل الدولية، أو
" 2 " أن تدعوها الجمعية العامة لتكون طرا في هذه الإتفاقية."

المبحث الثاني: الاختلاف في الأنصار :المرجعية

إنّ الإختلاف الموجود بين العلامة والتسمية عميق إلى درجة حدوث انقسام دولي بشأنهما، حيث تقر بعض الدول بنظامي العلامة والتسمية بينما أخرى لا تعتمد سوى على نظام العلامة.

ويرجع جانب كبير من الفقه الفرنسي ذلك إلى أسباب اقتصادية بحتة بالنظر إلى الثروة الهائلة التي تمثلها منتجات الصناعة الغذائية على وجه العموم والخمور على وجه التحديد[454]، وما يكشف هذا الصراع الإقتصادي هو الإتفاقيات الدولية التي يبرمها طرفي الصراع أو المفاوضات التي تجرى على مستوى المنظمة العالمية للتجارة[455]. ولعل الطريقة الأنجع والأمثل التي وجدها أنصار كل سمة لتحقيق الأهداف المنشودة من وراء المفاوضات هي التكتلات التي شكلتها الدول المنحازة لنظام التسمية التي تقودها فرنسا، مقابل الدول المنحازة لنظام العلامة تتقدمها الولايات المتحدة الأمريكية والدول ذات النشاط التجاري الهام.

تجدر الإشارة إلى أنّ هذا الجزء من البحث سوف تتم فيه الإجابة على جملة من التساؤلات، ومن أبرزها مايلي: ما هي أطراف هذا الصراع؟، ماهي أسبابه؟، ما هي وسائله؟، وما هي نتائجه؟

المطلب الأول: التيار الأوربي: الفرنسي

يجب التنبيه بداية إلى أنّ هذا التيار، لا ينكر نظام العلامة، وإنّما يعترف أيضا بنظام التسمية، على العكس من التيار الآخر الذي لا يعترف بهذه الأخيرة.

---

[454] M. -H. Bienaymé, op. cit, p.422. V. aussi . V. Romain-Prot, op. cit., p. 434.

[455] V. Romain-Prot, op. cit., p. 436.

إنّ السياسة الأوربية في مجال بيانات الجودة والبيانات الجغرافية مستلهمة بشكل كبير من السياسة الفرنسية في ذات المجال، ويظهر ذلك جليا من تكريسها في عدة نصوص أوربية، مثل التنظيمين رقما 2081 و 2082، المؤرخان في 14 يوليو 1992، اللّذان يقحمان تسمية المنشأ المراقبة والبيانات الجغرافية المحمية، كسمات جودة وبيانات مصدر وتجعلان منها علامات جماعية تمتلكها الدول أو الإتحاد الأوربي الذي يحمي المهارات النابعة من هذه المناطق المحددة[456].

أدى صدور هذه النصوص التشريعية الأوربية إلى زيادة معتبرة في نسبة إنتاج دول الإتحاد الأوربي في مجال الصناعة الغذائية، ويشكل هذين النصين تتويجا للخطوة التي تم اتخاذها منذ سنة 1988، والتي كان لفرنسا فيها الدور الأبرز. كانت الخمور والمشروبات الروحية سابقا هي الوحيدة التي تحظى بنظام خاص يسمح بحماية التسميات الجغرافية على المستوى الأوربي[457].

إنّ التحديات الذي تفرضها عولمة المبادلات التجارية، حاولت تأطيرها إتفاقيات مراكش المؤرخة في 15 أفريل 1994، والتي أذنت بظهور المنظمة العالمية للتجارة، ممّا جعل دول الإتحاد الأوربي تسعى جاهدة إلى توفير حماية دولية لبيانات الجودة والمصدر تتعدى بذلك تلك الموجودة على المستوى الأوربي. وفي عالم تعتبر فيه السمة الخاصة كاشفا عن الجودة، فإنّ تخصيص أو احتكار تسميات أو بيانات مصدر تشهد بالنوعية المميّزة لمنتج ما تصطدم بمبدأ حرية المبادلات[458]، ذلك أنّ كلّ تحديد أو تضييق على التجارة مبني على النوعية الخاصة للمنتج يشكل ما يسمى بحواجز المبادلات التجارية، وهو أمر لا تقبل به

[456] T. Tidiane, op. cit., p. 9.

[457] M. -H. Bienaymé, op. cit., p. 419.

[458] V. www.wto.org

المنظمة العالمية للتجارة في مجال المنتجات الغذائية، إلاّ إذا برر ذلك صاحب الطلب وبعد تحكيم المنظمة[459].

تولي دول الإتحاد الأوربي، كما سبق بيانه، أهمية بالغة لنوعية المنتجات الفلاحية، والمواد الغذائية، إذ قامت اللّجنة الأوربية في 15 أكتوبر2008 بإطلاق مشاورات عامة واسعة النطاق، حول هذه السياسة المنتهجة منذ ما يزيد عن عشرين سنة[460].

إنّ السعي وراء نوعية المنتجات يستجيب لحاجيات المستهلكين، كما يمثل عاملا فعالا لترقية المجال الريفي، بدعم ورفع قيمة الإنتاج في مناطق معينة، قصد تحقيق مواجهة أفضل للمنافسة العالمية. إنّ السياسة الأوربية في هذا المجال لا يمكن أن تكون مجرد سياسة للإنتاج الفلاحي، ذلك أنّه يجب أن تدخل ضمن نطاق سياسة التنمية الريفية، التي تشكل نسيجا اقتصاديا متعدد الجوانب، تعتبر فيه الفلاحة وإن كبر شأنها أو زادت أهميتها مجرد عنصر كباقي العناصر الأخرى، مثل التنمية الريفية للمناطق المحرومة، ومحاربة التصحر، التي تتأتى من خلال المحافظة على إنتاج جهوي متنوع ومتخصص، مبني على أساس البحث عن الصيغة الأمثل للمناطق بواسطة منتجاتها. يمكن من خلال هذا الطرح التوصل إلى المحافظة على النشاطات الإقتصادية[461] في الناطق التي تعرف نوعا من التهميش, والتي لا يمكنها مواجهة المنافسة العالمية على مستوى سوق المنتجات ذات الإستهلاك الواسع.

يرى جانب من الفقه الفرنسي، أنّ مجال الصناعة الغذائية، يعرف نوعا من الإبتذال، تكون فيه النوعية هي الفيصل في تحديد مدى نجاح المنتج من عدمه لدى المستهلكين. تريد التسمية التموقع ضمن المنتجات الإستثنائية التي تنطوي على جانب كبير من الأصالة، وتستمد

[459] T. Tidiane, op. cit., p. 9.

[460] Commission des communautés européennes, Livre vert sur la qualité des produits agricoles : normes de commercialisation, exigences de production et système de qualité, COM (2008) 641 final, 15 octobre 2008. cité par N. Olszak, Congrès international sur el desarrollo sostenible « *La politique communautaire des signes de qualité et d'origine»,* Burgos, 15-16 décembre 2008, p. 1.

[461] M. -H. Bienaymé, op. cit., p.419.

هذه الأخيرة من عدة عوامل؛ الأرض، وما تحتها، المناخ، ومهارة الإنسان، ومن هذا المنطلق، فإنّ النوعية ليست عامة ومبتذلة، بل هي أصلية ومن ثم أصيلة[462]، لذلك فإنّ اليونسكو[463] تعترف بالعلاقة الموجودة بين المنتج والعوامل المؤثرة فيه[464].

والجدير بالذكر، هو أنّ المنتجات الأوربية تستجيب لجملة من الإملاءات والمتطلبات المتعلّقة بالبيئة، بدليل التمييز الإيجابي الذي تستفيد منه الزراعات البيولوجية، كما أنّ دول الإتحاد الأوربي تسعى إلى ترقية النوعية، وتعطي أهمية بالغة لبعض العناصر غير المادية، مثل ذوق المنتجات الذي يميّزها عن سواها من المنتجات التي تخضع لمنطق الإنتاجية لا النوعية. ويمتد أثر هذه السياسة إلى عدة مجالات كما سبق بيانه، يذكر على سبيل المثال مجال الطبخ، حيث أعلنت اليونسكو سنة 2010 فن الطبخ الفرنسي من قبيل التراث غير المادي للإنسانية.

إنّ الجهود التي تبذلها دول الإتحاد الأوربي، متأثرة بالنظرة الفرنسية للمنتجات الفلاحية، جعلتها لا تدّخر جهدا في سبيل الدفاع عن مصالحها الإقتصادية في هذا المجال، في ظل تنامي واحتدام المنافسة الدولية، وعدم احترام بعض الدول لأحكام الملكية الفكرية، خاصة فيما يتعلّق بتسميات المنشأ، تتمثل هذه الدول حسب جانب من الفقه الفرنسي، والتي نعتها بالدول ذات النشاط التجاري الهام، مثل الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، المملكة المتحدة،

462 M. -H. Bienaymé, op. cit., p.422.

463 N. Olszak, op. cit., p. 1 : « Selon l'UNESCO, les terroirs sont des espaces géographiques vivants et innovants, s'appuyant sur des milieux physiques, biologiques et humains spécifiques ainsi que sur des savoirs, savoir-faire et qualification des hommes ».

464 UNESCO, Projet de charte des terroirs, 10 nov. 2005, art. 4. Sur la notion de terroir, on peut aussi relever la définition élaborée en France par l'Institut national de recherche agronomique (INRA) et l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) : « Un terroir est un espace géographique délimité dans lequel une communauté humaine construit au cours de son histoire un savoir collectif de production fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains. Les itinéraires socio-techniques ainsi mis en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité, et aboutissent à une réputation, pour un bien originaire de cet espace géographique » (INRA, Terroir et typicité. Document de synthèse présenté à la direction *de l'INAO,* 14 avril 2006). Cité par, N. Olszak, op. cit., p.2.

وألمانيا رغم كون هذه الأخيرة عضوا مؤثرا في الإتحاد الأوربي. لم تنضم هذه الدول لإتفاقية لشبونة السالفة الذكر[465]، بالإضافة إلى دول أوربا الشمالية وبصفة عامة الدول الانجلوسكسونية، ومجموعة " كيرنز "[466]، التي يقتصر معنى النوعية لديها في السلامة واستجابة المنتج للشروط القانونية[467].

تجدر الإشارة إلى أنّ تسميات المنشأ في الدول غير المنظمّة لإتفاقية لشبونة السالفة الذكر، يمكن أن تصبح تسميات نوعية أو ضرورية لمنتج، مثلما هو الحال عليه بالنسبة لتسمية " شمبانيا " التي أصبحت مرادفا للخمر الذي توجد فيه فقاعات، فيمكن بذلك أن توسم بعض المنتجات بهذه التسمية على الرغم من عدم انتمائها إلى المنطقة التي تشير إليها.

نتيجة لذلك، يمكن القول أنّ اتفاقية لشبونة المذكورة سابقا، لا تجد قبولا مطلقا لدى جميع الدول، وبالتالي فإنّ الحماية الدولية لتسميات المنشأ غير مكتملة، خاصة وأنّ الدول الغير المنظمة لهذه الإتفاقية تلعب دورا هاما في المبادلات التجارية الدولية، ممّا يطرح التساؤل عن السبل أو الوسائل التي تعتمدها فرنسا ومن يدور في فلكها من دول لتحقيق الحماية الدولية المنشودة لتسميات المنشأ.

تشكل المنظمة العالمية للتجارة الإطار الدولي الذي يتم على مستواه المفاوضات المتعلّقة بالأسواق العالمية، وفي هذا المجال تتفاوض دول التيّار الأوربي قصد تدعيم إتفاقية الجوانب المتعلّقة بالملكية الفكرية، والتي تعرف أيضا بإتفاقية تربس حسب المصطلحات باللّغة الإنجليزية[468]. أحرزت تسمية المنشأ مكسب حديث العهد نسبيا، عندما وقّع إتفاق مراكش المؤرخ في 15 أفريل 1994[469]، وأفضت مفاوضات جولة الأورغواي بإضافة إلى

---

[465] V. Romain-Prot, op. cit., p. 434.

[466] T. Tidiane, op. cit., p. 9.

[467] V. Romain-Prot, op. cit., p. 432.

[468] Romain-Prot, op. cit., p. 437.

[469] V. www.wto.org

المفاوضات التجارية الكلاسيكية، إلى إقحام الملكية الفكرية في إطار هذه المفاوضات، وخصص لها فصل خاص[470]، وردت فيه عناصر الملكية الفكرية تباعا، بداية من حقوق المؤلف، العلامات، براءات الإختراع، الرسوم والنماذج الصناعية، وخصوصا البيانات الجغرافية، فوضعت بذلك أرضية لحماية متعددة الأطراف، تضاف إلى الحماية الفنية والقانونية البحتة التي رسمت معالمها ابتدءا من اتفاقية اتحاد باريس إلى إتفاقية لشبونة، السالفتي الذكر.

عرّفت المادة الثانية والعشرون (22) من إتفاقية تربس البيانات الجغرافية[471]، من زاوية دولية، قصد تحقيق إجماع دولي، إذ جاء فيه أنّ " البيان الجغرافي يهدف إلى التعرف على منتج مصدره إقليم أحد الأعضاء، لمنطقة، لمقاطعة من هذا الإقليم في حالة تكون فيها نوعية، سمعة، أو أي خاصية أخرى معيّنة للمنتج، يمكن أن تنسب بشكل أساسي لهذا المصدر الجغرافي"[472].

يرى جانب من الفقه الفرنسي في قراءته لهذه المادة، أنّها مستلهمة من تعريف تسمية المنشأ التي وضعتها إتفاقية لشبونة السالفة الذكر، وأنّها تتسم بالبساطة، الأمر الذي يؤدي إلى توسيع نطاقها وقبولها لدى الدول، ولكنه يضعفها في نفس الوقت.

إنّ الشروط الواجب توافرها في المنتج ليحمل البيان الجغرافي، هي شروط اختيارية ومستقلّة، ويأخذ نفس الجانب من الفقه الفرنسي على هذا التعريف، أنّه أغفل الترابط الموجود

---

[470] M. -H. Bienaymé, op. cit., p.423.

[471] V. www.wto.org

[472] V. Romain-Prot, op. cit., p. 437 : « l'indication géographique sert a identifier un produit originaire du territoire d'un membre, d'une région, d'une localité de ce territoire dans la cas ou une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut étre attribuée essentiellement à cette origine géographique ».

بين العوامل الطبيعية والعوامل البشرية[473]، وجعل من السمعة سببا كافيا للتمتع بالحماية المقررة للبيان الجغرافي[474].

تريد دول الإتحاد الأوربي أن تتوسع هذه الحماية لتشمل أيضا الخمور والمشروبات الروحية، ووضع سجل دولي لها، وتحديد قائمة المنتجات التي تريد الدول الانجلوسكسونية استثناءها من الحماية[475]. تدور مفاوضات منذ سنة 1983، بين دول الإتحاد الأوربي والولايات المتحدة، حول موضوع الخمور يقصد من ورائها اعتراف الأولى ببعض الممارسات والتقنيات التكنولوجية التي تعتمدها الولايات المتحدة الأمريكية في مجال الخمور، في مقابل اعتراف الأخيرة بتسميات المنشأ التي لا تبدي أيّ حرج في استعمالها، كتسميات نصف نوعية أو ضرورية. توصل طرفا المفاوضات إلى تسوية بدلا من الإتفاق، لم يرض كثيرا منتجو الخمور في جنوب أوربا على وجه التحديد[476].

والجدير بالذكر،أنّ اتفاقية تربس ملزمة بالنسبة لكل الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة[477]، لذلك يطرح التساؤل نفسه مجددا بالنسبة للجزائر التي لا تزال تراوح مكانها، بخصوص جهودها للإنضمام للمنظمة العالمية للتجارة، خاصة وأنّ الإعتداء على حقوق الملكية الفكرية، أصبح يأخذ أبعادا خطيرة[478].

---

[473]A. de Vlétien, op. cit., p. 16.

[474] V. Romain-Prot, op. cit., p. 438.

[475]T. Tidiane, op. cit., p. 9 : «…L'UE considère en effet que les accords internationaux ADPIC, qui protègent les Indications Géographiques de l'usurpation, doivent être renforcés par l'alignement de la protection des autres produits sur celle des vins et spiritueux et l'instauration d'un registre international pour l'ensemble des produits et par une limite posée aux exceptions avancées par les pays opposants… ».

[476]M. Christmann, *Permis de tout faire*, rev. Eur. vin, Nº: 2-2006, ed, F. p. 10.

[477]V. www.wto.org

[478] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 202.

كخلاصة، يمكن القول أنّ فرنسا تستعمل كلّ ثقلها الدولي للدفاع عن مصالحها الإقتصادية، وعن تراثها غير المادي، والذي تعتبر تسمية المنشأ جزءا هاما منه، لذلك فإنّه تذود عنه في كل الجبهات وعلى مختلف الأصعدة، بدليل احتضان فرنسا لإتفاقية اتحاد باريس السالفة الذكر، ووضعها لتعريف تسمية المنشأ الذي أقتبس لاحقا في اتفاقية لشبونة، واتفاقية تربس، المذكورتين سالفا.

المطلب الثاني: التيار الأنجلو سكسوني

توجد كثير من الدول التي لا تقاسم دول الإتحاد الأوربي، وفرنسا تحديدا، نظرتها في مجال بيانات المصدر وتسميات المنشأ، والجدير بالذكر هو أنّ أغلب البحوث تغفل هذا الجانب، ربما لوجوده على حدود اختصاصين، يتمثّل الأوّل في الملكية الفكرية، والثاني في المنظمة العالمية لتجارة والتجارة الدولية، غير أنّ المتتبع للمفاوضات التي تحتضنها المنظمة العالمية للتجارة يدرك مدى أهمية هذا الموضوع والحاجة الماسة لتسليط الضوء عليه.

ستتم معالجة هذا الجزء من البحث بالإجابة على جملة من الأسئلة أسوة بالمطلب السابق، من باب احترام نفس المنهجية، فما هي هذه الدول؟، ماهي أسباب موقفها من تسميات المنشأ؟ وما هو نمط التكتل الذي اعتمدته في مجابهة كتلة دول الإتحاد الأوربي؟

تطرّق جانب من الفقه الفرنسي لهذه الدول بطريقة مباشرة، وسمّاها تارة بالدول ذات النشاط التجاري الهام كالولايات المتحدة الأمريكية واليابان وألمانيا، بالإضافة إلى المملكة المتحدة، والدول الأنجلوسكونية، ثم أضاف إليها دول شمال أوربا، غير أنّه لمّح إليها تارة أخرى بمفهوم المخالفة عندما تحدث عن دول جنوب أوربا التي تدافع عن تسميات المنشأ،

خاصة عندما ذكر بلد السويد[479]. كما تناولت بعض البحوث هذه الدول وحصرتها في الولايات المتحدة الأمريكية، ومجموعة " كيرنز"[480].

يجب البحث عن الدول الأعضاء في مجموعة كيرنز، والتعريف بهذا التكتل الإقتصادي الذي يواجه سياسة الإتحاد الأوربي في الميدان الزراعي، وفي ظل اكتفاء المراجع ومواقع الانترنت بذكر هذه المجموعة دون التعريف بها، كان لزاما الإعتماد فقط على موقع الأنترنت الرسمي[481] لهذا الكيان الإقتصادي للتعريف به.

تعتبر مجموعة كيرنز تحالف يضم تسع عشرة (19) منها دول نامية وأخرى سائرة في طريق النمو، تتمثل في ألمانيا، الأرجنتين، أستراليا، بوليفيا، البرازيل، كندا، الشيلي، كولومبيا، كوستاريكا، قواتيمالا، أندونيسيا، ماليزيا، زيلاندا الجديدة، باكستان، باراغواي، البيرو، الفيليبين، جنوب إفريقيا، تايلاندا، والأورغواي[482]. تشترك كلّها في كونها مصدرة للمنتجات الفلاحية، التزمت هذه الدول بالسعي وراء تحقيق التبادل الحر في مجال نشاطها.

أدركت هذه الدول أنّ لديها من الإمكانيات ما يؤهلها للتصدير وغزو السوق الأوربية، مدفوعة بالدعم الذي تحضى به من قبل الدول السائرة في طريق النمو، التي نالت من نشاطها الفلاحي السياسة الأوربية أو الأمريكية المبنية على الدعم والحماية المفرطة لمنتجاتهما. خلال مفاوضات جولة الدوحة، استمر تحالف كيرنز في ممارسة الضغوطات من أجل تحرير سوق

---

[479] V. Romain-Prot, op. cit., p. 432.

[480] T. Tidiane, op. cit., p. 9 : «…l'AOC n'a pas de sens dans les pays libéraux, comme les USA ou les pays du groupe de Cairns… ».

[481] V. www.cairnsgroup.org

[482] www.cairnsgroup.org : « ...Les membres du groupe sont les suivants: Allemagne, Argentine, Australie, Bolivie, Brésil, Canada, Chili, Colombie, Costa Rica, Guatemala, Indonésie, Malaisie, Nouvelle-Zélande, Pakistan, Paraguay, Pérou, Philippines, Afrique du Sud, Thaïlande et Uruguay… ».

المنتجات الفلاحية التي تمنح مزايا حقيقية، ملموسة، ومستدامة للعالم بأسره. فهي قضية توحد جميع بلدان التحالف من القارات الخمس على اختلاف لغاتهم، وثقافاتهم.

إنّ كل هذه الأطراف الدولية تعارض نظام تسميات المنشأ، بدليل عدم انضمام معظمها لإتفاقية لشبونة المذكورة سابقا، والسبب يرجع، إمّا لتعارض نظام تسميات المنشأ ومصالحها الإقتصادية، أو لكون اتفاقية لشبونة أعطت تعريفا صارم للتسميات، ممّا جعل المنظمة العالمية للتجارة تحاول التوفيق بين وجهتي النظر المؤيدة والمعارضة للتسميات من خلال إعطائها تعريفا وسطا للبيانات الجغرافية، اقتبس من تعريف تسميات المنشأ الوارد في اتفاقية لشبونة، حذفت منه العلاقة الموجودة بين الإنسان والمنتج[483]، ولأنّ الإنضمام لإتفاقية لشبونة يتطلب وجود قانون داخلي في الدولة التي تريد الإنضمام للإتفاقية، يعترف وينظم تسميات المنشأ[484].

وبالإضافة إلى ما سبق، تبرر هذه الدول موقفها من تسميات المنشأ من زاوية إيديولوجية، مفادها أنّ وحدها العلامة الخاصة يمكن أن تحضى بالحماية القانونية، ويضيفون أنّ الملكية العامة لتسمية المنشأ ليس لها أي معنى في البلدان اللبرالية، مثل الولايات المتحدة الأمريكية، أو مجموعة كيرنز، فالملكية بالنسبة إليهم لا يمكنها أن تكون لا عامة، ولا غير محدودة من حيث الزمن[485].

كما تجدر الإشارة، إلى أنّ دول الإتحاد الأوربي، في نظر خصومهم، ما يقومون به ما هو إلاّ حماية لمنتجاتهم، ذلك أنّ تعيين المصدر الجغرافي لا يدل على نوعية محسوسة، وقابلة للتقدير من ناحية مادية بحتة، تختلف عن منتج آخر، بحيث يبرر منع إنتاجه خارج النطاق الجغرافي لتسمية المنشأ، وهو ما يؤدي إلى حالة احتكار، الأمر الذي يتعارض بحسبهم

---

[483] V. Romain-Prot, op. cit., p. 437 .

[484] V. Romain-Prot, op. cit., p. 434.

[485] T. Tidiane, op. cit., p. 9 : « … Selon eux, une telle propriété ne peut être ni publique, ni illimitée dans le temps… ».

ومبادئ المنافسة الحرة، بمعنى أنّ أنصار العلامة لا يؤمنون بالعنصر المعنوي للتسمية، ويشككون في مصداقية الوعد بتميّز المنتج الذي تنطوي عليه التسمية أو بيان المصدر، المقدم للمستهلكين والمواطنين، الّذين قد يكونون عرضة للتضليل والتغليط، بشأن نوعية متميّزة سوف لن يحصلوا عليها في الأخير[486].

ويرى تيار فقهي فرنسي، بأنّ دول شمال أوربا، والدول الأنجلوسكسونية بصفة عامة، تعتبر أنّ النوعية بالنسبة إليها هي مرادف للسلامة، ولإحترام القوانين والتنظيمات المعمول بها، كاستجابة المنتج للمعايير المفروضة، بيولوجيا وأن تكون ذات قيمة غذائية جيّدة[487].

تكون تسميات المنشأ في الدول غير المنظمّة لإتفاقية لشبونة السالفة الذكر، عرضة لأن تكون تسميات ضرورية لتعيين منتج، مثلما هو الحال عليه بالنسبة لتسمية " شمبانيا " التي أصبحت مرادفا للخمور التي بها فقاعات، وهو المثال الشائع الإستعمال[488].

وخلاصة الكلام، تبقى حماية تسميات المنشأ غير مكتملة على المستوى الدولي في ظل غياب حد أدنى من التفاهم الدولي على مفهوم النوعية، خاصة بين الدول الفاعلة على مستوى التجارة الدولية مثل الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، ألمانيا، وفرنسا، إلى جانب بعض التكتلات والتحالفات التي اعتمدتها بعض الدول، لمواجهة القوى الإقتصادية الفاعلة دوليا.

وعلى كل، فإنّ التفاهم الدولي المحقق حول حقوق المؤلف، وبراءات الإختراع، لم يستطع المجتمع الدولي التوصل إليه في مجال تسميات المنشأ، للتباين الكبير في الرؤى، وتضارب المصالح الإقتصادية.

---

[486] T. Tidiane, op. cit., p. 9.

[487] V. Romain-Prot, op. cit., p. 432 .

[488] C. A. Londres, 25 juin 1993, a condamné la commercialisation d’une boisson gazeuse sans alcool sous la dénomination « Elderflower Champagne », T. Tidiane, op. cit., p. 9.

الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها في السمة حتى تكون قابلة للتسجيل كعلامة أو كتسمية منشأ

تشترك العلامة والتسمية في كونهما بيانين تجاريين، وسمتين مميّزتين كما سبق بيانه، توسم بهما المنتجات، لفائدة المستهلكين قصد إرشادهم وتعريفهم بالسلع، ولمصلحة المحترف الذي يسعى لتمييز منتجه عن مثيلاتها من المنتجات. غير أنّ الطابع الإجرائي الذي تتسم به السمتين يجعل صاحبهما يتكبد عناء إجراءات التسجيل، ليتمتع بالحماية القانونية على المستويين الوطني والدولي على النحو الذي تمّ بيانه سابقا في الباب الأوّل من هذا البحث.

إنّ تشابه العلامة والتسمية من حيث التكييف القانوني في كونهما سمتين، يتوقف عند هذا الحد، خاصة عندما تتم الإجابة على جملة من الأسئلة، لعلّ أهمها مايلي: هل كل السمات قابلة للتسجيل كعلامة أو كتسمية منشأ؟، هل يجب توفر السمة على عنصر الإبتكار في العلامة والتسمية؟، هل هناك سمات مستثنات من التسجيل كعلامة أو كتسمية؟

المبحث الأول: الشروط الواجب توافرها في السمات من أجل قبول تسجيلها

إنّ اختلاف العلامة والتسمية، يظهر أيضا في مسألة الدور المنوط بالسمة، إذ يختلف دور السمة عند العلامة عنه عند التسمية، فبينما يقتصر دور العلامة على تحقيق عنصر التميّز، يتوجب عل التسمية أن تدل على العلاقة الموجودة بين المنتج وبيئته، لأنّها تعتبر من قبيل البيانات الجغرافية التي تستعمل اسما جغرافيا لتعيين منتج ينتمي إلى المنطقة التي تحمل ذلك الاسم[489]. يجب إذن البحث عن القيود القانونية المحددة لحرية إختيار السمة، لإستعمالها كعلامة أو كتسمية.

[489] A. de Vlétien, op. cit., p. 15.

عالج جانب من الفقه الجزائري، مسألة الشروط القانونية الخاصة بكل من العلامة والتسمية، غير أنّه انتهج في هذه الدراسة منهجيتين مختلفيتين، فعند العلامة وبعد استعراضه لإختيار العلامة أشكالها بيّن شروطها، أمّا عند التسمية فقد قسم شروطها الموضوعية إلى سلبية، وإيجابية[490]. غير أنّ طبيعة الدراسة المقارنة لهذا البحث، لاتتيح التطرق لكل هذه الشروط، وإنّما فقط تلك منها التي تتميّز بها إحدى السمتين عن الأخرى، لذلك جاءت المطالب دقيقة في موضوعها، إذ سوف تنصب الدراسة في المطلب الأول على تميّز التسمية باشتراط وجود علاقة بين المنتج والبيئة، أمّا عند العلامة فالشرط الجوهري المميّز في السمة المراد اختيارها هو تحقيق عنصر التميّز.

المطلب الأول: شرط تسجيل السمة كتسمية منشأ: واجب وجود علاقة بين المنتج والبيئة

إنّ النصوص القانونية المنظمة للتسمية في هذا المجال غاية في الوضوح والدقة، إذ أنّ أحكام الأمر رقم 76-65، والمرسوم رقم 76-121، المذكورين سابقا، كفلا تبيان كل المسائل المتعلّقة بتسمية المنشأ، بداية بالتعريف الوارد في المادة الأولى[491] (1) من الأمر رقم76-65 السالف الذكر، وهو التعريف[492] الذي كان لفرنسا السبق في وضعه والفضل في تكريسه دوليا، عندما أقرّته إتفاقية لشبونة السالفة الذكر المتعلّقة بالحماية الدولية لتسميات المنشأ[493].

---

[490] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 208. و.ص. 363.

[491] المادة الثانية أوّلا من الأمر رقم 76-65 السالف الذكر، نصّت على مايلي: " تعني " تسمية المنشأ " الإسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة، أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذه المنتج أو مميزاته منسوبة حسرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية.
ويعد كذلك كاسم جغرافي الاسم الذي، دون أن يكون تابعا لبلد أو منطقة، أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، يكون متعلّقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات..."

[492] A. de Vlétien, op. cit., p. 15 : « …une définition officielle de l'appellation d'origine a été donnée, d'une part par l'arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international du 31 octobre 1958, et d'autre part par la loi 66 482

يراد من خلال استعمال الاسم الجغرافي لمنطقة ما تعيين منتج معيّن، والإشارة إلى المزايا التي يتمتع هذا الأخير جراء انتمائه لمساحة الإنتاج المذكورة، لأنّ المنتج يكون قد استجاب لدفتر أعباء، تجعل منه يحمل خصائص متعلّقة ببيئة إنتاجه. إنّ الإنسان يولي أهمية بالغة بالنسبة للمنتجات التي تحمل بصمة بيئة الإنتاج، مثل شاي الصين[494].

تستعمل في الجزائر عدّة أسماء جغرافية للدلالة على تسميات منشأ، لعلّ أشهرها " تلال معسكر".(les coteaux de MASCARA)[495].

تناول جانب من الفقه الجزائري هذه النقطة بإسهاب، في معرض الحديث عن الشروط الموضوعية الإيجابية، إذ أكّد على واجب اقتران التسمية باسم جغرافي، وبأنّ هذا يشكل يميّز التسمية عن العلامة التي يجوز أن تتمثل في تسمية خيالية أو طريفة أو اسم عائلي أو مستعار أو أي إشارة قابلة للتمثيل الخطي، ذلك أنّ التعداد الوارد في المادة الأولى (1) من الأمر رقم 06-2003 السالف الذكر، جاء على سبيل المثال لا الحصر بدليل استعمال عبارة " لاسيما "[496]. واستدل في ذلك بالمادة السابعة (7) رابعا من الأمر رقم 06-2003 السالف الذكر[497].

يرى بعض الفقه الفرنسي، أنّ تسميات المنشأ تتيح التعرف على المنتج ، الذي يستمد خصائصه وميزاته من بيئة إنتاجه، ويقول في هذا الصدد مايلي: "... هو تلك البيئة، بكل

---

du 6 juillet 1966 (v. chap. D, § Disposition générales). Les définitions données par ces deux textes sont pratiquement identiques… ».

[493] للمزيد من التفصيل، راجع الجزء المخصص للحماية الدولية لتسميات المنشأ، ص. 115 وما بعدها.

[494] V. Romain-Prot, op. cit., p. 432 .

[495] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 365.

[496] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 208. و.ص. 210.

[497] ف. زراوي صالح، نفس المرجع السابق، ص. 364.

تركيباتها التي تضم العوامل البشرية والأعراف ومهارة الإنسان، الذي يعبر عنها بواسطة المنتج ..."[498].

إنّ تركيبة كل هذه العناصر تؤدي معنى بيئة الإنتاج، التي تجعل المنتجين يسعون طواعية، لوسم منتجاتهم بتسمية المنشأ، رغبة منهم في التعبير على أنّ منتجهم يحمل بصمة هذه العوامل.

وتجدر الإشارة أيضا، إلى أنّه لا يوجد نص يلزم المنتج بوسم منتجه بتسمية منشأ، حتى ولو استجاب المنتج لكل الشروط القانونية على عكس العلامة التي تعتبر من البيانات التجارية الإلزامية، والمغزى من وراء ذلك هو أنّ وضع تسمية المنشأ على المنتج يعتبر مزية، بينما وضع العلامة على المنتج يعتبر من الالتزامات المهنية، الواقعة على عاتق المحترف، بهدف إرشاد المستهلكين. ثمّ أنّ الطابع الجماعي للتسمية، يجعل من الحق في التسمية ذو طابع خاص، فلا يستأثر الشخص به لوحده، بل هو حق لكل من يستجيب للشروط المحددة.

بالإضافة إلى ما سبق، ومن خلال استقراء أحكام الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، فإنّ القانون لا يلزم المنتج بالقيام بأي نشاط إبداعي، أو البحث عن عنصر التميّز في التسمية على غرار العلامة.[499]

حددت المادة الرابعة (4) من الأمر رقم76-65 السالف الذكر، تسميات المنشأ المستثنات من الحماية القانونية المقررة[500]، إذ أحالت في فقرتها (أ) على المادة الأولى من ذات الأمر، اشترطت توفر الشروط المنصوص عليها في المادة الأولى (1) من الأمر رقم

---

[498] M. -H. Bienaymé, op. cit., p.419 : «…il s'agit avec « les appellations d'origine » de reconnaître des produits qui tirent leurs caractéristiques du terroir d'origine : c'est ce terroir, dans toute sa complicité intégrant par ailleurs les facteurs humains avec les usages et le savoir-faire de l'homme, qui s'exprime au travers du produit… »

[499] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 208. و.ص. 218.

[500] المادة الرابعة من الأمر رقم رقم 76-65 المذكور أعلاه، نصّت على مايلي:" لايمكن أن تحمى تسميات المنشأ التالية:
أ – التسميات غير المنطبقة على التعاريف المدرجة في المادة الأولى..." .

65-76 لتحضى بالحماية القانونية، لاسيما فيما يتعلّق باستعمال الإسم الجغرافي للدلالة على تسمية المنشأ.

والجدير بالذكر، هو أنّ الفقرة الثانية من المادة الأولى (1) السالفة الذكر، تتسم بالغموض، فما الذي قصده المشرع بقوله: "... ويعد كذلك كاسم جغرافي الاسم الذي، دون أن يكون تابعا لبلد أو منطقة، أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، يكون متعلّقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات..."؟

يجد هذا السؤال الإجابة عنه لدى جانب من الفقه الفرنسي، الذي يقول بوجود حالات خاصة لبعض المنتجات التي لا تعيّن بأسماء الأماكن الجغرافية التي أنتجت فيها، وإنّما يتم تعيينها بطريقة خاصة، ممّا يثير التساؤل حول إشكالية الربط بين مصدر المنتج ونوعيته، كخمور(muscade) ، لذلك يري ذات التيار الفقهي الفرنسي أنّ المحافظة على مصداقية الوعد الذي تقدمه تسمية المنشأ بضمان وجود الرابط بين بيئة المنتج ونوعيته، وهذا لا يتأتى إلاّ من خلال تبيان المصدر الجغرافي بصفة دقيقة[501]. والحرص على تحديد المساحة الجغرافية المحددة لكل تسمية منشأ. وللإشارة فإنّ جانب من الفقه الجزائري، تناول هذه النقطة من خلال إشارته إلى عدم إمكانية تحديد المسافة الواجب احترامها لهذه المناطق.[502]

يصعب في بعض الأحيان التمييز بين استعمال الإسم الجغرافي للدلالة على تسمية منشأ، وبين استعماله كنمط تجاري من السلع، مثل "ماء كولونيا"، وحري بالذكر أنّ ألمانيا حاول من دون جدوى أن تجعل من هذه العبارة على الأقل بيان مصدر[503].

يستخلص من خلال هذا التحليل، أنّ تميّز التسمية يكمن في الرابط الموجود بين المنتج وبيئته، وهو العمود الفقري لنظام تسميات المنشأ.

---

[501] D. Denis, op. cit., p. 9.

[502] س. جميل حسين الفتلاوي، المرجع السلبق، ص. 320.

[503]D. Denis, op. cit., p. 10..

المطلب الثاني: شرط تسجيل السمة كعلامة: واجب توافر شرط التميز

يقصد بالعلامة أنّها قبل كل شيء " السمة المميّزة "[504]، كما يمكن تعرّيفها بأنّها إشارات تهدف إلى تعريف وتمييز منتجات مؤسسة وبنوع من الدقة هي كل إشارة، رمز، أو أي تنسيق بين هذه العناصر وتستخدم أساسا لتحديد نوعية السلع والخدمات للبائع، أو مجموعة من البائعين والمسوقين، وتمييز المنتجات عن المنافسين. وباختصار تعرّف العلامة بأنها: كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره.

أعطى المشرع الجزائري تعريفا دقيقا للعلامة ، بموجب الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر، حيث نصّت المادة الثانية (2)[505] منه على السمات التي تدل على تعريفها، ولأن المشرع أفرد العلامة بتعريف خاص حسب ذات الأمر.

يستنتج ممّا سبق أنّ المشرع الجزائري تبني موقف الفرنسي[506] الذي عرّف العلامة بأنّها يمكن أن تظهر بصورة خطية، تستخدم لتفريق البضائع أو الخدمات العائدة للشخص

---

[504] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 208. و.ص. 201.

[505] المادة الثانية (2) من الأمر 03-06 السالف الذكر جاء في نصها مايلي: " العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات، بما فيها الأشخاص، والأحرف والأرقام، والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره ..."

[506] Art. L. 711-1 C. fr. propr. intell. : « La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale.

Peuvent notamment constituer un tel signe :

a) Les dénominations sous toutes les formes telles que : mots, assemblages de mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles ;

b) Les signes sonores tels que : sons, phrases musicales ;

c) Les signes figuratifs tels que : dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse ; les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service ; les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs ».

الطبيعي أو المعنوي[507]. يمكن اعتبار العلامة كل إشارة يستخدمها التاجر شعارا لبضائعه لتمييزها عن غيرها من سلع وخدمات غيره.

ذهبت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية بتعريفها بأنّها مجموعة العلامات التي تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها المنشأة عن التي تنتجها المنشآت الأخرى، ويدخل في عداد العلامة التجارية. الأسماء والحروف والأرقام والأشكال، ومجموعة الألوان أو أي مزيج منها يصلح لتسجيل كعلامة تجارية.[508]

إنّ أغلب التشريعات لم تتمكن من حصر أشكال العلامة التجارية، والتعداد الوارد هو على سبيل المثال، إذ يمكن أن تتخذ شكلا من فئتين أساسيين استقراءا لأحكام المادة الثانية (2) من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر، تشمل الفئة الأولى " الأسماء بأنواعها " والثانية " الأشكال والصور ".

أولا: العلامة التجارية المستمدة من الأسماء بأنواعها، تعرف العلامات الاسمية، بإمكانية لفظها، وتتألف من حروف يكون لها معنى، أو دون معنى ويمكن رؤيتها كتابة وسمعها بواسطة اللفظ، وهي أسماء العائلات الأسماء الشخصية والمستعارة، أو المواقع الجغرافية وغيرها.[509]

يثير موضوع اختيار الاسم العائلي كعلامة تجارية عدة إشكالات، لكونها من العناصر اللّصيقة بشخص الإنسان، ولا يجوز التصرف فيها، على خلاف العلامة التي تعد حق ملكية يجوز التصرف فيه، فقد يتخذ التاجر اسمه كعلامة وفي هذه الحالة يجب أن يكون له شكل مميزة كوضعه في إطار معين، أو بألوان معينة أو تركيب خاص[510]، أو أن تحدث صوتا

---

[507] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 12.

[508] المادة الخامسة عشر من اتفاقية تربيس السالفة الذكر، نصت على مايلي: " العلامة التجارية هي إشارة تستخدم، أو يراد استخدامها في تمييز المنتجات والخدمات."

[509] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 24.

[510] ع . رجب بيوض التميمي، التحكيم في المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص. 48.

عند النطق بها، كما يمكن أن يتخذ اسم زعيم مشهور، أو فيلسوف مع اشتراط استئذانه، إن كان على قيد الحياة، إذن يمكن استعمال الأسماء الشخصية أو العائلية، كعلامة تجارية، مع ضرورة أن تتخذ شكلا مميزا، أو أن تحدث صوتا معينا، في النظم الذي تأخذ بالعلامة الصوتية مع احترام حقوق الغير.

تتخذ العلامة التجارية شكلا آخر عبارة عن أشكال هندسية تنقسم إلى قسمين: تشكيلة من حروف وأرقام وشكل هندسي مبتكر، ثنائي أو ثلاثي الأبعاد[511]. يمكن أن تتخذ العلامة شكل أرقام أو حروف معينة لتمييز المنتجات، وفي هذه الحالة يمنع على الغير من التجار أو المنتجين من استخدامها، في غير سلع مماثلة أو استعمال حروف مشابهة تثير الخلط واللبس[512]،ولا يهم إن كانت الأحرف المختارة تشكل الأحرف الأولى لمالكها، أو للشركة، وبمجرد تسجيلها من قبل صاحبها تمنح له الحماية لذلك، ومن قام بإيداع هذه الأحرف يكون له الحق في منع أي شخص آخر من استعمالها، فهي علامة صورية.

يمكن أن تتشكل العلامة من شكل هندسي مبتكر، اعتمادا على مخيلة التاجر، كما في أسواق آسيا نشأت شركات متخصصة في ابتكار العلامات، يلجأ إليها التجار والصناع الجدد، لطلبها، وهي شركات متخصصة في الإشهار، تعتمد الدراسات المتخصصة لخلق العلامة المناسبة للمنتج والجذابة للمستهلك، وهكذا يمكن أن يكون للعلامة شكلا هندسي ثنائي الأبعاد أو ثلاثي الأبعاد، إلا أن هذا الأخير يثير بعض المشاكل العملية. لذا يكون عادة في شكل غلاف البضاعة أو البضاعة ذاتها، ويرى جانب من الفقه الفرنسي، أنه يصعب قبول شكل البضاعة كعلامة، لأنه يمنع الغير من إنتاج نفس البضاعة[513]. خلافا لذلك، فقد تم قبول العديد من العلامات التجارية، ثلاثية الأبعاد المتعلقة بشكل الغلاف وتم تسجيلها، لاسيما قنينات العطور والمشروبات.

[511] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 24.

[512] ع . رجب بيوض التميمي، المرجع السابق، ص. 48.

[513] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 46.

يجوز للتاجر اتخاذ رمزا معينا لتمييز منتجاته، يشير إلى شكل خاص، سواء كانت مستمدة من الطبيعة كشكل شجرة أو هرم، أو صورته الشخصية أو صورة أحد المشاهير، بشرط موافقته أو ورثته كما يمكن أن تكون رسما من الرسوم بشرط أن تكون هذه الصور والرسوم مميزة للمنتجات عن غيرها[514].

ثار التساؤل في شأن مدى إمكانية تسجيلها العلامة الصوتية الخاصة بحاسة الشم، ومن ناحية واقعية يمكن تسجيل العلامات الصوتية كما هو الشأن في حالة الصوت وتقديم شريط إلى مكتب بإدارة العلامات تمهيدا لحمايته، وكذلك بالنسبة للعلامات الخاصة بالشم يجوز تسجيلها، وهذا مسموح به في الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا بشرط أن تكون مميزة وقابلة للكتابة أو الرسم[515].

تنص جل التشريعات المقارنة على ضرورة أن تكون العلامة التجارية مميزة، حتى يقبل تسجيلها ولا يمكن أن تستفيد من حماية القانون إلا إذا كانت لها هذه الطبيعة، وتأسيس على هذا، يرى جانب من الفقه الجزائري، أنّه لا تتمتع بالحماية القانونية العلامة." التي ترتكز على شكل شائع أو على بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات".[516]

يتعين إذن أن تكون العلامة التجارية أصلية في ذاتها، فلا تشكل العلامة المجردة من أي ميزة والمؤلفة من أشكال شائعة معروفة، أو تلك التي توصف بالأوصاف الحميدة كالممتازة، كما لا يمكن أن تقبل العلامات الوصفية التي تشير إلى طبيعة السلعة أو تكوينها، أو إلى صفاتها الأساسية أو إلى مراميها[517]، ويتعين عدم الخلط بين شرط أن تكون العلامة

[514] ع . رجب بيوض التميمي، المرجع السابق، ص. 50.

[515] ع . رجب بيوض التميمي، المرجع السابق، ص. 52.

[516] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 218.

[517] أ. الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، بيروت، 1999، ص142.

التجارية مميزة ومبتكرة أو ما يسمى بالإبداع، فلا يشترط أن تقدم الإشارات بشكل مبدع لكي يمكن تمييزها عن غيرها، كما هو الحال في الإبداع المطلوب للحصول على براءة الاختراع[518]، وإنّما يشترط فقط أن تكون معبرة، وتختلف عن غيرها، فالأمر لا يتعدى إمكانية التمييز بين سلعة وأخرى.

وجدير بالذكر، أنّ جل التشريعات لم تعرف شرط التمييز في العلامة التجارية ولم تحدد له معايير خاصة، حيث أشار التشريع الجزائري بالمادة السابعة (7) إلى: " تستثنى من التسجيل...أو المجردة من صفة التمييز"، دون أن يوضحه أو أن يضع له معايير خاصة، في حين ذكر المشرع الفرنسي[519]، أنّ الطابع المميّز للسمة المشكلة للعلامة، يتجلى بالنظر للسلع أو الخدمات المعينة، فقد اعتبر كل من المشرعين الجزائري والفرنسي، أن حصر معايير خاصة لتمييز العلامة التجارية، لا يمكن أن يساير التطور الحاصل في الميدان التجاري، وفي ميدان الإشهار بالخصوص.

نتيجة لما سبق، فإنّ مفهوم العلامة، على أنّها سمة يهدف من خلالها إلى تمييز المنتج، لذاك فإنّ انتفاء عنصر التميّز في السمة، يفرغ العلامة من معناها، وبالتالي يجعلها غير قابلة للتسجيل. لأنّ السمة المراد تسجيلها لا يمكن أن تكون عادية ولا مبتذلة، علاوة على واجب عدم وردها في الإستثناءات التي حددتها النصوص المنظمة.[520]

المبحث الثاني: السمات المستثنات من التسجيل

إنّ حرية اختيار السمة، تعتبر من بين المبادئ الأساسية للإقتصاد الحر، ويعود للمحترفين انتقاء السمة التي تؤمّن مصلحتهم، وتميّز محاصيلهم عن غيرها، وهو أمر يعود

[518] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 218.

[519] Art. L. 711-2, Créé par Loi 92-597 1992-07-01 annexe JORF 3 juillet 1992 : « Le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits ou services désignés... ».

[520] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 218.

تقديره للمحترفين دون سواهم، غير أنّه تجدر الإشارة بداية إلى محدودية الخيار عند التسمية، نظرا لما جاء في نص المادة الأولى من الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه[521].

ترد على قاعدة حرية اختيار السمة بالنسبة للعلامة والتسمية، عدّة استثناءات، عالجها جانب من الفقه الجزائري، تحت عنوان الشروط " الموضوعية السلبية "[522]. توصف النصوص المنظمة للعلامة والتسمية، بأنّها نصوص إجرائية بالدرجة الأولى، فهي تبيّن كل ما يتعلّق بالسمتين، لاسيما الإجراءات الواجب إتباعها للتمتع بالحماية القانونية، فمنها ما يجب توفره من شروط، ومنها ما يجب تخلّفه أو انتفاؤه.

يلاحظ من حيث فلسفة القانون أنّ الحقوق ترد على سبيل المثال، بينما الأعباء كالضرائب مثلا، ترد على سبيل الحصر، و الأصل في الأفعال أنّها مباحة ما لم يرد نص ليجرمها[523]، لم تحد النصوص المنظمة للسمتين عن هذا المبدأ خاصة عند العلامة، إذ يلاحظ أنّها عندما عرفت السمتين أو عددت أنواعها، استعمال بعض العبارات التي تفيد التعداد على سبيل المثال*، وهو الأمر الذي أشار إليه جانب من الفقه الجزائري في تحليله لنص المادة الثانية (2)[524] من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر، التي وردت فيها عبارة **لاسيما**[525]،

---

[521] لمزيد من التفصيل، راجع الجزء المخصص لواجب وجود علاقة بين المنتج و بيئته، ص. 160، وما بعدها.

[522] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 363.

[523] المادة الأولى من الأمر رقم 66-156 السالف الذكر جاء في نصها مايلي: "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون."

* تكاد تكون الإمكانيات معدومة الحدود. فقد تكون العلامة التجارية عبارة عن كلمات أو حروف أو أرقام أو تشكيلة منها. وقد تشمل رسوما أو رموزا أو إشارات مجسمة مثل شكل السلعة أو تغليفها أو إشارات سمعية مثل القطع الموسيقية أو الإشارات الصوتية أو روائح أو ألوان تستعمل بمثابة خصائص مميزة.

[524] المادة الثانية من الأمر 03-06 السالف الذكر جاء في نصها مايلي: " العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات، بما فيها الأشخاص، والأحرف والأرقام، والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو

توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره ..."

[525] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 210.

وكذلك فعل المشرع الفرنسي[526] بلغة أخرى ولكن بعبارات تخدم نفس المعنى، أمّا فيما يخص السمات المستثنات من التسجيل فقد حددتها النصوص المنظمة للسمتين على سبيل الحصر.

المطلب الأول: السمات المستثنات من التسجيل بالنسبة لتسمية المنشأ

يلاحظ بداية أنّ النصوص المنظمة للملكية الفكرية بصفة عامة تتشابه في منهجها، وفي صياغتها تقريبا، غير أنّها تختلف اختلافا جوهريا من حيث مضامينها، ذلك أنّ وجود لائحة بالسمات الغير قابلة للتسجيل، تشترك فيه السمتين، من حيث المبدأ ولكن تختلفان فيه من ناحية المضمون.

حدد الأمر رقم 76-65 المذكور أعلاه، وبصريح العبارة التسميات الغير قابلة للحماية، وصياغة المادة الرابعة (4)[527] من ذات الأمر، جاءت واضحة في أحكامها، غير أنّها لم تكن محكمة في، إذ لم تحقق كفاية في حد ذاتها، بدليل الإحالة إلى المادة الأولى (1) من نفس الأمر، إذ جاء في فيها ما يلي: "...التسميات غير المنطبقة على التعاريف المدرجة في المادة الأولى..."، أريد من خلال هذه الصياغة التشريعية إضفاء نوع من المرونة في النص القانوني، أسوة بما فعل عند العلامة.[528]

وتأسيسا على ما سبق فإنّ التسمية التي لا ينطبق عليها التعريف الوارد في المادة الأولي من الأمر رقم 76- 65 السالف الذكر، لا يمكن تسجيلها وبالتالي لا تتمتع بالحماية. يلاحظ أنّ الفقرة (ب) من نفس المادة غير واضحة فماذا قصد المشرع بقوله: " التسميات

---

[526] Art. L711-1 C. fr.propr. intell. préc.

[527] المادة الرابعة من الأمر رقم 76-65 السالف الذكر، نصّت على ما يلي:" لا يمكن أن تحمى تسميات المنشأ التالية:
أ – التسميات غير المنطبقة على التعاريف المدرجة في المادة الأولى،
ب - التسميات غير النظامية،
ج - التسميات المشتقة من أجناس المنتجات، ومن المعلوم أنّ الاسم يكون تابعا للجنس عندما يكون مخصصا له عرفا ومعتبرا على هذا الشكل من أهل الخبرة في هذا الشأن ومن الجمهور،

د - التسميات المنافية للأخلاق الحسنة والآداب أو النظام العام."

[528] المادة السابعة أوّلا من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر، التي جاء فيها مايلي:" تستثنى من التسجيل:
1) الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 (الفقرة الأولى)،..."

غير النظامية " ؟، يستحسن لو تصاغ هذه الفقرة على غرار الفقرة التي تليها، إذ تضمنت هذه الأخيرة، السمات المستثنات وتعريفها[529]، إذ رفع بذلك كل لبس أو غموض بشأن المعنى المقصود،

تصطدم حرية الفرد، بالقيود الدينية، الأخلاقية، القانونية والقيود الإتفاقية، ذلك أنّ إرادة الإنسان ليست سيّدة في كل الأحوال، بل إنّها مقيّدة، ونسبية. وإذا كان احترام البعض من هذه القيود يعود لضمير الإنسان، فإن بعضها الآخر يحتاج لنصوص قانونية تبيّنها وتقرر جزاءا على من يخالفها، بما يعرف بمفهوم النظام العام والآداب العامة، وتسمية المنشأ لم تخرج هي الأخرى تخضع لنفس المنطق، إذ استثنت المادة الرابعة (4) في فقرتها (د) " التسميات، فلا يمكن تسجيل التسميات التي تعتبر من جنس المنتجات أو التعيين الضروري له.[530]

تجدر الإشارة إلى أنّ جانب من الفقه الجزائري، اختصر السمات المستثنات بموجب المادة الرابعة (4) من الأمر رقم 76- 65 السالف الذكر، في حالتين بما اصطلح عليه بالشروط الموضوعية السلبية، التي تنقسم إلى: " يجب ألا تكون التسميات مشتقة من أجناس المنتجات" و " يجب ألا تكون التسميات مخالفة للنظام العام والآداب "[531].المنافية للأخلاق الحسنة والآداب أو النظام العام "، وبالتالي لا تتمتع بالحماية هذه التسميات.

وخلاصة الكلام، تدخل المشرع وتحديده للسمات المستثنات، يجب أن يتسم بالوضوح بالمرونة في الصياغة التشريعية، للحيلولة دون الإلتفاف حولها.

المطلب الثاني: السمات المستثنات من التسجيل بالنسبة للعلامة

[529] "... ج - التسميات المشتقة من أجناس المنتجات، ومن المعلوم أنّ الاسم يكون تابعا للجنس عندما يكون مخصصا له عرفا ومعتبرا على هذا الشكل من أهل الخبرة في هذا الشأن ومن الجمهور،...".

[530] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 363.

[531] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 363.

يمكن تحديد الشروط الواجب أن تتوفر في العلامة من حالات الاستثناء التي حصرها المشرع بأحكام المادة السابعة (7) من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر، على أن ترد هذه الشروط إلى شرطين أساسيين أولا: أن تكون العلامة مشروعة، ثانيا: أن تكون العلامة مميزة للبضاعة التي تنسب إليها.

تقتضي مشروعية العلامة التجارية، ألا تكون مخالفة للنظام العام، ولا للآداب العامة كالصور الخليعة، وألا تكون مخالفة للنصوص القانونية صريحة، كأن تستعمل فيها الأوسمة الوطنية ومثاله أن تكون العلامة عبارة عن الخاتم الرسمي للجمهورية، أو تكون العلامة مظللة للجمهور حول جودة البضاعة، أو الخدمة المرتبطة بها أو أن تكون بمثابة ترجمة لعلامة أخرى، وإذا كانت عدم المشروعية لمخالفة النص القانوني أمر بيّن، يكفي فيه مراعاة النصوص وحصرها، فإنّ عدم المشروعية لمخالفة النظام العام والآداب العامة يقتضي نوعا من التحقيق.

حصر المشرع الجزائري حالات يتعين رفض تسجيلها كعلامة تجارية، وذلك بمقتضى أحكام المادة السابعة (7) من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر، التي جاء فيها مايلي:" تستثنى من التسجيل:

1) الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 (الفقرة الأولى)،

2) الرموز الخاصة بالملك العام والمجردة من صفة التمييز،

3) الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها، إذ كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها

4) الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي ُيحظر استعمالها بموجب القالون الوطني أو الإتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها،

5) الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية، أو أعلام أو شعارات أخرى. أو اسم مختصر، أو رمز أو إشارة، أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان

من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلاّ إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك،

6) الرموز التي يمكن أن تظلل الجمهور، أو الأوساط التجارية، فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها

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

8) الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تظليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

تطبق أحكام هذه الفقرة، مع ما يلزم من تغيير، على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من اجلها، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع وخدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع والخدمات ومالك العلامة المسجلة، في هذه الحالة وبشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال الحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة.

9) الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الإستعمال يحدث لبسا.

تطبق أحكام هذه الفقرة أيضا على العلامات التي انتهت فترة حمايتها منذ سنة أو أكثر قبل تاريخ إيداع طلب تسجيل ها أو على العلامات الجماعية التي انتهت فترة حمايتها منذ (3) سنوات قبل هذا التاريخ.

تؤخذ بعين الاعتبار، في مفهوم هذه الفقرة، كل الأولويات المطالب بها."

حرصت النصوص القانونية الوطنية والفرنسية[532]المنظمة للعلامة، على وضع لائحة للسمات الغير قابلة للتسجيل كعلامة.

كما تجدر الإشارة إلى أنّ كل السلع يجب أن تحمل علامة على اختلاف أنواعها أو طبيعتها، وهو ما نصّت عليه المادة الثامنة (8) من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر.[533]

تناول جانب من الفقه الجزائر مسألة، وجوب كون العلامة مشروعة، فقال هذا التيار الفقهي ما يلي: **"** لا يكفي أن يختار التاجر أو الصانع علامة من بين السمات الواردة في التعداد القانوني، بل ينبغي زيادة على ذلك، أن تكون العلامة المختارة ذات طابع مشروع، وهكذا يجب ألا تكون العلامة مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة **"**[534]، فقد اجتهد الفقه والقضاء في تفسير ذلك، إذ يرى جانب من الفقه اللبناني أنه تكون مخالفة للنظام العام كل

[532] Art. L711-3 C. fr.propr. intell. : « Ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe :
a) Exclu par l'article 6 ter de la convention de Paris en date du 20 mars 1883, révisée, pour la protection de la propriété industrielle ou par le paragraphe 2 de l'article 23 de l'annexe I C à l'accord instituant l'Organisation mondiale du commerce ;
b) Contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, ou dont l'utilisation est légalement interdite ;
c) De nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service.», v. Art. L711-4 C. fr.propr. intell. : « Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment :
a) A une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle ;
b) A une dénomination ou raison sociale, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;
c) A un nom commercial ou à une enseigne connus sur l'ensemble du territoire national, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;
d) A une appellation d'origine protégée ;
e) Aux droits d'auteur ;

f) Aux droits résultant d'un dessin ou modèle protégé ;
g) Au droit de la personnalité d'un tiers, notamment à son nom patronymique, à son pseudonyme ou à son image ;
h) Au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale. »

[533] المادة الثامنة من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر، جاء في نصّها ما يلي:" لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال، عائقا أمام تسجيل تلك العلامة ".

[534] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 230.

علامة تجارية من الأعلام والرايات والرموز ذات طابع ديني، والعلامات التي من شأنها تظليل الجمهور باستعمال بيانات غير صحيحة عن صفات البضاعة أو مصدرها، واستعمال الأسماء الجغرافية التي تحدث لبسا لدى المستهلك[535].

لا يمكن تسجيل العلامات التي تعتبر التعيين الضروري للمنتج[536]، كما تجدر الإشارة إلى أنّ هناك تفريق واضح بين العلامة من جهة، وموضوعها من جهة ثانية، فاستقلال العلامة عن الموضوع الذي تلصق عليه، يشكل ركنا أساسيا في تثبيت وحدة العلامة بالاستقلال عن ما يمكن ان تلصق عليه، ولو كانت تلبي الحاجات الماسة لجلب الزبائن، فإنّها تبقى مستقلّة[537].

يلاحظ أنّ، لائحة السمات المستثنات من التسجيل كعلامة تضمنت، الرموز التي قد تحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، إلى درجة عرقلة استعمالها أو حتى إحداث اللّبس بالنسبة لمن يحق لهم استعمالها. إنّ كون التسمية من قبيل بيانات المصدر، يجعل منها تحظى بالحماية من أي استعمال محتمل لها، قصد تسجيلها كعلامة، ويرى جانب من الفقه اللّبناني، أنّ الاسم الجغرافي المراد تسجيله كعلامة يجب أن يعني ما يقول، وإلاّ فالأمر يكون غير صحيح. أي يجب أن يكون الاسم الجغرافي صالحا ولا يظهر التباسا في التسمية بينه وبين علامة أخرى. و من شأنه أن يوقع ضرر بحقوق المجموعة الإقليمية أو بحقوق الشخص الثالث، لكن إذا كان الأمر يرمي إلى تعيين المصدر، فلا يجوز أن يرتكز على الغش.[538]

وأخيرا، إذا كانت النصوص القانونية المنظمة للعلامة قد وضعت لائحة بالرموز أو السمات المستثنات من التسجيل، فهذا لا يعني على الإطلاق تضييقها على حرية اختيار

---

[535] أ. الناشف، المرجع السابق، ص. 142.

[536] ف ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 230.

[537] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 24.
[538] ن. مغبغب، المرجع السابق، ص. 34.

السمات لمراد تسجيلها كعلامات، ذلك أنّه فيما عدا هذه الحالات فإنّ حدود الاختيار لا تحد منها إلاّ مخيّلة الإنسان.

الفصل الثاني: النتائج المترتبة عن اختلاف نظامي العلامة وتسمية المنشأ

إنّ اتحاد العلامة والتسمية في التكييف القانون، على النحو الذي تمّ بيانه في الباب الأوّل، كما تتشابهان في كونهما بيانين تجاريين، وسمتين مميّزين، الأمر الذي يجعل منهما من مواضيع قانون المستهلك، وقانون الملكية الفكرية في الآن نفسه. بيد أنّ الباب الثاني من البحث بيّنت فيه حدود هذا التشابه من حيث الجوهر، إلى درجة القول بأنّهما نظاميم قائمين ومستقلّين الواحد عن الآخر، وبقي فقط بيان النتائج المترتية عن ذلك من حيث الآثار أوّلا، ثمّ من حيث اعتلاء تسميات المنشأ هرم السمات المميّزة، أريد من خلال الفرع الأوّل التدقيق في الدور المنوط بكل سمة، للتمييز بين الوظائف التي يجب أن تؤديها عن تلك التي لا يلزمها بها القانون، بينما قصد من وراء الفرع الثاني، استباق الأحداث بالإجابة مسبقا عن السؤالين التاليين: ما هي السمة التي تعتلي هرم السمات المميّزة؟ أو ما مدى خضوع السمتين للمبادئ التي تحكم السمات المميّزة؟ ويقصد هنا تحديدا مبدأ أسبقية الإيداع، ومبدأ التخصص.

الفرع الأول: النتائج المترتبة من حيث الآثار

يسخّر القانون وسائل قانونية يضعها في خدمة الفرد والمجتمع، تتجسد في أنظمة قانونية تتلاءم ونوع المجال المقصود، فالشركة التجارية على سبيل المثال تمكّن المتدخلين في المجال الإقتصادي من القيام بمشاريع هامة، يعجز عنها عادة الإنسان بمفرده، وهو ما أشار

إليه جانب من الفقه الجزائري[539]. نفس المنطق قابل للإسقاط على العلامة والتسمية، ذلك أنّها أوجدت بموجب نصوص قانونية أتاحت للمحترفين وضعها على منتجاتهم قصد تمييز منتجاتهم عن مثيلاتها، وإرشاد المستهلكين إليها، أو الدلالة على ميزات يتمتّع بها المنتج (بفتح التاء).

المبحث الأول: النتائج المترتبة من حيث الضمانات المقدمة

يتجلى اختلاف السمتين في الضمانات التي تقدمانها، ذلك أنّهما وضعتا لمخاطبة المستهلكين، بالدرجة الأولى، فالعلامة يهدف من خلال وسم المنتج بها تحقيق عنصر التميّز، وهو ما يستشف من التعاريف التشريعية[540] والفقهية[541] التي جعلت من العلامة موضوعا لها، والأمر سواء بالنسبة للمشرع[542]، أو للفقه الفرنسيين[543]، بينما تنفرد التسمية بالأدوار التي يمكن أن تلعبها كسمة مميّزة، و للإرشاد إلى المنشأ، وضمان نوعية المنتج.

المطلب الأول: واجب ضمان الجودة عند تسمية المنشأ

يرجع جانب من الفقه الفرنسي أنّ الإختلاف الموجود بين العلامة والتسمية، في اختلاف التكييف، وانتفاء إجماع دولي لمفهوم " النوعية "[544]، إذ يختلف مدلوله من فريق

---

[539] M. Salah, *les sociétés commerciales, les règles communes,* T.1, *la société en nom collectif la société en commandite simple,* Edik, Oran , 2005, p. 7 : « …l'économie moderne exige des moyens, surtout financiers, importants. Une telle entreprise n'est pas, généralement du pouvoir dune seul personne… ».

[540] المادة الثانية (2) من الأمر 03-06 السالف الذكر جاء في نصها مايلي: " العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات، بما فيها الأشخاص، والأحرف والأرقام، والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره ..."

[541] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية المرجع السابق، وهران 2006. ص. 208. و.ص. 201.

[542] Art. L711-1 C. fr.propr. intell. préc.

[543] A. Chavanne et J.- J. Burst, op. cit., p. 253.

[544] V. Romain-Prot, op. cit., p. 432 : « La protection internationale impose un accord sur une valeur : la qualité, il doit exister au minimum entre les pays puissants comme les USA, L'Allemagne ou le Japon. C'est le cas pour le brevet ou le droit d'auteur mais pas pour les

لآخر، فبينما يعتبر أنصار العلامة أنّه استجابة المنتج للمقاييس الصحية والبيولوجية، وله قيمة غذائية جيّدة، يرى أنصار التسمية أنّ له معنا آخر يتعلّق بجوانب مادية وأخرى غير مادية، ففي مجال الصناعة الغذائية مثلا أين يطغى تشابه المنتجات وابتذالها، تجد التسمية مكانها بين المنتجات الإستثنائية التي تستمد جودتها من بيئة إنتاجها[545]، بفضل تفاعل عدة عوامل كالأرض، ما تحت الأرض، المناخ، مهارة الإنسان، فالجودة حسب جانب إخر من الفقه الفرنسي أصلية ومن ثم أصيلة[546].

إنّ التسمية التي توسم بها المنتجات هي عنوان للجودة، أراد من استعماها إرشاد الناس وتنبيههم إلى اختلاف منتجه وتوفره على خصائص، لاتوجد في غيره، وحسب نفس التيار الفقهي فإنّ التسمية " هي تعبير عن حق في التميّز، ضروري للحصول على قيمة مضافة تغطي مصاريف الإنتاج الخاص"[547].

إنّ نظام إنتاج تسميات المنشأ المراقبة، لا يراعي مقاييس أو إعتبارات الإنتاجية، بل إنّه لا يستطيع مراعاتها، لإختلاف الأولويات، إذ أنّ الجودة هي الهدف الذي يسبوا إليه أصحاب التسميات، وتحديد مساحات الإنتاج أفضل دليل على ذلك، فالقيمة المضافة التي سبقت الإشارة إليها ليس مصدرها الربح الناتج عن الإنتاجية، بل جودة المنتج في مقابل التضحيات التي يبذلها المنتجون للإستجابة لشروط الإنتاج الصارمة التي سيتم البت فيه لاحقا عند الحديث

---

indications géographiques qui se fonde sur un concept de qualité que tout les pays ne partagent pas… »

[545] N. Olszak, op. cit,.p 1 : « … des produits dont **la qualité** repose sur un lien étroit et objectif avec le terroir puisque l'on entend par appellation d'origine : « le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire : originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays et dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée… »

[546] M. -H. Bienaymé, op. cit, p.422 : « l'AOC veut se positionner avec les produits, ou la qualité est issue du terroir (sol, sous-sol, climat, savoir faire de l'homme) : la qualité n'est pas stndard, elle est « originelle » donc « originale »… ».

[547] M. -H. Bienaymé, op. cit, p.422.

عن التزام صاحب تسمية المنشأ باحترام ظروف الإنتاج. بذلك يمثّل نظام تسميات المنشأ طريقة خاصة في تحقيق عائدات من الإنتاج.

تبرز أهمية التسمية بالنظر إلى الآثار الاقتصادية والاجتماعية الهامة، التي تعود على المنتجين فتشجعهم على بذل المزيد من أجل الحصول على منتجات أصلية وذات نوعية، كما يستفيد منها المستهلكون اللّذين يدركون أنّ المنتجات التي وسمت بتسميات منشأ، تكون مرتبطة بمجموعة من المزايا والخصائص التي يقدرونه[548]ا، ممّا يبرر إقبالهم بل وبحثهم عنها.*

وتجدر الإشارة إلى أنّ دور الإسم الجغرافي الذي يستعمل كقاعدة عامة للدلالة على تسمية المنشأ[549]، لا يقتصر على الإرشاد إلى بيئة الإنتاج فحسب، بل إلى نوعية تجعل المستهلك يفضل اقتناءها ولو بأثمان مرتفعة، لانّ مفهوم النوعية يقابله مفهوم آخر لا يقل أهمية، يتعلّق الأمر " بالذوق "، الذي يختلف من شخص لآخر، فقد يؤثر أشخاص، شراء سلعة مصنعة، بينما يبحث آخرون عن شيء فريد صنع يدويا توارثت أجيال المهارة اللاّزمة لصنعه.

تشتهر دول جنوب أوربا، كفرنسا وإيطاليا باهتمامها بهذه القيمة التي تعتبرها من قبيل تراثها غير المادي، الذي تعتبره كجزء من سياستها الفلاحية، التي توفر للنسيج الإجتماعي العامل بها مناصب شغل، ونوعية حياة أفضل للمستهلكين اللّذين ليست التغذية لديهم شغلهم الشاغل، فيقال عن الفرنسيين مثلا " كيف يمكن أن يموت شعب بالمجاعة وهو يصنع مايزيد عن المئات من أنواع الجبن ".

وخلاصة الكلام، أنّ تسمية المنشأ، هي عنوان الجودة، تسوّق لمنتجات تتسم بنوعيتها المتميّزة، التي تعود لعدة عوامل، عرف الإنسان كيف يسخرها، عبر الزمن. كما إنها تعبر عن ضمان جودة السلع والخدمات التي تحملها، وهذه الخاصية هامة في تكوين الأثر النفسي في جمهور الناس.

---

[548] A. de Vlétien, op. cit., 18.

* يتعلّق الأمر بجامعي بعض المنتجات التي تحمل تسميات المنشأ، كالخمور مثلا.

[549] D. Denis, op. cit., p. 9.

المطلب الثاني: إرشاد المستهلك إلى المنتج عند العلامة

تقوم العلامة التجارية بعدة وظائف أساسية، تصب كلّها في ارشاد المستهلك إلى المنتج، وتهدف بالدرجة الأولى إلى تمييز المنتجات واجتذاب المستهلك وتوعيته وأهمها: الدور الذي تلعبه كأداة لتمييز السلع والخدمات، وتعتبر هذه الخاصية من أهم الوظائف التي تقوم بها العلامة، وهذا ما نصت عليه المادة الخامسة عشر(15) من اتفاقية تربس، والتي جاء في مضمونها أن العلامة التجارية تستخدم في تمييز المنتجات والخدمات[550]، وتمثل أيضا رمزا للثقة في منتجات والخدمات التي تحملها، ممّا يميّها عن التسمية التي تضمن الجودة زيادة على ذلك. إنّ العلامة تطمئن الأشخاص الذين اعتادوا شراء المنتج الذي يحمل تلك العلامة. وحري بالذكر أنّ بعض ملاك العلامات يشيدون بمنتجاتها ويضمنون صلاحيتها فترة من الزمن*، وهذا ما قد يثير بعض الخلط مع التسمية.

وتعد أيضا، مصدر المنتجات أو الخدمات لكونها مؤشر لمصدر المنتجات أو للعديد من المستهلكين، فغالبا ما يتم التعرف على بلد المنشأ للعديد من المنتجات من خلال التعرف على العلامة التي يحملها، ورغم تراجع هذه الصفة بسبب تعدد بلدان المنشأ للعديد من الدول، كما هو الشأن بالنسبة للسلع التي تنتجها الشركات العابرة للقارات، إلا أنّ هذه الخاصية لازالت ذات انطباع في نفوس الكثير من جمهور الناس في التعامل مع السلع والخدمات.[551]

تعتبر العلامة من أهم وجوه النشاط البشري فائدة لما فيها من أرباح، فقد تغري هذه الأخيرة أصحاب النفوس الضعيفة، في إتباع ضروب الاحتيال والغش في ترويج صناعتهم أو بضائعهم أو خدماتهم، بإخفاء عيوبها، ومن ثم إظهارها على غير حقيقتها، وصولا إلى استعماله القوة الشرائية لجمهور المستهلكين بصورة تضليلية، فيقدمون على شرائها اعتقادا

---

[550] المادة 15 من اتفاقية التربس: " العلامة التجارية هي إشارة تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز المنتجات والخدمات".
* يتعلّق الأمر بصانعي الساعات مثلا، الذين يروجون لمنتجاتهم بهذا النوع من الدعاية.
[551] ع. رجب بيوض التميمي، المرجع السابق، ص. 40.

منهم أنها تحمل المواصفات المحددة لها، والمزايا الخاصة بها على النحو المعلن عنه، في حين تكون ليست كذلك أو على الأقل دون ذلك.

ترتيبا على ماسبق، فإنّ العلامة التجارية عندئذ تلعب دورا هاما في ضمان حقوق المستهلكين من الاحتيال التي يتلقونها من يد الصناع أو التجار، وذلك من خلال الرجوع على هؤلاء رجوعا قانونيا لتحديد مسؤوليتهم عن آثار تظليل الجمهور.[552]

إنّ للعلامة التجارية أهمية بالغة، إذ تعتبر إحدى الوسائل الهامة في نجاح المشروع الاقتصادي، وفي مجال المنافسة مع غيرها من المشروعات على الصعيد الدولي والمحلي على حد سواء، إذ تهدف إلى جذب العملاء وجمهور المستهلكين، فهي تؤدي وظيفة مزدوجة تخدم مصلحتين في آن واحد، فمن جهة تخدم مصلحة التاجر أو الصانع، باعتبارها وسيلة هؤلاء لتمييز سلعهم أو بضائعهم عن غيرها المماثلة لها، ومن جهة أخرى تخدم جمهور المستهلكين، ذلك أنها وسيلتهم للتعرف على السلع والبضائع التي يفضلونها وتلقى عندهم قبولا أكثر من غيرها، لذا تعتبر العلامة وسيلة هامة من وسائل المنافسة المشروعة في مجال التعامل، وتلعب دورا كبيرا في تحقيق العدالة بين المشتغلين في قطاع التجارة والصناعة لنيل ثقة المستهلكين بقدر حرصهم على تحسين منتجاتهم، والمحافظة على جودتها من أجل كسب شهرة مأمولة.[553]

وفي الأخير، تعزز العلامات التجارية روح المبادرة والإقدام على المستوى العالمي من خلال مكافأة مالكي العلامات التجارية بالاعتراف بهم وإكسابهم ربحا ماليا. وتؤدي حماية العلامة التجارية أيضا إلى إحباط جهود العاملين في المنافسة غير المشروعة ، مثل المزورين ، إذا شاءوا الانتفاع بإشارات مميزة مماثلة بغرض تسويق منتجات أو خدمات من نوع رديء أو مختلف. ويسمح النظام للأشخاص ذوي المهارة بإنتاج سلع وخدمات وتسويقها في أنسب الظروف المشروعة وبذلك تسهيل سير التجارة الدولية .

[552] ص. زين الدين، المرجع السابق، ص 118.
[553] م. كمال طه، المرجع السابق، ص719

المبحث الثاني: الاختلاف من حيث الالتزامات القانونية الجوهرية

إنّ التمتع بحق وضع السمة على المنتج يكون مرهقا في بعض الأحيان، لأنّ اختيار السمة وحده غير كاف للتمتع بالحق عليها، بل يجب القيام باجراءات التسجيل التي تتيح التمتع بالحماية القانونية كقاعدة عامة، كما تم بيانه سابقا عند الحديث عن واجب إحترام شرط التسجيل.

والمقصود من وراء هذا العنوان هو بين الواجبات الواقعة على عاتق صاحب السمة التي يمكنه من خلال أدائها الإستمرار في وضع السمة على منتجه، أو بتعبير آخر هل يكفي تسجيل السمة في التمتع بالحق عليها أم أنّ هنالك التزامات أخر تتميّز بها سمة عن الأخرى، لأنّ التسمية ترشد إلى نوعية مميّزة للمنتج زيادة على دورها في تمييز المنتج، بينما يقتصر دور العلامة في تمييز المنتج فقط.

المطلب الأول: التزام صاحب تسمية المنشأ باحترام ظروف الإنتاج المحددة قانونا

يخضع إنتاج تسميات المنشأ على شروط وضوابط، تضعها النصوص القانونية المنظمة في شكل دفاتر أعباء، تحدد بداية مساحة الإنتاج ووسائله، لأنّ النوعية التي يضمنها المنتج نابعة من احترام هذه المعايير[554]، كما تسهر الجهات القانونية المختصة في السهر على احترامها من خلال الرقابة التي تقوم بها المعاهد واللّجان المختصة بكل مجال إنتاج، مع الإشارة إلى إختلاف الوضع في فرنسا نسبيا نظرا للخصوصية التي يمثلها وجود المعهد الوطني الفرنسي لتسميات المنشأ الذي، كان في البداية يضطلع تقريبا بكل المهام المتعلّقة بتسميات المنشأ، إلاّ أنّه بدأ يتراجع عن هذا الدور نسبيا، ذلك أنّ دوره في مجال الرقابة على

[554] M. -H. Bienaymé, op. cit, p.422.

احترام تسميات المنشأ ظروف الإنتاج أصبح يقتصر على منح الرخص للمخابر التي أعهدت إليها هذه المهمة[555].

تجدر الإشارة إلى أنّ جانب من الفقه الجزائري، وضح جردا بالنصوص القانونية المتعلّقة بتسميات المنشأ المضمونة في مجال الخمور[556]، غير أنّ الملاحظ هو غياب دور الجمعيات المهنية لتسميات المنشأ في الجزائر مقارنة بالدور الذي تلعبه جمعيات منتجي بعض السلع في فرنسا كمنتجي الخمور أو منتجي الجبن[557].

ولتقريب المعنى سيعتمد في هذا الجزء من البحث نموذجين من المنتجات الحاملة لسميات المنشأ، بتعلّق الأوّل بالخمور الجزائرية التي تحمل التسمية الأصلية المضمونة " الظهرة " أمّا عن المنتجات الفرنسية فقد تم اختيار، منتج أخر يتمثل في" جبن بوفور" لسببين، يتمثل الأول في الإشارة إلى اقتصار نظام تسميات المنشأ تقريبا على الخمور ذات التسمية الأصيلة المضمونة، وقد يفسر ذلك باقتصار الجهات ذات الإختصاص في الجزائر إلى تسيير إرث استعماري، كون الجزائر ورثت زراعة الخمور على المستعمر، ثمّ إنّ هذه المنتجات كانت مداخيل مهمة جراء تصديرها إلى الخارج، أمّا السبب الثاني لهذا الاختيار هو محاولة معرفة تسليط الضوء على أكثر.

بيّن المرسوم رقم 70-189 المؤرخ في 1 ديسمبر 1970،[558] يتمثل أول ظرف إنتاج في إحترام المساحة الجغرافية، التي حرص على تحديدها ببيان وصفي مطابق للمخطط الملحق بفصيلة هذه الكروم، كما بيّنت المادة الأولى (1) من المرسوم السالف الذكر، أنواع الأغراس التي يجب أن تنتج منها الخمور التي تستحق حمل هذه التسمية، وهو تحديد على سبيل الحصر لا المثال، بمعنى أنّ أي نوع آخر من أغراس العنب غير المذكورة في المادة

---

[555] Rev. Inao 2006. .*op. cit.*,, in www.inao.gouv.fr, P. 13.

[556] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 404.

[557] V. en ce sens www.inao.gouv.fr

[558] يتضمّن تحديد شروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان " كروم معسكر"، ج.ر. 8 ديسمبر 1970، عدد 102، ص. 1531.

الثانية (2) من ذات المرسوم لاتستحق في معنى هذا النص التسمية الأصلية، تضمنت المواد اللاحقة كيفيات سقاية هذه الأغراس، وشذبها، لتضيف المادة الرابعة (4) وتشدد على واجب احترام الأعراف المحلية في صناعة الخمور الستحقة للتسمية الأصلية " كروم معسكر'.

انّ الشروط المحددة تسمية المنشأ[559] (Beaufort)، نص عليها المرسوم المؤرخ في 8 سبتمبر 1983[560]، عرف المرسوم السالف الذكر هذا النوع من الجبن ووصف في مادته الأولى بأنّه نوع من الجبن الذي عصرت عجينته، ويزن أكثر من خمسة كيلوغرامات، كما بيّن نفس النص المنطقة التي تحتضن الإنتاج وفصيلة الأبقار التي سيستعمل حليبها لإنتاج هذا الجبن. فبخصوص المنطقة يجب أن ترعى فصيلة الأبقار في أعالي الجبال الموجودة بمنطقة (la haute savoie). يعرف على هذه المنطقة وقوعها شرق فرنسا بالقرب من سلسلة جبال الألب وأنّ المنحدرات الموجودة على أعاليها تبقي مغطاة بالثلج أغلب أشهر السنة.

اشترط هذا النص الحصول على ترخيص من والي المحافظة للشروع في تصنيع تسمية المنشأ المذكورة.

والجدير بالذكر، هو أنّ احترام هذه الشروط ليس ظرفيا، لأنّ توقف المنتج عن احترام شروط الإنتاج يعرضه إلى الحرمان منها، من قبل اللّجان التي تسهر على ذلك[561].

يستنتج مما سبق أنّ، التمتع بالحق في استعمال التسمية متوقف على الإستمرار في احترم شروط الإنتاج

تجدر الإشارة إلى أنّ تسميات المنشأ تتيح، حسب جانب من الفقه الفرنسي، تزيين المنظر الطبيعي من خلال، الشروط والكيفيات المحددة للإنتاج، كطريقة غرس الكروم مثلا، أو وحدة فصيلة الأبقار، كما يمكن استغلال ذلك في الجانب السياحي[562].

---

[559] A. de Vlétien, *op.cit., 183.*.

[560] J.O.R.F. du 22.setembre 1983, v. legifrance.gouv.fr

[561] www.inao.gouv.fr

[562] Rev. INAO info. mars 2007, n º 1, in www.inao.gouv.fr,.p. 1.

المطلب الثاني: حرية صاحب العلامة في اختيار ظروف الإنتاج

لم تتضمن النصوص المنظمة للعلامة أية نصوص مشابهة لتلك التي تم عرضها في المطلب السابق، ويرجع هذا لأنّ التمتع بالحق في العلامة ليس مرهقا كما هو الحال عند التسمية.

يرجع غياب هذا النوع من الأحكام عند العلامة في اقتصار دور العلامة على تمييز المنتج من دون تقديم أيّة ضمانات بشأنه، مع العلم أنّ على صاحب العلامة إحترام القوانين والتنظيمات المتعلّقة بالصحة والنظافة، أو في ظروف العمل.

تأسيسا على ذلك، يجب التمييز بين شروط التمتع بحق في استعمال السمة، والشروط الواجب احترامها، لممارسة أي نشاط إنتاجي.

كما تجدر الإشارة، إلى أنّ صاحب العلامة يلتزم بظروف أنتاج معينة إذا ما هو تعهد بذلك، وفي هذا المجال يمكن الرجوع للقواعد العامة للقانون المدني التي تنص على واجب تنفيذ العقد وفقا اشتمل عليه وبحسن نية.[563]

يجب التنبيه أيضا إلى أنّ اتخاذ صاحب العلامة موقف سلبي في عذع استغلال العلامة لا يعتبر من قبيل عدم احترام ظروف الإنتاج، يقصد بذلك ما نص عليه التشريع الجزائري السابق[564] أنه "يجب على المودع أن يستعمل علامة في السنة المولية للإيداع. ما عدا في حالة استثنائية وعند وجود مبرر، وفي حالة عدم استعمال العلامة بعد انقضاء المدة أعلاه يصبح الإيداع عديم الأثر"، "كانت هذه أحكام أكثر شدة من نصوص "وردت في التشريع الفرنسي، إذا كان المشرع الجزائري يفرض على صاحب العلامة استعمالها في السنة الموالية للإيداع وإلا سقطت حقوقه، بينما لم يكن يتعرض صاحب العلامة في ظل التشريع القديم الفرنسي لهذا

[563] المادة 107 من الأمر رقم 75-58 السالف الذكر": يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية."

[564] المادة الخامسة الفقرة 2 من الأمر رقم 66-57 السالف الذكر. نصّت على مايلي : "إ ن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في إيداعها وذلك مع مراعاة التحفظات المنصوص عليها في الأحكام الانتقالية المبينة بعده.يجب على المودع أن يستعمل على علامة في السنة الموالية للإيداع، ما عدا في حالة استثنائية وعند وجود مبرر، وفي حالة عدم استعمال العلامة بعد انقضاء المدة أعلاه يصبح الإيداع عديم الأثر."

الإجراء والجزاء إلا في حالة عدم استغلال العلامة في مهلة الخمس سنوات (5) التي تسبق السقوط" وهو ما لاحظه جانب من الفقه الجزائري.[565]

إن الأحكام المعدلة حددت هذه المهلة بخمس سنوات متتالية، أي دون انقطاع يمكن للمودع أن يتجنب خطر سقوط حقوقه إذا استغل العلامة في الخمس السنوات السابقة للطلب حتى ولو لم يستغلها طوال "خمس سنوات التابعة للإيداع، لكن القضاء الفرنسي اعتبر أن استعمال علامة مشابهة ومودعة من صاحب علامة غير مستعملة، لا يمنع من الحكم بسقوط حقوقه.

أخذ الموقف الراهن للمشرع الجزائري، عن التشريع الفرنسي بحيث يفرض على صاحب العلامة استعمالها الجدي، إذا استغرقت عدم الاستعمال مدة تتجاوز (3) ثلاث سنوات متتالية أي دون انقطاع، فهو يتعرض لسقوط حقه في العلامة ومن ثم يجوز للجهة القضائية المختصة بناء على طلب الغير الذي يعنيه الأمر الحكم بإلغاء الحق على العلامة لكن إذا أثبت مالك العلامة أن ظروف عسيرة لم تسمح له باستعمالها أن يمنح أجلا إضافيا لاستغلالها لا يتجاوز سنتين (2) ويفرض على المودع في التشريعين الفرنسي والجزائري الراهن إثبات استغلال العلامة حسب شروط القانونية ولا يهم إذا كان للاستغلال أهمية كبيرة أم لا، بل أن يكون فعليا وجديا.[566]

يشترط أن تكون التسمية قد استعملت كعلامة وليس كاسم تجاري أو إشعار مثلا، يستخلص من الأحكام الراهنة أن الحق طلب إلغاء التسجيل العلامة بسبب عدم الاستعمال لا يمنح إلا للغير الذي يعنيه الأمر ولا بد أن يصدر القرار من قبل الجهة القضائية المختصة، فلا تسقط هذه الحقوق بحكم القانون، كما لا يجوز للمصلحة المختصة أخذ هذا القرار بصورة تلقائية.[567]

---

[565] فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص247.

[566] فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 248.

[567] فرحة زراوي صالح ، نفس المرجع السابق، ص 249.

يبقى حق مالك العلامة قائما، طالما اتبع الأصول المقررة لتجديد تسجيل ملكيته لها، وتتفاوت مدة تسجيلها من قانون إلى آخر، فقد حدد القانون الجزائري مدة حماية العلامة بعشر سنوات قابلة للتجديد أو لمدة مماثلة بناءا على طلب صاحب الشأن.[568]

غير أن عدم قيامه بهذه الأصول القانونية لتسجيلها يسقط حقه فيها، كما أن توقفه عن استخدامها من الزمن، وقفا غير مبرر يؤدي إلى زوال حقه فيها، ورغم الخلاف حول اعتبار الحق في العلامة دائما أو مؤقت، إلا أنه يكون دائما ولكن مشروط بإتباع الطرق المقررة للمحافظة على هذا الحق.

الفرع الثاني: اعتلاء تسميات المنشأ هرم السمات المميزة

تتأتى معرفة مدى عمق التشابه من عدمه بين العلامة والتسمية من خلال إخضاعهما، لأبرز المبادئ التي تشكل استثناءات على القواعد العامة للحماية، التي تتمثل في مبدئي أسبقية الإيداع، ومبدأ التخصص، اللّذان تشكلان فيصلا بين العلامة والتسمية، لأنّ من المعلوم أن هذه الأخيرة مستثناة منهما. ومن ثم جاء العنوان باعتلائها لهرم السمات المميّزة.

المبحث الأول: مبدأ أسبقية الإيداع ومدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ

[568] المادة الخامسة من الأمر رقم 2003-06 المذكور أعلاه والتي جاء في نصها مايلي:"تحدد مدة تسجيل العلامة10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر10 سنوات وفقا لأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق هذا الأمر."

يتشكل عنوانه هذا المبحث من شطرين، يتمثل الأوّل، في مبدأ أسبقية الإيداع، والثاني في مدى تطبيقه على السمتين، أو بتعبير آخر هل تضمنت النصوص القانونية المنظمة للسمتين ما يدل على خضوعها لهذا المبدأ من عدمه.

يتيح هذا الجزء من الدراسة، معرفة، أحد أهم الأسباب التي أدت إلى الحديث عن العلامة والتسمية في صيغة المثنى لا المفرد.

فما مفهوم هذا المبدأ ؟ وإلى أي مدى تخضع له العلامة والتسمية ؟

المطلب الأول: مفهوم مبدأ أسبقية الإيداع

تضمن الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر "عبارة حق الأولوية المكتسب" في مادته الخامسة(5)، عندما تناول مسألة اكتساب الحق في العلامة بالتسجيل، وكذا في المادة السادسة (6) في الفقرة الأولى والثانية منها[569].

نصت المادة الخامسة (5) من المرسوم التنفيذي رقم05-277 السالف الذكر على مايلي: " يلزم كل شخص يطالب بأولوية إيداع سابق، بأن يصرح بذلك عند طلب التسجيل مع إرفاقه نسخة رسمية لهذا الإيداع في أجل أقصاه ثلاثة (3) أشهر من تاريخ طلب التسجيل."

يلاحظ أنّ النصوص القانونية المنظمة للعلامة دون التسمية، هي فقط التي نصت على هذا المفهوم، كما يمكن التنبيه إلى أنّ المشرع لم يعرّفه أو يذكره حتى كمبدأ.

يمكن من خلال النصوص السابقة تعريف مبدأ الأولوية بأنّه الحق الذي يثبت للشخص الذي كان السباق بإيداع العلامة، مع مراعاة الحالة المتعلّقة بحق الشخص الذي يكون قد عرض سلعة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به دوليا.

---

[569] المادة الخامسة من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر، نصّت على ايلي:" يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة.
دون المساس بحق الأولويات المكتسب..."، والمادة السادسة الفقرة 1: "...أثبت اووية إيداعه..." ، الفقرة 2 من نفس المادة:' ...يطلب بحق الأولوية فيها...".

المطلب الثاني: مدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ

إن الحق في العلامة هو مانع استشاري، بحيث يخول لصاحبه في منع غيره من استخدام تلك العلامة أو علامة شبيهة على منتجات مماثلة لتلك التي توضع عليها، تطبيقا لمبدأ الاعتراف لصاحبها بالحقوق المطلقة.[570]

وهذا ما نصت عليه المادة السادسة عشر (16) من اتفاقية تربس[571]، وبمفهوم أعم فإن متطلبات حمايتها واعتبارها حقا تقتضيه روح المبادرة في العالم، من خلال مكافأة مالكيها بالاعتراف بهم وإكسابهم ربحا ماليا، وتؤدي أيضا إلى إحباط جهود مزاولي المنافسة غير المشروعة، مثل المزورين إذا شاءوا الانتفاع بإشارات مميزة، بغرض تسويق منتجات من نوع رديء أو مختلف، ويسمح النظام للأشخاص ذوي المهارة وروح المبادرة بإنتاج سلع وخدمات وتسويقها في أنسب الظروف المشروعة وبذلك تسهيل سير التجارة الدولية.[572]

يترتب على ماسبق، أنّ العلامة تخضع لمبدأ أولوية الإيداع، إذ يستشف من المادة الخامسة من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر أنّ الحماية القانونية، تثبت لمن تقدم أوّلا بغرض إيداع علامته.

ويبقى حق مالك العلامة قائما، طالما اتبع الأصول المقررة لتجديد تسجيل ملكيته لها، وتتفاوت مدة تسجيلها من قانون إلى آخر، فقد حدد القانون الجزائري مدة حماية العلامة بعشر سنوات قابلة للتجديد أو لمدة مماثلة بناءا على طلب صاحب الشأن.

---

[570] ف. إدريس، المرجع السابق، ص181.

[571] المادة 16 من اتفاقية التربس نصت على مايلي:"على حق مالك العلامة التجارية المطلق في منع جميع الأطراف التي لم تحصل على موافقته من استخدام العلامة ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية وكذلك حقه في منع الأطراف الثالثة من استخدام علامة مماثلة على سلع وخدمات غير مماثلة عندما يسفر ذلك الاستخدام من احتمال حدوث ضرر."

[572] عصام رجب بيوض التميمي، المرجع السابق، ص38.

غير أن عدم قيامه بهذه الأصول القانونية لتسجيلها يسقط حقه فيها، كما أن توقفه عن استخدامها من الزمن، وقفا غير مبرر يؤدي إلى زوال حقه فيها، ورغم الخلاف حول اعتبار الحق في العلامة دائما أو مؤقت، إلا أنه يكون دائما ولكن مشروط بإتباع الطرق المقررة للمحافظة على هذا الحق.

تجدر الإشارة إلى أنّه يحق لكل من يستجيب للشروط المحددة قانونا، أن يتمتع بالحق في التسمية، وهذا ما عبرّ عنه جانب من الفقه الجزائري بقوله :" أنّ الطابع الجماعي للتسمية يسمح بالقول بأنّ الحق في التسمية لا يمنح بصفة حصرية للشخص الذي قام بإيداعها..."[573].

إنّ الأحكام التي تضمنها الأمر 76-65 السالف الذكر، تختلف تماما عن التي وردت في الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر. بما يدعو للقول، بأنّ العلامة تتميّز عن التسمية بطابعها الإستئثاري الإحتكاري، يقابله عند التسمية الطابع الجماعي، لأنّ المشرع قد حدد شروط التمتع بالحق في التسمية فما على الطامحين إليها إلى تلبية هذه الشروط.

المبحث الثاني: مبدأ التخصص ومدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ

نصّت المادة الثانية (2) من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 السالف الذكر، على مايلي:" يتعيّن تعيين السلع والخدمات عند ايداع العلامات، طبقا للتصنيف الدولي للسلع والخدمات لغرض تسجيل العلامات المحدد بموجب اتفاق نيس."

ينتج هذا المبدأ من صفة التميّز التي تتسم بها العلامة، فما هو هذا المبدأ، وما مدى؟ خضوع السمتين له؟

المطلب الأول: مفهوم مبدأ التخصص

[573] فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 383.

يتعلّق الأمر باتفاقية نيس المؤرخة في 15 يونيو1957، والمتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات والخدمات بقصد تسجيل العلامات، والمعدلة في ستوكهولم سنة 1967، التي انضمّت إليها الجزائر[574]، وضعت هذه الإتفاقية لائحة دولية للمنتجات والخدمات، أو كما يفضل جانب من الفقه اللبناني القول " لائحة دولية من المحصولات والخدمات "[575]، تضمّن هذا التصنيف المنتجات إلى (34 صنفا)، أمّا الخدمات فقد صنّفت إلى (10 أصناف).

إنّ الحق في ملكية العلامة نسبي، إذ تعتبر العلامة حقا من حقوق المشروع، وهو فكري لا يندرج تحت طائفة الحقوق التقليدية، غير أنه ليس مطلق، أي لا يجوز الاحتجاج به في مواجهة الجميع[576]، إنما في مواجهة الكافة الذي يعمد إلى استخدام نفس العلامة في مزاولة نفس النشاط الذي يمارسه صاحب العلامة الأصلي وترتيبا على ذلك لا يستطيع منع الغير من استعمالها على منتجات مختلفة عن تلك التي ينتجها، وبالتالي يجوز استخدام نفس العلامة إذا اختلفت طبيعة المنتجات المقدمة من طرف أصحابها[577]، كما هو الأمر بالنسبة للعلامة التجارية "الجزيرة" التي تستخدم في أكثر من مجال إنتاجي وخدماتي مختلف عن بعضه البعض.

وبصفة عامة يقصد بمبدأ التخصص، إمكانية استعمالها إذا تغير صنف المنتج أو الخدمة.

المطلب الثاني: مدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ

[574] ف. زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 284.

[575] ن. مغبغب، الماركات التجارية والصناعية (دراسة في القانون المقارن)، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، ط1، لبنان، 2005. ص. 14.

[576] عصام رجب بيوض التميمي، المرجع السابق، ص38.

[577] ف. زراوي صالح، العلامة الشهيرة في التشريعين الجزائري والفرنسي، مجلة المؤسسة والتجارة، 2006، عدد 2، ص. 9 وما بعدها.

بادئ ذي بدأ، إنّ مبدأ التخصص وحدوده يظهر خصوصا عند التسمية وبعض أنواع العلامات، لذا يجب الإشارة إلى هذه الأنواع ولو على عجالة.

لا تخضع تسمية المنشأ إطلاقا لهذا المبدأ، نظرا لأهميتها البالغة، وحرص المشرع على عدم أحداث اللّبس لدى جمهور المستهلكين، وهو ما نصّت عليه المادة السابعة (7) من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر، التي جاء فيها مايلي:"... تستثنى من التسجيل:

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

تعتبر العلامة التجارية بمثابة البطاقة الشخصية للمنتجات والبضائع والخدمات، التي تشكل العمود الفقري لاقتصاد الدولة، تتنوع العلامة التجارية تختلف بحسب ملاكها تنقسم إلى فردية وجماعية وبحسب شهرتها إلى عادية ومشهورة وذات صنعة.

يقصد بالعلامة الفردية العلامات التي يستخدمها التاجر الفرد، مقدما منتجات ما لتمييز البضائع التي يتعاطى بها عن البضائع التي يقدمها الغير، ولا يخفى أن هذا النوع من العلامات، قد كشف عنه التطور السريع في النشاط الاقتصادي، إذ أصبح نسبة عالية فيه، إلى جانب القطاع الصناعي والتجاري، ومن المعلوم أن العلامة الفردية تنتشر في جل القطاعات التي أصبحت مترامية الأطراف، كما حققت في الواقع العملي تميزا خاصا أو سمعة تجارية، أو شهرة على المستوى الدولي، وغالبا ما تكون لها نماذج أخرى مشتقة وقريبة من علامات أخرى.

ويقصد بالعلامة الجماعية تلك التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر البضائع ليست من صنعه، والهدف منها إظهار أن البضائع التي وضعت عليها، قد جرى فحصها وتصديقها من قبل الجهة المؤهلة لذلك، وعليه فدور هذه العلامات هو رقابي، سواء

من حيث النوعية أو طريقة الصنع[578]، وقد أشار قانون العلامات التجارية الجزائري إلى هذا النوع من العلامات في المادة الثانية من الأمر رقم 2003-06 السالف الذكر.[579]

وتقسّم العلامات بحس شهرتها إلى: العلامة العادية، التي يستخدمها التاجر على البضائع والسلع التي يتعاطى بها، ويهدف من جراء ذلك لفت انتباه الجمهور إلى تلك البضائع سواء كانت من إنتاجه أو إنتاج غيره، ينبغي أخذ البضائع والسلع في هذا المقام بمفهومها الواسع أي سواء كانت ناتجة عن عمل صناعي، أو تجاري، أو زراعي، أو من استثمار للغابات أو مستخرجات الأرض.

ليست العلامة المشهورة في الأصل سوى علامة عادية، ثم أخذت تنتشر في الأسواق بصورة أضحت معها معروفة لمعظم المهتمين في عالم الإنتاج، أو التجارة أو الخدمات، ومرتبطة بمنتجات أو بضائع أو خدمات ذات جودة مميزة من مصدر محدد ومعلوم، وعادة يتم التصرف على مدى شهرة العلامة من خلال جملة العوامل كدرجة الصفة الفارقة والثقة والانتشار والجودة.

نظرا لارتباط العلامة التجارية بالمنتجات التي تستعمل من أجل تمييزها، فإن اكتساب الأولى للشهرة يؤدي إلى شهرة الثانية بالتبعية لارتباطهما أي العلامة والبضائع معا، لذا فإن استعمال العلامة المشهورة من قبل الغير قد يوحي للمستهلك بوجود صلة تجارية بين بضائع هذا الغير، وبضائع مالك العلامة المشهورة، الأمر الذي يؤدي إلى منافسة المالك ليس فقط في البضائع التي يتعاط بها بالفعل، بل وفي تلك التي يتعاط بها أصلا وتظهر هذه المشكلة بصورة أكثر جدية في حالة إذا لم يكن المالك قد قام بتسجيلها بعد في الخارج، أو لم يكن قد باشر استعمالها في الأسواق العالمية، مما يثير مشاكل كبيرة أمام مالكي تلك العلامات في الحفاظ على حقوقهم فيها[580]، والدفاع عنها في البلدان التي لم تسجل أو تستعمل فيها تلك العلامة، الأمر

---

[578] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر، الأردن، 0، ص128.

[579] المادة02 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ 19-7-2003 متضمن العلامات التجارية، الفقرة الثانية:"العلامات الجماعية: كل علامة تستعمل لإثبات
المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة للسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها."

[580] صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص133.

الذي جعل مسألة حمايتها تفرض نفسها بقوة على الاتفاقيات الدولية كانت محلا للاهتمام في اتفاقية باريس خاصة بحماية الصناعية والتجارية لسنة 1998 واتفاقية المنظمة العالمية للتجارة سنة 1994 وبخاصة اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تربيس كما أن قانون العلامات التجارية الجزائري قد أعطى هذه المسألة عناية واضحة، حيث أرسى ولأول مرة قواعد لحماية العلامة الشهيرة، وتجب الإشارة إلى أن الأحكام الراهنة تنص على أنه يرفض تسجيل الرموز المماثلة أو ما المشابهة لعلامة تتميز بالشهرة في الجزائر، وأنه يحق لصاحب العلامة المشهورة أن يمنع الغير من استعمال علامته دون رضاه وتتحقق الحماية بناء على قواعد المسؤولية المدنية كما أن المشرع الجزائري عجز عن وضع تعريف لهذا المفهوم الجديد لها غير أن الفقه الفرنسي عند تحليله للأحكام القضائية، أن العلامة المشهورة هي المعروفة من قبل عدد كبير من الجمهور وليس فقط من قبل المختصين.[581]

العلامة ذات السمعة هي التي تعد معروفة خارج وسط المستهلكين الذين يستعملون عادة هذه المنتجات أو الخدمات فهي معروفة من جمهور أوسع في الوطن، وفي بعض الأحيان أبعد عنه، ولذا تتطلب حماية استثنائية، وتستمع بقوة جاذبية غير مشكوك فيها تتجاوز في كثير من الأحيان إطار تخصصها، أي الميدان التجاري الذي استعملت فيه، ولذا يجب منع الغير من استغلال نفس التسمية لتحقيق فائدة طفيلية لم يقم بأي جهد للحصول عليها وبالتالي يرتكب خطأ كل من استعمل علامته في قطاع ليس من تخصيصها إذ ينجز عن هذا التصرف انخفاض طابعها المميزة وكذا تخفيف جاذبيتها، علما أن هذه العلامة عالية تخص المنتجات الفاخرة، إلا أن هذه الوضعية لا تعد مؤبدة، لأنه يمكن أن تنخفض أو تزول بمرور السنين.[582]

تعتبر العلامة حقا من " حقوق المشروع، وهو فكري لا يندرج تحت طائفة الحقوق التقليدية، غير أنه ليس مطلق، أي لا يجوز الاحتجاج به في مواجهة الجميع[583] ، إنما في مواجهة الكافة" الذي يعمد إلى استخدام نفس العلامة في مزاولة نفس النشاط الذي يمارسه

[581] فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنيّة، المرجع السابق، 2006، ص 223.

[582] فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص. 225.

[583] عصام رجب بيوض التميمي، المرجع السابق، ص38

صاحب العلامة الأصلي وترتيبا على ذلك لا يستطيع منع الغير من استعمالها على منتجات مختلفة عن تلك التي ينتجها، وبالتالي يجوز استخدام نفس العلامة إذا اختلفت طبيعة المنتجات المقدمة من طرف أصحابها، كما هو الأمر بالنسبة للعلامة التجارية "الجزيرة" التي تستخدم في أكثر من مجال إنتاجي وخدماتي مختلف عن بعضه البعض.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أنّ، كلا من التسمية والعلامات المشهورة وذات السمعة، لا تخضعان لمبدأ التخصص.

الخـــاتمــة

مكنّت الدراسة المقارنة للعلامة والتسمية من الإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها في مستهل هذا البحث*، وجدير بالذكر أنها أثبتت في المقام الأوّل عمق الإشكالية وتشعبها.

تقتضي المنهجية المتبعة في معالجة هذا الموضوع، والتي كانت عبارة عن بحث في نقاط التلاقي والإختلاف بين المفهومين، أن يتم تبيان أهم نقاط التشابه، التي تشكل أسباب

* للمزيد من التفصيل راجع الإشكالية المطروحة في مقدمة البحث.

الخلط الذي يقع بين السمتين، ثم بعد ذلك يتم عرض مواضع التباين، التي حالت دون الجمع بين السمتين في إطار قانوني واحد، يجعل من الحديث عنهما في صيغة المفرد لا المثنى، والتي يمكن الإحتكام إليها كمعايير تمييز بين السمتين كلّما، طفا التشابه والغموض بين السمتين إلى السطح.

يمكن القول بداية، كملاحظة أوّلية، أنّ التشابه الموجود بين العلامة والتسمية حقيقي، بل إنّه عميق ومتشعب، إلى درجة أنّه يمكن وقوعه حتى لدى أهل الإختصاص[584] في بعض الأحيان، بسبب وجود العلامة والتسمية في منتصف الطريق بين الحقوق الفكرية وحقوق المستهلك، وما يترتب عن ذلك من خلط حتي لدي المشرعين في تقديرهم للأولويات مثل الموقف الذي وجد المشرع الجزائري نفسه فيه عندما أخلط بين التسميات والدفاع عن حقوق المستهلك. هي حالة لا يمكن القول بتغيرها في القريب المنظور، نظرا لاستمرار وجود أسبابها، المتمثلة أساسا في عدم الإهتمام النسبي الذي تعرفه التسمية في الجزائر مقارنة بالعلامة. لا من قبل المشرع، ولا من قبل جانب كبير من الفقه[585].

يرجع الخلط الموجود بين العلامة والتسمية، إلى عدة اعتبارات، لكونهما تشتركان التكييف القانوني، إذ أنهما تعتبران من البيانات التجارية الموسومة على المنتجات، ومن عناصر الملكية الصناعية[586]، وتحديدا الإشارات المميّزة، التي توضع على المنتجات بقصد تمييزها عن مثيلاتها، خاصة في مواجهة المنافسة الطفيلية والتقليد اللّذان لم يعودا يعترفان لا بالحدود ولا بالمسافات. ولا يعير مرتكبوا هذه الجنح اهتماما بالنتائج الوخيمة التي تلحق بصاحب الحق أي السمة، أو المستهلكين، أو بالإقتصاد بصفة عامة، لذلك كفلت النصوص الوطنية والدولية الحماية القانونية للسمتين على الصعيدين الوطني والدولي[587]، نظرا لأهميتهما.

---

[584] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق 2006. ص. 228.

[585] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 346.

[586] س. جميل الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، السالف ذكره. ص. 34.

[587] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 346.

ربطت هذه الحماية بإجراءات يقوم بها من يريد التمتع بالحق في السمة على مستوى نفس الجهة المختصة، والمتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[588]. ولاحظ جانب من الفقه الجزائري أنّ هذه التسجيل، بعتبر " العمود الفقري" للتمتع بالحق في السمة، الذي يحتمل فرضيتي النشأة والانقضاء.

إنّ شبه التطابق الموجود بين السمتين، لم يجعل من المشرع ينظمهما في نص قانوني واحد، فلا بد من وجود مبررات، تفسر ذلك، لعل أبرزها على الإطلاق، أنّ التسمية ليست نظاما قانوني فقط بل هي فلسفة عيش وسياسة فلاحية لدولة، جعلت منها جزءا من كل في إطار ما في يعرف بالقانون الريفي في فرنسا. وسعت هذه الأخيرة في حملة الدفاع[589] والترويج لهذا النظام القانوني القائم بحد ذاته، المتميّز بجمعه للتاريخ والجغرافيا في مفهوم واحد، أمّا بخصوص التاريخ فلأنّ جذور التسمية ضاربة في التراث غير المادي لفرنسا، التي تعتبر مهد تسميات المنشأ، ولأنّها كما يقول البعض من الفقه الفرنسي، حق في التميّز[590]، وعنوان للجودة وضمان للنوعية، وأمّا بخصوص الجغرافيا فيتعلّق الأمر بالربط الموجود بين المنتج وبيئة إنتاجه، حيث أنّ التسمية تستمد خصوصيتها من تفاعل مجموعة من العوامل كالأرض، باطن الأرض، المناخ، ومهارة الإنسان. وبالنظر لكل الإعتبارات السابق بيانها تميّزت التسمية عن العلامة، في نظر قوانين بعض الدول التي تتبنى نظام تسميات المنشأ.

إنّ الطابع الجماعي للتسمية، يميّزها عن العلامة النّي ترتب حقا استئثارايا[591]، ويترتب على ذلك عدم خضوعها إلى مبدأ أولوية الإيداع، ومبدأ التخصص، بيد أنّ العلامة المشهورة والعلامة ذات السمعة، لحقت بالتسمية في هذا الحكم.

---

[588] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص. 346.

[589] D. Denis, op. cit., p. 83.

[590] M. -H. Bienaymé, op. cit, p.422.

[591] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية المرجع السابق، وهران2006. ص. 346

تلقي العلامة كنظام رواجا وإجماعا دوليا واسعا مقارنة بالتسمية، بل إنّ هناك من أنصار العلامة من لا يعترف بها[592]، بالنظر إلى أسباب إيديولوجية، وأخرى مبنية على المصالح الإقتصادية الخالصة[593].

تختصر الأسباب الإيديولوجية في نظرهم في كون التسمية تنطوي على وعد وهمي بنوعية المنتج، وأنّها تتعارض مع المبادئ اللبرالية لأنّها تتضمّن مفهوم الاحتكار، وبخصوص المصالح الاقتصادية، فإنّ مجال صناعة الخمور على وجه التحديد وراء هذا الخلاف. نتيجة لذلك، فإنهم لا يحترمون الحق في تسمية المنشأ إلاّ على مضض، وبعد مفاوضات غالبا ما تحتضنها المنظمة العالمية للتجارة[594]، مما يثبت وجود انقسام دولي بين مؤيد ومعارض للتسمية كنظام[595].

وفي الأخير يجد تباين السمتين أساسه في إلزامية تسجيل العلامة، ثم وضعها على السلع واعتمادها في الخدمات، وبتعبير أبسط فإنّ استعمال العلامة حق وواجب، بينما يعتبر استعمال التسمية حق عند توافر الشروط المحددة قانونا، فما من نص قانوني يلزم منتجا بوضع تسمية منشأ على منتجه حتى ولو استجابت منتجاته للشروط المحدة قانونا للتمتع بالحق في التسمية.

[592] V. Romain-Prot, op. cit., p. 432.
[593] T. Tidiane, op. cit., p. 9.
[594] V. en ce sens www.wto.org
[595] V. www.cairnsgroup.org

المصادر:

أهم الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر حسب التسلسل التاريخي

- الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فبراير 1966 المتضمن انضمام الجزائر إلى إتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة، ج.ر.25 فبراير1966، عدد 16، ص. 198.

- الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات الدولية، ج.ر. 21 أفريل 1972، عدد 32، ص. 467.

- الأمر رقم 73-26 المؤرخ في 5 يونيو 1973 المتعلق بانضمام الجزائر إلى الاتفاقية العالمية لسنة 1952 حول حق المؤلف و المراجعة بباريس في 24 يوليو 1971، ج.ر. 3 يوليو 1973، عدد 53، ص. 762.

- الأمر رقم 75-2 المؤرخ في 9 يناير 1975 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 والمعدلة،ج.ر.4 فبراير 1975 ، عدد 10 ، ص.154 .

- الأمر رقم 75 -2 مكرر المؤرخ في 9 يناير 1975 المتضمن مصادقة الجزائر على اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية الموقعة باستوكهولم في 14 يوليو 1967، ج.ر. 14 فبراير 1975، عدد 13، ص. 198.

- المرسوم رقم 83-575 المؤرخ في 22 أكتوبر 1983 المتضمن المصادقة على الاتفاقية الجزائرية الفرنسية لإلغاء ازدواج الضريبة الموقعة بالجزائر في 17 مايو 1982، ج.ر. 25 أكتوبر 1983، عدد 44، ص. 2642.

- المرسوم رقم 84-85 المؤرخ في 21 أفريل 1984 والمتضمن انضمام الجزائر إلى معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي المعتمدة في نيروبي في 26 سبتمبر 1981، ج.ر. 24 أفريل 1984، عدد 17، ص. 559.

- المرسوم الرئاسي رقم 97-317 المؤرخ في 21 أوت 1997 الذي يتضمن انضمام الجزائر، مع التحفظ، إلى البروتوكول الموقع بباريس بتاريخ 30 نوفمبر 1972 بخصوص المعارض الدولية المتضمن تعديل الاتفاقية الموقعة في باريس بتاريخ 22 نوفمبر 1928، ج.ر. 17 أوت 1997، عدد 54، ص. 5.

- المرسوم الرئاسي رقم 97-341 المؤرخ في 13 سبتمبر 1997 المتضمن انضمام الجزائر، مع التحفظ إلى اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية المؤرخة في 9 سبتمبر 1886 المتممة والمعدلة، ج.ر. 14 سبتمبر 1997، عدد 61، ص. 8.

- المرسوم الرئاسي رقم 99-92 المؤرخ في 15 أفريل 1999 المتضمن المصادقة بتحفظ على معاهدة التعاون بشأن البراءات المبرمة في واشنطن بتاريخ 19 يونيو 1970 و المعدلة في 28 سبتمبر 1979 وفي 3 فبراير 1984، وعلى لائحتها التنفيذية، ج.ر. 19 أفريل 1999، عدد 28، ص. 3.

- أهم النصوص القانونية الجزائرية حسب التسلسل التاريخي

- المرسوم رقم 63-248 المؤرخ في 10 يوليو1963 المتضمن انشاء المكتب الوطني للملكية الصناعية، ج.ر. 19يولية 1963، عدد 49، ص. 726.

- الأمر رقم 66-54 المؤرخ في 3 مارس 1966 المتعلق بشهادات المخترعين وإجازات الاختراع، ج.ر. 8 مارس1966، عدد 19، ص. 222 .

- الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر. 22 مارس 1966، عدد 23، ص. 262.

- المرسوم رقم 66-60 المؤرخ في 19 مارس 1966 بشأن تطبيق الأمر رقم 66-54 المؤرخ في 3 مارس 1966 المتعلق بشهادات المخترعين وإجازات الاختراع، ج.ر. أوّل أفريل 1966، عدد 26، ص. 301.

- المرسوم رقم 66-63 المؤرخ في 26 مارس1966 المتضمن تطبيق الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر. أوّل أفريل 1966، عدد 26، ص. 306.

- الأمر رقم 66-86 المؤرخ في 28 أفريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، ج.ر. 3 مايو 1966، عدد 35، ص. 406.

- المرسوم رقم 66-87 المؤرخ في 28 أفريل 1966 المتضمن تطبيق الأمر رقم 66-86 المؤرخ في 28 أفريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، ج.ر.3 مايو1966، عدد 35، ص. 410.

- الأمر رقم 66-182 المؤرخ في 11 يونيو 1966 والمتضمن تعديل الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 والسالف الذكر،ج.ر.24 يونيو1966، عدد 54، ص. 834.

- الأمر رقم 66-308 المؤرخ في 14 أكتوبر 1966 و المتضمن تعديل الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 و السالف الذكر،ج.ر. 25 أكتوبر1966، عدد91، ص. 1380.

- الأمر رقم 67-223 المؤرخ في 19 أكتوبر 1967 والمتضمن تتميم الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 والسالف الذكر،ج.ر.31 أكتوبر1967، عدد 89، ص. 1356.

- المرسوم رقم 67-229 المؤرخ في 19أكتوبر1967 المتعلق بتنفيذ الأوامر الخاصة بحماية الملكية الصناعية، ج.ر. 31 أكتوبر 1967، عدد 89، ص. 1367.

- الأمر رقم 73-14 المؤرخ في3 أفريل 1973 المتعلق بحق المؤلف، ج.ر. 10 أفريل 1973، عدد 29، ص. 434.

- الأمر رقم 73-46 المؤرخ في 25 يوليو 1973 المتضمن إحداث المكتب الوطني لحق المؤلف، ج.ر. 11 سبتمبر1973، عدد 73، ص. 1088.

- الأمر رقم 73-62 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي و الملكية الصناعية، ج. ر. 27 نوفمبر 1973، عدد 95، ص. 1373.

- المرسوم رقم 73-188 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 المتضمن تبديل تسمية المكتب الوطني للملكية الصناعية بالمركز الوطني للسجل التجاري، ج. ر. 27 نوفمبر 1973، عدد 95، ص. 1384.

- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج.ر. 30 سبتمبر 1975، عدد 78، ص. 990.

- الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، ج.ر. 19 ديسمبر 1975، عدد 101، ص. 1073.

- الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، ج.ر. 23 يوليو1976، عدد 59، ص. 866.

- المرسوم رقم 76-121 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بكيفيات تسجيل وإشهار تسميات المنشأ و تحديد الرسوم المتعلقة بها، ج.ر. 23 يوليو1976، عدد 59، ص. 870.

- القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك، ج.ر. 24 يوليو 1979، عدد 30، ص. 514.

- القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج. ر. 08 فبراير 1989، عدد 6، ص. 154.

- القانون رقم 89-23 المؤرخ في 19 ديسمبر1989 المتعلق بالتقييس، ج.ر. 20 ديسمبر 1989 ، عدد 54، ص. 1468.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج.ر. 31 يناير 1990، عدد 5، ص. 202.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-132 المؤرخ في 15 مايو 1990 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر. 16 مايو 1990، عدد 20، ص. 662.

- المرسوم التنفيذي رقم 92-68 المؤرخ في 18 فبراير 1992 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالمركز الوطني للسجل التجاري وتنظيمه، ج.ر. 23 فبراير 1992، عدد 14، ص. 371.

- المرسوم التنفيذي رقم 92-69 المؤرخ في 18 فبراير 1992 المتضمن القانون الأساسي الخاص بمأموري المركز الوطني للسجل التجاري ، ج.ر. 23 فبراير1992 ، عدد 14، ص. 375.

- المرسوم التنفيذي رقم 92-70 المؤرخ في 18 فبراير1992 المتعلق بالنشرة الرسمية للإعلانات القانونية، ج.ر. 23 فبراير1992، عدد 14، ص. 380.

- المرسوم التشريعي رقم 93-17 المؤرخ في 7 ديسمبر 1993 المتعلق بحماية الاختراعات، ج.ر. 8 ديسمبر 1993، عدد 81، ص. 4.

- الأمر رقم 96-02 المؤرخ في 10يناير 1996 المتضمن تنظيم مهنة محافظ البيع بالمزايدة، ج.ر. 14 يناير1996، عدد 3، ص. 11.

- القرار المؤرخ في 24 يوليو 1996 الذي يتضمن إحداث اليوم الوطني للإبداع، ج.ر.27 مايو1996، عدد 34، ص. 38.

- المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 7 ديسمبر 1996 المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، ج.ر. 8 ديسمبر 1996، عدد 76، ص. 6.

- الأمر رقم 97-10 المؤرخ في 6 مارس 1997 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج.ر. 12 مارس 1997 ، عدد 13، ص. 3 (وانظر الاستدراك، ج.ر. 17 ديسمبر 1997، عدد 83، ص. 4).

- المرسوم التنفيذي رقم 97-91 المؤرخ في 17 مارس 1997 الذي يعدل المرسوم التنفيذي رقم 92-68 المؤرخ في 18 فبراير 1992 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالمركز الوطني للسجل التجاري و تنظيمه السالف الذكر، ج.ر. 26 مارس 1997، عدد 17، ص. 16.

- المرسوم التنفيذي رقم 97-92 المؤرخ في 17 مارس 1997 الذي يعدل و يتمم المرسوم التنفيذي رقم 92-69 المؤرخ في 18 فبراير 1992 المتضمن القانون الأساسي الخاص بمأموري المركز الوطني للسجل التجاري السالف الذكر، ج.ر. 26 مارس 1997، عدد 17، ص. 18.

- المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، ج.ر. أوّل مارس 1998، عدد 11، ص. 21.

- المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي، ج.ر. أوّل مارس 1998، عدد 11، ص. 25.

- القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998 الذي يعدل ويتمم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك، ج.ر. 23 أوت 1998 ، عدد 61، ص. 6.

- المرسوم رقم 98-366 المؤرخ في 21 نوفمبر 1998 المتضمن القانون الأساسي للديوان الوطني لحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، ج.ر. 22 نوفمبر1998 ، عدد 87، ص. 5.

- المرسوم التنفيذي رقم 2001-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001 المتضمن تعديل وتتميم المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 الآنف الذكر، ج.ر. 21 أكتوبر 2001، عدد 61، ص. 11.

- الأمر رقم 2003-05 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج.ر. 23 يوليو2003 ، عدد 44، ص. 3.

- الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات، ج.ر. 23 يوليو 2003، عدد 44، ص. 22.

- الأمر رقم 2003-07 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق ببراءات الاختراع ، ج.ر. 23 يوليو 2003 ، عدد 44، ص.27.

- الأمر رقم 2003-08 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، ج.ر. 23 يوليو 2003 ، عدد 44، ص.35.

- القانون رقم 2003-17 المؤرخ في 4 نوفمبر 2003 والمتضمن الموافقة على الأمر رقم 2003-05 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ، ج.ر. 5 نوفمبر2003، عدد 67، ص. 4.

- القانون رقم 2003-18 المؤرخ في 4 نوفمبر 2003 والمتضمن الموافقة على الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات، ج.ر. 5 نوفمبر2003، عدد 67، ص. 4.

- القانون رقم 2003-19 المؤرخ في 4 نوفمبر 2003 والمتضمن المصادقة على الأمر رقم 2003-07 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق ببراءات الاختراع ، ج.ر. 5 نوفمبر2003، عدد 67، ص. 4.

- القانون رقم 2003-20 المؤرخ في 4 نوفمبر 2003 والمتضمن الموافقة على الأمر رقم 2003-08 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، ج.ر. 5 نوفمبر2003، عدد 67، ص. 5.

- المرسوم الرئاسي رقم 2004-170 المؤرخ في 08 جوان 2004 يتضمن التصديق على بروتوكول قرطاجنة بشأن السلامة الاحيائية التابع للاتفاقية المتعلقة بالتنوع البيولوجي، المعتمد بمونتريال يوم 29 يناير سنة 2000، ج. ر. 13 يونيو 2004، عدد 38، ص. 03.

- القانون رقم 2004-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والمتعلق بالتقييس، ج.ر. 27 يونيو 2004، عدد 41، ص. 14.

- القانون رقم 2005-02 المؤرخ في 27 فبراير 2005 المتضمن تعديل وتتميم القانون رقم 84-11 المؤرخ في 9 يونيو 2005 ، ج.ر. 27 فبراير 2005، عدد 15، ص. 18.

- القانون رقم 2005-03 المؤرخ في 6 فبراير 2005 والمتعلق بالبذور والشتائل وحماية الحيازة النباتية، ج.ر. 9 فبراير 2005 ، عدد 11، ص. 12.

- القانون رقم 2005-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005 المتضمن تتميم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، ج.ر. 26 يونيو 2005، عدد 44، ص. 17.

- المرسوم التنفيذي رقم 2005-275 المؤرخ في 2 أوت 2005 يحدد كيفيات إيداع التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة وتسجيلها، ج.ر. 7 أوت 2005، عدد 54، ص. 9.

- المرسوم التنفيذي رقم 2005-277 المؤرخ في 2 أوت2005 يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها، ج.ر. 7 أوت 2005، عدد 54، ص. 11.

- المرسوم التنفيذي رقم 2005-316 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005 المتضمن تشكيلة هيئة المصالحة المكلفة بالنظر في منازعات استعمال المصنفات والأداءات التي يديرها الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة وتنظيمها وسيرها، ج.ر. 11 سبتمبر 2005، عدد 62، ص. 8.

- المرسوم التنفيذي رقم 2005-356 المؤرخ في 21 سبتمبر 2005 المتضمن القانون الأساسي للديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة وتنظيمه وسيره، ج. ر.21 سبتمبر 2005، عدد 65، ص. 23.

- المرسوم التنفيذي رقم 2005-357 المؤرخ في 21 سبتمبر2005 الذي يحدد كيفيات التصريح و المراقبة المتعلقين بالإتاوة على النسخة الخاصة، ج.ر. 21 سبتمبر 2005، عدد 65، ص. 28.

- المرسوم التنفيذي رقم 2005-358 المؤرخ في 21 سبتمبر2005 الذي يحدد كيفيات ممارسة حق التتبع لمؤلف مصنف من مصنفات الفنون التشكيلية، ج.ر. 21 سبتمبر 2005، عدد 65، ص. 29.

-المرسوم التنفيذي رقم 08-348 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008 الذي يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج. ر. 16 نوفمبر 2008، عدد 63، ص. 13.

- القانون رقم 2009-03 ممضي في 25 فبراير2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. 08 مارس 2009، عدد 15، ص. 12.

المراجع العامة حسب التسلسل الأبجدي

- و. أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية، الإتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية، المجلد الأول حماية الملكية الفكرية في الإتفاقيات الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.

- م. محمد الجنيبي، م. محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000.

- ن.شادلي، القانون التجاري، مدخل للقانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003.

- ن. مغبغب، الماركات التجارية والصناعية (دراسة في القانون المقارن)، ط1، لبنان، 2005.

- م. كمال طه، و. أنور بندق، أصول القانون التجاري: الأعمال التجارية، التجار، الشركات التجارية، المحل التجاري، الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.

- م. ابراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983. ص. 131.

- س. جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.

- ع. قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، ط1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، َعمان، 2002.

- ع. حلمي المنزلاوي، الملكية الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.

- ف. إدريس، مدخل في الملكية الفكرية: الملكية الأدبية والفنية والصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

- ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، الحرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، النشر الأول، 1995.

- ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الأول: المحل التجاري: عناصره، طبيعته القانونية والعمليات الواردة عليه، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2001 .

- ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني: حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2001 .

- ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2006.

- ص. زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية: براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

- ص. زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

المراجع الخاصة حسب التسلسل الأبجدي

- أ. الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والإجتهاد، منشورات خليجي الحقوقية، لبنان، 1999.

- أ. طلبة، حماية حقوق الملكية الفكرية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005.

- ز. غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، َعمان، 2002.

- م. محمد الجنيبي، م. محمد الجنيبي، التعاون الدولي في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.

- ع. رجب بيوض التميمي، التحكيم في المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.

- ص. زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

المقالات حسب التسلسل الأبجدي

- ف. زراوي صالح، العلامة الشهيرة في التشريعين الجزائري والفرنسي، مجلة المؤسسة والتجارة، 2006، عدد 2، ص. 9 وما بعدها.

- ف. زراوي صالح، علامات المصنع في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية، 1991، عدد 4، ص. 921.

الأحكام القضائية الوطنية حسب التسلسل التاريخي

- مجلس قضاء الجزائر، القسم المدني، 11 أكتوبر 1967، غير منشور.
- مجلس قضاء الجزائر، الغرفة التجارية، 05 أكتوبر 1998، غير منشور.
- مجلس قضاء الجزائر، 26 ديسمبر 2000، غير منشور.
- مجلس قضاء وهران، الغرفة التجارية، 27 مارس 2004، غير منشور.

المراجع باللغة الفرنسية

Ouvrages généraux, spéciaux, et mémoire par ordre alphabétique

- A. Chavanne et J.- J. Burst, *Droit de la propriété industrielle*, Précis Dalloz, 1976 .

- A. de Vlétien, *Appellation d'origine*, Encyc. Delmas pour la vie des affaires, 1ĕre éd, 1988.

J. Hudault, *droit rural, droit de l'exploitation agricole*, Dalloz, 1987.

- J. Schmidt-Szalewski, *Droit de la propriété industrielle*, Dalloz, 4ĕme éd, 1999.

- M. Salah, les *sociétés commerciales, les règles communes*, t.1, *la société en nom collectif la société en commandite simple*, EDIK, Oran , 2005.

- P. Roubier, *Le droit de la propriété industrielle*, recueil Sirey, 1952.

- P. de Bercegol , A. Duquenne et P. Lemaitre, *Le droit de l'entreprise, librairie Vinbert, Paris, 1995.*

- T. Tidiane, *Méthodologie générale de rédaction des plans de contrôle adaptés aux indications géographiques (AOP/IGP),* Institut supérieur de l'agroalimentaire de Paris, Parcours ISAA 2 : *« Alimentation et politiques Publiques»*, Institut national de la qualité et de l'origine, 2006-2007.

- Y. Guyon. *Droit des affaires* , t. 1, *Droit commercial général et sociétés*, Economica , 11 ĕme éd, 2001.

Articles par ordre alphabétique

- D. Denis, *Appellations d'origine et indications de provenance*, D. 1995, p. 9.

- E. Dupont, *La marque communautaire,* in www.nextmarq.com..

- G. le Tallec, *La primauté des appellations d'origine contrôlée sur les marques*, Mél . Mathély, Litec, 1990, p. 249.

- J. Lacoeuilhe, *La marque dans l'univers du vin,* in www.bordeaux-bs.edu

- J.-C. Boze, *l'appellation d'origine constituée d'une dénomination non-géographique,* Legal biznext, in www.legalbiznext.com, 6 février 2003.

- M. Christmann, *Permis de tout faire*, Rev. eur. du vin, Nº: 2-2006, éd, F. p. 10.

- M. -H. Bienaymé, *L'appellation d'origine contrôlée*, Rev. dr. rur. octobre 1995, nº236, p.419.

- M.-V. Fourgoux Jeannin, *Indications géographiques et droit des marques. Conflits et Combinaisons*, Rev. dr. rur. novembre 1995, nº237, p. 474.

- N. Olszak, Congreso international sobre el desarrollo sostenible, *« La politique communautaire des signes de qualité et d'origine»*, Burgos, 15-16 décembre 2008, p. 1.

- O. Mendras, *L'évolution du droit des marques au cours du XXe siècle*, prodimarques, Rev. marques, in www.prodimarques.com, n° 29, janvier 2000.

- P. Rodhain, *L'autonomie de la concurrence déloyale dans l'action en contrefaçon*, Legal biznext, 2007, in www.legalbiznext.com, 1er octobre 2007.

- P. Rodhain, *Nom géographique : un choix périlleux*, legal biznext, in www.legalbiznext.com, 18 janvier 2005.

- P. Rodhain, *Marque vinicoles : « la vie de chateau ? »*, legal biznext, in www.legalbiznext.com, 31 octobre2008.

- V. Romain-Prot, *Origine géographique et signes de qualité :protection internationale, Rev. dr. rur. octobre 1995, p. 432.*

- Rev. INAO 2006. *Appellations d'origine controlée et paysages*, in www.inao.gouv.fr

- Rev. INAO info. mars 2007, n º 1, in www.inao.gouv.fr

- Rev. INAO info. juillet 2007, nº 2, in www.inao.gouv.fr

Principaux sites internet par ordre alphabétique

- Arrangement de Madrid: www.admin.ch

- Cour de cassation française : www.courdecassation.fr

- Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes : www.minefi.gouv.fr

- Europa activité de l'Union européenne synthèse de la législation : http://europa.eu/scadplus/scad_fr.htm

- Green peace : www.greenpeace.com

- Institut national algérien de la propriété industrielle : www.inapi.org

-Institut national algérien de la propriété industrielle :INAPI-législation.url

- Institut national de l'origine et de la qualité : www.inao.gouv.fr

- Institut national de la propriété industrielle :www.inpi.fr

- Journal officiel (de la République algérienne) :www.joradp.dz

-Journal officiel (de la République française) : www.journal-officiel.gouv.fr

- Association suisse pour la promotion des AOC-IGP : www.aoc-igp

- La base du droit expert : www.lextenso.com

- Le centre d'expertises informatique : www.celog.fr

- Le site du lait et des produits laitiers : www.cidilait.com

-Le site PROGEXPI : www.progexpi.com

- Lois et règlements en France, les codes disponibles gratuitement en texte intégral sur Internet : www.admi.net

- Ministère du commerce , Algérie : www.mincommerce.gov.dz

- Ministère français des affaires étrangères et européennes : www.diplomatie.gouv.fr

- Organisation mondiale de la propriété intellectuelle : www.wipo.int

- Organisation mondiale du commerce : www.wto.org

- PI France : www.pifrance.com

- Rural infos : www.ruralinfos.org

- VOX PI l'actualité du droit de la propriété industrielle, par Mayer & partenaires : www.voxpi.info

- l'égali. Net : www.legalis.ne

- **النادي العربي للمعلومات** : www.arabcin.net

الفـــهـــرس

قائمـــة الاختصـــارات 1
المقـــدّمـــة 3
الباب الأول: أوجه التشابه من حيث الخصائص والتنوع و من حيث الإجراءات والانقضاء..... 8
الفصل الأول: تشابه العلامة وتسمية المنشأ من حيث الخصائص والتنوع 8
الفرع الأول: التشابه بين العلامة وتسمية المنشأ من حيث الخصائص.....8
المبحث الأول:التشابه بين العلامة وتسمية المنشأ من حيث التصنيف.....9

المطلب الأول: إدراج العلامة وتسمية المنشأ ضمن الملكية الصناعية والتجارية.....10
المطلب الثاني: خضوع *العلامة وتسمية المنشأ* لنفس الهيئة المختصة.....11
المبحث الثاني: الإتحاد في التكييف القانوني للعلامة وتسمية المنشأ.....18
المطلب الأول: إن العلامة والتسمية بيانين تجاريين 19
المطلب الثاني: إنّ العلامة والتسمية سمتين مميزتين.....29
الفرع الثاني: تشابه العلامة وتسمية المنشأ من حيث التنوع.....34
المبحث الأول: العلامة وتسمية المنشأ العادية.....35
المطلب الأول: العلامة العادية.....35
المطلب الثاني: تسمية المنشأ العادية.....37
المبحث الثاني: العلامة وتسمية المنشأ الغير عادية.....41
المطلب الأول:العلامة الشهيرة.....42
المطلب الثاني: تسمية المنشأ المراقبة.....46
الفصل الثاني: تشابه العلامة والتسمية من حيث الإجراءات والانقضاء..... 49
الفرع الأول : تشابه العلامة والتسمية من حيث نظام التسجيل.....50
المبحث الأول : تشابه العلامة والتسمية من حيث إجراءات التسجيل.....51
المطلب الأول: تشابه العلامة والتسمية من حيث شرط التسجيل.....51
المطلب الثاني: تجديد التسجيل وحدوده.....60
المبحث الثاني : تشابه العلامة والتسمية من حيث إمكانية الانقضاء.....66
المطلب الأول: الانقضاء بفعل صاحب العلامة أو التسمية.....67
المطلب الثاني: الانقضاء بناء على قرار من المحكمة.....69
الفرع الثاني: تشابه العلامة والتسمية من حيث الحماية القانونية.....77
المبحث الأول: شرط التسجيلّ، أساس الحماية القانونية.....77
المطلب الأول: النتائج المترتبة عن توافر شرط التسجيل.....78
المطلب الثاني: هل انتفاء شرط التسجيل يؤدي إلى عدم التمتع بالحماية؟.....88

المبحث الثاني: تمتع العلامة والتسمية بالحماية القانونية على الصعيدين الوطني والدولي..... 94
المطلب الأول: تمتع العلامة والتسمية بالحماية الوطنية.....94
المطلب الثاني: تمتع العلامة والتسمية بالحماية الدولية.....111
الباب الثاني: أوجه الإختلاف بين العلامة والتسمية من حيث الجوهر ونتائجها.....121
الفصل الأول: الاختلاف بين العلامة والتسمية من حيث الجوهر.....121
الفرع الأول: الإختلاف بين العلامة والتسمية من حيث الأحكام القانونية والأنصار.....222
المبحث الأول: الاختلاف بين العلامة والتسمية من حيث النصوص القانونية التي تنظم السمتين.....122
المطلب الأول: النصوص القانونية التي تنظم السمتين على المستوى الوطني.....125

المطلب الثاني: الإتفاقيات الدولية التي تنظم العلامة والتسمية.....132
المبحث الثاني: الاختلاف في الأنصار :المرجعية.....143
المطلب الأول: التيار الأوربي: الفرنسي.....144
المطلب الثاني: التيار الأنجلو سكسوني.....150
الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها في السمة حتى تكون قابلة للتسجيل كعلامة أو كتسمية منشأ.....154
المبحث الأول: الشروط الواجب توافرها في السمات من أجل قبول تسجيلها.....155
المطلب الأول: شرط تسجيل السمة كتسمية منشأ: واجب وجود علاقة بين المنتج والبيئة..... 156
المطلب الثاني: شرط تسجيل السمة كعلامة: واجب توافر شرط التميز.....159
المبحث الثاني: السمات المستثنات من التسجيل.....164
المطلب الأول: السمات المستثنات من التسجيل بالنسبة لتسمية المنشأ.....165
المطلب الثاني: السمات المستثنات من التسجيل بالنسبة للعلامة.....167
الفصل الثاني: النتائج المترتبة عن اختلاف نظامي العلامة وتسمية المنشأ.....172
الفرع الأول: النتائج المترتبة من حيث الآثار.....172
المبحث الأول: النتائج المترتبة من حيث الضمانات المقدمة.....173
المطلب الأول: واجب ضمان الجودة عند تسمية المنشأ.....173
المطلب الثاني: إرشاد المستهلك إلى المنتج عند العلامة.....176
المبحث الثاني: الاختلاف من حيث الالتزامات القانونية الجوهرية.....178
المطلب الأول: التزام صاحب تسمية المنشأ باحترام ظروف الإنتاج المحددة قانونا.....178
المطلب الثاني: حرية صاحب العلامة في اختيار ظروف الإنتاج.....181
الفرع الثاني: اعتلاء تسميات المنشأ هرم السمات المميزة.....183
المبحث الأول: مبدأ أسبقية الإيداع ومدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ.....184
المطلب الأول: مفهوم مبدأ أسبقية الإيداع.....184
المطلب الثاني: مدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ.....185
المبحث الثاني: مبدأ التخصص ومدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ.....186
المطلب الأول: مفهوم مبدأ التخصص.....187
المطلب الثاني: مدى تطبيقه في نظامي العلامات وتسميات المنشأ.....188
الخاتمة.....192
المصادر.....196