

استعمال العلامة في منتج آخر مثل اسد Peugeot
والاسد في القهوة أو من نشاط رياضية

⑤ * يلاحظ ان التشريعات لم تتمكن من حصر اشكال
العلامة وانما قامت بحصر ما لا يجوز ان يكون علامة
تجارية و عموما هذا كفتنتين من العلامات هما
الفئة (أ) الاسماء انوعها :

① علامات مأخوذة من الاسماء العائلية او ما

يعرف عندنا باللقاب : وهنا تطرح هذه العلامة

اشكالات فاللقب اسم لصيق بشخص الانسان ولا
يجوز التصرف فيه عكس العلامة التجارية التي يمكن
التصرف فيها لأن حق ملكية معنوية

* يلاحظ كذلك ان الواقع اثبت ان التجار يتفدون

اللقب أي الاسم العائلي كاسم تجاري ولا يمكن التصرف
في الاسم التجاري و يتخذون اللقب كعلامة تجارية
و يمكن التصرف في العلامة التجارية

يضاف إلى هذا ان الاسم التجاري يميز المحل

التجاري او المصنع عن غيرها من المعلات او المصانع

بينها العلامة التجارية تميز السلعة او البضاعة

يجب على العلامة التجارية المكونة من لقب عائلي

ان تأخذ شكلا مميزا لأن القانون لا يحمي الا الشكل
الذي يتخذه اللقب العائلي وليس اللقب ذاته

الفئة (ب) العلامة التجارية الشكلية التصويرية

وهي عبارة عن اشكال هندسية

ابداع الصانع او التاجر و فيها حروف

l'Es Saint Laurent و ارقام و قد تكون عبارة عن صورة

انسان (احد المشاهير مثلا) *patre Mona Lisa*

(La Joconde) وترى بعض التشريعات منع هذا النوع

من العلامات لأن الشخص أصبح ملكا للتراث العام وفيها

مساس بسمعة الشخصية التاريخية خاصة اذا كانت

بضاعة عادية . و قد تكون العلامة صورة بجر او نجم

او فزال او اثار كالهراجم او منصوره او برج اينفل *Tour Eiffel*

او منصورة او برج انفل Eiffel Tower
يلاحظ ان المشرع في الامر 06/03 المؤرخ في 19/07
2003 قد وضع شروطا لقبول العلامة التجارية من هذه

الشروط

1) ان تكون السمة المختارة كعلامة صحيحة لها
صفة مميزة اي طابع مميزا. المادة 2 فقرة 1 من الامر 03-06
فلا يكون لها شكلا شائعا او عاديا مع ملاحظة انه لا يفرض
ان تتوفر في العلامة ابتكارا وهذا عكس الرسوم الصناعية.
2) وكذلك ان لا يكون قد سبق استعمال العلامة في سلع مشابهة
بمضائق الى هذا عدم استعمال دولة من دول العالم خاصة اذا كانت
المنتجات جزائرية المصنع كعلامة فرنسا Paris France
الولايات المتحدة الأمريكية لانها قد تحدث لبسا في عقل
المستهلك فيضن ان البضاعة فرنسية المصنع.

3) ان تكون العلامة مشروعة ف 7 و 4 من الامر 06-03. فلا تكون
العلامة مخالفة للنظام العام والاداب العامة كعلامة
OPIUM عفيون العطور وصور للنساء عاريات او مجسمات
كذلك يمنع استخدام الرموز الوطنية كالعلم الوطني... لان
فيه مساس بثوابت الامة.

الجراءات الواجب استكمالها

ان المصلحة المختصة هي المعهد الوطني الجزائري
للملكية الصناعية Institut National Algerien
(INAPI) de la Propriete Industrielle
يقوم هذا المعهد باستقبال طلب ايداع وتسجيل
العلامات التجارية.

1) ايداع العلامة التجارية DEPOSIT de la marque

حدد المرسوم التنفيذي رقم 277/05

المؤرخ في 02 اوت 2005 ايداع

معرف: الايداع هو ان يتوجه المصنع المباشر الى
المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية او عن طريق

وكيل او عن طريق البريد ويتم التأشير على الطلب

من المصلحة Accusé de reception بالوصول

بعدها يقوم المعهد برأسه الملف من حيث الشكل

من حيث الشكل - فإذا وجد المعهد مخالفة للقانون
اعطى لطالب الابداع مهلة شهرين (2 mois) لتصحيح
الخطأ وإلا رفض الطلب شكلاً دون الرجوع إلى المدفوعة.
أما إذا قبل الابداع فيدرس من حيث الموضوع

(2) التسجيل والتشريع: Enregistrement et publication

إذا كان الابداع صحيحاً شكلاً كعدم وجود

حالات المنع الموضوعي يتوقع المعهد تسجيل العلامة
لهذه في سجل خاص معد لهذا الغرض.

ثم يتوقع بث نشرها في نشرة خاصة بالعلامات

طبقاً للمادة 29 من المرسوم 277/05 - وقد نص المشرع
الجزائري في المادة 14 من الأمر 06/03 ل 19 جويلية 2003
أنه يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب تسجيل العلامة
التجارية كلياً أو جزئياً أو رهناً. وهذا يخص بيع العلامة
ورهنها.

(1) أركان عقد بيع العلامة.

العلامة عنصر في ذمة صاحبها، شذوذاً طبيعياً كان

أو معنوياً فهي مال منقول معنوي والتصرف قد يكون
كلياً أو جزئياً بمقابل أو مجاناً. فأركان عقد البيع هي:

* أول الرضا: وهو توافق إرادات المعنيين بالأمر.

* ثانياً المحل: والمحل هو العلامة التجارية في حد

ذاتها. فكل علامة تجارية قابلة للتنازل إذا كانت

مسجلة. إلا استثناء واحد هو العلامة التجارية الجماعية

فهي غير قابلة للتنازل. المادة 24 من الأمر 06/03 ل 19 جويلية 2003

* ثالثاً السبب في عقد بيع العلامة التجارية:

يجب أن يكون السبب مشروعاً غير مخالف للنظام

العاج أي أن لا يكون فيه تظليل للمستفيد المادة 14

فقرة 2 من الأمر 06/03.

* رابعاً الشكلية: في عقد بيع العلامة التجارية الكتابية

وإمضاء الأطراف واجب تحت طائلة البطلان مع كل

يمكن كذلك تقديم العلامة التجارية كإسهام في شركة.