

Art. 2. — Au sens de la présente ordonnance, on entend par :

1) **Marque** : tous signes susceptibles d'une représentation graphique, notamment les mots, y compris les noms de personnes, les lettres, les chiffres, les dessins ou images, les formes caractéristiques des produits ou de leur conditionnement, les couleurs, seuls ou combinés entre eux, qui sont destinés et aptes à distinguer les produits ou les services d'une personne physique ou morale de ceux des autres ;

2) **marque collective** : toute marque destinée à garantir l'origine, la composition, la fabrication ou toute autre caractéristique commune des produits ou des services provenant de diverses entreprises utilisant la marque sous le contrôle de son titulaire ;

3) **produit** : tout produit naturel, agricole, artisanal ou industriel, brut ou élaboré ;

4) **service** : toute prestation présentant une valeur économique ;

5) **nom commercial** : le nom ou la désignation identifiant l'entreprise ;

6) **service compétent** : l'institut national algérien de la propriété industrielle.

Art. 3. — La marque de produit ou de service est obligatoire pour tout produit ou service offert, vendu ou mis en vente sur le territoire national.

Lorsque la nature ou les caractéristiques des produits ne permettent pas l'apposition d'une marque, cette dernière doit être portée sur l'emballage ou lorsque cela est impossible, sur le contenant.

Cette obligation ne s'applique ni aux produits ou services dont la nature ou les caractéristiques ne permettent aucune forme de marquage, ni aux produits portant une appellation d'origine.

Les dispositions du présent article seront précisées, en tant que de besoin, par voie réglementaire.

Art. 4. — Toute marque de produits ou de services ne peut être utilisée sur le territoire national sans avoir fait l'objet d'un enregistrement ou d'une demande d'enregistrement déposée auprès du service compétent.

TITRE II

DROIT A LA MARQUE

Section 1

Acquisition du droit à la marque

Art. 5. — Le droit à la marque s'acquiert par son enregistrement auprès du service compétent.

Sans préjudice du droit de priorité acquis dans le cadre de l'application d'accords internationaux applicables à l'Algérie, l'enregistrement d'une marque a une durée de dix (10) ans avec effet rétroactif à la date du dépôt de la demande.

Il peut être renouvelé pour des périodes consécutives de dix (10) ans conformément aux dispositions fixées par les textes pris pour l'application de la présente ordonnance.

Le renouvellement prend effet le jour suivant la date d'expiration de l'enregistrement.

Art. 6. — Sauf usurpation, la marque appartient à celui qui a, le premier, rempli les conditions exigées pour la validité du dépôt ou qui a le premier valablement invoqué la priorité la plus ancienne pour son dépôt au sens de la Convention de Paris, susvisée.

Quiconque a présenté, sous la marque demandée, des produits ou des services dans une exposition internationale officielle ou officiellement reconnue peut demander, dans un délai de trois (3) mois à compter de la clôture de l'exposition, l'enregistrement de la marque en revendiquant le droit de priorité à partir du jour où les produits ou services couverts par ladite marque ont été exposés.

Section 2

Motifs de refus

Art. 7. — Sont exclus de l'enregistrement :

1) les signes ne constituant pas des marques au sens de l'article 2, alinéa 1 ;

2) les signes appartenant au domaine public ou dépourvus de caractère distinctif ;

3) les signes consistant en la forme des produits ou de leur emballage, si cette forme est imposée par la nature même ou par la fonction de ces produits ou de cet emballage ;

4) les signes contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs ainsi que les signes dont l'utilisation est interdite en vertu du droit national ou des conventions bilatérales ou multilatérales auxquelles l'Algérie est partie,

5) Les signes qui reproduisent, imitent ou contiennent parmi leurs éléments des armoiries, drapeaux ou autres emblèmes, le nom, l'abréviation ou le sigle ou le signe ou poinçon officiel de contrôle et de garantie d'un Etat ou d'une organisation intergouvernementale créée par une convention internationale, sauf autorisation de l'autorité compétente de cet Etat ou de cette organisation.

6) les signes susceptibles d'induire en erreur le public ou les lieux commerciaux sur la nature, la qualité, la provenance ou d'autres caractéristiques des produits ou des services ;

7) les signes qui consistent exclusivement ou partiellement en une indication susceptible d'engendrer une confusion quant à l'origine géographique des produits ou des services considérés, ou qui, s'ils étaient enregistrés en tant que marque, entraveraient indûment l'usage de l'indication géographique par d'autres personnes ayant le droit de faire usage de cette indication.