وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

كلية الحقوق والعلوم السياسية .

قسم الحقوق.

الرقم التسلسلي:.....

الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك .

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق تخصص قانون أعمال .

من إعداد الطالب:

مجناح عبد اللطيف.

تحت إشراف الأستاذ :

بن حميدوش نورالدين.

أعضاء لجنة المناقشة :

الأستاذ(ة):	قارة مولـــــــــــود	رئيسا.
الأستاذ(ة):	بن حميدوش نور الدين	مشرفا.
الأستاذ(ة):	مقدم يـــاســـــين	مناقشا.

السنة الجامعية: 2015- 2016

الـــــــــجمهـــــــــــــورية الجـــزائرية
الديمـــــــــــــــــــــــــــــــــــــقراطـــــــــــــــــية الشـــعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف – المسيلة
كليـــة الحقوق و العلوم السياسية
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Mohammed Boudiaf – M'sila
Faculté de Droit et des Sciences Politiques

تصريح باحترام الأمانة العلمية

أنا الموقع أدناه الطالب:

الاسم واللقب : عبد اللطيف مجناح .....

رقم التسجيل: 2014/D71/M267.....

التخصص:قانون أعمال.....

مقدم مذكرة التخرج العنوان :الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك.

تحت إشراف الأستاذ:بن حميدوش نور الدين.....

أصرح بأن ما اشتملت عليه هذه المذكرة هو نتاج جهدي الخاص، وقد احترمت الأمانة العلمية، وفقا للأصول

المنهجية المتبعة، حيث راعيت الدقة في نقل الأفكار والإشارة إلى المراجع التي استقيت منها المعلومات.

وأن هذه المذكرة في مجملها أو أي جزء منها لم تقدم من قبل كبحث علمي لدى مؤسسة تعلميه أو بحثية أخرى.

و أتحمل كامل المسؤولية في حال ثبوت ما ينافي هذا التصريح.

التوقيـــــع:.....

التاريـــــخ: .....

ملاحظة: يدرج هذا التصريح ضمن المذكرة بعد ورقة العنوان.

بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء .

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي لا إله إلا هو الواحد الأحد ، الفرد الصمد لم يلد ولم يولد ولم يكن له كفؤا أحد.

والصلاة والسلام على رسوله الكريم وبعد :

إلى التي أفنت عمرها خدمت لي " أمي" حفظها الله ورعاها.

إلى ذكرى روحه الغالية رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه "أبي ".

إلى زوجتي ورفيقة دربي ،إلى ابني عبد المؤمن، حفظهما الله ورعاهم.

إلى أخي ياسين وأخواتي البنات وأصدقائي الذين لم يبخلوا علي ومدوا لي يد العون

من قريب أو بعيد.

إلى كل من يقدس رسالة العلم ويعلي شأن المتعلمين .

إلى كل من يعتز بلغة الضاد ويضمر حبا دفينا للأمة الإسلامية .

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي .

عبد اللطيف.

شكر وعرفان .

أشكر الله سبحانه وتعالى أولا على توفيقه لي لإنجاز هذه المذكرة المتواضعة .

وعملا بقوله عليه الصلاة والسلام :" من إستعانكم بالله فأعينوه ومن سألكم بالله فأعطوه ومن دعاكم فأجيبوه ومن صنع إليكم معرفا فكافئوه فإن لم تجدوا ما تكافئوه فادعوا له حتى تروا أنكم قد كافأتموه ".

رواه أحمد وداود والنسائي .

فإني أتقدم بجزيل الشكر وأسمى عبارات التقدير و الاحترام.

إلى الأستاذ المشرف : بن حميدوش نور الدين ، لتفضله عليا وتوجيهي وتقيمي.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة وأخص بالذكر الأستاذ قارة مولود ،والأستاذ مقدم ياسين، وكل أساتذة قسم الحقوق تخصص قانون أعمال ، ولا أنسى أن أوجه تشكراتي إلى كل موظفي كلية التجارة وكلية الحقوق زملائي في العمل .

وإلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإنجاز هذا العمل ، وأشكر موظفي مكتبة الحقوق

بجامعة محمد بوضياف المسيلة الذين قدموا لي يد العون.

عبد اللطيف.

مقدمة

مقدمة:

إن التقدم التكنولوجي الهائل الذي يشهده العصر الذي نعيشه وما تحقق من إنتاج بأساليب متطورة على صعيد الإنتاج والتوزيع و الإستهلاك، أدى إلى ازدحام الأسواق بأشكال عديدة ومتنوعة من المبتكرات، التي لم تكن معروفة من قبل من سلع وخدمات، وقد واكب هذا التطور في أساليب الإنتاج والتوزيع زيادة في حجم المخاطر التي يتعرض لها المستهلكون في تعاملهم مع هذه المنتوجات .[1]

وبما أن التجار غالبا في غمرة استهدافهم اجتذاب العملاء إلى ربط محلاتهم التجارية بأسماء وعناوين تجارية تميزها عن غيرها من العلامات التجارية ، ولا يقف السعي وراء اجتذاب العملاء عند هذا الحد، وإنما يتعداه لتمييز سلعهم ومنتجاتهم وخدماتهم بعلامات تميزها أيضا عن سلع وخدمات الآخرين، باعتبار هذه العلامات من أهم وسائل التعريف بالسلع والخدمات.

وعلى هذا الأساس، فإن العلامات التجارية تؤدي وظيفة مزدوجة : " فهي وسيلة المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها عن منتجات وخدمات منافسيه من جهة ، كما أنها وسيلة المستهلك للتعرف على السلعة أو الخدمة التي ينشدها بحيث لا يختلط عليه الأمر في تمييزها عن منتجات وخدمات الآخرين."[2]

لذا أصبح للعلامة مع الإشهار الدعامة الضرورية لتمويل الأسواق التجارية وبدأت بالظهور وأصبحت تلعب دورا كبيرا في نمو وتقدم المجتمع، ويجمع الفقه والتشريع على

1/ حدوش كريمة ، الالتزام بإعلام المستهلك في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير ، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس ، كلية الحقوق ،السنة :2011-2012 ،ص 01.

2/ حسين يوسف غنايم ، حماية العلامة التجارية ، مجلة الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، العدد 09 نوفمبر 1995،ص 16

ضرورة إحاطتها بالحماية اللازمة ليس على المستوى المحلي فقط وإنما عل المستوى الدولي أيضا، فالنظام القانوني للعلامات يكفل للمستهلك حماية فعالة .

وقد عمدت العديد من الدول إلى سنه، لاسيما الجزائر نظرا لقصور القواعد العامة على توفير هذه الحماية في هذا المجال وأنه من الضروري أن نتطرق في هذه المقدمة لمفهوم المستهلك (أولا)، ثم لمفهوم العلامة (ثانيا)، لأن ذلك يمثل أساسا مهما للخوض في دراسة هذا الموضوع.

أولا: تعريف المستهلك.

المستهلك مصطلح لم يكن متداولا عند الفقهاء فهو معاصرا كما أنه قديم للفكر الإقتصادي حديث بالنسبة للفكر القانوني وقد عرفته المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم : 39/90 المؤرخ في 30 أكتوبر 1990 لمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش أنه:" كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للإستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص أخر أو حيوان يتكفل به"، فالمشرع يمد الحماية حتى إلى من هم تحت كفالة الشخص مقتني المنتوج أو الخدمة سواء كان من الأشخاص أومن الحيوان كما ورد تعريف المستهلك في القانون رقم : 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه التي تنص : ".....كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني ..." ، فهذا التعريف لم يبقي صفة المستهلك على الأشخاص الطبيعية وإنما مدها إلى الأشخاص المعنوية أيضا، وبالتالي المشرع الجزائري يعتبر المهني خارج نطاق مهنته مستهلكا وهو التعريف الذي أخذ به أغلب الفقهاء وهو تعريف منطقي ومحمود[1].

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهللك في ظل النظام القانوني للعلامات، رسالة ماجستير ،جامعة الجزائر، كلية الحقوق، السنة:2007–2008 ، ص 06.

وعرفه المشرع الجزائري أيضا في القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 03 منه:" المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من اجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص أخر أو حيوان متكفل به "، وهو تقريبا نفس تعريف المرسوم التنفيذي رقم : 39/90 السابق الذكر.

ويلاحظ من خلال التعاريف السابقة أن المشرع حصر نطاق الحماية في الأشخاص الذين يقتنون سلعا أو خدمات لاحتياجاتهم الشخصية أو العائلية، بحيث يعرفه جانب من الفقه(المستهلك) أنه الشخص الذي يبرم عقودا مختلفة، من أجل توفير ما يحتاج إليه من السلع لإشباع حاجاته الضرورية والكمالية والآنية والمستقبلية، دون أن تكون لديه نية المضاربة لهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها، ويعد هذا التعريف مضيقا لمفهوم المستهلك لأنه يوجد جانب آخر من الفقه يعطي مفهوما موسعا له، فيعتبر كل شخص يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أوفي أغراضه المالية ، فهذا التعريف مد نطاق الحماية إلى المهني أيضا، وبالتالي الرأي الراجح بالنسبة لتعريف المستهلك هو التعريف المضيق والذي يأخذ به أغلبية الفقه كما يتطابق مع تعريف جل القوانين لاسيما القانون الجزائري .

وأن المستهلك في اقتنائه للسلع والخدمات يميل إلى تكوين الكثير من التصورات والانطباعات والمفاهيم عن صنف معين من هذه المنتوجات أو الخدمات بحيث يعتاد على اقتنائها، وتعد العلامة وسيلة تساعده على ذلك بحيث تؤثر في سلوكه ورغباته وأهوائه، كما تساعده على إزالة حالة عدم الرضا لديه لذا لابد من التطرق إلى مفهومها.

ثانيا: تعريف العلامة.

إن إتفاقية باريس المبرمة في تاريخ 20 أكتوبر1983 لحماية الملكية الصناعية والتي تعد الوثيقة العظمى التي يرتكز عليها قانون العلامات على المستوى الدولي لم تتطرق إلى تعريف العلامة في حين أن إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة (تربس) لسنة 1994 عرفته في المادة 15 فقرة 01 بأنها كل إشارة تكون قادرة على تميز السلع والخدمات .1

أما القانون الجزائري فعرفها بموجب المادة 02 فقرة01 من الأمر06/03 المؤرخ في 23 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات ، على أنها:".... كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضبيها والألوان بمفرده أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره...." [2]كان هذا التعريف يحدد مختلف الأشكال التي يمكن أن ترد عليها العلامة إلا أنه ذكرها على سبيل المثال لا على سبيل الحصر ، كما أنه جعلها إجبارية على كافة السلع والخدمات ، نظرا لما أصبحت تتمتع به العلامة من مكانة معتبرة لدى المستهلك الجزائري كما أصبحت تعد الدعامة الضرورية لتزويد الدورة التجارية بمنتجات جديدة ، بعدما كان الأمر السابق 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية يجعل علامة الصنع وحدها إلزامية دون العلامة التجارية وعلامة الخدمة التي جعلها إختيارية ، واليوم ومع تغير الأوضاع وفتح السوق على العالم الخارجي وفتح باب المنافسة الحرة التي فرضتها سياسة اقتصاد السوق ، كان من الضروري إعداد تشريعات حديثة أكثر ملائمة خاصة وأن الجزائر

1 /بوروبة ربيعة، المرجع السابق ، ص08 ، نقلا عن ، جلال وفاء محمدين ، حماية الملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة ، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية ، سنة 2002 ، ص 105.

2 / أمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ،المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية ، العدد44 ، الصادر بتاريخ 23جويلية 2003.

تتهيأ للإنظمام إلى المنظمة العالمية للتجارة ، كان الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أحد هذه التشريعات .

ومن خلال ما سبق ، يتضح أن للعلامة دور كبير في حماية المستهلك ، لذا نجد أن المشرع الجزائري على غرار مختلف التشريعات عني بتوفير حماية المستهلك بموجب القانون 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، وحماية العلامة التجارية في الأمر 06/03 المؤرخ في 23 جويلية سنة 2003 المتعلق بالعلامات التجارية، والذي يعد الأمر الذي يتحقق به الأمر المنشود فالإشكالية المطروحة هنا هي:

ما هي الآليات القانونية لحماية الحق في العلامة التجارية ؟ وهل يوفر النظام القانوني للعلامات الحماية الكافية للمستهلك من ضروب الغش و الاحتيال التي تعترضه أثناء اقتنائه للسلع والخدمات؟.

هذه الإشكالية بدورها تفضي إلى طرح عدة تساؤلات فرعية نحاول الإجابة عنها من خلال خطة الدراسة والمتمثلة في : ما لمقصود في الحق في العلامة التجارية ؟ وما وسائل حماية العلامة التجارية ؟ هل تساهم العلامة المضفاة على السلع والخدمات في ضمان إعلام وضمان أمن المستهلك ؟ وكيف يمكن للمستهلك التصدي لجريمة تقليد العلامة التي تتسبب في تضليله؟.

- **أسباب اختيار الدراسة (الموضوع)** : إن دوافع إختيار الباحث للدراسة في مجال معين متعددة وعن أسباب إختيار موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، كون أن العلامة التجارية لها أهمية كبيرة فهي تعد حلقة وصل بين التاجر والمهني والمستهلك ، وبمثابة تعريف للمستهلك يبين له البضاعة ذات الجودة التي يبحث عنها دون أن يختلط عليه الأمر، ودون أن يدفع أموالا في نوعية سلع لا يريدها هذا من

جهة، كما أن الحكومة تستطيع مراقبة جودة البضاعة ومصدرها من خلال العلامة وبالتالي حماية المستهلك في الأخير وهذا هو الأساس .

- **أهمية الدراسة :** تكمن الأهمية في طرح منظور جديد لدراسة موضوع العلامات والمتمثل في التطرق للجانب العملي لها، باعتبارها الوسيلة المثلى لتميز المعروض من السلع والتي تساعد المستهلك للاختيار إحتياجاته ، مما يستوجب دراسة الظاهرة ومعرفة ما يتصل بها من أنظمة قانونية مختلفة ، كقانون العلامات وقانون حماية المستهلك وقمع الغش، وقانون العقوبات وغيرها بالإضافة إلى الوسائل المستعملة في ذلك كالإعلام، والمصالح والأجهزة المتعددة كجمعيات حماية المستهلك مع ربط ذلك بالأهداف المرجوة من العلامات.

- **أهداف الدراسة :** نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الإطار القانوني الذي وضعه المشرع من أجل تنظيم عملية إستعمال العلامات حتى تبقى تحت المراقبة نظرا لأهميتها بالإضافة إلى معرفة وسائل الحماية القانونية التي تكفلها العلامة ومدى فعاليتها في حماية المستهلك كونها وسيلة من وسائل إعلامه .

- **صعوبات الدراسة:** لا يخلو أي بحث علمي من صعوبات تواجه الباحث تحول دون قيامه بدراسته بالشكل المرغوب فيه، ومن بين الصعوبات التي تم مواجهتها في هذا البحث صعوبة الحصول على المادة العلمية وخاصة في القانون الجزائري ، وكون أن أغلب الدراسات التي عالجت موضوع العلامة و المستهلك هي دراسات اقتصادية بحتة بعيدة عن الدراسات القانونية وهذا ما شكل صعوبة الإلمام بالموضوع محل الدراسة، بالإضافة أيضا أن ما تحصل عليه من دراسات في الموضوع هي قديمة ولا تساير التعديلات الأخيرة في التشريعات .

- **منهج الدراسة :** لمعالجة هذا النوع من المواضيع تم الاعتماد على المنهج التحليلي الإستنتاجي، وذلك بجمع النصوص المتعلقة بالعلامات وتحليلها والخروج ببعض الاستنتاجات حول إحاطة المشرع بتنظيم العلامات وحمايتها خاصة ما يتعلق منها بالنصوص المتعلقة بإلزامية تسجيل العلامات ، وما يتعلق كذلك بتشديد العقوبات المقررة جراء الاعتداء على

العلامات لما لهذه الأخيرة من أهمية في مجال الأعمال ، وفي حياة المستهلك ، والمنهج المقارن للمقارنة بين نصوص المواد القانونية في الأمر57/66 الملغى، والأمر06/03 المتعلق بالعلامات الحالي ، وكذلك المقارنة في الحماية الدولية للعلامة التجارية بين اتفاقية باريس واتفاقية تربس TRIPS ، أما خطة البحث المعتمدة في دراستنا للإشكالية المطروحة ومعالجة مختلف جوانبها تم تقسيم الدراسة إلى فصلين :

الفصل الأول والمعنون بـــ : الحماية القانونية للعلامة التجارية ، تناولنا فيه اكتساب الحق في ملكية العلامة في المبحث الأول، أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى حماية الحق في العلامة التجارية وطنيا ودوليا.

الفصل الثاني والمعنون بـــ : دور العلامة التجارية في حماية المستهلك ، تناولنا فيه حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة في المبحث الأول، أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى الحماية القانونية من تقليد العلامة كحماية للمستهلك .

الفصل الأول :

الحماية القانونية للعلامة التجارية .

الفصل الأول : الحماية القانونية للعلامة التجارية .

إن الأهمية الإقتصادية للملكية الصناعية أدت إلى تكوين لإطار قانوني قصد حمايتها أكثر فأكثر، فمنذ أن ظهرت القوانين التي تنظم الملكية الصناعية سعت دائما إلى اشتراط إلزامية صحة عناصرها ولكي تتحقق هذه الصحة يجب الحصول عليها بطريقة قانونية.

وعليه فلكي تقوم هذه الحقوق بدرها الإقتصادي المنشود، بواسطة الأستغلال الذي يحافظ على مصدر الربح المادي وديمومته، بإعتبار أن عنصر الأستغلال يعد من أهم الآثار المترتبة عن اكتساب حقوق الملكية الصناعية، والمؤثر المباشر على النمو كانت الحماية بالتسجيل (الحماية الإدارية) شرطا لمزاولة هذا الأستغلال ، وذلك بتسجيل لدى الهيئة القانونية المختصة والحصول على الحق الإستئثاري بالإستغلال، ولتتحقق الحماية القانونية أستوجبت التشريعات توفر شروطا قانونية مسبقة، لإضفاء الصحة على حق الملكية الصناعية وقــد تكون شروطا تــمس بالجانب الموضوعي، أو شروطا متعلقة بالجانب الشكلي [1] .

وبما أننا قلنا أن العلامة التجارية عنصر من عناصر الملكية الصناعية ، فهذا يعني أن الحق في العلامة حق معنوي على شيء معنوي (غير مادي)، له قيمة مالية تمكن صاحبها من إحتكار إستغلاله إقتصاديا،[2] فالتساؤل المطروح هنا متى ينشأ الحق في العلامة ؟ وكيف يتم حمايته؟.

1/ نعمان وهيبة ، إستغلال حقوق الملكية الصناعية والنمو الإقتصادي ،رسالة ماجستير، جامعة الجزائر بن عكنون ، كلية الحقوق،السنة:2009–2010 ،ص 20.

2/ كحول وليد ، العلامات ووسائل حمايتها في التشريع الجزائري،رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية الحقوق، السنة: 2007–2008 ،ص 48.

لإجابة على هذه التساؤلات تناولنا في المبحث الأول، الحق في العلامة (الشروط الموضوعية والشكلية ، وأثاره) ، وفي المبحث الثاني تحثنا عن وسائل حماية الحق في العلامة وطنيا ودوليا .

المبحث الأول: الحق في العلامة التجارية .

يشترط القانون لصحة العلامة توفر جملة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها ، وتميزها عن باقي العلامات الأخرى وبالتالي القدرة على منع الخلط بين السلع أو الخدمات التي يستعملها صاحب العلامة، وبين السلع والخدمات المماثلة لها والتي يستعملها باقي المنافسين ، هذا من جهة ومن جهة أخرى يشترط القانون جملة من الشروط الشكلية التي تضفي على العلامة طابعا رسميا، أي تجعلها في قالب معترف به قانونا وبالتالي تستفيد من الحماية القانونية الكاملة، وذلك بعد التسجيل الذي يمر بمراحل تقديم الطلب ، ثم بحث توافر الشروط الشكلية والموضوعية وقبوله أو رفضه وبيان أسبقيته ، وهذا ما سنتناوله في المطلب الأول ، وبعد توافر الشروط في العلامة تنتج آثار عن تسجيلها وهذا ما سنتناوله في المطلب الثاني.

المطلب الأول:الشروط الموضوعية والشكلية للعلامة التجارية .

إن الجانب الأول من الشروط الواجب توفرها، وحتى يستأثر صاحب العلامة بالحق في العلامة، هي الشروط الموضوعية التي تتعلق بموضوع العلامة في حد ذاتها، وهي يجب أن تكون العلامة مميزة ، ويجب أن تكون جديدة ، وأن لا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة ، وهذا ما سنتطرق إليه في الفرع الأول ، أما الفرع الثاني فخصصناه للشروط الشكلية ، فالموضوعية وحدها لا تكفي لتصبح العلامة متمتعة بالحقوق القانونية ، وهذه الشروط الشكلية تتواجد بالتوازي مع الشروط الموضوعية ، لذلك نجد أن المشرع الجزائري

نص على إجراءات دقيقة في مجال إيداع العلامة وتسجيلها ونشرها، لكن كل هذا لا يمكن إتمامه إلا لدى هيئة مختصة ، ينبغي تحديدها لإزالة الغموض نظرا للتطور التشريعي الذي عرفته هذه المسألة .[1]

الفرع الأول : الشروط الموضوعية للعلامة التجارية .

كما قلنا سابق أن الشروط الموضوعية للعلامة ، هي أن تكون جديدة ومميزة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة .

أولا : أن تكون العلامة مميزة .

بالعودة إلى الأحكام القانونية في هذا الصدد نجدها صريحة إذ تنص المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أن: " ....1- **العلامات:** كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي .....، التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".[2] فهي تشترط أن تكون جميع السمات قادرة على تميز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها ، وبمفهوم المخالفة فإنه لا تتمتع بالحماية القانونية العلامة التي تمثل شكلا شائعا أو بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات [3]،لأن ذلك يعيق النشاط التجاري أصلا إذا ما أعطى القانون لصاحب مثل هذه العلامات الحق في إحتكارها واستغلالها .

1 / كحول وليد ، المرجع السابق ،ص55.

2/ الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، الصادرة في 23 جويلية 2003، العدد 44 ، المرجع السابق .

3/ فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري المحل التجاري والحقوق الفكرية ، القسم الثاني ، الحقوق الفكرية ، إبن خلدون للنشر والتوزيع ، وهران ، سنة 2001، ص 222.

والقانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة ، لم يقصد أن تتضمن العلامة شيء أصيلا ، مبتكرا لم يكن موجودا من قبل وإنما أن تكون مميزة بما يجعله قابلة للتميز عن غيرها من العلامات [1]، لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين ، فيمكن أن تكون تسمية بسيطة كافية لأن تؤدي الغرض من العلامة ،إذا كانت تسمح بتميز السلع عن غيرها المشابهة لها، وقد يتبادر للذهن أن صفة المميزة الواجب توفرها في الماركة (العلامة) لكي تعتبر صحيحة ، إنما تعادل صفة الإبداع بمعنى أنه، يجب أن تقدم الإشارات بشكل مبدع لكي يمكن تفريقها عن غيرها كما هي الحال في الإبداع المطلوب لإستحصال على براءة الاختراع ، إنما بشكل فقط يميزها عن غيرها بصورة بسيطة ، فالأمر لا يتعدى إمكانية التميز بين سلعة وأخرى ، وعدم وجود التباس يوقع الجمهور في الغلط فالماركة تقوم للدلالة على السلع ولتسليط الأضواء على نوعيتها وليس لجهة الإبداع الموجودة بهذه الماركة وغير موجودة في غيرها وعليه فإن الإبداع في هذا الإطار يعني فقط الدلالة والإشارة وليس العبقرية والعطاء الفريد الذي ليس له مثيل .[2]

فلا يهم أن تكون الماركة المستعملة هي نتاج عمل مبدع بل يكفي أن تكون معروفة بشكل عام ومستعملة باللغة العادية، فلا لزوم بوجود الإبداع إنما يكفي أن تكون العلامة مميزة بشكل يعرفها عن غيرها ، تحت طائلة البطلان.

1 / سمير جميل حسن الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، سنة 1985 ، ص 270.

2/ نعيم مغبغب ، الماركة التجارية والصناعية ،دراسة في القانون المقارن ، الطبعة الأولى ، بدون دار نشر ، سنة 2005 69 و70.

كما يجب إستبعاد العلامات النوعية les marques génériques،[1] إي العلامات المكونة من سمة من السمات التي يتطلبها بصورة طبيعية المنتوج – أو الخدمة – المراد تميزه أي التي تدل على نوع السلعة فقط ، مثلا استخدام صورة تفاح على عصير تفاح .

ولا يعتد القانون أيضا بالعلامات الوصفية les marques descriptives، والتي تتكون من بيانات تدل على صفة السلعة ، سواء من حيث مقدارها أو جودتها أو مصدرها وهذه البيانات لا تعد علامة لأن كل تاجر منافس له الحق في استخدام نفس البيانات والدلالات .

وأيضا لا تكون علامة الرموز أو التسميات الضرورية signes nécessaires، التي تتكون من التسمية العادية للسلعة ،أو الخدمة والتي تكون ضرورية لاستعمالها من طرف المتعاملين من أجل التعريف بسلعهم أو خدماتهم وعرضها ،لأنه لا يمكن منع الغير من إستعمال مثل هذه التسميات الضرورية في النشاط والتي أعتادها المستهلك.[2]

ثانيا : أن تكون العلامة جديدة .

يجب أن تكون العلامة التجارية جديدة أي لم يسبق استعمالها من قبل شخص أخر ، أن الغاية الأساسية من العلامة التجارية كما رأينا سابقا ، هي تميز المنتوجات للحؤول دون الخلط بينها وبين منتوجات مماثلة لذلك يجب، أن تكون العلامة التي يضعها التاجر أو الصانع على منتوجاته جديدة، وبالتالي لا يمكنه أن يستعمل علامة تجارية لمنتوجاته ، إذا كان قد سبق إستعمال ذات العلامة من قبل تاجر أخر بالنسبة للسلعة معينة مماثلة أو شبيهة لسلعة التاجر الأول أو حتى من صنفها، فلا يجوز بالتالي استعمال العلامة التجارية المميزة

1 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 223و224.

2 / كحول وليد ، المرجع السابق ،ص 50.

لماركة (علامة) سيارات لتميز ماركة سيارات أخرى من السيارات، إذا أن أولوية الاستعمال هي من شروط ملكية العلامة الفارقة (المميزة).[1]

غير أن إستعمال علامة تجارية لتميز سلعة معينة لا يمنع استعمالها لتميز سلعة أخرى لا تماثلها أو لا تشابهها بل تكون بعيدة عن صنفها وطبيعتها لأنه لا ينشأ عن هذا الاستعمال أي خلط أو التباس في ذهن الجمهور، حتى لو حملت ذات العلامة التجارية ،وهذا ما أشرنا إليه في الفقرة السابقة .

إذا تبين أن المعيار الأساسي لاعتبار إستعمال العلامة من قبل شخص أخر جائز أم لا هو في إمكانية خلق الالتباس في الذهن بين السلعتين أو المنتجين أم لا، فإذا تبين أن استعمال العلامة التجارية من شأنه خلق مثل هذا الالتباس توجب عدم استعمالها من قبل شخص أخر وإلا فلا.

وتجدر الإشارة أيضا على أنه يجوز إعتبار العلامة الجديدة حتى ولو سبق واستعملت من قبل شخص أخر ثم تخلى عن استعمالها فترة من الزمن ، أو إنتهت مدة الحماية القانونية ولم يتقدم صاحبها بطلب تجديد هذه المدة (سيتم شرح ذلك لاحقا)، عندئذ يحق للغير أن يستعمل هذه العلامة شرط أن لا تكون فقدت صفتها المميزة وأصبحت في الملك العام وأصبح بالتالي إستعمالها مباحا للجمهور، إذ لا يجوز عندئذ لشخص واحد أن يحتكر استثمارها .

1/ القاضي أنطوان الناشف ، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد دراسة تحليلية شاملة ، القوانين، الإجتهادات ، الدراسات ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان ،سنة 1999، ص 139.

كما ترتبط أيضا جدة العلامة التجارية بمكان استعمالها وقدر الصفة النسبية لهذه الجدة بالنظر لإقليم الدولة بكامله وليس بالنظر إلى مكان إنتاجها ، لأن تصريف المنتجات لا يقتصر على مكان إنتاجها بل يشمل إقليم الدولة بأسره.[1]

إن المشرع الجزائري لم يشترط أن تكون العلامة جديدة ، صرحتا في الأمر المتعلق بالعلامات ولكن يمكن أن نستشف ذلك من خلال المادة السابعة 07 فقرة 09 .

من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، والتي تنص على أنه: " ....09- الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل شمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا ".[2]

هنا حسب نص هذه المادة تستثنى من التسجيل ، أي أنه بمفهوم المخالفة ، يتم تسجيل الرموز غير المطابقة ولا المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل ، بمعنى أنه لا يقبل بعلامة ليست جديدة عن تلك التي تم إيداع طلب تسجيلها ، ومن باب أولى تلك التي تم تسجيلها والتي تتمتع بالحماية القانونية .

بالإضافة إلى ذلك فإنه يمكن استعمال نفس العلامة لتميز سلع أو خدمات أخرى مختلفة عن السلع أو الخدمات التي تستعمل فيها تلك العلامة لذلك فمبدأ الجدة كشرط موضوعي نسبي وليس مطلق[3].

1/ القاضي أنطوان الناشف ، المرجع السابق ، ص 140.

2/ الأمر 06/03 ،المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003، المتعلق بالعلامات التجارية ، مرجع سابق.

3/ سمير جميل حسن الفتلاوي ، المرجع السابق ، ص 282.

فالجدة نسبية في مجال العلامات ، والمقصود هنا ليس الجدة في أنشاء أو خلق العلامة وابتكارها ، كما هو الشأن في مجال براءات الاختراع وكذلك الرسوم والنماذج الصناعية لكن الجدة هنا هي الجدة في الاستعمال ، كما يمكننا القول بأن شرط الجدة يبقى متوافر في العلامة، إذا ما استعملت في سلع أو خدمات مختلفة ، وهذا ما أشرنا إليه سابقا وهذا أيضا ما يفهم من المادة 09 فقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، حيث تنص على أنه: "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها".[1]

هذا يعني أن استخدام علامة لتميز السلع أو الخدمات التي عينها صاحب العلامة عند تسجيله لعلامته ، لا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتميز سلع أو خدمات مختلفة المهم أنه عند وضع طلب تسجيل العلامة ،ألا يكون عليها أي حق من أي منافس في نفس مجال أو ميدان النشاط حتى تعتبر علامة جديدة، وتستثنى العلامات المشهورة ،لأنها تخص بحماية دولية ووطنية دون أن تكون مسجلة أو مودعة .[2]

ثالثا : أن تكون العلامة مشروعة .

يجب أن تكون العلامة التجارية مشروعة غير مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة[3] لكن لا يوجد معيار ثابت للنظام العام والآداب العامة فهو يختلف من مجتمع للأخر، فهي ترتبط بالدين والعادات والأعراف والتقاليد وعليه يمكن أن يتعرض التاجر أو الصانع

1/ أنظر المادة 09 من الأمر 06/03 ، المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، مرجع السابق .

2 / كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 52.

3/ القاضي أنطوان الناشف ، المرجع السابق ، ص 141.

الأجنبي لرفض طلب إيداع علامته إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر مثلا ولو كانت التسمية أو الرمز المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة[1] في بلاده.

لكن شرط أن تكون العلامة مشروعة وغير مخالفة للنظام العام هو شرط ثابت فستنتج هذا الشرط من خلال قراءتنا للمادة 81 من القرار 1924/2380 الصادر في 17 كانون الثاني 1924 المتعلق بنظام حقوق الملكية الصناعية والتجارية اللبناني السوري والتي تنص على أنه:" يجب أن لا يمثل في الماركة (العلامة)، لا الوسامات الوطنية ولا الأجنبية ولا أن يذكر فيها كلمة أو إشارة أو رموز ثوري أو مخالف للنظام العام والآداب العامة ، مما يعني أن العلامة يجب أن تكون مشروعة وإلا كانت باطلة .

وكذلك نص المادة 06 من أتفاق إتحاد باريس الصادرة بتاريخ 03 آذار 1883 (اتفاقية دولية عام 1883 ، هو الذي وضع مبدأ الحماية الدولية للماركات المودعة حسب الأصول في دول الإتحاد)، على اعتبار الماركة غير صحيحة إذا كانت مخالفة للأخلاق السليمة والنظام العام ، ويجب أن لا يكون من شأن الماركة خداع الجمهور،[2] كذلك القانون المصري رقم 57 الصادر بتاريخ 1939 المعدل بالقانون 205 لعام 1957 :" كل تعبير أو رسم أو علامة مخلة بالآداب أو مخالفة للنظام العام والعلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصفة الدينية البحتة ".

ولقد كان المشرع الجزائري صريحا ، حينما نص في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، على وضع قيود واستثناءات على العلامات التي يتم طلب تسجيلها حيث جاء في الفقرة 04 من المادة السابعة :"....04- الرموز المخالفة للنظام العام ولآداب العامة

1/ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 228.

2 / نعيم مغبغب ، المرجع السابق ، ص 58.

والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها."[1]

وبالرجوع أيضا إلى نص المادة 13 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 نجدها تخضع التسجيلات الدولية للعلامات إلى الفحص التلقائي، وذلك من أجل التحقق من أنها غير مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب ، من الأسباب المذكورة في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وعلى كل حال لا يجوز تسجيل العلامات التي تتكون من الرموز المستثناة من التسجيل طبقا لنص المادة السابعة من الأمر06/03 المتعلق بالعلامات سابق الذكر.[2]

الفرع الثاني : الشروط الشكلية .

كما أشرنا سابقا أنه يجب توافر شروط شكلية ، إلى جانب الشروط الموضوعية ويتم تسجيل العلامة لدى هيئة مختصة ، وفق إجراءات شكلية وأحبت الإتباع لإتمام تسجيل العلامة.

أولا : تحديد الهيئة المختصة بتسجيل العلامات .

أنشئ المكتب الوطني للملكية الصناعية (O.N.P.I) بمقتضى الأمر 248/63 ،وكانت صلاحيته تشمل كافة الملكية الصناعية والتجارية .ثم أنشئ المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية بناء على الأمر 62/73 .وبذلك تحولت اختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية في ميدان الملكية الصناعية إلى المعهد الجديد ،أما المكتب الوطني

1 / الأمر06/03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، المرجع السابق .

2/ أنظر المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها ، الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 07 أوت 2005 ، العدد 54 .

للملكية الصناعية فأصبح يسمى بالمركز الوطني للسجل التجاري (CNRC) ،انحصرت اختصاصاته في كل ما يتعلق بالسجل التجاري رغم أن المشرع الجزائري تدخل مرة أخرى للقيام بتعديل جوهري الهدف منه تحويل كافة صلاحيات المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي المتعلق بالعلامات والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ،إلى المركز الوطني للسجل التجاري يجب الإشارة فقط أن هذه التغيرات حدثت بموجب المرسوم رقم :248/86 المؤرخ في 30 سبتمبر سنة 1986 المتضمن نقل الوصاية على المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية .

في المادة الثالثة منه والتي تنص:" تحول الأعمال الرئيسية والمتعلقة المتعلقة بعلامات الطراز، والرسوم، والنماذج ،والتسميات الأصلية الواردة ..... إلى المركز الوطني للسجل التجاري ،طبقا للتشريع والتنظيم المعمول به [1]، وأيضا المرسوم رقم:249/86 المؤرخ في 30 سبتمبر سنة 1986، يحول إلى المركز الوطني للسجل التجاري الهياكل والوسائل والأملاك والأعمال والمستخدمين الذين كان يحوزهم أو يسيرهم المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية فيما يخص علامات الطراز والرسوم والنماذج والتسميات الأصلية ، وهذا حيث نص المادة الأولى منه، وبالتالي كان على صاحب العلامة آنذاك إتمام الإجراءات الخاصة بالإيداع لدى المركز المكلف بالسجل التجاري ؛ لكن الأمر أختلف منه صدور المرسوم التنفيذي 68/98 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانون الأساسي.

1/ المرسوم التنفيذي رقم 248/86 المؤرخ في 30سبتمبر سنة1986 المتضمن نقل الوصاية على المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية الصادر بتاريخ 01 أكتوبر سنة 1986 ،الجريدة الرسمية العدد 40 .

إذا على كل من يرغب في إيداع علامة أن يستكمل الإجراءات المطلوبة قانونا لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لأنه الهيئة المكلفة بكافة الملكية الصناعية ما عدا التقييس.[1]

وقد نصت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم: 68/98 :" على أن المعهد لوطني الجزائري للملكية الصناعية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المدنية و الاستقلال المالي وتدعى في طلب النص المعهد[2]."

ويمارس المعهد صلاحياته تحت وصاية وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة وفي إطار المهام الموكلة إليه يقوم بدراسات طلبات الإيداع للعلامات ثم ينشرها ويسجل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية وعقود التراخيص وعقود بيع هذه الحقوق .

ثانيا : إجراءات تسجيل العلامة .

يمكن أن يكون طالب تسجيل العلامة جزائريا ،أم أجنبيا إلا أن المشرع أشترط في حالة عدم إقامة صاحب طلب تسجيل العلامة في الجزائر ،أن يمثله لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وكيل ،وأن يصحب ذلك الطلب الوكالة وهذا ما تنص عليه المادة 06 والمادة 07 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05.

وتتمثل إجراءات تسجيل العلامة في ما يلي :

1 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 233.

2 /المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21فيفري 1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانون الأساسي . الجريدة الرسمية الصادرة في 01 مارس 1998، العدد 11.

أ- **الإيداع :** تجدر الإشارة هنا إلى التفرقة بين الإيداع والتسجيل ،وعدم الخلط بينها لأن المشرع الجزائري ميز في الباب الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 277/05،[1] بين كل من الإيداع والفحص والتسجيل وخص كل منها بنصوص قانونية مختلفة فالإيداع يتمثل في تقديم طلب إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بينما التسجيل يأتي بعد التحقق من أن الإيداع استوفى الشروط القانونية (وذلك بعد الفحص) وسنرى ذلك لاحقا .

إذن يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة ، ويتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ،أو يرسل إليه عن طريق البريد أو بأي طريقة أخرى مناسبة تثبت الاستلام ، ويسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة، وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع ،[2]ويجب أن يحرر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة ، ويشترط أن يحتوي على بيانات إجبارية منها خاصة أسم المودع وعنوانه، بيان السلعة أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة أو الأصناف المقابلة للتصنيف المحدد قانونا [3]، تركيب أو ترتيب الألوان و كذا شكل المميز الخاص بالمنتوج أو شكله الظاهر، ولقد نصت المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 الذي يحدد كيفيات إيداع وتسجيل العلامة حيث يتضمن طلب تسجيل العلامة ما يلي:

1- طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن أسم المودع وعنوانه الكامل .

1/ المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 ، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها ، مرجع سابق.

2/ انظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 ،الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات مرجع سابق.

3/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق ،ص 235.

2- صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية،[1] وإذا كان اللون عنصر مميز للعلامة ،ويشكل ميزة للعلامة على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة.

3- قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات .

4- وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة.

ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة الطلب المذكور أعلاه، كما يجب أن يرفق الطلب بوكالة المسلمة للوكيل، وفي حالة تمثيل أصحاب طلبات التسجيل المقيمين في الخارج هذا طبقا لنص المادة 06 من المرسوم التنفيذي ورقم 277/05.

ب- فحص الإيداع : يقوم المعهد الوطني الجزائري بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون فإذا كان الفحص إيجابيا من الناحيتين يعد الإيداع مقبولا.

- **من ناحية الشكل** : يتم فحص الإيداع إذا كان مستوفيا للشروط القانونية في المواد 04 إلى 07 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05، لكن الملاحظ هنا أنه في حالة عدم أستفاء الإيداع لهذه الشروط ، فالمادة 10 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر منحت للمودع مهلة شهرين من أجل تسوية طلبه ، وفي حالة عدم قيام المودع بالتسوية خلال هذه المدة المحددة قانونا، فأنه يتم رفض طلبه للتسجيل العلامة .

كما يمكن تمديد الأجل عند الاقتضاء لنفس المدة بناءا على طلب معلل من طرف صاحب الإيداع ، أما في حالة رفض الطلب لا تسترد الرسوم المدفوعة .

1/ مقاس الإطار المحدد في النموذج الرسمي الذي تسلمه المصلحة المختصة أي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية هو (09 ×09 سم).

بالنسبة للعلامات الدولية ، والتي تمتد حمايتها للجزائر في إطار الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر ، فهي تخضع للفحص التلقائي من أجل التحقق من أنها غير مستثناة من التسجيل لسبب ،أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، هذا طبقا لنص المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم: 277/05، وبالنسبة للمهلة فقد حددت المادة مهلة شهرين لصاحب التسجيل الدولي لتقديم ملاحظاته ،في حالة ما إذا كان الفحص سلبيا، كما يمكن تمديد الأجل عند الاقتضاء لنفس المدة بناءا على طلب معلل من طرف صاحب الإيداع. [1]

- **من ناحية المضمون:** إن المصلحة المختصة تنتقل لفحص المضمون إذا كان الفحص الشكلي إيجابيا ، وذلك بالبحث فيما إذا كانت العلامة المودعة مطابقة للقانون أم لا ، أي أنها ليست مستثناة من التسجيل لأي سبب من الأسباب المذكورة في المادة 07 من الأمر 06/03 [2]، كما أشرنا سابقا بالنسبة للعلامات الدولية ، وعند التأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض فإن المصلحة تقوم بتسجيل العلامة .[3]

إذا كان فحص الإيداع إيجابيا من الناحيتين الشكلية والمضمون ، فإن الهيئة المختصة تقوم بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع ، ساعته ومكانه ، وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم

1/ انظر المادة 13 فقرة 03 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها ، مرجع سابق

2 /انظر المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات مرجع سابق.

3 /انظر المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 ، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات مرجع سابق.

ونظرا للبيانات المدرجة فيه ، تحتل هذه الوثيقة مكانا خاصا لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين مودعين .[1]

ج- التسجيل: وهو أهم إجراء ، ويقصد بالتسجيل Enregistrement القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حيث تقيد عناصر الملكية الصناعية في فهرس خاص أي في الدفتر العمومي الذي يمسكه المعهد والذي يذكر فيه كافة العلامات التجارية والصناعية أو علامات الخدمة ،وكذا الرسوم والنماذج الصناعية والاختراعات وتسميات المنشأ، ويتضمن بصورة إجبارية نموذج عناصر الملكية وكافة البيانات الخاصة بالتسجيل حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج بها في مواجهة الغير.[2]

د- النشر: فيما يخص النشر la Publication يتكفل به المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويقصد به عملية شهر إيداع عناصر الملكية الصناعية ، في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية وتقع مصاريف النشر على عاتق المؤسسة أو صاحب عنصر الملكية الصناعية .

المطلب الثاني: آثار تسجيل العلامة التجارية .

يترتب على تسجيل العلامة منح شهادة تسجيل تعتبر بمثابة سند لملكية العلامة وتكون هذه العلامة حجة على الغير بمجرد نشرها مع ما يترتب على ذلك من حق في الحماية المقررة في الأمر 06/03 ، لذا سنتناول في هذا المطلب على إكتساب الحق في العلامة

1/ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 235.

2/ بلقاسمي كهينة ، أستقلالية النظام القانوني للمكية الفكرية ،(مذكرة ماجستير)، جامعة الجزائر بن عكنون ، كلية الحقوق،(2008-2009)،ص 58.

التجارية هذا في الفرع الأول ، أما الفرع الثاني فسنتحدث عن انقضاء الحق في العلامة التجارية .

الفرع الأول : إكتساب الحق في العلامة التجارية.

يمنح تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها وحق التصرف فيها.

أولا : احتكار استغلال العلامة : طبقا للمادة 09 من الأمر 06/03 فإن تسجيل العلامة يخول لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها ، لكن متى يبدأ هذا الحق وما مدته.

طبقا للمادة 05 من الأمر فإن الحق في العلامة يبدأ بتسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، تحدد مدة التسجيل ب 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتدءا من تاريخ إيداع الطلب ، وهي نفس المدة التي نص عليها الأمر 57/66 السابق.

أما بالنسبة للاتفاقية تربس فقد حددت أقل مدة حماية بسبع سنوات ويحق لصاحب العلامة تجديدها في كلا القانونين (أمر 06/03،واتفاقية تربس)، مرة أو عدة مرات متوالية إلى أجل غير مسمى ،ويجري التجديد ابتدءا من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل وطبقا للمادة 06 من الأمر 06/03 فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي أستوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه.[1]

1 / بساعد سامية ، حماية العلامة التجارية في أمر 06/03 ومدى تطابقه مع إتفاقية تربس ، (مذكرة ماجستير) ،جامعة لجزائر ، بن عكنون،كلية الحقوق،(2009/2008)، ص 58.

وتجدر الإشارة أن هذه الحقوق ترد عليها استثناءات سواء في أمر 06/03 أو في اتفاقية تربس ، إذ ينص أمر06/03 على أن تسجيل العلامة لا يخول لصاحبها الحق في منع الغير من أن يستخدم تجاريا وعن حسن نية:[1]

01- أسمه وعنوانه وأسمه المستعار .

02- البيانات الحقيقية المتصلة بالصنف أو الجودة أو الكمية أو الوجهة أو القيمة أو مكان المنشأ أو فترة إنتاج هذه السلعة أو أداء هذه الخدمات على أن يكون هذا الاستعمال محدود أو مقتصر لأغراض التعريف أو الإعلام فقط وفقا للممارسات النزيهة في المجال الصناعي أو التجاري ، كما تنص اتفاقية تربس على جواز منح استثناءات محدودة من تلك الحقوق شريطة مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة والغير (العبارات الوصفية مثل التعريف ، والموصفات ،ودرجة الجودة ، الأسماء الشخصية ،والأسماء الجغرافية ، ومنشأ السلعة).[2]

ثانيا: حق التصرف في العلامة :بعد تسجيل العلامة من طرف المعهد ، يترتب لصاحبها الحق في استغلالها، كما يخول ذلك الحق التصرف فيها كما قلنا سبقا ، وما أن العلامة تعتبر عنصر من عناصر المحل التجاري فهناك اختلاف فقهي حول إمكانية التصرف في العلامة بصورة مستقلة عن المحل التجاري ، أم يجب أن يكون ذلك مرتبط بالمحل التجاري.

- **الرأي الفقهي الأول:** تبنى فكرة التصرف في العلامة وحدها دون أن يرتبط ذلك بالمحل التجاري ، على أساس أن التصرف فيها على حدى ،لا يؤدي إلى خطر غش الجمهور أو تظليله .

1/ أنظر المادة 10من الأمر06/03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، مرجع سابق.

2/ بساعد سامية ، المرجع السابق ، ص 60.

- **الرأي الفقهي الثاني:** يذهب إلى عدم جواز التصرف في العلامة بصورة مستقلة عن المحل التجاري وجعلته مرتبطا به ارتباطا وثيقا إذ جعلت العلامة تدور وجودا وعدم مع المحل التجاري،[1] ويبررون ذلك بالقضاء على اللبس أو الغش الذي قد يقع فيه المستهلكون في تحديد مصدر إنتاج هذه السلع أو الخدمات أو مصدر بيعها ، إذ يعتقدون بأن السلع أو الخدمات التي تحمل ذات العلامة لا تزال تابعة للمحل التجاري ، وبالتالي يقعون في لبس حول مصدر تلك السلع والخدمات .

- **الرأي الفقهي الثالث** : اخذ موقف وسطا بين الاتجاهين السابقين ،إذ يرى بأنه يجوز التصرف في العلامة بصورة مستقلة عن المحل التجاري، بشرط أن لا يحدث التصرف لبسا يؤدي إلى خداع المستهلكين ، بشأن علاقة السلع والخدمات التي تحمل العلامة المتصرف فيها والمحل التجاري،[2] وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري وما يمكن أن نستشفه من المادة 14 والتي تنص : "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها.[3] يعد انتقال الحق بالطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية.

1 / صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان ، سنة 2006،ص 210.

2/ المرجع نفسه ،ص 357.

3 / الأمر06/03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، مرجع سابق.

الفرع الثاني : إنقضاء الحق في العلامة التجارية.

نص المشرع الجزائري على جملة من الشروط، التي يجب توفرها لكي يكتسب صاحب العلامة حقا قانونيا في علامته ، وإلى جانب ذلك بين الحالات التي ينقضي فيها هذا الحق حيث ينقضي الحق في العلامة إما بإرادة صاحبها أو بغير إرادته.

أولا: الإنقضاء بإرادة صاحب العلامة: وهذا يكون بالعدول طبقا للمادة 19 من الأمر 06/03 ، والذي كان معروفا من قبل بالتخلي في المادة 20 من الأمر57/66 ، وعليه فيمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها وأحالت المادة 19 من الأمر06/03 تحديد كيفيات العدول إلى التنظيم بعدما كانت تبينه أحكام المادة 21 من الأمر 57/66 بدقة.[1]

ويتم العدول سواء كان جزئي أو كلي بالتسجيل لدى المصلحة المختصة بناء على طلب المالك، وفي حالة ما إذا قدم طلب العدول من قبل وكيل ، فيجب أن يرفق الطلب بوكالة خاصة تكون مؤرخة وممضاة ، تتمن أسم الوكيل وعنوانه، ويجب أن يقيد في سجل العلامات ، بحيث أنه لا يكون العدول نافذا في الغير إلا بعد تسجيله.[2]

ثانيا: الانقضاء خارج عن إرادة صاحب العلامة: ويكون بالإبطال أو الإلغاء.

01- **الإبطال** : يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة ، وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير إذا تبين وجود سبب من الأسباب المذكورة في الفقرات من

1/ بساعد سامية ، المرجع السابق ، ص 61.

2/ انظر المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها ، الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 07 أوت 2005 ، عدد 54 .

(01إلى 09) من المادة 07 من الأمر 06/03 ، غير أنه إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها ، فلا يمكن إقامة دعوى الإبطال ، ويسري الإبطال بأثر رجعي أي من يوم تسجيل العلامة ، وتتقادم دعوى الإبطال ب05 سنوات إبتداءا من تاريخ تسجيل العلامة[1] باستثناء طلب التسجيل الذي يتم بسوء نية ونشير أنه إذا توفرت شروط الإبطال بالنسبة لجزء من السلع أو الخدمات ، فإن الإبطال لا يشمل إلا ذلك الجزء من هذه السلع أو الخدمات فقط دون الأخرى ، ويكون الإبطال بموجب حكم قضائي ويقيد هذا الأخير وجوبا في سجل العلامات ، هذا ما نصت عليه المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 ، كما ينشر في النشرة الرسمية وهذا ما نصت عليه المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم :277/05 أيضا.

02- **الإلغاء** : هذا الطريق للانقضاء الحق لم يكن معروفا في الأمر السابق أي الأمر 57/66 . وقد نصت عليه المادة 21 من الأمر 06/03 ، إذ للجهة القضائية إلغاء تسجيل العلامة إما بناء على طلب المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ بسبب من الأسباب المذكورة في المادة 07 (الفقرة 03 والفقرات 05،06،07) من الأمر 06/03، وإما بطلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا لما نصت عليه المادة 11 من الأمر 06/03 وهي 03 سنوات دون انقطاع ،[2] وإذا توفرت شروط الإلغاء المنصوص عليها في المادة 21 من الأمر 06/03 في جزء فقط من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة فإن الإلغاء لا يشمل إلا ذلك الجزء فقط من السلع أو الخدمات دون الأخرى ، وطبقا للفقرة الثانية من المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 فإن الحكم

1/ أنظر المادة 20 من الأمر06/03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، مرجع سابق.

2 /انظر المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات مرجع سابق.

القضائي النهائي القاضي بإلغاء العلامة لابد من تسجيله في سجل العلامات ونشره في النشرة الرسمية.[1]

بالإضافة إلى ما ذكرناه بالنسبة لإلغاء العلامة العادية فإن العلامة الجماعية يمكن إلغائها أيضا من الجهة القضائية المختصة بناء على طلب تقدمه لها المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلامة ،وعندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال وعندما يستعمل مالك العلامة استعمالا من شأنه تظليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدمات التي سجلت العلامة بشأنها وهذا ما نصت عليه المادة 15 من الأمر 06/03.

ولعل الفرق بين الإبطال والإلغاء أن الإبطال يكون بأثر رجعي أما الإلغاء فيسري أثره من يوم صدور قرار الإلغاء ، كما أن سبب الإلغاء ينشأ بعد تسجيل العلامة أما سبب الإبطال فيكون قبل تسجيلها ثم أن دعوى الإلغاء لا تتقادم لأنها عكس دعوى البطلان،[2] ونشير أنه لا إلغاء لعلامة اكتسبت صفة التميز بعد تسجيلها هذا ما تنص عليه المادة 20 فقرة 01 الأمر 06/03، وتجدر الإشارة أن الإلغاء والإبطال يكون بموجب حكم قضائي أو على أساس دعوى من طرف المصلحة المختصة المتمثل في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو من الغير الذي له مصلحة في ذلك .

1/ انظر المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، مرجع سابق.

2/ بساعد سامية . مرجع السابق، ص 64 .

المبحث الثاني : الحماية الوطنية والدولية للحق في العلامة التجارية .

بعد توفر جملة الشروط الموضوعية والشكلية التي تضفي على العلامة التجارية طابعا رسميا و معترف بها قانونا تستفيد هذه الأخيرة من الحماية القانونية، وهذا ما سنتناوله في هذا المبحث ،حيث خصصنا المطلب الأول من هذا المبحث إلى الحماية الوطنية من خلال الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية، وفي المطلب الثاني تحدثنا عن الحماية الدولية وذلك من خلال كل من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والفكرية و اتفاقية تربس trips.

المطلب الأول : الحماية الوطنية للحق في العلامة التجارية .

تختلف حماية العلامة بحسب ما إذا كانت العلامة مودعة أم غير مودعة، فإذا كانت العلامة غير مودعة لا يجوز لصاحبها أن يتمتع إلا بالحماية المدنية، أو بتعبير آخر لا يتمتع بالحماية الجنائية، إلا إذا كانت مودعة وعلى ذلك يعاقب جزائيا الشخص الذي يعتدي على العلامة بأي وجه من أوجه الاعتداء، لكن يجوز كذلك لصاحب العلامة المودعة في هذه الحالة رفع دعوى مدنية مبنية على المنافسة غير مشروعة أو اغتصاب العلامة .[1]

الفرع الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية .

يجوز لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر الذي لحق به جراء تقليد علامة، أو تشبيهها مثلا وهو حق مكفول لصاحب علامة مودعة من جهة ولصاحب علامة غير مودعة من جهة أخرى، لذا سنتطرق أولا إلى حماية الحق في العلامة عن طريق دعوى الحق، وثانيا دعوى المنافسة غير المشروعة

1/ فرحة زراوي صالح .المرجع السابق ، ص 257.

أولا: حماية الحق في العلامة عن طريق دعوى الحق .

دعوى الحق هي قريبة الشبه بالدعوى العينية التي تحمي حقوق الملكية على الأشياء المادية والتي لا تشترط لقيامها ثبوت خطأ من طرف من قام بالاعتداء على الحق، فهي تهدف إلى وقف الاعتداء على الحق في العلامة المعتدى عليها وجبر الضرر الذي لحق من جراء هذا الاعتداء ولا يجوز مباشرتها إلا من طرف صاحب الحق ،[1] وعليه سنتناول أولا شروط إقامة دعوى الحق ثم الجزاءات المترتبة عن هذه الدعوى .

01- **شروط رفع دعوى الحق :** حتى يستطيع صاحب الحق رفع دعوى الحق ضد من قام بالإعتداء على الحق في العلامة يجب ان تتوفر الشروط الواجب توافرها قانونا من صفة، وأهلية، ومصلحة[2]، وأن يكون قد قام بإتمام كافة الإجراءات المقررة قانونا لتسجيل العلامة ويجب وجود اعتداء فعلي على هذا الحق وأخيرا لا يجوز رفع دعوى الحق إلا من صاحب الحق أي من له الحق في العلامة .

أ) **وجود الحق في العلامة:** ينشأ الحق في العلامة بقيام صاحب العلامة باستفتاء جميع الشروط الموضوعية والشكلية الواجب توفرها في العلامة كما أشرنا إليه سابقا في المبحث الأول من هذا الفصل .

ب) **وجود الاعتداء على الحق :** لم يحدد المشرع الجزائري صور التعدي على الحق في العلامة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السابق الذكر على غرار ما كان عليه الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى

1 / كحول وليد .العلامات ووسائل حمايتها في التشريع الجزائري ،مرجع سابق، ص 114.

2/ المادة 13من قانون 08-09 مؤرخ في 18صفر1429 ، الموافق ل: 25 فبفري 2008 ،يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية – جريدة رسمية ،صادرة بتاريخ 23أفريل 2008 ،عدد 21.

وإنما أعتبر كل مس بحق من الحقوق الاستئثارية للعلامة، يشكل اعتداء على الحق في العلامة[1]، و يعتبر إعتداء على الحق في العلامة كل تقليد لها سواء بالنقل الكلي لعناصرها أو تشبيهها بنقل العناصر الأساسية، كما يعد إستعمالها على سلع أو خدمات مطابقة أو مماثلة لتلك التي سجلت من أجلها دون ترخيص من صاحبها اعتداء عليها، كما يجب أن يكون المقلد منافسا لصاحب العلامة ،أي أنه يعتدي على حقه في العلامة باستعمالها في نفس المجال الذي يستخدمها فيه مالكها، ولأن تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في ملكيتها على السلع أو الخدمات التي يعنيها فقط[2].

ج) **صاحب الحق في رفع الدعوى:** يكون صاحب الحق في العلامة وحده الذي له الصفة في رفع دعوى الحق ،أو الشخص الذي رخص له بإستعمال علامته إذا لم ينص صراحته في عقد الترخيص على منع المرخص له من اللجوء للقضاء لوقف الاعتداء على العلامة محل الترخيص[3]،ولقبول دعوى الحق يجب أن يكون لصاحب الحق مصلحة قائمة .

وتكفي هنا المصلحة المحتملة وعندها يكون الغرض من الدعوى الإحتياط لدفع ضرر محدق أو الإستيثاق لحق يخشى زوال دليله عند النزاع فصاحب العلامة يقدر مصلحته في رفع الدعوى ويقوم القضاء بمراقبته مدى مشروعية المصلحة فإذا اتضح أن الغرض من الدعوى مجرد الكيد فلا يتردد القضاء في الحكم بعدم قبولها

1 / المادة 26من الأمر 06/03 ،المؤرخ في: 19جويلية 2003، المتعلق بالعلامات ، المرجع السابق.

2/ المادة 09 من الأمر 06/03 ،المؤرخ في: 19جويلية 2003 ، المتعلق بالعلامات ، المرجع السابق.

3/ المادة 31 من الأمر 06/03 ،المؤرخ في: 19جويلية 2003 ، المتعلق بالعلامات ، المرجع السابق.

ويمكن القول بأن الحماية أو الحقوق في المواد المدنية والتجارية تتبلور في تنفيذ الجزاء الذي يقضى به نهائيا وهو إما البطلان أو الإلغاء وإما التعويض وفي كلتا الحالتين يقضى بوقف الإعتداء على الحق .[1]

02- الجزاءات المترتبة عن دعوى الحق : لكل شخص وقع إعتداء على حقه أن يطلب وقف هذا الاعتداء وله أن يطلب أيضا التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر.

أ) **البطلان :** تكون حماية الحقوق في بعض الحالات عن طريق البطلان وهو نوعان بطلان نسبي تقرره قاعدة مفسرة لصالح أخد طرفي الحق، فيكون له أن يتمسك به صاحبه وله أن يتنازل عن حقه بإختياره ويعبر عنه المشرع الجزائري بالإبطال، وهو عكس البطلان المطلق الذي تنص عليه قاعدة أمرة فلا يجوز الإتفاق على عكسها بالرجوع إلى نص المادة 30 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السابقة الذكر نجد أن المشرع الجزائري يمكن المدعى من أن يطلب إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة تطبقا الأحكام المادتين 20 و21 من هذا الأمر .[2]

ب) **التعويض :** يتحمل المعتدي على حق من حقوق صاحب العلامة المحمية قانونا عن كل عمل من شأنه المساس بحق، من الحقوق المعترف بها قانونا لصاحب العلامة تعويضا كافيا لجبر الضرر ،الذي يلحق صاحب الحق في العلامة من جراء الإعتداء الواقع على حقوقه وذلك بالرجوع إلى القواعد العامة، وبالتحديد المادة 124 من قانون المدني[3]، والتي تنص

1 / كحول وليد .العلامات ووسائل حمايتها في التشريع الجزائري، المرجع السابق ص 117.

2/ كحول وليد ، نفس المرجع، ص 117

3 / الأمر 58/75 المؤرخ في 26سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم ،الجريدة الرسمية الصادرة في، 30 سبتمبر 1975 ، عدد 78.

على أن :" كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

وبالرجوع إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، السابقة الذكر نجده يقر لصاحب العلامة الذي يثبت وقوع إعتداء على علامته، بالمطالبة بالتعويضات المدنية وذلك أمام الجهة القضائية المختصة .[1]

ثانيا : دعوى المنافسة غير مشروعة .

دعوى المنافسة غير مشروعة أوسع وأشمل من دعوى الحق ،فإذا كانت دعوى الحق لا ترفع إلا من قبل صاحب الحق في العلامة المعتدى عليه، فإن دعوى المنافسة غير المشروعة ترفع من طرف كل من لحقه ضرر بسبب عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، سواء كان صاحب الحق أو غيره من المنافسين، وكذلك فهي لا تقتصر على حماية صاحب الحق، وإنما تحمي كل من لحقه ضرر سبب إستعمال العلامة في أعمال المنافسة غير المشروعة[2]، وقبل التطرف إلى شروط رفع دعوى المنافسة غير مشروعة يمكن تعريف المنافسة غير المشروعة بأنها إستخدام التاجر لطرق منافية للقوانين أو العادات أو مبادئ الشرف والأمانة في المعاملات[3] .

وأيضا إعتمد الإجتهاد معيارا واقعيا وأخلاقيا في تعريف المزاحمة (المنافسة)غير المشروعة ففعل المزاحمة غير المشروعة متضمن عنصرا ماديا وهو الوسيلة غير

1/ المادة 29من الأمر 06/03 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003 ،المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق.

2/ كحول وليد ،العلامات ووسائل حمايتها التشريع الجزائري، المرجع السابق ،ص 119.

3/ محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا ،جامعة النجاح الوطنية ،نابلس، فلسطين السنة 2006 ،

المشروعة أي غير المتوافقة مع الأعراف التجارية والأخلاقية وحسن التعامل بين التجار وعنصرا معنويا يستند إلى السيطرة على السوق التجارية و الاستئثار بالزبائن أحيانا بغية إلحاق الضرر بفئة معنية من الناس بصورة مقصودة وأحيانا أخرى يتوقع بحصول الضرر للغير وقبول المجازفة بهذا الأمر [1].

01- شروط رفع دعوى المنافسة غير مشروعة .

لرفع دعوى منافسة غير مشروعة يجب في البداية توفر الشروط المحددة طبقا لنص المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وتتمثل هذه الشروط في المصلحة، الصفة ، والأهلية ،هذا إلى جانب الشروط الأساسية التي تتطلبها دعوى المنافسة غير المشروعة نوجزها فيما يلي :

أ) قيام حالة المنافسة: يشترط لقيام دعوى المنافسة غير مشروعة ضرورة قيام علاقة منافسة بين صاحب العلامة أو المتضرر تقليد العلامة والمقلد الذي اعتدى على هذه العلامة[2] بحيث يزاول كل من المقلد وصاحب العلامة نشاطا مهنيا مماثلا أو مشابها أو متقاربا، إلا أن التماثل أو التشابه لا يؤخذ على إطلاقه، بل يكفي وجود ثمة صلة بين النشاطين ولو في بعض جوانبه.

ب) الخطأ: حالة وجود منافسة غير مشروعة لا يكفي وحدها بل يجب صدور فعل غير مشروع من قبل العون الاقتصادي، بارتكابه خطأ من شأنه إحداث ضرر بمنافسه، ولا

1 / نعيم مغبغب ، المرجع السابق، ص 199.

2/ كحول وليد ، المرجع السابق، ص 120.

يشترط القيام دعوى المنافسة أن يتوافر سوء النية وقصد الإضرار لدى المنافس ،بل يكفي أن يصدر الفعل عن إهمال أو عدم إحتياط من جانبه[1].

ج) الضرر: لا يجوز إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في حالة ترتب الضرر ،سواء كان هذا الضرر ماديا ينصب على حق من الحقوق المالية مثل الخسارة التي تصيب صاحب العلامة نتيجة تقليد علامته من طرف احد منافسيه، أو أن يكون الضرر معنويا يصيب حقا من الحقوق غير المادية التي لا تعد من عناصر الذمة المالية ، ومثال ذلك السمعة التجارية أو الشهرة التي تتمتع بها سلع أو خدمات المنافس[2].

د) الرابطة السببية بين الخطأ والضرر: يجب وجود رابطة بين الخطأ الذي أرتكبه أو تسبب به المعتدي على العلامة وبين الضرر الذي لحق صاحب العلامة، بمعنى أن يكون الضرر الذي لحق صاحب العلامة نتيجة الفعل أو السلوك الصادر عن المعتدي على العلامة، عندئذ تقوم المسؤولية المدنية ، أما إذا انتفت العلاقة السببية بين الخطأ والضرر ،كما لو كان الضرر بسبب المنافسة المشروعة ،أو فعل الغير أو خطأ المضرور عندئذ لا تقوم المسؤولية المدنية، ولا يخفى أن إستخلاص الرابطة السببية بين الخطأ والضرر من المسائل التي تستقل بها محكمة الموضوع[3].

02- التعويض: يلتزم المدعى عليه في دعوى المنافسة غير المشروعة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بالمدعي ويقصد بالتعويض محو الضرر إن أمكن أو تخفيف أثره بشكل

1 / كحول وليد ، المرجع السابق، ص 122.

2/ كحول وليد ، نفس المرجع ، ص 120، نقلا عن: زينة فاتح عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية،دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع ،عمان، 2002،ص 141.

3 / حديدان سفيان،جريمة التقليد التدليسي للعلامات الصناعية والتجارية،أو علامات الخدمة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع قانون جنائي ،كلية الحقوق ،جامعة الجزائر ،السنة الجامعية 2001، ص 93.

أو بآخر ، ولم ينص القانون على مقدار التعويض أو مداه، فالوظيفة الإصلاحية للتعويض ترمي إلى جبر الضرر مهما كانت درجة الخطأ وهو يختلف باختلاف طبيعة الضرر، فإن أمكن إزالة الضرر وإعادة الوضع إلى ما كان عليه سابقا كان التعويض عينيا ،أما إذا تعذر ذلك فلابد من اللجوء إلى تعويض آخر وهو نقدي[1].

أ) **التعويض العيني:** يتقرر التعويض العيني في حالتين هما،حالة الضرر الفعلي وحالة الضرر المستقبلي، ويقوم على إعادة الوضع إلى ما كان عليه قبل ارتكاب الخطأ الذي أدى إلى وقوع الضرر، ويعتبر إجراء وقائيا في حالة عدم وقوع الضرر،وإجراء علاجيا في حالة الوقوع الفعلي للضرر[2]، ويتخذ عدة صور بحسب طبيعة الشيء محل الاعتداء، كان بحظر استخدام العلامة التي يكون من شأنها الخلط بين السلع او الخدمات، كما يمكن الأخذ بالإكراه البدني لإلزام المعتدى عليه بالتعويض العيني[3].

ب) **التعويض النقدي:** المشرع الجزائري ترك تقدير التعويض للسلطة التقديرية للقاضي ،وذلك تبعا للظروف والملابسات التي رافقت الاعتداء،كما أن المحكمة لا تحكم بالتعويض النقدي في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا كان الضرر محققا، أما إذا كان مستقبليا فإن المحكمة لا تحكم بالتعويض النقدي، وعندما تحكم باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع الضرر وهو ما يسمى بالتعويض العيني، كما يجوز لها أن تحكم بالأمرين معا إذا وجدت تحقق ضرر فعلي[4].

---

1 / زواني نادية، الإعتداء على حق الملكية الفكرية، التقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير فرع الملكية الفكرية كلية الحقوق جامعة الجزائر ، سنة 2003/2002 ،ص 97.

2 / سمير جميل حسن الفتلاوي، المرجع السابق، ص 440.

3/ كحول وليد ،المرجع السابق، ص 125.

4 / سمير جميل حسن الفتلاوي، المرجع نفسه، ص 438.

الفرع الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية .

إن الاعتداء على العلامة سواء بتقليدها أو تزييفها أو بأي شكل من أشكال التعدي عليها والتي نص عليها القانون، يشكل فعلا ضارا بالنسبة لمالك العلامة والمستهلكين ، وكذلك بالنسبة للدولة ، وعليه سنحاول أن نبين صور وأشكال الاعتداء على العلامة ثم نبين إجراءات المتابعة الجزائية ، وبعدها ننتقل للجزاءات المقررة والتي يوقعها القاضي الجزائي على المعتدي على الحق في العلامة .

أولا : صور الاعتداء على الحق في العلامة .

يمكن أن يكتسي الاعتداء على العلامة أشكالا مختلفة ، البعض منها يتمثل في الإعتداء على العلامة (atteinte au droit à la maque)، وهو اعتداء مباشر مثل التقليد ، والبعض الأخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة (atteinte à la valeur de la maque)، وهو اعتداء غير مباشر[1]، وعليه تعاقب المواد من 26 إلى 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، السابق الذكر مرتكبي الفعال الآتية ، تقليد العلامة أو تشبيهها ، إستعمال علامة مقلدة أو مشبهه، اغتصاب علامة مملوكة للغير ، بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهه ولعل الجنحة الأكثر انتشارا في الجزائر في وقتنا الراهن هي نقل علامة الغير دون تقليدها تماما وجعل صورة تدليسية منها شأنها خداع الجمهور .

01- الإعتداء بالتقليد (Contrefaçon):

تشمل كل من التقليد بالنقل (Contrefaçon par reproduction)، والصورة الثانية التقليد بالتشبيه (Contrefaçon par imitation).

1 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 258.

أ) **التقليد بالنقل :** إن التقليد هو إصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الصناعية والتجارية[1] ، بمعنى نقل العلامة نقلا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية[2]، وإذا لم يكن النقل كليا لعناصر العلامة ، فيمكن أن يكون نقلا لأهم العناصر الأساسية المميزة لها ، أي العناصر التي تم إيداعها بشكل قانوني أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا مجال للقول بوجود التقليد[3]، كما جب أن نشير إلى أن تقليد العلامة يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته أي يكفي لوجود الجنحة وإثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، فلا يشترط توفر العنصر المعنوي العنصر المادي كاف، وهكذا ليس القصد شرطا لازما لإثبات وجود جنحة، أي لا يفترض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار،[4] كما أننا لا نجد الأحكام القانونية الواردة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، تتضمن عبارة تدليس أو القصد بالنسبة لجنحة التقليد بينما يختلف الأمر بالنسبة للجنح الأخرى.[5]

ب) **التقليد بالتشبيه:** في الأمر 57/66 المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى كان يستهدف في مقتضياته الجزائية إلا المعاقبة على هذه الجريمة وحدها،[6] فالتقليد بالتشبيه هو اصطناع علامة تشابه في مجموعها العلامة الأصلية تشابها من شأنه أن يخدع

1 / القاضي أنطوان التاشف، المرجع السابق ، ص 149.

2 / En:Albert Chavanne et Claudine Salomon, Marque de fabrique de commerce ou de service , Encyclopédie juridique , Dalloz, Paris , Année, 2003 .P68

3/ نعيم مغبغب ، المرجع السابق ، ص 160.

4/ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 261.

5/ أنظر المادة 33 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، المتعلق بالعلامات ، مرجع سابق.

6 / كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 82.

الجمهور ويضلله حول مصدر البضاعة[1]، وعلى هذا الأساس فإن هذه الجنحة تختلف عن جنحة التقليد بالنقل كونها تفترض وجود **عنصرين** : العنصر المادي الذي يرتكز على تشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي بالجمهور إلى الخلط بين العلامتين، والعنصر المعنوي بحيث يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد ليخدع المستهلك [2]، كما نلاحظ أن المشرع الجزائري استبعد التمييز بين التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه في نص المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، السابق الذكر أي نص على جنحة واحدة ألا وهي التقليد بمفهومه الواسع ، ولعل الحكمة التي يتوخها المشرع من وراء إلغاء التميز، هو إخضاع كل التصرفات التي تمس بحقوق صاحب العلامة لنفس الجنحة ومن ثمة نفس العقوبة ، ومن أجل إثبات وجود التقليد وذلك لتقوية الحماية المقررة للعلامة .[3]

02- الاعتداء على الحق في العلامة بالاستعمال:

فكما يعاقب المشرع الجزائري على التقليد بصوره فإنه يعاقب كذلك على الاستعمال للعلامة، ولهذا العمل كذلك عدة صور ، فقد يكون استعمالا لعلامة مقلدة أو استعمالا لعلامة الغير أو حتى استعمال صورة فقط لعلامة الغير.

أ) **استعمال علامة مقلدة أو مشبهه:** يعاقب المشرع كل الذين يستعملون علامة مقلدة والذين يستعملون- علامة تجري محاكاتها بطريق التدليس[4]- وهذا ما نصت عليه المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، السابق الذكر، بأن يعاقب كل من قام بعمل من شأنه

1 /القاضي أنطوان الناشف ، رجع سابق ، ص 149.

2 / فرحة زراوي صالح ،المرجع السابق ، ص 263.

3 / كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 85.

4 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 267.

أن يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ، وتشمل هاته الأعمال استعمال علامة مقلدة سواء بالنقل أو التشبيه ، أي استعمال علامة مماثلة أو مشابهة [1]، ومن ثمة يجب ان تتوافر الجنحة الأولى على عنصر مادي وهو وجود تقليد مسبق ولا يهم إذا كان القائم بتقليد العلامة يختلف عن القائم باستعمالها ، فالنص يميز بين الجنحتين ، لهذا أعتبر أن جنحة الاستعمال (le délite d'usage)، لا تقع بمجرد وضع العلامة لأن كلا هذين الفعلين جنحة مستقلة ، أما جنحة استعمال علامة مشبهة فيجب بالعكس أن يتوفر فيها العنصرين المادي والمعنوي، أي يشترط وجود علامة مشبهة من شانها خداع المستهلك ، ولا تهم كيفية التشبيه إجماليا كان أو جزئيا ولاتهم طريقة استعمال العلامة وهكذا إذا كانت جنحة استعمال علامة مقلدة لا تستلزم عنصر القصد ، فالأمر يختلف بالنسبة لجنحة استعمال علامة مشبهه ، حيث لا يعاقب عليها جنائيا إلا إذا ثبت القصد ألتدليسي.[2]

ب) **التقليد باستعمال علامة الغير** : إن الاستعمال لا يقتصر على تلك العلامات المقلدة فقط بل يعاقب كذلك حتى عن استعمال العلامات الأصلية المملوكة للغير ، لأن ذلك من شأنه أن يمس بحقوق صاحب العلامة ، ألا وهي الحق ألاستئثاري والاحتكاري في استعمال العلامة على كل السلع أو الخدمات المسجلة من أجلها ، وذلك ما إذا قام شخص باستعمالها على سلع أو خدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها ، أو المشابهة والتي من شأنها أن تحدث لبسا في ذهن المستهلك .[3]

وتقوم جريمة استعمال علامة الغير كذلك في الحالة التي يوم بها شخص ما باستبدال السلع التي يطلبها المستهلك والحاملة لعلامة معينة ، بسلع أخرى غير تلك التي طلبت بحيث

1 / كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 85 و86.

2 / فرحة زراوي صالح ، نفس المرجع السابق ،ص 268.

3 / كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 90.

يتم تقديمها مغشوشة تحت علامة أصلية ، وهنا يتضح توافر الركن المعنوي والمتمثل في نية الغش ، فعندما يضع سلع غير تلك المطلوبة ويبقي العلامة الأصلية ، يهدف إلى غش الغير وإيقاع الالتباس في ذهنهم وجعلهم يعتقدون بأن ما قدم إليهم هي السلعة الأصلية التي طلبوها.[1]

وسواء تعلق الأمر باستعمال علامة مملوكة للغير ، أو استبدال سلعة بأخرى مع الاحتفاظ بالعلامة الأصلية فإن كلا الجنحتين تندرج تحت جنحة التقليد التي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 26 من ألمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات.

ثانيا : المتابعة الجزائية لتقليد العلامة والجزاء المقرر .

أعطى المشرع الجزائري لمالك العلامة الحق في الدفاع على علامته عن طريق دعوى جزائية ، يوقف بها الاعتداء الذي لحقه في حقه في العلامة ، كما قرر جملة من الجزاءات التي توقع على مرتكبي جريمة التقليد بمختلف صوره.

01- المتابعة الجزائية لتقليد العلامة.

المقصود بالمتابعة الجزائية في مجال العلامات ، تلك الإجراءات التي يمكن من خلالها المتضرر من التقليد، والذي يخول له القانون رفع دعوى عمومية باللجوء إلى القسم الجزائي، وعليه سنتناول من خلال النقاط التالية أساس المتابعة الجزائية أولا ثم الأشخاص الذين يحق لهم تحريك الدعوى العمومية ، ثم نسلط الضوء على الأشخاص المتابعون في جنحة التقليد.

1 / نعيم مغبغب ، المرجع السابق ، ص 190.

أ) **أساس المتابعة الجزائية:** حتى نكون أمام متابعة جزائية لتقليد علامة ، وحتى يتمكن صاخب العلامة من رفع دعوى تقليد يجب توفر جملة من الشروط نبينها كما يلي :

- **يجب أن تكون العلامة مسجلة :** وهذا ما يظهر بوضوح في نص المادة 26 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ، السالف الذكر .

- **الحماية الجزائية للعلامة تقتصر على السلع أو الخدمات المعينة لها:** وهذا ما نستشفه من المادة 09 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات والتي تنص :"يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها."[1]

- **الحماية الجزائية مقيدة من حيث الزمان والمكان :** تتمتع العلامة طول فترة تسجيلها التي تبدأ من لحظة تسجيل العلامة لدى الجهة المختصة، وتمتد لمدة 10 سنوات قابلة للتجديد لعدة فترات متتالية[2]، مع العلم أن تاريخ تسجيل العلامة هو تاريخ تقديم الطلب أي أن احتساب مدة التسجيل يسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع طلب التسجيل لدى الجهة المختصة.[3]

ب) **صاحب الحق في المتابعة الجزائية :** وهم:

- **مالك العلامة :** حيث يعتبر ضحية جنحة تقليد ،وله الحق في رفع دعوى عمومية وهذا ما تنص عليه المادة 28من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، بقولها : " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص أرتكب أو يرتكب تقليد للعلامة المسجلة".

1 / الأمر 06/03 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات ، المرجع السابق.

2 / انظر المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .

3/ انظر المادة 05 الفقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .

- **المرخص له بإستعمال العلامة :** أي شخص الذي استفاد من رخصة إستغلال علامة مملوكة لشخص أخر يسمى المرخص، وعلى خلاف الأمر 57/66 الملغى الذي لم ينص على إمكانية السماح للمرخص له من اجل القيام برفع دعوى تقليد ضد كل من يعتدي على العلامة المرخص له باستعمالها ، نجد أن الأمر 06/03 جاء صريحا ودقيق في تمكين المرخص له برفع دعوى التقليد إذا لم يقم بها المالك بنفسه بشرط أن لا يكون عقد الترخيص يمنع المرخص له برفع هذه الدعوى .[1]

- **النيابة العامة :** كون جرم التقليد يشكل جريمة ينص عليها القانون، فإنه للنيابة العامة سلطة الملائمة في مباشرة دعوى العمومية من عدمها على أثر تلقيها محاضر الضبطية القضائية التي تعاين الجرائم أو شكاوي أصحاب الحقوق المعتدى عليها .[2]

ج) الأشخاص المتابعون في جنحة التقليد :

المادة 42 من قانون العقوبات تعرف الشريك في الجريمة على النحو التالي:" يعتبر شريكا في الجريمة من لم يشترك اشتراكا مباشرا ،ولكنه ساعد بكل الطرق وعاون الفاعل أو الفاعلين على ارتكاب الأفعال التحضيرية أو المسهلة أو المنفذة لها مع علمه بذلك." [3]

إلى جانب متابعة مقلد العلامة الفاعل الأصلي، المشرع الجزائري لم يشر للاشتراك في الجريمة فنص المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ،جاءت للمعاقبة مرتكب جنحة التقليد خالية من الإشارة إلى المساهم في الجنحة ،إلا أن عدم النص على متابعة المساهمين

1/ المادة 31 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .

2 / كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 99.

3 / الأمر 157/66 ،المؤرخ في 08 جويلية 1966، المتضمن قانون العقوبات ، المعدل والمتمم ، الجريدة الرسمية الصادرة في 10 جوان 1966 ، عدد 49.

في ارتكاب جنحة التقليد لا يعني عدم متابعتهم ولكن يكون ذلك بالرجوع إلى القواعد العامة في الاشتراك والمنصوص عليها في قانون العقوبات الجزائري .

02- الجزاءات المتعلقة بالاعتداء على الحق في العلامة .

وهي الإجراءات التحفظية التي نص عليها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، ثم تختلف العقوبات الموقفة على مرتكب جنحة التقليد .

أ) **الإجراءات التحفظية:** يجوز لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة إجراء الوصف المفصل، بمساعدة خبير عند الاقتضاء مع المصادرة أو بدونها للمنتجات، التي يدعي أنها، تحمل علامة تسبب له ضرر وليست عملية حجز التقليد إجبارية، لكنها تعد وسيلة تسمح للمدعي إثبات ارتكاب الجنحة .[1]

ويختلف هذا الحجز الذي يلجأ إليه صاحب العلامة عن الحجز الذي يقوم به الدائن لاستيفاء دينه، فباستقرار نص المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، نجد أنها تمنح لمالك العلامة إمكانية طلب إجراء وصف مفصل لسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا،ويتم إصدار الأمر بإجراء الوصف من رئيس المحكمة، على ذيل عريضة بعدما يقدم مالك العلامة طلب لهذا الأخير يثبت فيه قيامه بتسجيل العلامة موضوع الاعتداء وذلك بتقديم نسخة من شهادة التسجيل التي قدمت له عن تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري .

ويجب أن يكون هذا الأخير قد أستوفى إجراءات نشر تسجيل العلامة حتى تصبح حجة على المقلد، أو أن يقوم مالك العلامة بتبليغ المقلد بنسخة من تسجيل العلامة حتى لا تحتج

1 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 272.

بعدم إجراء النشر، كما يمكن لرئيس المحكمة أن يعين عند الاقتضاء خبير للإستعانة به في القيام بعملية الوصف [1].

ويجب أن يكون هذا الأخير قد أستوفى إجراءات نشر تسجيل العلامة حتى تصبح حجة على المقلد، أو أن يقوم مالك العلامة بتبليغ المقلد بنسخة من تسجيل العلامة حتى لا تحتج بعدم إجراء النشر، كما يمكن لرئيس المحكمة أن يعين عند الاقتضاء خبير للاستعانة به في القيام بعملية الوصف .[2]

وهذا الإجراء قد يكون توقيع حجز أي مجرد وصف تفصيلي للسلع موضوع التقليد ،أو الأدوات المستعملة في التقليد كما أنه يجوز للمحكمة أن تأمر به بناء على طلب المدعي ويجوز لها في هذه الحالة أن تلزمه بدفع كفالة[3]، ونشير هنا ان المشرع الجزائري لم يميز فيما يخص فرض دفع الكفالة من أن يكون المدعي جزائريا أو أجنبيا وهذا على خلاف ما كان عليه الأمر السابق 57/66 في نص المادة 39 منه حيث كان يعتبر الكفالة مفروضة دائما بالنسبة للأجانب وترك السلطة التقديرية للقاضي في فرضها من عدمه بالنسبة للمدعي الجزائري[4]، ويتوجب على صاحب الحجز الالتجاء إلى السلطة القضائية بالطريق الجزائي أو المدني في أجل شهر وهذا ما نصت عليه المادة 35 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات تحسب مدة الشهر إبتداءا من تاريخ إيداع الخبير تقريره حول الخبرة ،وليس من تاريخ إصدار الأمر المتضمن تعيين خبير، وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون ،وذلك

1 / انظر المادة 27 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .

2 / انظر المادة 27 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق .

3 / انظر المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

4 / كحول وليد ، المرجع السابق،ص 103.

بصرف النظر عند التعويضات التي يمكن طلبها بسبب الأضرار الناجمة عن عملية التقليد والجديد بالذكر في هذا المضمار أن المشرع الجزائري أجاز لصاحب العلامة المسجلة أن يقدم طلب خطيا للمديرية العامة للجمارك يلتمس فيه تدخل إدارة الجمارك إذا أعتبر أن سلع موضوع عملية استيراد تحمل علامة مقلدة ولذا يجب حجزها (La Retenue De Douane)،وحتى يتسنى لها اتخاذ القرار عن دراسته .يجب أن يحتوي الطلب على المعلومات المذكورة في المادة 04 من القرار المؤرخ في 15جويلية 2002 والذي يحدد كيفيات تطبيق المدة 22من قانون الجمارك المتعلق باستيراد السلع المزيفة.

أ) **العقوبات المقررة:** تعني العقوبة في القانون الجنائي العام الجزاء الذي يقرره القاضي [1]، بحيث يكون هذا الجزاء متناسبا مع الضرر الذي حدثه الجاني، ولقد فرض المشرع على مرتكب جنحة التقليد بمعناها العام ، عقوبات أصلية وأخرى تكميلية سنتطرق إليها كما يلي :

ب 01) – العقوبات الأصلية : ويقصد بها كل عقوبة لا توقع إلا إذا نطق بها القاضي وحدد نوعها ومقدارها ، وهي السجن ، أو الحبس ،أو الغرامة المالية وسنبدأ بعقوبة الحبس أولا ثم الغرامة المالية .

– **الحبس:** المادة 32 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ، السالف الذكر ، تنص على عقوبة الحبس من ستة أشهر (06) إلى سنتين (02)، لكل شخص أرتكب جنحة التقليد وهذه العقوبة مقررة لكافة أنواع التقليد، ومقارنة بالأمر السابق 57/66 الملغى ، خفض المشرع الجزائري العقوبة المقررة لجرائم التقليد بعدما كانت 03 سنوات .

1 / أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجنائي العام ، الديوان الوطني للأشغال التربوية ، الجزائر ، السنة 2002، ص 200.

- **الغرامة :** تنص المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، أنه يعاقب كل شخص ارتكب جنحة التقليد بغرامة ، من مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (000 500 2 دج)، إلى عشرة ملايين دينار جزائري (000 000 10 دج). ومقارنة بالأمر السابق 57/66 الملغى ، كانت العقوبة الف دينار (1000 دج) إلى عشرين ألف دينار(20 000 دج) ، حسب نوع الجريمة المرتكبة ، ما يلاحظ هنا أن المشرع الجزائري يهتم بالخطورة الجسيمة التي تتسبب فيها جريمة التقليد في الحياة الاقتصادية والتجارية ، واتجاهه إلى ردع المقلدين.

وما يلاحظ أيضا إلى أن كل من عقوبة الحبس أو الغرامة المنصوص عليها في المادة 23 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، تكون اختيارية ، أي أن القاضي قد يوقع عقوبة الحبس أو الغرامة ، وقد يطبق كلا العقوبتين معا، بحسب الأصول.[1]

ب 02) – العقوبات التكميلية : إن اهتمام المشرع بحماية حقوق صاحب العلامة أدى به إلى أخذ بعض التدابير الغرض منها وضع حد للفعل الضار، فالعقوبات ذات الطابع الخاص هي العقوبات الإضافية أو الفرعية التي يجوز– أو يجب– للقاضي الحكم بها ويتعلق الأمر خاصة بالمصادرة،والإتلاف[2]، وغلق المؤسسة.

- **المصادرة (La Confiscation):** تتخذ الصادرة القضائية كعقوبة تكميلية لعقوبة أخرى أصلية مقررة لجريمة معينة ، وهنا فإلى جانب عقوبة الحبس أو الغرامة ، أو هما معا يحكم القاضي بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب جنحة التقليد ، وهذا ما

1 /كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 106.

2/ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، 276.

نصت عليه المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، السابق الذكر[1]، وعلى ذلك يجب لتطبيق هذه العقوبة أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت[2]، وإذا كان القاضي في الأمر السابق 57/66 الملغى غير ملزم بالمصادرة لكونها اختيارية، وهذا ما يستشف من العبارة **يجوز** التي استعملها في النص القانوني.[3]

- **الإتلاف (La destruction):** وهو إعدام نسخ أو صور العلامة محل الاعتداء ووضع حد للسلع والأشياء المقلدة، وجعلها غير صالحة للاستهلاك أو للإستعمال فزيادة على المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأختام ونماذج العلامة ، وبالرجوع للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، نجد أن الإتلاف يعد أمر إلزاميا بعدما كان جوزيا في الأمر57/66 ،(نص المادة 35 منه) حيث تقضي المادة 32 من الأمر 06/03 ، بتوقيع الحبس والغرامة أو بأحدهما فقط مع إتلاف الأشياء محل المخالفة.

- **إغلاق المؤسسة (إغلاق نهائي أو مؤقت):** نصت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، كعقوبة تكميلية أخرى وهي الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة وهنا الغلق إلزاميا كما هو الحال بالنسبة للمصادرة والإتلاف نظرا لصياغة النص القانوني ، لكن هذا النص القانوني يبقى يشوبه بعض النقص حيث أن المشرع الجزائري لم يحدد مصير عمال

1/ كحول وليد ، المرجع السابق ،ص 108.

2/ فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ،ص 276.

3/ أنظر المادة 36 من الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 ، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، جريدة رسمية ، الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966 ، عدد 23.

المؤسسة بعد قرار الغلق ، على خلاف نظيره المشرع الفرنسي فبعد قرار الغلق ، سواء كان مؤقتا أو نهائيا ، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت.[1]

ومن خلال كل ما تقدم أن المشرع الجزائري أدرك ، خطورة جريمة الاعتداء على العلامة وتأثيرها على الدخل التجاري لصاحب العلامة ، وتأثيرها سلبا على الاقتصاد الوطني، وما تسببه من ضرر بالنسبة للمستهلك وللدولة بصفة عامة وذلك من خلال تجريمه لكل الأفعال الماسة بالحقوق الاستئثارية لعلامة مسجلة.

المطلب الثاني : الحماية الدولية للحق في العلامة التجارية .

سنتعرض في هذا المطلب أحكام العلامة التجارية في إتفاقية باريس وإتفاقية التربس (trips) في الفرعين التاليين، مع العلم أنهما الاتفاقيتان الرئيستان اللتان تحتويان على القواعد الموضوعية المتعلقة بحماية العلامة التجارية على المستوى الدولي.[2]

الفرع الأول :حماية العلامة التجارية بمقتضى اتفاقية باريس.

أبرمت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في 20 مارس 1882، وعدلت في بروكسل بتاريخ 14 ديسمبر1900 ، ثم عدلت في واشنطن في 02 جويلية 1911 ، ثم عدلت في لاهاي بتاريخ 06 نوفمبر 1925، وكذلك عدلت في لندن في 02 جوان 1934

---

1 / كحول وليد ، المرجع السابق ، ص 109.

2 / من الجدير بالذكر أن اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات ، المبرمة سنة 1891 وتعديلاتها اللاحقة ، ومعاهدة قانون العلامات لسنة 1994 ، تركزان على الجوانب الإجرائية المتصلة بتسجيل العلامة لا بالجوانب الموضوعية للحماية.

ثم عدلت في لشبونة في 21 أكتوبر1958 ، واستوكهلم في 14 جويلية 1967 ، وأخيرا نقحت في 28 سبتمبر 1979. [1]

لذا تعد اتفاقية باريس الركيزة الأساسية لحماية حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة والملكية الصناعية بصفة خاصة ، ومنها العلامات التجارية ، ذلك أنها وضعت الأسس القانونية لتوحيد المعاملة بين رعايا الدول المختلفة في شأن التعامل على حقوق الملكية الفكرية، وقد جاءت الاتفاقيات الدولية على نهجها ، حتى أن اتفاقية التربس أحالة إليها وهذا ما سنراه لاحقا، وفي هذا الفرع سنتطرق أولا إلى الأحكام الموضوعية والمبادئ العامة في اتفاقية باريس للملكية الصناعية ، وثانيا سنتحدث على تسوية المنازعات في هذه الاتفاقية.

أولا : الأحكام الموضوعية والمبادئ العامة في اتفاقية باريس.

01- الأحكام الموضوعية الخاصة بحماية العلامة في اتفاقية باريس.

وضعت الاتفاقية أحكاما تتعلق باشتراط استعمال العلامة في المادة 05، وأوجبت منح مهلة خاصة لسداد الرسوم في الفقرة الثانية من المادة 05 ، ما تضمنت عدة قواعد تتعلق بشروط تسجيل العلامة التجارية واستغلالها في المادة 06، والعلامات المشهورة في المادة 06 فقرة 02 ، وحظرت استعمال شعارات الدولة وعلامات الرقابة الرسمية ، وشعارات المنظمات الحكومية كعلامات تجارية في المادة 06 فقرة 03 ، كما ذكرت بعض القواعد التي تتعلق بالتنازل عن العلامة في المادة 04 ، وحماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد الأخرى بالحالة التي هي عليها هذا في نص المادة 06 فقرة 05 ، وحماية علامات

1 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، العلامات التجارية في إتفاقية التربس ، مؤتمر الجوانب القانونية والاقتصادية ،لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية ، أيام 09-11 ماي 2004 ، كلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة دبي ، المجلد الثاني ، الطبعة الأولى ، سنة 2004 ،ص 528.

الخدمة المادة 06 ، فضلا عن تسجيل العلامة باسم الوكيل بدون موافقة صاحبها في المادة 06 أيضا فقرة 07 ومبدأ أن طبيعة المنتجات لا تحول دون تسجيل العلامة المادة 07 والعلامات الجماعية في المادة 07 فقرة 02 ، ومن الغني عن البيان ان المواد المتقدمة واجبة التطبيق في كل البلدان أعضاء منظمة التجارة العالمية ، لأن المادة 02 فقرة 01 من اتفاقية تربس أحالة إليها[1]، ونستعرض فيما يلي أهم الأحكام المتعلقة بحماية العلامة في اتفاقية باريس:

أ) **القانون الواجب التطبيق على شروط تسجيل العلامة :** وفقا للمادة 06 فقرة 01 من الاتفاقية ، فإن شروط إيداع وتسجيل العلامة التجارية يخضع للتشريع الوطني في كل دولة من دول الاتحاد ، فالقانون الوطني للدولة التي يراد تسجيل العلامة فيها هو الذي يحدد شروط إيداع العلامة وإجراءات تسجيلها .

ب) **العلامة المشهورة :** وضعت اتفاقية باريس في المادة 06 فقرة 02 أحكام خاصة بحماية لحماية العلامة المشهورة ، فأوجبت على الدول الأعضاء في اتحاد باريس أن ترفض طلب تسجيل أو تبطل تسجيل أو تمنع استعمال أي علامة تشكل نسخا أو تقليد العلامة ترى السلطة المختصة في الدول أنها علامة مشهورة إذا كان استعمال تلك العلامة بصدد منتجات مماثلة أو مشابهة يؤدي إلى وقوع لبس أو تظليل ، وهذا الحكم يقرر حماية من نوع خاص للعلامة المشهورة ، ولو لم تكن مسجلة.

1 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، الجديد في العلامات التجارية ، في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التربس، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، سنة 2005 ، ص 20.

لذا فالحماية للعلامة المشهورة لا تنشأ من تسجيلها أو استعمالها ، وإنما تنشأ من مجرد كونها شائعة الشهرة في الدول التي يراد حمايتها فيها.[1]

ت) **التنازل عن العلامة :** الأصل والمقرر في عديد من التشريعات المقارنة أنه لا يجوز التنازل عن العلامة منفصلة عن المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته ، فقد وضعت المادة 04 من أتفاقية باريس أحكاما تخاطب تلك التشريعات ، فقررت أنه إذا كان التنازل عن العلامة لا يعتبر صحيحا طبقا لتشريع إحدى دول الإتحاد ، إلا إذا كان مقترنا بانتقال ملكية المشروع أو المحل التجاري الذي تخصه العلامة ، فإنه يكفي لصحة هذا التنازل أن تنتقل ملكية جزء المشروع أو المحل التجاري الموجود في تلك الدول إلى المتنازل إليه مع منحه حقا استئثاريا في أن يصنع أو يبيع المنتجات التي تحمل العلامة المتنازل عنها في تلك الدولة .

ث) **حماية العلامة المسجلة في إحدى دول الإتحاد، في سائر دول الإتحاد الأخرى بالحالة التي سجلت عليها:** استثناءا من مبدأ إستقلال العلامة الذي قررته المادة 06 من اتفاقية باريس ، فإنه تلزم المادة 05 من الاتفاقية الدول الأعضاء في الإتحاد بقبول إيداع كل علامة مسجلة طبقا للقانون في دولة المنشأ كما تتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في دول الإتحاد[2]، وهذا يعني أنه لا يجوز لأي دولة من الدول الأعضاء في الإتحاد أن ترفض طلب تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها في دولة أخرى من دول الإتحاد إستنادا إلى أن شكل العلامة لا يتفق مع التشريع الوطني .

1 / حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق ، ص 21.

2 / حسام الدين عبد الغني الصغير، نفس المرجع ، ص 25.

ج) **علامة الخدمة :** من المعلوم أن علامة الخدمة تستخدم لتميز الخدمات التي يقدمها المشروع ، مثل خدمة الفنادق ، والطيران ، ووكالات سياحية ....إلخ ، لم تكن الحماية مقررة في اتفاقية باريس للعلامة التجارية تشمل علامة الخدمة ، بل كانت قاصرة على علامة السلعة ، وفي مؤتمر لشبونة الذي عقد في أكتوبر 1958 كما ذكرت سابقا نوقش اقتراح يتضمن التوسع في الحماية المقررة في الاتفاقية للعلامة التجارية لتشمل علامة الخدمة من جميع الوجوه ، غير أن المؤتمر لم يوافق على هذا الاقتراح واقتصر التعديل الذي جاءت به المادة السادسة 06 ،التي أضيفت إلى الاتفاقية على إلزام دول الإتحاد بحماية علامة الخدمة دون إلزامها بتسجيل تلك العلامة ، حيث نصت المادة 06 فقرة 06 :" تتعهد دول الإتحاد بحماية علامة الخدمة ، ولا تلزم هذه الدول بأن تكفل التسجيل لتلك العلامة "[1]، وحمايتها هنا تكون عن طريق قواعد المنافسة غير مشروعة أو بأي آلية قانونية أخرى .

02- **المبادئ العامة في اتفاقية باريس للملكية الصناعية .**

قد نصت الاتفاقية على تشكيل إتحاد يتكون من الدول الموقعة عليها والتي انضمت إليها ، تضمنت المبادئ التالية:

أ) **مبدأ المساواة :** ويعني المساواة في المعاملة بين مواطني دول الإتحاد ، بمعنى أن رعايا كل دولة من دول الإتحاد يتمتعون في جميع دول الإتحاد الأخرى بالمزايا الممنوحة للمواطنين سواء المزايا القائمة بالفعل أو تلك التي سوف يتمتعون بها مستقبلا.[2]

1 /حسام الدين غبد الغني الصغير، المرجع السابق ، ص 28 .

2 / بلغ عدد دول المنضمة إلى هذه الاتفاقية حتى 01 جانفي 1993 ، (108) دولة منها (10) دول عربية : الجزائر تونس ، ليبيا ،الأردن، سوريا ، السودان ، العراق ، لبنان ، مصر ، المغرب.

واعتبرت الاتفاقية في **حكم** رعايا دول الإتحاد ، رعايا الدول غير المنضمة للإتحاد والمقيمين في أحدى دول الإتحاد أو الذين لهم فيها منشآت صناعية أو تجارية فعلية وجدية ، وقد نص على هذا الشرط في المادة الثانية من الاتفاقية.[1]

ب) **مبدأ الأسبقية :** ويعني هذا المبدأ حسب المادة 04 من اتفاقية باريس الدولية، أنه يكون لكل شخص تقدم بطلب كي يسجل علامة تجارية في إحدى الإتحاد ، حق الأسبقية والأفضلية في باقي دول الإتحاد بالنسبة لتسجيل علامته في غضون 06 أشهر محسوبة من تاريخ تقديمه طلب التسجيل الأول، ولذلك لا يمكن لشخص أخر أن يحتج قبله بالأسبقية في الاستعمال أو التسجيل لذات العلامة خلال هذه المدة في أي دولة من دول الإتحاد.[2]

ت) **مبدأ قبول تسجيل العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي :** وفقا لنص المادة 06 من اتفاقية باريس الدولية ، فإنه يجب على كل دولة من دول الإتحاد أن تقبل إيداع كل علامة سبق تسجيله في بلدها الأصلي بشكل قانوني وبالحالة التي هي عليها، بمعنى الإستغناء عن مبدأ الفحص السابق للتسجيل .[3]

وحسب الاتفاقية فإن البلد الأصلي ، مقصود به حسب أحكام الاتفاقية أي بلد من بلدان الإتحاد يكون يها لطالب التسجيل مؤسسة تجارية أو صناعية جدية وعاملة ، وإلا فإن

1 /حسين يوسف غنايم ،المرجع السابق، ص 80.

2 /سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، الطبعة الرابعة ، سنة 2003، ص 564.

3 / سميحة القليوبي ، نفس المرجع ،ص 565.

البلد الذي يوجد فيه لطالب التسجيل موطن ، وإلا فهو البلد من بلدان الإتحاد الذي ينتمي إليه طالب التسجيل بجنسيته.[1]

إلا أن هذا المبدأ وردت عليه استثناءات محددة نصت عليها المادة 06 فقرة 05 من الاتفاقية وهي :

- إذا كان من شأن تسجيل العلامة الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية ، كما لوثبت أن هناك علامة مماثلة أو مشابهة للعلامة المشهورة استعملها صاحبها مدة طويلة قبل ذيوع شهرة العلامة في البلد المعني .[2]
- إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة أو كان تكوينها قاصر على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو الغرض منها أو قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج، أو إذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو العادات التجارية المشروعة والمستقرة في الدول التي فيها الحماية .[3]
- العلامة المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة ، خاصة العلامات التي من شأنها أن تضلل الجمهور ، ويرى جانب كبير من الفقه أنه لا يجوز اعتبار النظام العام بسبب عدم مطابقتها لبعض أحكام التشريع الخاص بالعلامات إلا إذا كانت هذه الأحكام تتعلق بالنظام العام.[4]

1 / حسين غنايم ، المرجع السابق ، ص 81.

2 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص 26.

3 / سميحة القليوبي ، المرجع السابق ،ص 566.

4 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 532.

ث) **مبدأ استقلال العلامات** : أخذت اتفاقية باريس في المادة 06 فقرة 03 بمبدأ استقلال العلامات وهو يعني استقلال كل علامة مسجلة في أكثر من دولة تمام الاستقلال بظروفها في كل دولة عن الدول الأخرى ، ويستتبع ذلك أنه لا تترتب إنهاء مدة التسجيل لعلامة في دولة مسجلة فيها حسب نظامها القانوني ، انتهاء مدة التسجيل في بقية الدول كما أن تجديد التسجيل في إحدى الدول لا يترتب عليه حتما التسجيل في جميع البلاد المسجلة فيها .[1]

ويترتب على ذلك إلغاء أو شطب تسجيل أي علامة تجارية في دولة متعاقدة لا يؤثر على سلامة تسجيلها في الدول المتعاقدة الأخرى [2].

ثانيا : تسوية المنازعات في إتفاقية باريس للمكية الصناعية.

المادة 28 من اتفاقية باريس نظاما هشا لتسوية المنازعات التي قد تنشب بين الأعضاء في إتحاد باريس بشأن تفسير أو تطبيق الاتفاقية حيث أجازت لها إذا لم يتم تسوية النزاع عن طريق المفاوضات أن تعرض النزاع على محكمة العدل الدولية ، حيث نصت المادة 28 من الاتفاقية بقولها: " كل نزاع بين أثنين أو أكثر من دول الإتحاد بشأن تفسير أو تطبيق هذه الاتفاقية والذي لا تتم تسويته بالمفاوضات يمكن لأي من الدول المعنية عرضه أمام محكمة العدل الدولية ، بعريضة تقدم وفقا لنظام المحكمة".[3]

1 / سميحة القليوبي ، المرجع السابق ،ص 567.

2 / حسين غنايم ، المرجع السابق ، ص 82.

3 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص 28.

لم تضع الاتفاقية أي قواعد تكفل احترام الدول الأعضاء لإتحاد باريس ما تصدره محكمة العدل الدولية من قرارات أو أحكام في المنازعات التي تنظرها بشأن تطبيق حكم المادة 28 ، كما أن الفقرة 02 من المادة أجازت التحفظ على هذا النص .

وقد ثبت علميا فشل نظام تسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في إتحاد باريس وفقا للأحكام المادة 28 من الاتفاقية ، فلم تلجأ حتى الآن أي دولة إلى محكمة العدل الدولية لتسوية المنازعات المتعلقة بتفسير أو تطبيق اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية .

الفرع الثاني :حماية العلامة التجارية بمقتضى اتفاقية تربس trips.

إن اتفاقية تربس ، لم تنسخ أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية التي سبق إبرامها في مختلف مجالات الملكية الفكرية ، بل شملت و استغرقت وطورت أحكام هذه الاتفاقيات وكما ذكرت سابقا أن اتفاقية تربس ، نصت على التزام الدول الأعضاء فيها بمراعاة تطبيق الأحكام الموضوعية التي سبق وأن تضمنتها اتفاقية باريس عام 1967، ولذلك نجدها قد أحالت حسب المادة 02 فقرة 01 إلى المواد من 01 إلى 21 من اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الفكرية والصناعية[1] ، للإشارة فقط أن اتفاقية تربس trips، تم التوقيع عليه بعد جولة من المفاوضات واستغرقت ما يزيد عن 07 سنوات ، وانتهت بالتوصل إلى صيغة الوثيقة الختامية في المؤتمر الوزاري الذي عقد في مدينة مراكش بالمغرب ، في الفترة ما بين 12 و 16 أفريل 1994 [2]، وتضمنت الوثيقة الختامية ، كافة نتائج الجولة وتشمل 28 إتفاقية أهمها اتفاقية مراكش بإنشاء منظمة التجارة العالمية ، وتعد هذه الاتفاقية الأهم والأم لكافة الاتفاقيات الأخرى ، وقد تضمنت الملحق (01) من الوثيقة الختامية اتفاقية الجوانب المتصلة

1 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 540.

2 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص 31.

بالتجارة ، من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية تربس) ، وسنتطرق في هذا الفرع أولا إلى الأحكام العامة والمبادئ الأساسية لاتفاقية تربس teips، ثم معايير حماية العلامة في اتفاقية وثالثا وأخيرا إلى تسوية المنازعات وفق اتفاقية تربس teips .

أولا : الأحكام العامة والمبادئ الأساسية لاتفاقية تربس teips .

01-**الأحكام العامة :** تناول الجزء الأول من اتفاقية التربس المبادئ الأساسية التي تقوم عليها في المواد من 01 إلى 08 وتتضمن ما يلي :

أ) **طبيعة ونطاق الالتزام :** المادة الأولى من الاتفاقية تناولت تحديد طبيعة ونطاق التزامات الدول الأعضاء ، فقد ألزمت الفقرة الأولى من هذه المادة الدول الأعضاء بمراجعة قوانينها ولوائحها وكافة القواعد الداخلية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية لمراعاة توافقها مع أحكام الاتفاقية ، وما يلاحظ أن الاتفاقية لم تفرض على الدول الأعضاء قواعد موضوعية أو إجرائية موحدة تتعلق بحقوق الملكية الفكرية ، بل ألزمتها بتوفير حد أدنى من حقوق الملكية ومعاير الحماية ، وأيضا اتفاقية التربس لا تخاطب سوى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ولا تلزم سواها، فنصوص الاتفاقية ليست ذاتية التنفيذ non self executing، وثم فإن رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبون حقوقا مباشرة من نصوص الاتفاقية ، ولا يجوز لهم التمسك بأحكامها واستبعاد أحكام القوانين الوطنية ، وتختلف في هذا الخصوص عن اتفاقية باريس ، حيث تعتبر هذه الأخيرة ذات نصوص ذاتية التنفيذ self executing، وتعتبر أحكامها جزء من القانون الداخلي بمجرد المصادقة عليها.[1]

1 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص 34.

ب) علاقة اتفاقية تربس trips بالمعاهدات المبرمة في شأن الملكية الفكرية :

مما قلنا سابقا اتفاقية التربس لم تنسخ أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسة التي سيق إبرامها في مختلف مجالات الملكية الفكرية، بل شملت واستغرقت و طورت أحكام هذه الاتفاقيات ، وقد أحالت اتفاقية تربس إلى القواعد الموضوعية التي قررتها الاتفاقيات الدولية الرئيسة المبرمة من قبل في شأن حقوق الملكية وألزمت الدول الأعضاء بمراعاة أحكام المواد ، وعلى سبيل المثال :

– المواد من 01 إلى12 والمادة19 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية والصناعية وفقا لتعديل استكهولم 1967، (المادة 02 فقرة 01 اتفاقية التربس)، وهي تتضمن القواعد المقررة لحماية مختلف صور الملكية الصناعية التي عالجتها الاتفاقية بما في ذلك قواعد حماية العلامة التجارية[1]، وأوجبت اتفاقية التربس على جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها دون التفرقة بين الدول التي انضمت إلى هذه الاتفاقيات الدولية والدول التي لم تنضم إليها ، وهكذا جمعت اتفاقيى تربس أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسة في مجال الملكية الفكرية في وثيقة واحدة فحققت الترابط فيما بينها بعد أن كانت هذه الأحكام متفرقة ومبعثرة في الاتفاقيات الدولية المختلفة[2].

1 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص 36.

2 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، نفس المرجع ، ص36.

02-المبادئ الأساسية للاتفاقية تربس trips.

تقوم اتفاقية تربس على عدة مبادئ نذكر منها :

أ) مبدأ المعاملة الوطنية : المادة 03 فقرة 01 بقولها :" يلتزم طل من البلدان الأعضاء بمنح مواطني البلدان الأخرى الأعضاء، معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية، مع مراعاة الإستثناءات المنصوص عليها في كل من معاهدة باريس 1967، و....."[1] ، وحسب هذا النص فإنه تلتزم البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية – الجات- بأن تعامل مواطني البلدان الأخرى ومن في حكمهم، فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية ، ومنها الحق المقرر على العلامة التجارية ، معاملة لا تقل عن تلك المعاملة المقررة لمواطنها، ولذلك تمنحهم على الأقل نفس المزايا التي يتمتع بها رعاياها وتخضعهم لنفس الالتزامات .[2]

ب)مبدأ الدولة الأولى بالرعاية:

المادة 04 فقرة الأولى 01 تنص :"فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية ، فإن أي ميزة أو تفضيل أو حصانة يمنحها بلد عضو لمواطني جميع البلدان الأعضاء الأخرى،....."[3].

حسب هذا المبدأ تلزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ، بأن لا تميز في المعاملة بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى ومن في حكمهم ، أي المساواة بين مواطني ورعايا جميع الدول الأعضاء ، في الحقوق والالتزامات ، ويطبق هذا المبدأ لأول مرة

1 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 545.

2 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص37.

3 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 548.

في مجال الملكية الفكرية ومنها الحق على العلامة التجارية ، إذا لم يسبق لأي اتفاقية دولية في مجال الملكية الأخذ.[1]

ج) الحماية بين حديها الأدنى والأعلى:

حسب مبدأ المعاملة الوطنية فإنه يجب على كل دولة عضو في الاتفاقية أن تمنح كل المنتمين إلى دولة أخرى من الدول الأعضاء في اتفاقية تربس trips، حماية قانونية لا تقل عن تلك التي توفرها لمواطنيها حسب القوانين الوطنية .[2]

لكن تطبيق هذه القاعدة في بعض الأحوال ، قد يكون غير فعال في حماية حقوق الملكية الفكرية ، لأن التشريعات الوطنية لدى إحدى دول الأعضاء الاتفاقية تكون قاصرة عن أن تبلغ الحدود الدنيا المقررة في اتفاقية تربس ، وفي هذه الحالة يجب على الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية المسارعة بتعديل قوانينها الوطنية حتى تستجيب لمقتضيات الحدود الدنيا للحماية ، والتي نصت عليه الاتفاقية وعدم النزول عنها أو مخالفتها ، ولعل ذلك كله جاء تطبيقا لنص الفقرة 01 من المادة 03 من اتفاقية تربس ن والت نصت بضرورة أن تطبق الدول الأعضاء المعاملة المنصوص عليها في هذه الاتفاقية على مواطني الدول الأعضاء الأخرى.

ثانيا : معايير حماية العلامة في اتفاقية تربس trips : تناولت اتفاقية التربس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية في القسم الثاني من الجزء الثاني من الاتفاقية في المواد من 15إلى 21 وقد تضمنت هذه المواد ما يلي :

1 /جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية ، وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، تربس ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، سنة 2004 ، ص25.

2 / جلال وفاء محمدين ، المرجع السابق ، ص 27.

أ) المواد القابلة للحماية : Protectable Subject Matter.

المادة 15 فقرة 01 : " تعتبر كل علامة تجارية تكون قادرة على تميز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما ، عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى وتدخل في عداد العلامة التجارية الكلمات التي تشمل على أسماء شخصية والحروف والأرقام والأشكال ومجموعات الألوان أو أي مزيج منها ، وهي تصلح جميعها للتسجيل كعلامة تجارية ، ومن الغني عن البيان أن التعداد المتقدم وارد على سيل المثال لا على سبيل الحصر[1]، وقد عدلت اتفاقية التربس وطورت ما تضمنته اتفاقية باريس للملكية الصناعية (تعديل استكهولم 1967)، فيما يتعلق بالعلامة التجارية من عدة وجوه أهمها:

- اتفاقية تربس لم تقتصر العلامة على علامة السلعة ، بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة.
- إن اتفاقية التربس أبرزت خاصية العلامة في تميز السلع والخدمات واتخذت خاصية التميز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية.

ب) الحقوق الممنوحة : Rights Conferred.

وفقا للفقرة الأولى من المادة 16 من اتفاقية التربس ، يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق من منع الغير من استعمال علامته التجارية ، أو أي علامة مشابهة لها بصدد السلع والخدمات التي تميزها العلامة ، أو السلع المماثلة التي يؤدي استعمال العلامة بصددها إلى احتمال حدوث لبس ، وهذا الحكم يضمن لصاحب العلامة التجارية حد أدنى من الحقوق

1 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص43.

ولم يكن لهذا الحكم مقابل في اتفاقية باريس للملكية الصناعية ، التي لم تحدد مضمون حق صاحب العلامة التجارية .[1]

ح) الاستثناءات : Exceptions.

أجازت المادة 17 من الاتفاقية للبلدان الأعضاء أن تمنع استثناءات محدودة من الحقوق المقدرة لصاحب العلامة التجارية ، شريطة مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة والغير، ومن أمثلة هذه الاستثناءات جواز الاستخدام العادل للعبارات الوصفية للسلعة أو الخدمة بمعرفة الغير، وقد تتضمن هذه العبارات الوصفية التعريف بالسلعة ومواصفاتها ودرجة جودتها وكذلك استخدام الأسماء الشخصية والأسماء الجغرافية بحسن نية ومنشأ السلعة ، ويشترط النص لجواز منح هذه الاستثناءات أن تكون محدودة، وأن تراعي المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية [2].

خ) مدة الحماية : Terme Of Protection.

وفقا للمادة 18 من إتفاقية الترتيب فإن أقل مدة لحماية العلامة التجارية هي 07 سنوات ، ومن حق المالك أن يطلب تجديد العلامة مرة أو عدة مرات متلاحقة إلى أجل غير مسمى .[3]

1 / حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص 45.

2 /حسام الدين عبد الغني الصغير ، نفس المرجع ، ص 46.

3 /حسام الدين عبد الغني الصغير ، نفس المرجع ، ص 47.

د) وجوب استعمال العلامة :Requirement Of Use.

وفقا للمادة 01/19 من الاتفاقية ،إذا كان استعمال العلامة التجارية شرطا لازما لاستمرار تسجيلها، فلا يجوز شطب تسجيل العلامة إلا بعد مضي 03 سنوات متواصلة دون استعمال ، ما لم يثبت صاحبها بمبررات وجيهة تستند إلى وجود عوائق تحول دون استعمالها .

ذ) تقييد استخدام العلامة بشروط أخرى : other Requirements.

حضرت المادة 20 من الاتفاقية على الدول الأعضاء في المنظمة العالمية لتجارة تعييد استخدام العلامة التجارة بشروط خاصة ، وعلى سبيل المثال اشتراط و تقييد استخدام العلامة التجارية إلى جانب علامة أخرى .

ر) الترخيص والتنازل : Licensing And Assignment.

أجازت المادة 21 من الاتفاقية من الدول الأعضاء في – الجات –أن تضع شروطا للترخيص باستخدام العلامة التجارية، أو التنازل عنها عير أنها حضرت الترخيص الإجباري باستخدام العلامة التجارية، وقد أجازت أيضا لصاحب العلامة أن يتنازل عنها بصفة مستقلة عن المنشأة.

ثالثا : تسوية المنازعات وفق اتفاقية تربس trips :

آلية تسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية حول حقوق الملكية ، ومنها العلامة التجارية في حالة وقوع نزاع بين الدول الأعضاء، وذلك ضمن الجزء الخامس من هذه الاتفاقية وذلك كما يلي :[1]

أ) تلزم الدول الأعضاء ، بمبدأ الشفافية بنشر قوانين حماية الملكية الصناعية واللوائح التنظيمية المتصلة بها ، والأحكام القضائية أو القرارات الإدارية التي تخص هذا المجال كما تلتزم الدول الأعضاء بتبادل التشريعات الخاصة بحماية الملكية الصناعية فيما بينها لإعلامها بها ، وتستثنى من ذلك البيانات التي قد تلحق ضرر بمصالح الدولة التجارية والمشروعة (المادة 63 من اتفاقية تربس).[2]

ب) حسب المادة 64 من الاتفاقية، يتبع النظام المنصوص عليه في المادتين 32و33 من اتفاقية الجات ، في شأن مذكرة التفاهم بخصوص تسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في مجال الملكية الفكرية وهو جهاز تسوية المنازعات، ويتمتع هذا الجهاز بسلطة إنشاء فرق التحكيم و اعتماد تقارير استئناف قرارات فرق التحكيم .[3]

ت) وتتدرج مراحل النزاع وفق للاتفاقية إلى عدة مراحل تبدأ بالتشاور بحسن نية بين الطرفين خلال مدة لا تتجاوز 30 يوم ، من تاريخ تلقي الطلب ويترتب على عدم احترام هذا الميعاد حق الطرف مقدم الطلب في اللجوء إلى المرحلة الثانية وهي طلب تشكيل فريق تحكيم وذلك في حالة إخفاق المشاورات المحددة لها مدة 60 يوم ، وقد تقصر المدة

1 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 559.

2 / سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 38.

3 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 560.

إلى 10 أيام من تاريخ تسليم الطلب والالتجاء إلى التحكيم خلال 20 يوم وفي الحالات العاجلة ، ويختار المجلس العام لمنظمة التجارة أفراد فريق التحكيم الذي يعرض على الدول أطراف النزاع ، ويجب على فريق التحكيم رفع تقريره إلى الجهاز خلال مدة لا تزيد عن 06 أشهر محسوبة من تاريخ تشكيل الفريق وتقصر المدة إلى 03 أشهر في الحالات العاجلة .[1]

ث)وفي حالة استئناف قرار المحكمين ، وهذه هي المرحلة الثالثة لتسوية النزاعات ، يشكل هذا الفريق من قبل جهاز تسوية المنازعات من سبعة 07 أشخاص بصفة دائمة ، يختار منهم ثلاثة لكل قضية على حدا ، وينحصر دوره في التفسير القانوني للاتفاق المتصل بالنزاع كما يقوم بالشهر القانوني لهذه الأحكام ولا تتطرق إلى النظر في الموضوع ويعتمد فريق الاستئناف –07 أعضاء– قرارات فريق التحكيم موضوع الاستئناف إما بإقرارها أو رفضها أو تعديلها في حدود الاتفاقيات ذات العلاقة ، ويعتمد جهاز تسوية المنازعات تقرير فريق الاستئناف ، وبالتالي تصبح توصياته نهائية قابلة للتنفيذ.[2]

والعقوبات التي يقضي بها قد تكون تعويضا مدنيا أو أن يعلق الطرف المضرور التزاماته في القطاع ذاته موضوع النزاع ، في مجال الملكية الفكرية قبل الطرف الأخر، أو يعلق التزاماته في قطاعات أخرى وواضح أن الجزاءات مرنة تلاءم طبيعة الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية وتعطي مرونة للطرف المضرور في اتخاذ ما يراه [3].

1 / سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص38 و 39.

2 / عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 560.نقلا عن د/ جلال وفاء محمدين – تسوية منازعات التجارة الدولية في إطار اتفاقيات – الجات– دار الجامعة الجديدة لطباعة والنشر، الإسكندرية ، سنة 2003 ، ص 69 و73.

3 / سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 40.

الفصل الثاني :

دور العلامة التجارية في حماية المستهلك.

الفصل الثاني : دور العلامة في حماية المستهلك .

لقد وضع المشرع التزاما بالإعلام على عاتق البائع بموجب نص المادة 352 قانون المدني الجزائري[1]، وكذلك يمكن استنتاجه من نص المادة 379 من نفس القانون، التي تتضمن ضمان العيوب الخفية وكما أن التطور الصناعي وظهور اقتصاد السوق الحر كشف جليا عن تغيير للعلاقة التعاقدية بين الذين يقتنون السلع ويستفيدون من الخدمات، وبين المهنيين الدين يقومون بعرض هذه السلع والخدمات للاستهلاك ووجود الالتزام بالإعلام في العلاقة الاستهلاكية يتعلق بصفة المتعاقد لكون المساواة بين المتعاقدين هي التي سمحت للمشرع بوضع هذا الالتزام علة عاتق المهني ولفائدة المتعاقد المستهلك المحضة [2]، فقد تدخل المشرع بوضع الالتزام على عاتق المهني بإعلام المستهلك بالمعلومات الخاصة بالمنتوجات والخدمات ، بحيث لا يكون له أن يدعي جهله بها كون يقع عليه الالتزام بالاستعلام فيها وذلك كله لضمان سلامة وامن المستهلك ، وتجدر الإشارة أن المشرع في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش والنصوص التنظيمية له السارية المفعول فقد وضعت وسائل خاصة لنقل الإعلام إلى المستهلك والذي تعد العلامة من أهم الوسائل التي تؤدي إلى نقله للمستهلكين من طرف المهنيين أو المتدخلين[3]،كذلك ما أكدته المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 03/90 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، والتي عرفت الوسم على أنه :"كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو **العلامات** ،.....، مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج

1 /الأمر رقم : 75–58 الصادر بتاريخ :26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون المدني ، الجريدة الرسمية ،عدد 78 الصادرة بتاريخ 1975/09/30.

2 / لشخم رضوان ، العلامة وحماية المستهلك ، مذكرة ماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة ، كلية الحقوق جامعة الجزائر –1– السنة 2014/2013 ، ص 14.

3 / أنظر المادة : 17 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، جريدة رسمية ، عدد 15 الصادرة بتاريخ :08 مارس 2009.

مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر على طريقة وضعها." كل ذلك يؤكد أن العلامة تعد وسيلة من وسائل الالتزام بالإعلام للمستهلك، وهذا هو عنوان المبحث الأول من هذا الفصل أما المبحث الثاني فقد خصصناه لحماية المستهلك من تقليد العلامة ، فتزايد ظاهرة التقليد بوجه عام أصبح يمثل خطرا كبيرا لاسيما تقليد العلامة كما وضحنا ذلك في الفصل الأول فتقليد العلامة له أثر مباشر على المستهلك ، ويسبب له أضرار يصعب تداركها أو علاجها وأن جرائم تقليد العلامة أصبحت إحدى أساليب الغش التجاري التي يسعى الغاشون إلى تطويرها [1]، وعلى هذا الأساس كرس المشرع الجزائري وسائل وقائية عن طريق رقابة إدارية وفق جهات إدارية مخولة قانونا في حالة وقوع تقليد للسلع أو الخدمات المقدمة للمستهلكين، وأنظمة حماية مدنية وجزائية ،في حالة وقوع أفعال تقليد وكل ذلك حماية للمستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من تظليله وإثارة اللبس لديه.[2]

المبحث الأول : حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة .

العلامة تعد أهم الوسائل والدعامات التي يجب أن يضفيها المهني على سلعه وخدماته لإعلام المستهلك ، فقد ورد في نص المادة 02 فقرة 08 من المرسوم التنفيذي رقم: 39/90 ،المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش [3]، أن الوسم الذي يعتبر وسيلة لإعلام المستهلك يشمل جميع البيانات والإشارات وعلامات المصنع أو التجارة .....إلخ، ومما يتبين أن العلامة تعد وسيلة من وسائل إعلام المستهلك ولكي تؤدي غرضها الذي يضمن أمن وسلامة

1 / بوروبة ربيعة حماية ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات ، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزائر ،سنة 2008/2007، ص 38.

2 / لشخم رضوان ، العلامة وحماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص 66.

3 / المرسوم التنفيذي رقم : 39/90 ، المؤرخ في :30جانفي1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، جريدة رسمية ، عدد 05 ، الصادرة بتاريخ 1990/01/31.

المستهلك يفرض على المهني باعتباره صاحب العلامة وله الحق في استغلالها أن يستغلها بصفة مشروعة، فيتخذ إجراءات تسجيلها ويلتزم باستعمالها استعمالا جديا ، وهذا ما سنتناوله في المطلب الأول، وسنتطرق إلى جزاءات الإخلال بهذا الالتزام في المطلب الثاني.

المطلب الأول : التمتع بالحق في العلامة كالتزام بإعلام المستهلك.

حماية العلامة طريق لتنشيط التجارة ووسيلة لجذب الاستثمارات ، ذلك أنه يجعل رجال الأعمال والمستثمرين مطمئنون على أموالهم التي يستثمرونها كما أن حماية العلامة حماية للمستهلكين من إهدار أموالهم في المنتجات المقلدة ، ومن المسلم به أنه عند عدم حماية العلامة سوف تظهر البضائع ذات العلامة المقلدة التي ليس لها جودة العلامة الأصلية ومن الممكن أن يقع المستهلك في الغش ، وكما نعرف أن العلامة هي وسيلة تميز منتجات أو خدمات من مثيلاتها ، ولكي تقوم العلامة بدورها يجب أن تتوفر على صفات تتألف منها حتى يكون المستهلك في منئي عن الغش والتضليل الذي قد يتعرض له ، وتنوير إرادته وإعلامه من الحصول على أجود ما يحتاج إليه من سلع وخدمات وبتوفير حماية العلامة من خلال فرض بعض الالتزامات على صاحبها، أومن له الحق في استغلالها مما ينعكس إيجابا وطردا على حماية المستهلك .

ولكي يتمكن المستهلك من اقتناء المنتوج منح المشرع الحق في الحصول على المعلومات اللازمة والمواصفات والبيانات الضرورية التي تتطلب توفرها قصد تفادي الأضرار التي قد تمس بصحته وأمنه وسلامته، من هنا يتضح جليا كذلك دور التقييس في ترقية دور المستهلك وتلبية رغباته والهدف الأساسي له هو مطابقة المنتوجات للمقاييس المطلوبة فكلما توفرت المقاييس المطلوبة في المنتوج كلما وفرت الحماية والأمن للمستهلك[1]

1 / لشخم رضوان ، العلامة وحماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص 16.

وعلى أساس ذلك سأتطرق إلى الالتزام بتسجيل واستعمال العلامة في الفرع الأول، أما الفرع الثاني فسأتطرق إلى علامة المطابقة كتجسيد لرغبات المشروعة للمستهلك.

الفرع الأول : الالتزام بتسجيل واستعمال العلامة ضمان لإعلام حقيقي للمستهلك.

يعد التسجيل مرآة حقيقة لجميع الإجراءات التي تتعلق بالعلامة المسجلة وفقا للأحوال القانونية ، وقد جعلها المشرع إجبارية على كافة السلع والخدمات المعروضة على إنحاء التراب الوطني [1]، وأن إلتزام المهني بتسجيل العلامة يجعل ممارسته التجارية تمتاز بالشفافية التي تعد مبدأ من المبادئ التي يكرسها القانون رقم : 04/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ذلك أن هناك من القوانين الأجنبية من يعتد بالاستعمال لكي تنشأ ملكية العلامة لا بتسجيلها فسأتطرق للالتزام بالتسجيل أولا، والالتزام بالاستعمال ثانيا.

أولا: الالتزام بتسجيل العلامة .

كما تطرقنا سابقا في المبحث الأول من الفصل الأول، للحق في العلامة التجارية وقلنا أن للاكتساب الحق في العلامة يجب تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، وفق إجراءات نص عليها المرسوم التنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في 02 أوت 2005، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها ، وأيضا أن لا تكون مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات السابق الذكر، فلا داعي إذا إلى إعادة شرح إجراءات التسجيل ، وما يمكن قوله أن المشرع لما فرض إجبارية تسجيل العلامة على كافة السلع والخدمات المعروضة عبر أنحاء التراب الوطني، وأن التزام المهني بتسجيل العلامة يجعل ممارسته التجارية تمتاز

1 / أنظر المادة : 03 فقرة 01 ، من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق .

بالشفافية ، وما يمكن الإشارة إليه أن الغرض من هاته الإلتزامات هو تكريس الحماية سواء للمهني أو المستهلك، فالحماية العامة المقررة لجميع الحقوق كفلتها كافة التشريعات وهي الحماية المدنية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة ، في حين لا تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية أو الدولية إلا إذا كانت مسجلة ، فالتسجيل لا يعتبر شرطا لقيام الحماية المدنية للعلامة ، في حين يعتبر التسجيل شرطا أساسيا لقيام الحماية الجنائية الإقليمية والدولية[1]، وهذا ما تطرقنا إليه في المبحث الثاني من الفصل الأول سابقا.

ثانيا : الالتزام بالاستعمال الجدي للعلامة .

المقصود باستعمال العلامة التجارية : أن الاستعمال الذي يترتب عليه نشوء الحق في العلامة هو إستعمال العلامة استعمالا فعليا وجديا ومستمرا في تميز المنتجات أو البضائع ويشترط في هذا الاستعمال أن يكون علنيا بوضع العلامة على المنتجات وعرضها للبيع وباستخدام العلامة في الإعلانات ، كما يشترط أن يكون منتظم وغير متقطع ، ولو تتبعنا النصوص التشريعية السابقة لوجدنا انه في ظل الأمر 57/66،الملغى كان نص المادة 05 فقرة 02 منه تنص على انقضاء آثار العلامة إذا لم تستعمل خلال سنة من إيداعها بدون مبرر ، وجاءت المادة 11 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات تقضي بأنه يترتب على عدم إستعمال العلامة إبطالها أو طلب إلغائها من الغير ، إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من 03 سنوات دون انقطاع وبذلك مدد المشرع مدة الإستعمال ، وإذا كان يترتب على عدم استعمال بطلان أو إلغاء العلامة ، فإن استعمالها يقصد به تجسيدها في الواقع على السلع أو خدمات عرضت أو بيعت عبر أنحاء التراب الوطني ، والسؤال المطروح هنا هو هل

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 17.

إستعمال العلامة من طرف المرخص من خلال عقد الترخيص يدخل في إطار إستعمال العلامة أم لا؟.[1]

أن المادة 12 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات حسمت الموقف بقولها :" يعتبر إستعمال العلامة من قبل حامل الرخصة بمثابة إستعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه ".[2]

ونجد أن المشرع الجزائري لم يوفق في استعماله مصطلح الالتزام باستعمال العلامة لأن الاستعمال في حق الملكية بصفة عامة هو حق أكثر منه التزام[3]، والشروط الواجب توفرها في الاستعمال يمكن استخلاصها من نص المادة: 11 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات ، السابق الذكر وهي :

01- **أن يكون الاستعمال جديا :** ويفهم من نص المادة 11 سابقة الذكر أنه يتعين على صاحب العلامة استعمالها بانتظام وبصفة جدية على سلعة أو خدماته وله الحق في منع الغير من إستعمال إعلانات مطابقة أو مشابهة لها لدرجة قد تؤدي إلى اللبس دون موافقته.

02- **أن ينصب الاستعمال على موضوع العلامات المسجلة:** فالاستعمال الجدي والفعال يجب أن ينصب على العلامة المسجلة ذاتها لأنه لن يتسنى لغير صاحب العلامة إستعماله طوال مدة الحماية بمقتضى ماله من حق استئثاري عليها فيتوجب عليه إستعمال العلامة نفسها التي قام بتسجيلها دون إضافة أو نقصان .[4]

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 26.

2 / الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق .

3 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 26.

4 / المرجع نفسه، ص 27.

03- **وأن يتم الاستعمال خلال المدة المحددة:** إن إستعمال العلامة يكون خلال سريان مدة التسجيل وبصفة غير متقطعة ، وحددت هذه المدة بعشر سنوات بأثر رجعي إبتداءا من تاريخ إيداع الطلب يمكن تجديد المدة بعشر سنوات أخرى .[1]

وبالتالي فالاستعمال الجدي للعلامة إلتزام إجباري يقع على كل من يعرض سلع أو خدمات خاصة وأن العلامة تعتبر أحد أهم الدعامات التي يشملها الوسم ، هذا الأخير الذي يعتبر وسيلة لإعلام المستهلك[2]، كما أن غرض المشرع في فرض الاستعمال الجدي للعلامات هو حماية الاقتصاد الوطني وحماية المستهلك.[3]

الفرع الثاني : منح ترخيص استغلال علامة الجودة ضمان للأمن المستهلك.

حرصا على سلامة وأمن المستهلك تم فرض نظام صارم يضمن للمستهلك الحصول على أجود ما يمكن أن يقتنيه من سلع وخدمات ، فيشترط أن تتوفر في المنتوج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك، المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه وتميزه كما يجب أن تستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك ، وكانت علامة المطابقة وسيلته أو الدليل الذي على أساسه يطمئن المستهلك ويتأكد له ذلك[4]، لذا سنتطرق إلى تعريف علامة الجودة باعتبارها علامة جماعية أولا ، ثم نتطرق إلى الإجراءات المتخذة لمنح الترخيص والهيئة المكلفة بذلك ثانيا.

1 / أنظر المادة : 05 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق .

2 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 19.

3 / أنظر المادة 05 من الأمر رقم :04/04 ، المؤرخ في 23 جوان 2004 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية ، عدد 41 ، سنة 2004.

4 / بوروبة ربيعة ، المرجع السابق ، ص 19.

أولا: علامة الجودة بإعتبارها علامة جماعية .

العلامة الجماعية تقابل العلامة الفردية ضمن تصنيفات العلامة، واقتضت سياسة العلامة التجارية تنظيم العلامة الجماعية التي تتخذ من قبل أشخاص معنوية ممثلة للمصلحة العامة أو المصلحة الخاصة ، فهي إذن علامة تخص شخصا معنويا من القانون العام أو القانون الخاص ولا تستعمل إلا من طرف أعضائه ، وقد خصص لها الأمر06/03، المتعلق بالعلامات أحكام خاصة ضمن الباب السادس منه كما أنه عرفها في المادة 02 فقرة 02 منه بأنها:" كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج ،وكل ميزة مشتركة أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره...."، فهي إذن تستعمل من قبل مشروعات اقتصادية يجمعها إتحاد أو مؤسسة تسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لتلك المشروعات المتخذة ، وبالتالي تختلف العلامة الجماعية عن باقي تصنيفات العلامة بأنه لا يمكن أن تكون ملك لشخص طبيعي ، وإنما يملكها شخص معنوي هذا الأخير الذي يجب أن يخضع لقانون أساسي يحكمه ويحدد فيه شروطا خاصة لاستعمال هذه العلامة ، ولضمان فعاليتها نظرا مما توفره من أمن للمستهلك وجب إخضاع استغلالها لرقابة فعلية ومستمرة كما تتميز بأنه لا يمكن أن تكون محل انتقال أو رهن أو أن تكون تحت طائلة حكم تنفيذي جبري باعتبارها تسعى إلى تحقيق المصلحة . [1]

ثانيا : إجراءات منح ترخيص استغلال علامة الجودة والهيئة المكلفة بذلك.

إضافة لما يجب أن تخضع له علامة الجودة من أحكام عامة فيما يخص الإيداع والتسجيل والنشر لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، والتي تم ذكرها سابقا

1 / أنظر المواد : 22– 23 – 24 و25 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق .

في الفصل الأول ، وجب منح ترخيص بذلك من طرف مالكها المتمثل في المعهد الجزائري للتقييس [1]، ويتم ذلك وفق إجراءات من أجل منح هذا الترخيص.

01- **المعهد الجزائري للتقييس:** قبل الخوض في المعد الجزائري للتقييس يجب الخوض أولا في معنى التقييس ، يقصد **بالتقييس** النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات إستعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين وتقديم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل فنية وتجارية تخص المنتجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلامات بين الشركاء الاقتصاديين والعمليين وللتقييس والاجتماعيين[2] وطبقا لما جاء في نص المادة 11 من القانون 03/09 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، على إلزامية مطابقة المنتوجات ، إذا يجب أن يكون المنتوج مطابقا للرغبات المشروعة للمستهلك وذلك ما من شأنه حماية المستهلك ، ومن ذلك تكون المطابقة للتقييس ونص القانون على هيئات تتولى التقييس ومراقبة المطابقة ، وصدور القانون 04/04 ، المتعلق بالتقييس والمراسيم التنفيذية المطبقة له ، المرسوم 464/05 المؤرخ في 06 ديسمبر2005 الذي تعلق بتنظيم التقييس وتسييره والمرسوم 465/05 المؤرخ في 06 ديسمبر2005 الذي تعلق بتقييم المطابقة[3] وغيرها من المراسيم الأخرى ، ويهدف التقييس على الخصوص في تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا ،وكذا تحقيق الأهداف المشروعة وحماية المستهلك

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 21.

2 / أنظر المادة 02 من القانون 04/04 ، المؤرخ في :23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس ، جريدة رسمية ،عدد 41 ، سنة 2004.

3 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 31.

والأمن الوطني والنزاهة في المعاملات التجارية ، وكما أن هناك أجهزة للتقييس منها المجلس الوطني للتقييس ، المعهد الجزائري للتقييس ، اللجان التقنية الوطنية ، الهيئات ذات النشاطات التقييسية ، الوزارات ضمن نشاطها في إعداد اللوائح الفنية .

وبالرجوع إلى أحكام المرسوم التنفيذي رقم : 69/98 ، المؤرخ في 21 فيفري 1998 المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس والذي يحدد قانونه الأساسي ، المعدل والمتمم بالمرسوم رقم 20/11 المؤرخ في 25 جانفي 2011 ،حل هذا المعهد محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية وقد نص قانون التقييس على مهام هذا المعهد وعرفه أنه مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري وصناعي يتمتع بالاستقلال المالي والشخصية المدنية ، يتكون من مجلس الإدارة من مسيره وهو المدير العام للمعهد والذي يعين بمرسوم تنفيذي بناءا على اقتراح الوزير الوصي وهو وزير الصناعة، كما يتكون من رئيسه (الوزير المكلف بالتقييس)، بالإضافة إلى ممثلين عن مختلف الوزارات الأخرى ، ويمكن له أيضا أن يستعين بكل شخص يراه مناسبا للقيام بمهامه ،وتتمثل مهامه على الخصوص فيما يلي :

- السهر على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات .
- إنجاز الدراسات والبحوث وإجراءات التحقيقات العمومية في مجال التقييس.
- تحديد الاحتياطات الوطنية في مجال التقييس.
- ضمان توزيع المعلومات المتعلقة بالتقييس.
- ضمان تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية والجمهورية للتفتيش التي تكون طرف فيها.[1]

1 / أنظر المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 464/05 ، المؤرخ في 06 فيفري 2005 ، المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، الجريدة الرسمية ، العدد 80، الصادرة بتاريخ ، 2005/12/11.

وطبقا للقانون04/04 المتعلق بالتقييس يكلف أيضا بالمهام التالية:

تتكلف الهيئة الوطنية للتقييس (المعهد) ، بتطبيق ومتابعة تسليم الإشهاد الإجباري للمطابقة وبإنشاء علامة المطابقة الإجبارية وتطبيقها وتسييرها وتخضع المنتوجات الموجهة للاستهلاك والاستعمال التي تمس السلامة والصحة والبيئة إلى إشهاد إجباري طبقا للتشريع المعمول به ويفرض هذا الإشهاد دون تميز عل المنتوجات المصنعة محليا أو المستوردة لذلك يمكن كذلك للمعهد الاستعانة بكل هيئة تهتم بمطابقة معتمدة (المخابر،هيئات التقييس هيئات الإشهاد على المطابقة)، لإنجاز أشغال خصوصية محددة في دفتر شروط يعده المعهد لهذا الغرض وطبقا لأحكام المادة 15 من المرسوم 465/05 ،يجب أن تحمل المنتوجات المستوردة علامة المطابقة الإجبارية التي تسلمها الهيئات المؤهلة لبلد المنشأ والمعترف بها من المعهد الجزائري للتقييس وبناءا على كل هذا فإن إنشاء هذا المعهد بالإضافة إلى أجهزة التقييس الأخرى كان كله من أجل حماية المنتوجات الموجهة للاستهلاك والاستعمال من التقليد ومن عدم المطابقة للمقاييس الوطنية أو الدولية غير أنه وما يدرك من الناحية العملية أن دور هاته الأجهزة في محاربة ظاهرة التقليد وعدم المطابقة محدودة وتنقصها الفعالية.[1]

02- **إجراءات منح ترخيص باستغلال علامة الجودة:** إن علامة المطابقة علامة جماعية تخضع للإحكام التشريعية والتنظيمية المنظمة لها وبالتالي تحدد خصائصها عن طريق التنظيم بحيث يرمز لها بالرمز(**ت ج**)، ويعني هذا الرمز تقييس جزائري[2]، ولكي يحص المهني سواء كان منتجا أو بائعا أو مقدم الخدمة على الترخيص باستعمال هذا الرمز أو هذه العلامة علة السلعة أو على الخدمة التي يقدمها فإنه يتقدم بطلب ذلك إلى المعهد الوطني للتقييس ، ويكون طلبه مدعما بالمستندات اللازمة فيقوم المعهد باختيار المنتجات أو

1 / لشخم رضوان ، العلامة وحماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص 32.

2 / أنظر المادة 20 من القانون 04/04 ، المؤرخ في :23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس ، مرجع سابق.

الخدمات، المرشحة لحمل العلامة بعد فحصه لها والتأكد من أن الصانع مقدم الخدمة قادر وباستمرار على صنع المنتجات وتقديم الخدمات بنفس الجودة المتوفرة في العينة النموذجية ويحول إجراء الفحص إلى لجنة مكلفة بذلك ، كما أنه يجب وضع برنامج لمراقبة مدى محافظة المنتوجات أو الخدمات على مستوى الجودة المصرح بها بحيث يقوم المعهد عن سابق إنذار أو بدونه بمراقبة المنتوجات وأخذ العينات بهدف اختبارها سواء على سلسلة الإنتاج ، أو في المستودعات أو في السوق ، وبالتالي يمكن للمنتج أو الصانع وضع علامة المطابقة على منتجاته ومقدم الخدمة على خدماته ، ووفقا للمادة 02 فقرة 09 من القانون 04/04 ، المتعلق بالتقييس ، فإنه يتم الاعتراف بأن منتوجا أو خدمة مطابقة للمواصفات الوطنية أو اللوائح الفنية بواسطة علامة المطابقة ، وتعد اللوائح الفنية من قبل القطاعات المعنية ويكون اعتمادها من طرف المنتجين ضروريا لتحقيق هدف مشروع أو لتفادي خطر عدم اعتمادها ، كما يمكن تعديلها إذا تغيرت المعطيات التي دعت إلى اعتمادها وكان الهدف المشروع أقل تقييدا للتجارة [1]، أما الموصفات الوطنية فإنها تعد من قبل الهيئة الوطنية للتقييس والتي تصدرها كل 06 أشهر فتعين المواصفات الوطنية الجاري إعدادها والمواصفات المصادق عليها سابقا[2]، وقد تضمن المرسوم التنفيذي رقم 464/05 ، المتعلق بتنظيم التقييس وسيره ، الإجراءات المعتمدة من أجل اعتماد المواصفات بحيث تقوم لجان تقنية وطنية بإعداد مشاريع المواصفات وتقدمها إلى الهيئة المكلفة بالتقييس قصد تقديمها للتحقيق ويكون التحقيق وفقا للمادة 16 من نفس المرسوم بعرض مشاريع القياسات على مختلف الوزراء لإبداء الرأي فيها وعلى الوزارات المعنية أن تبدي ملاحظاتها وإعتراضتها إلى معهد التقييس خلال مهلة أقصاها 03 أشهر من تاريخ تسلمها المشاريع ويعد السكوت

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 23.

2 / أنظر المادتين 12–13 من القانون 04/04 ، المؤرخ في :23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس ، مرجع سابق.

موافقة منها ، ويتزامن مع التحقيق الإداري تحقيق عمومي ويتمثل في إطلاع جميع المتعاملين الاقتصاديين على المشاريع ، وتحدد مدة 03 أشهر أيضا من نشر التحقيق[1]، وفي خلال مدة التحقيق يجوز للمتعاملين تبليغ معهد التقييس بالصعوبات والتبعات التي قد تنجم عن تطبيق المواصفات المزمع إقرارها ، ولهم أن يقترحوا تعديلات لمشاريع المواصفات تضمن جودة أكثر وتستجيب لرغبات المستهلك المشروعة ، وبعد الانتهاء من التحقيق الإداري والتحقيق العمومي ، تقوم اللجنة التقنية بتقديم المواصفات للوزير المكلف بالتقييس ليصادق عليها فتصبح إلزامية أو تقوم بتسجيلها فتأخذ الطابع الاختياري في حالة عدم مصادقة الوزير عليها.[2]

المطلب الثاني: جزاء الإخلال بإعلام المستهلك في مجال استغلال العلامة .

إن إخلال صاحب العلامة أوكل من له حق استعمالها في أي من الالتزامات المتعلقة بها يرتب جزاءات مختلفة ، فالإخلال بإجراءات التسجيل والاستغلال يعد إخلال بواجب الإعلام كما أن الاستعمال غير المشروع كأن يضفي منتج علامة الجودة على منتجاته دون الحصول على ترخيص المعهد الوطني الجزائري للتقييس الذي لا يمنحه هذا الأخير إلا بعد التحقق من مطابقة المنتجات للمواصفات الوطنية ، فقد أولى المشرع الجزائري هذا الجانب أهمية كبيرة إذا سنتطرق في هذا المطلب إلى الجزاء المدني للإخلال بإعلام المستهلك في الفرع الأول.

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 24.

2 / En :M.KAHLOULA.ET .G.MEKAMCHA : la Protection du Consommateur en droit .Algérien : revue idara.de L'ecole National D'administration N° 5annee 1995.Page .42.

أما الفرع الثاني سنتحدث فيه عن الجزاء الجنائي الذي يتعرض له من يخالف هذه الالتزامات باعتبار أن المشرع جرم مخالفتها .[1]

الفرع الأول : الجزاء المدني .

نص المشرع الجزائري على أحكام قانونية سواء في أحكام قانون العلامات أو في أحكام القانون المدني على وسائل قانونية عديدة تهدف أساسا إلى حماية المستهلك وكذا المهني في آن واحد، غير أنه وبالرغم من كون أن مفهوم الحماية المدنية يهدف إلى تعويض الأضرار إلا أن القرارات المتخذة من طرف الهيئة المكلفة بتسجيل العلامات الذي هو في الحقيقة التزام المهني بواجب الالتزام بالإعلام تجاه المستهلك ولعلى الأسباب التي دفعتها إلى اعتبار أن رفض التسجيل من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، يعتبر من وسائل الحماية المدنية وذلك إذا ما تطرقنا إلى النتيجة التي تؤدي إليها ، فرفض التسجيل يكون نتيجته والغرض منه حماية تتعلق مباشرة بجمهور المستهلكين، كما أنه وحتى للمستهلك الحق في الاعتراض على تسجيل العلامات وفق ما جاء في قانون العلامات[2]، وذلك عند تحقيق حالات معينة مراعاة لمصلحة المستهلك والذي يعد أساسا جزاء وقائي ، وما يجعلنا خاصة نقول أن إتباع الإجراءات التي تتم أمام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والتي يصدر عنها قرارات الموافقة أو الرفض على التسجيل في حالات وفق القانون وإمكانية المستهلك كذلك الاعتراض على تسجيل العلامة، سواء بطلب إبطالها أو إلغائها على أنها وسائل حماية مدنية أساسا، وبالرجوع إلى الطبيعة القانونية للمعهد أيضا [3]، إن تواجد

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 25.

2 / أنظر المادتين : 20–21 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق .

3 / أنظر المادة 02 من المرسوم رقم : 68/98 ، المؤرخ في 21 فيفري 1998 ، المتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية ، جريدة رسمية ، عدد 11 ، سنة 1998، تنص :" المعهد .....،يتمتع بالشخصية المدنية .....".

المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كطرف مدخل في النزاع لا يعطي الاختصاص للقضاء الإداري فهو محض اختصاص يؤول إلى القضاء العادي [1]، بالإضافة إلى ما نصت عليه أحكام المادة 32 من القانون 09/08، المؤرخ في 25 فيفري 2008 ، والذي يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية ، والتي جاء فيها :" تختص الأقطاب المتخصصة المنعقد في بعض المحاكم بالنظر دون سواها في المنازعات المتعلقة بالتجارة الدولية والإفلاس والتسوية القضائية والمنازعات المتعلقة بالبنوك ،.....، **الملكية الفكرية** ...."،والعلامة عنصر من عناصر الملكية الصناعية التي تعتبر جزء من الملكية الفكرية ،إذا سنتطرق أولا إلى الجزاء الوقائي وحق الاعتراض على التسجيل من طرف المستهلك ،ثم ثانيا الجزاء وفق ما هو مقرر في القانون المدني .

أولا: الجزاء الوقائي وحق الاعتراض على التسجيل من طرف المستهلك.

نصت المادة 07 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات سابق الذكر ، على الرموز التي تعد مستثناة من التسجيل والتي من خلال استقراءها ، أنها صنفت الرموز إلى حالات تكون فيها ممنوعة أو محظورة وخاصة ما يستشف من الفقرات من 01 إلى 05 من نفس المادة وحالات تكون فيها العلامة مضللة وتثير اللبس من الفقرات 06 إلى 09، وذلك من خلال العبارات المستعملة في ذات الفقرات كما خولت المادتين 20 و21 من نفس الأمر للمستهلك حق الاعتراض على تسجيل العلامة، بحيث ورد مصطلح **(الغير)** مما يفهم أنه يجوز لأي شخص أن يعترض على تسجيل العلامة وذلك عند تحقق حالات معينة مراعاة للمصلحة المستهلك.[2]

1 / لشخم رضوان ، العلامة وحماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص 37.

2 / المرجع نفسه ، ص 38.

01- **رفض تسجيل العلامة من قبل المعهد:** رأينا سابقا في الفصل الأول إجراءات التسجيل أن المعهد بعد قيامه بالفحص يمكن له أن يصدر قرارا إما بالموافقة على التسجيل أو بالرفض هذا الأخير ذكرته المادة 07 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات سابق الذكر، ويمكن تصنيفها إلى صنفين حالات رفض تكون فيها العلامة ممنوعة أو محظورة ، وحالات تكون فيها العلامة مضللة وتثير اللبس .

أ)- **العلامة الممنوعة** : تناولت الفقرات 01-02-03-04 و05 من المادة 07 المذكورة آنفا ، حالات تكون الرموز فيها ممنوعة أو محظورة ، وبالتالي يرفض المعهد الوطني تسجيلها ، ويرفض تسجيل العلامة إذا كانت لا تمثل أحد الأشكال المذكورة في المادة 02 فقرة 01 من نفس الأمر السابق الذكر ، كما يرفض تسجيل العلامة التي تخص الملك العام كاتخاذ العلم الجزائري الوطني كعلامة مثلا، ويرفض أيضا تسجيل علامة تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة .[1]

ب)- **العلامات المضللة أو التي تثير اللبس:** نصت المادة 07 في الفقرات 06-07-08 و09 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات سابق الذكر، على حالات تكون فيها العلامة مضللة للجمهور وقد يكون التضليل فيها يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات أو لخاصية من الخصائص الأخرى المتصلة بها فلا يمكن إذن اتخاذ الاسم الجغرافي كعلامة إذا كان من شأنه تضليل الجمهور ، كما يرفض تسجيل العلامات أو الرموز المتخذة كعلامة مماثلة أو مشابهة لعلامة أو أسم تجاري أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة لعلامة أو أسم تجاري ولكن إذا كان إستعمال علامة أو أسم تجاري تتميز بالشهرة في الجزائر من شأنه إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة، فإن أحكام هذه الفقرة تطبق حتى ولو كانت السلع والخدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك السلع والخدمات التي طلب تسجيل العلامة من

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 26.

أجلها ، بما أنها من بين العلامات التي تثير اللبس وبالتالي يرفض تسجيلها ، والرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانات تحدث اللبس مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة وكذا في حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق وعرقل ذلك استعمالها كبيان جغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعمالها.[1]

02- حق المستهلك في الاعتراض على تسجيل العلامة :

إلى جانب المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية فقد منح قانون العلامات بموجب المادتين 20 و21 من الأمر 06/03 ، كذلك حق الاعتراض على تسجيل العلامة أمام القضاء وذلك بأنه وسع من حيث الأطراف الذين يمكن لهم الاعتراض على تسجيل العلامة في حالة إذا تحققت إحدى الحالات المنصوص عليها في المادة 07 وتؤسس الدعوى على أحكام المادة 20 من نفس الأمر، سواء كانت ممنوعة من التسجيل أو تشكل تضليل ولبس لدى الجمهور ، وعليه فإن المستهلك باعتباره من الغير يمكن له الاعتراض وذلك أمام الجهة القضائية المختصة ، إما بدعوى إبطال العلامة أو بدعوى إلغاء التسجيل.

أ)- **دعوى إبطال العلامة :** إن حالات إبطال العلامة تعد نفسها حالات مستثناة من تسجيل العلامة وفق أحكام المادة 07 من الأمر 06/03 ، بجميع فقرتها التسعة ، والتي على أساسها تؤسس دعوى البطلان من طرف المستهلك باعتباره من الغير وذلك عندما يتبين أنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في المادة 07 وتؤسس الدعوى على أحكام المادة 20 كما قلنا سابقا ، والتي هي في الحقيقة قاعدة موضوعية غير أنها تعطي للمستهلك الصفة في أهلية التقاضي والمطالبة بإبطال العلامة وكذلك أحكام المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم :277/05 ، السالف الذكر وتتقادم دعوى الإبطال بمرور 05

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 27.

سنوات إبتداءا من تاريخ تسجيل العلامة ، ويستثنى من التقادم طلب التسجيل الذي تم بسوء نية طبقا للمادة 20 فقرة 02 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات .[1]

ب)- **دعوى إلغاء العلامة** : لقد نص المشرع الجزائري صراحة على دعوى إلغاء العلامة في قانون العلامات دون باقي قوانين الملكية الصناعية ، وتؤسس دعوى الإلغاء على أحكام المادتين 21 و25 من الأمر 06/03،المتعلق بالعلامات وكذلك المرسوم التنفيذي رقم :277/05 ، المحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها المعدل والمتمم بالمرسوم رقم :346/08 وإذا كان المشرع قد منح هذا الحق إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، فقد منحه للغير المعني بالأمر والمستهلك يعد من الغير فيمكن له رفع دعوى إلغاء ونميز هنا نوعين من الدعاوي ، دعوى إلغاء عادية ودعوى إلغاء العلامة الجماعية.[2]

- **دعوى الإلغاء العادية** : ونميز حاليتين طبقا لنص المادة 21 من قانون العلامات الحالة الأولى للمدعى أو المستهلك الحق في تأسيس دعواه على أساس سبب من الأسباب المذكورة في نص المادة 07 من الأمر 06/03،المتعلق بالعلامات وفق الفقرات 03-05-06 و07 وقد ذكرنها سابقا، أما الحالة الثانية فقد نصت عليها المادة 11 من نفس الأمر ، وتتمثل في عدم الاستعمال الجدي لصاحب العلامة على السلع و توضبيها أو على صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة ، يرتب ذلك الحق في طلب إلغاءها ، ماعدا في الحالات التالية لا يمكن إلغاءها أو إبطالها وهي:

- إذا لم يستغرق الاستعمال أكثر من 03 سنوات دون انقطاع.

1 / لشخم رضوان ، العلامة وحماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص 42.

2 / المرجع نفسه ، ص 43.

- إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفا عسيرة حالة دون استعمالها ، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر.[1]

- **دعوى إلغاء العلامة الجماعية :** نصت عليها المادة 25 من الأمر 06/03 ، وهو إجراء بموجبه وبالإضافة إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، يمكن كذلك للمستهلك باعتباره من الغير أن يطلب من الجهة القضائية المختصة إلغاء العلامة الجماعية متى توافرت الشروط القانونية المنصوص عليها في المادة 21 المذكورة آنفا ، بالإضافة إلى الحالات التالية التي تلغي العلامة الجماعية :

- عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلامة .

- عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يجيز إستعمال هذه العلامة استعمالا من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدمات التي سجلت العلامة بشأنها.

- عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال. [2]

ج) – **إجراءات التقاضي والجهة القضائية المختصة :** بالنسبة للإجراءات التقاضي تكون في شكل عريضة إبطال وإلغاء العلامة حيث أقر المشرع لكل من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والغير ، والمقصود به هنا المستهلك بتقديم طلب إبطال أو إلغاء علامة بما فيها العلامة الجماعية ، وذلك بناءا على شروط شكلية و موضوعية أمام الجهات القضائية المختصة عن طريق دعوى قضائية ، وذلك كله وفقا لما تضمنته أحكام المواد :20-21-

1 / أنظر المادة 11 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق .

2 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 44.

و25 من المر 06/03 المتعلق بالعلامات ، وبالنسبة لشكل عريضة إبطال وإلغاء العلامة تكون وفق أحكام المواد 13–14 و15 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية ، أما الجهة القضائية المختصة للنظر في دعاوي إبطال وإلغاء العلامة فقد جاء المشرع في قانون الإجراءات المدنية والإدارية ، في الباب الثاني في الاختصاص في فصله الأول في الاختصاص النوعي للمحاكم أين تم استحداث أقطاب المختصة المنعقدة في بعض المحاكم وهو أحد أهم الإجراءات المستحدثة بموجب المادة 32 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية ، حيث تختص هذه الجهات دون سواها في بعض المنازعات ومنها منازعات الملكية الفكرية ، **ولكن** هناك بعض التناقض في نص المادة 40 فقرة 04 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية ،والتي تنص على أنه في مواد الملكية الفكرية تكون أمام المحكمة المنعقدة في مقر المجلس القضائي الموجود في دائرة اختصاصه موطن المدعى عليه ، غير أن هذا الإشكال قد تم حسمه بموجب المادة 1063 من نفس القانون ، والتي نصت تبقى قواعد الاختصاص النوعي والإقليمي المنصوص عليها في المادة 40 فقرة 03 و04 من هذا القانون سارية المفعول إلى حين تنصيب الأقطاب المختصة وعليه فالمحكمة المختصة محليا هي المحكمة الموجودة في مقر المجلس القضائي الموجود في دائرة اختصاصها موطن صاحب العلامة ، أو وكيله أو مركز الشركة أو المؤسسة صاحبة العلامة ،فإن لم يكن لصاحب العلامة موطن معروف سيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها محل إقامته ، وأن لم يكن له محل إقامة معروف فيعود الاختصاص للجهة القضائية الواقع في دائرة اختصاصها آخر موطن له وبعد صدور حكم نهائي بإبطال أو إلغاء علامة فيقيد ذلك في السجل المخصص للعلامات وفق المرسوم التنفيذي رقم: 277/05، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها .[1]

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 44.

د) – **التمييز بين دعوى إلغاء العلامة وبين دعوى إبطالها:** ويتم التميز بينهما من خلال:

- – **من حيث نطاق كل دعوى** : يتميز نطاق دعوى البطلان بالاتساع عكس نطاق دعوى الإلغاء الذي يتميز بكونه ضيق ينحصر في أربع حالات فقط وهذه الحالات نجدها مدرجة ضمن حالات الإبطال وهذا طبقا لنص المادتين 20 و21 من الأمر 06/03.

- – **من حيث آثار الحكم القضائي لكل دعوى** : يسري مفعول الحكم القضائي الخاص بدعوى الإبطال بأثر رجعي ، ويسري من يوم إيداع طلب تسجيل في حين يطبق الحكم الخاص بالإلغاء من يوم النطق به .

- – **من حيث تقادم الدعوى** : تتقادم دعوى الإبطال بمرور 05 سنوات إبتداءا من تاريخ تسجيل العلامة ، ويستثنى من هذا الإجراء التسجيل الذي تم بسوء النية وبالمقابل لم ينص المشرع الجزائري على مدة تقادم دعوى الإلغاء وهنا تطبق القواعد العامة للتقادم طبقا للمادتين 20 و21 من الأمر السالف الذكر.

- – **من حيث أنواع العلامات** : تقتصر دعوى البطلان على العلامات العادية الفرية فيما تشمل دعوى الإلغاء العلامات الفردية والجماعية .[1]

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 48.

ثانيا : الجزاءات وفق القانون المدني .

الالتزام بالإعلام محل هذا المبحث هو التزام قبل تعاقدي يتعلق بتنوير المستهلك حتى يقدم على التعاقد علما بظروف التعاقد وخصائص الشيء أو الخدمة محل العقد لذلك فإن الإخلال بهذا الالتزام يؤثر على رضا المتعاقد بما يؤدي إلى تغييب الإرادة.[1]

كما أن الجزاء كما هو معلوم هو عبارة عن جبر الضرر الذي يحصل جراء مخالفة أو الإخلال بالتزام قانوني ، وأن إخلال صاحب العلامة بالتزاماته المتمثلة في التسجيل و الاستعمال يرتب جزاءات مدنية بحيث يمكن للمتضرر لاسيما المستهلك المطالبة بإبطال عقد الإستهلاك للتدليس هذا ما سنتطرق له أولا ، ثم المطالبة بالتعويض على أساس العيب الخفي ثانيا.

1)- **إبطال العقد للتدليس :** التدليس عرفته المادة 82 من القانون المدني ، ويتضح منه أن التدليس ليس بحد ذاته هو العيب الذي يؤثر على الإرادة سلبا وإيجابا وإنما الغلط الذي يقع فيه الشخص نتيجة إيهامه بغير الحقيقة عن طرق بعض الحيل التي يستخدمها الغير أو شخص المتعاقد الآخر ، ولتدليس شروط منها إستعمال طرق احتيالية قصد الإيقاع بالغلط وكذلك أن يكون الاحتيال دافعا لإبرام التصرف، وكذلك اتصال الاحتيال بالطرف الأخر هاته الطرق الاحتيالية تكون بهدف نية التضليل من طرف المتدخل على المستهلك قصد دفعه إلى التعاقد .

1 / عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك ،(دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، سنة 2007 ، ص 380و381.

فإخلال المتدخل بواجب الإعلام الحقيقي وخاصة في مجال العلامة التي تطغى على السلعة أو الخدمة والذي يعتبر التزام بتحقيق غاية فالإخلال بهذا يؤدي إلى اقتناء المستهلك لسلع أو خدمات غير التي يرغب فيها أو التي كان ينوي الحصول عليها.

فقد يقوم المتدخل[1] بكتمان الحقيقة أو إخفاء بيانات عن المستهلك كأن يكتم المتدخل عدم تسجيله للعلامة أو عدم الحصول على ترخيص باستعمالها أو عدم الاستعمال الجدي لها.

وعلى أساس ذلك يجوز للمستهلك المطالبة بإبطال العقد الذي على أساسه أقتنى السلعة أو الخدمة وذلك للتدليس الذي يعتبر عيبا من عيوب الإرادة ، وقد نصت المادة 99 من القانون المدني على أنه :" إذا جعل القانون لأحد المتعاقدين حقا في إبطال العقد فليس للمتعاقد الآخر أن يتمسك بهذا الحق"، وعليه يتبين لنا من النص أن القانون قد حصر حق إبطال العقد لعيب من عيوب الإرادة على الشخص الذي لحق إرادته ، بسب من العيوب فله وحده أن يتمسك بهذا الحق وليس للطرف الآخر أن يتمسك بمثل هذا البطلان لأنه ليس مقررا لمصلحته وعليه فإن الإخلال بالالتزام بالإعلام من خلال عيب التدليس ما هو إلا بطلان نسبي.[2]

02)- **المطالبة بالتعويض على أساس العيب الخفي :** المشرع الجزائري تناول الأحكام العامة للعيب الخفي في للتقنين المدني في المواد من 379 إلى 385 ، غير أن هذه الحكام ليست فعالة في أغلب الأحيان لحماية المستهلك، نظرا لأن هذا الالتزام ذو طبيعة عقدية أي يستفيد منه المستهلك المتعاقد دون غيره ، وذلك بالإضافة إلى ما يتميز به المنتوج من خصوصيات تقنية وفنية وتكنولوجية ، يجد المستهلك العادي نفسه عاجزا عن فهم مكوناته وقد يستغل المحترف ذلك ، لذا أصدر المشرع الجزائري القانون رقم :02/89 المتعلق

1 / حسب نص المادة: 03 من القانون 09 /03 ، المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش **المتدخل :** كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للإستهلاك.

2 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 51.

بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، الملغى بالقانون 03/09 ، المؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ثم المرسوم التنفيذي رقم : 266/90، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، الذي أورد فيه تطبيقا لضمان حماية المستهلك من تعسف المحترفين في المادة الثالثة منه والتي نصت على الأتي : على كل محترف أن يضمن سلامة المنتوج الذي يقدمه من أي عيب ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لذى تسليم المنتوج".[1]

ويتم تنفيذ هذا الضمان إما بإصلاح المنتوج فيجب على البائع أن يضع علامة مسجلة على سلعه أو خدماته، فإن لم تكن كذلك فعليه القيام بتسجيلها إن كان مالكا لها ، أو الحصول على ترخيص من مالكها وهذا يعتبر من قبيل إصلاح العيب ، أو باستبدال المنتوج وذلك بأن يقدم للمستهلك السلعة أو الخدمة التي تحمل العلامة الحقيقية ، أو أن يرد الثمن للمستهلك إذا تعذر على البائع إصلاح العيب المتعلق بالعلامة وبالتالي للمستهلك الخيار في هذه الحالة إذا كان بإمكانه إستعمال السلعة أو الخدمة بين أن يردها أو يحتفظ بها ويبقى حقه في الحصول على تعويض ما لحقه من ضرر جراء العيب مضمونا من طرف البائع.[2]

الفرع الثاني : الجزاء الجنائي .

المشرع الجزائري كباقي شعوب العالم ذهب إلى تكريس الجزاء الجنائي على عاتق المهنيين في تصرفاتهم مع المستهلكين ، نظرا لما للاستهلاك من آثار على الحياة المستهلك اليومية وهذا التكريس هدفه هو حماية للطرف الضعيف في العقد ، لاسيما أمام تجاوزات بعض المهنيين ،الذين يلجئون إلى مخالفة القانون والأخلاق بهذه الربح السهل والسريع وللحق في العلامة ينشئ حقين : حق لصاحب العلامة بإنفراده باستعمالها وحق للجمهور

1 / زاهية حورية سي يوسف ، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، سنة 2009 ، ص 88 و89.

2 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 37.

بعدم غشها حتى لا ينخدع في مصدر البضاعة التي يشتريها وإلا تسبب له اعتداء على شعوره ، لذا سنتطرق أولا إلى جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام وفق قانون العلامات ، ثم جزاء الإخلال بالالتزام وفق قانون الممارسات التجارية وكذا قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

أولا:جزاء الإخلال لالتزام بالإعلام وفق قانون العلامات: ويكون ذلك بإحدى الصورتين:

01)- **جريمة عدم وضع العلامة التجارية على المنتوجات:** نصت المادة 33 الفقرة الأولى من الأمر 06/03 :" يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار جزائري (000 500 دج)، إلى مليوني دينار جزائري (000 000 2 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص :

- الذين خالفوا أحكام المادة 03 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة .[1]

وتقوم هذه الجريمة على ركنين أساسين ، ركن مادي وركن معنوي :

أ)- **ركن مادي** : يتمثل في جنحة عدم وضع علامة إلزامية في بيع أو عرض بيع منتجات لا تحمل علامة إجبارية، وذلك خلافا لأحكام المادة 03 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

ب)- **ركن معنوي** : هو الرابطة المعنوية أو الصلة النفسية أو العلاقة الأدبية التي تربط بين ماديات الجريمة ونفسية فاعلها ، بحيث يمكن أن يقال بأن الفعل هو نتيجة لإرادة الفعل

1 / الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ،المرجع السابق .

وبالتالي فإن قيام هذه الرابطة هي التي تعطي للواقعة وصفها القانوني فتكتمل صورتها وتوصف بالجريمة .[1]

02)- **جريمة إستعمال علامة لم تسجل أولم يطلب تسجيلها:** نصت المادة 33 الفقرة الثانية ، السالفة الذكر أنه يعاقب الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفق لأحكام المادة 04 من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات وهذه الجريمة تقوم على ركنين أساسيين هما ركن مادي وركن معنوي .

أ)- **ركن مادي** : يتجسد في جنحة وضع علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها على منتجات ،أو لم يكتمل الإجراءات القانونية والإدارية لتسجيل العلامة كما سبق بيانه ، وكذلك وضع علامة إنتهت فترة حمايتها ولم يطلب صاحبها تجديدها ، والقصد من تجريم هذا الفعل هو حماية المستهلك.

ب)- **ركن معنوي** : يتجسد في جنحة إستعمال علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها مع علم صاحبها بسوء نية ، وهنا يتمتع قضاة الموضوع بالسلطة التقديرية في تقدير توافر سوء النية من عدمه.

ثانيا:الجزاء وفق قانون الممارسات التجارية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش: تدخل المشرع الجزائري لغرض الحماية التي تختلف من حماية مدنية إلى حماية جزائية ، بالإضافة لما جاء من جزاء في قانون العلامات وحماية لرضا المستهلك من جشع الأعوان الإقتصادين خص القانون رقم 02/04 ، المؤرخ في 2004/06/23 ، المحدد للقواعد

1/ عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، الجزء الأول ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر طبعة 1995 ، ص231.

المطبقة على الممارسات التجارية ، على وجوب إعلام الزبائن وكذا إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات ووضع جزاء في مخالفة ذلك وهذا ما سنتناوله أولا ، كما أنه بموجب

القانون رقم : 03/09 ، المؤرخ في: 2009/02/25 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وضع التزاما خاصا على إلزامية إعلام المستهلك ، كما وضع له جزاء في حالة إخلال المتدخل بذلك وهذا ما سنتناوله ثانيا. [1]

01)- جزاء إخلال العون الإقتصادي بالالتزام بالإعلام وفق القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية: يهدف القانون رقم: 02/04 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم[2]، إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الإقتصادين وبين هؤلاء المستهلكين ، وذا حماية المستهلك وإعلامه، فقد نصت المادة 04 منه على ما يلي :" يتولى البائع إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"، وجاءت المادة 05 منه مبينة لمختلف وسائل هذا الإعلام فقد نصت في فقرتها الأولى والثانية:" على أنه يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى.

وقد قررت المادة 31 من القانون رقم 02/04 عقوبة جزائية حيث نصت المادة :" يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات ، مخالفة لأحكام المواد 04-06 و07 من هذا القانون ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار جزائري (000 5 دج) ، إلى مائة ألف دينار جزائري (000 100دج)، وبالتالي نجد أن مسألة إخلال الالتزام بالإعلام عن طريق

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 59.

2 / معدل ومتمم بالقانون رقم : 06/10 ، المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية ، عدد ، 45 ، سنة 2010.

العلامة وجزائه جنائيا ، متباين بين الأمر 06/03 حسب نص المادة 33 منه والقانون 02/04 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، فهما نصان يتضمنان عقوبات مختلفة ، فمثل هذه الحالة يكون الاحتكام إلى القواعد العامة للقانون الجزائي للفصل في النص الواجب التطبيق حسب ثلاثة معايير وهي معيار النص الأحدث والنص الأشد ومعيار النص الأخص ، ووفق هذه المعايير فإن القانون الواجب التطبيق هو قانون العلامات،[1] غير أنه بموجب المادة 48 من القانون 02/04 ، نصت على عقوبات تكميلية تجيز للقاضي في كل الأحوال الحكم على نفقة المحكوم عليه بنشر الحكم كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي تحددها مع مراعاة نص المادة 18 من قانون العقوبات وفق القانون العقوبات وفق القانون 23/06 المؤرخ في : 20 ديسمبر 2006.[2]

02)- جزاء إخلال المتدخلين بالالتزام بالإعلام وفق قانون حماية المستهلك وقمع الغش:

تتجلى أهمية وجود قانون حماية المستهلك من حيث أنه يحمي مصالح معظم أبناء المجتمع حيث صار المجتمع تقريبا كله مستهلك للسلع والخدمات ولعل هذا ما يبرز تطور حماية المستهلك جليا بل صار كذلك يمتد ليشمل توفير الإجراءات الحمائية في شتى مراحل التعاقد لتنوير وحماية إرادة المستهلك بإعتباره الطرف الضعيف الأولى بالرعاية.

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 61.

2 /للمحكمة عند الحكم بالإدانة أن تأمر في الحالات التي يحددها القانون بنشر الحكم بأكمله أو مستخرج منه في الجريدة أو أكثر يعينها القانون أو يعلقه في الأماكن التي بينها، وذلك كله على نفقة المحكوم عليه على أن لا تتجاوز مصاريف النشر المبلغ الذي يحدده الحكم بالإدانة لهذا الغرض ألا تتجاوز مدة التعليق شهر واحد.

فقد نص القانون 03/09 في مادته 17 على إلزامية إعلام المستهلك والتي قررت بأنه يجب على كل متدخل [1]، أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة "، وتحدد شروط و كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم .

كما نصت المادة 18 من نفس القانون على أنه يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتوج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا ، وعلى سبيل الإضافة يمكن إستعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.

نصت المادة 78 من القانون 03/09 ،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، على أنه يعاقب من مائة ألف دينار جزائري (000 100دج)، إلى (000 000 1 دج)، مليون دينار جزائري كل من يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المادتين 17 و18 ، من هذا القانون وكما قلنا سابقا أن مسألة إخلال الالتزام بالإعلام عن طريق العلامة وجزائه جنائيا متباين بين الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات بموجب المادة 33 منه ، والقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ومثل ما رأينا سابقا وبالاحتكام إلى القواعد العامة للقانون الجزائي للفصل في النص الواجب التطبيق حسب ثلاثة معايير وهي معيار النص الأحدث والنص الأشد ومعيار النص الأخص ، ووفق هذه المعايير فإن القانون الواجب التطبيق هو قانون العلامات،[2] غير أنه وبموجب المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، نص على أنه إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد 68-

1 / أنظر المادة 03: من القانون 03/09،المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

2 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 64.

69-70-71 و78 ، تصادر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون.

المبحث الثاني : الحماية القانونية من تقليد العلامة كحماية المستهلك.

أن ظاهرة التقليد بوجه عام تزايدت وأصبحت تمثل خطرا كبيرا لاسيما تقليد العلامة الذي له أثر مباشر على المستهلك ، ويسبب له أضرار يتعذر تداركها أو علاجها ، وبالنسبة لجريمة تقليد العلامة وصورها فقد تطرقنا غليها في الفصل الأول في المبحث الثاني ، في الحماية الجزائية للعلامة التجارية ،أما في هذا المبحث فسنتحدث عن تجريم تقليد العلامة المضلل للمستهلك من خلال المفهوم القانوني والقضائي والتشريعي لتقليد العلامة ، وأركان جريمة التقليد ، وحق المستهلك في رفع دعوى قضائية ضد المقلد هذا في المطلب الأول من هذا المبحث ، أما المطلب الثاني فخصصناه إلى إجراءات متابعة الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك لمقلد العلامة.

المطلب الأول : تجريم تقليد العلامة المضلل للمستهلك .

لقد أهتم المشرع الجزائري على غرار مختلف التشريعات العالم لتجريم الاعتداء على ذاتية العلامة، والتي يقصد بها تحديد الأفعال المعاقب عليها والتي تنصب على ذاتية العلامة وبيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء على ذاتيتها.[1]

كل هذا تطلب جملة من القوانين من أجل مكافحة هذه الظاهرة وتوفير حماية قانونية بتجريم تقليد العلامة لما له من أثر بالغ في تضليل المستهلك، وإثارة اللبس لديه فقد نص

1 / لشخم رضوان ،المرجع السابق ، ص 67.

المشرع على التقليد بموجب قانون الجمارك[1] ، كما حرم المشرع التقليد بموجب القانون 02/04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية [2]، ولعل أهم قانون جرم هذا الفعل هو الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات [3]، وعل هذا الأساس سنتحدث في الفرع الأول على مفهوم تقليد العلامة ,أركان جريمة التقليد ، والفرع الثاني سنتحدث عن إجراءات رفع الدعوى القضائية ضد المقلد.

الفرع الأول : مفهوم تقليد العلامة و أركان جريمة التقليد .

نظرا لما يتسبب فيه التقليد من تضليل وغش للغير أيا كان محله لاسيما تقليد العلامة الذي يثير اللبس والخلط لدى المستهلك ، لذا سنتناول المفهوم القانوني والقضائي والفقهي للتقليد هذا أولا، ثم أركان جريمة التقليد ثانيا.

أولا: المفهوم القانوني والقضائي والفقهي للتقليد:

01) – **المفهوم القانوني للتقليد العلامة :** لقد نظم المشرع الجزائري مسألة تقليد العلامات في أكثر من نص تشريعي نص عليه في الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ، وهذا ما سنتطرق إليه أولا ، ثم سنتطرق ثانيا إلى التقليد في القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

1 / المادة 22 القانون رقم 07/79 المؤرخ في 11 جويلية ، المعدل والمتمم لاسيما بموجب القانون رقم : 10/98المؤرخ في 1998/08/22 ، والأمر رقم 06/05 المؤرخ في : 2005/08/23 ، والقانون رقم : 24/06 المؤرخ في 26 ديسمبر 2006، والقانون رقم :12/07 المؤرخ في 30 ديسمبر 2007، والأمر رقم 02/08 المؤرخ في 24 جويلية 2008، والأمر رقم :01/09 المؤرخ في 22 جويلية 2009.

2 / أنظر المادة 27 والمادة 38 من القانون رقم : 02/04 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

3 / أنظر المادة 26 والمادة 32 من الأمر : 06/03 ، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

أ)- **التقليد وفق الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات:** تنص المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، السابق الذكر :".....تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ....."، من خلال هذا النص وكما قلنا سابقا في الفصل الأول من هذا البحث ، أن المشرع تبنى المفهوم الواسع للتقليد ، إذا يقصد به عامة كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهدار لحقوق صاحب الحق في العلامة ، في حين أننا نجده في الأمر 57/66 ، المؤرخ في 19 ماي 1966 ، الملغى بالأمر ، 06/03 المتعلق بالعلامات في المادة 39 منه حيث حدد فيه المشرع الجزائري سابقا الأفعال التي تعتبر اعتداء على ملكية العلامة التجارية وذلك في المواد من 28 إلى 30 منه والتي تتمثل في :

- تقليد العلامة أو تشبيهها.
- إستعمال علامة مقلدة أو مشبهة .
- اغتصاب علامة مملوكة للغير.
- سن منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرضها للبيع.
- عدم وضع علامة إلزامية على المنتجات .

يستشف منها أن المشرع قد غطى كافة صور الاعتداء المحتملة على العلامة.[1]

ب) - **التقليد وفق القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية :** تنص المادة 27 من القانون 02/04 ، خاصة الفقرة الثانية منها على أنه :" تعتبر ممارسات

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص77 و78.

تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الإقتصادي بما يلي :.....تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون بزرع الشكوك و أوهام في ذهن المستهلك....."، من خلال استقراء نص هذه المادة و بالرجوع إلى النسخة الفرنسية للقانون رقم :02/04 ، السالف الذكر نجد عدم دقة مصطلح التقليد الوارد في قانون الممارسات التجارية ، إذ أنه بالرجوع إلى النسخة الفرنسية نجد أن مصطلح العلامة المذكور في النسخة العربية والذي يصطلح عليه بالفرنسية (La Marque)، نجد إستعمال الإشارة المميزة والمعبر عليها بالفرنسية ب: (Le Signe Distinctif) [1]، غير أنه ومكن هذا المنطلق فقد أصدرت المحكمة العليا عدة قرارات في هذا المجال ولكنها لم تستقر على رأي غير أن الرأي الراجح لديها هو البحث عن نية المشرع ، ويمكن للقاضي في هذا الإطار الاستعانة بالأعمال التمهيدية للبرلمان بالرجوع إلى تقرير اللجنة المختصة والمناقشة التي دارت بالبرلمان من أجل تعديل الأخطاء المادية أو النحوية للنص .[2]

02)- **المفهوم القضائي لتقليد العلامة** : إن تحديد وقوع التقليد يتم من خلال تقرير وقوع الخلط في ذهن المستهلك بين علامتين متشابهتين ويتم ذلك من خلال الاحتكام إلى معايير جاء بها الاجتهاد القضائي نبرز من خلال استعراض الأحكام القضائية في هذا الصدد أهم هذه المعايير أو المبادئ وهي[3] :

1 /En:Shmidit-Szalewski Joanna، Droit De La Propriété In Distille ، 2 Eme Ed ، Dalloz ، Baris 1991، PAGE 01.

2 / أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجنائي العام ، دار هومة ، الطبعة السابعة ، 2008 ، ص 63.

3 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 41.

أ)- **العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين** : يؤكد القضاء أن التشابه يعتبر موجودا في حال احتمال وقوع التباس بين علامة وأخرى عن طريق النظر إليهما وعليه فلا يجوز تسجيل علامة تطابق أو تشابه علامة مسجلة حتى ولو كانت مكتوبة بلغة أخرى إذ أن مجرد الاختلاف في كتابة الكلمة لا يغير من الوضع في شيء لأن كل من العلامتين تطلب من الجمهور بنفس الاسم طالما أن اللفظ متطابق ومن شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور.

لذا يجب عند قيام المقارنة بين العلامة والعلامة المدعى بتقليدها الأخذ بأوجه التشابه بين العلامتين إلى حد إيقاع الغير في الغلط واللبس بصرف النظر عما يوجد بينهما من اختلاف.[1]

وعلى هذا الأساس أقرت المحاكم الجزائرية أن العلامة (BANITA)، تقليد لتسمية (HABANITA)، أما التقليد الكلي للعلامة التجارية فيعاقب عليه بحد ذاته ولو لم يعرض المستهلك للخلط بين العلامتين الأصلية والمزيفة.[2]

أ)- **العبرة بالمظهر العام للعلامتين** : يتعين أن تكون العبرة عند المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة غير الأصلية بالتشابه بينهما في طابعهما ومظهرهما العام لا في تفاصيلهما أو جزئيتهما فالعبرة بالصورة العامة التي تطبع في الذهن ، وبالفعل قد أعتبر القضاء الجزائري في قضية بين شركة (PIVER)، وشركة الرياض بالنسبة لعلامة (Rêve D'or)

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 77و78.

2 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 262.

و (Rêve Désire) [1]، لأن المظهر العام يوحي أنهما متشابهتان رغم اختلافيهما في الجزئيات.

ج)- **العبرة بتقدير المستهلك المتوسط الحرص:** إن المستهلك متوسط الحرص هو ذلك المستهلك الحريص على الشراء من المنتجات التي تميزها العلامة الحقيقية ، وليس ذلك المستهلك العادي الذي لا يكترث بالعلامة ولا يعير لها بالا ، وقد أستقر القضاء على وجوب عدم إدراج هذا المستهلك ضمن أي من الفئتين إذ لا يجب أن يكون هذا المستهلك شديد الحرص أو منعدم الحرص وإنما يجب أن يكون متوسط الحرص لا هو بالمهمل ولا هو بالشديد التدقيق ، وقد تأكد هذا الاتجاه في عدة قرارات أصدرتها محكمة النقض المصرية والتي رأت بأن :" العبرة في أوجه التشابه التي تعتبر تقليدا مجرما هي بما ينخدع به المستهلك المتوسط الحرص و الانتباه لا الرجل الغني وحده.[2]

د)- **عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين** : يجب أن يراعى عند مقارنة العلامتين السابقة واللاحقة ،النظر أليهما على وجه التتابع وعدم وضعهما متجاورتين جنبا إلى جنب نظرا لأنه في هذه الحالة الأخيرة يسهل معرفة أوجه الخلاف بين كل من العلامتين، كما أن وضع العلامتين متجاورتين هو أمر لا يحدث في الحياة العملية فالمستهلك العادي متوسط الحرص لن يحظر عند الشراء ومعه العلامة الأصلية ، ولن يتذكر العلامة الأصلية تذكرا كاملا لكل محتوياتها بدقة حتى يتخيلها إلى جوار الأخرى ثم يقرر ما يراه ، ولكن يجب النظر إلى كل

1 / أنظر محكمة الجزائر ، القسم التجاري ،03 جويلية 1971 ، قضية شركة ' (PIVER) ضد ق ، وشركة الرياض ، بالنسبة للعلامات (Rêve D'or) و (Rêve Désire) ، غير منشور ، حكمت بعدم وجود أية منافسة غير مشروعة.

2 / محكمة النقض المصرية ، قرار صادر بتاريخ :1954/02/24 ، مشار أليه لدى د. حسام الدين عبد الغنى الصغير ، قضايا مختارة عن العلامات التجارية ، ندوة الويبو الوطنية حول العلامات التجارية ، دمشق ، الفترة 22،23، كانون الأول 2003.

من العلامتين على التتابع من أجل ملاحظة الأثر الذي تركه كل منهما في النفس لأجل تقدير فيما إذا كان التشابه بينهما متوافرا أم لا، وعلى أثر ذلك قضت محكمة النقض السورية في قرار لها جاء فيه :" أن تقدير حالة التضليل لا يستلزم وضع العلامتين متجاورتين ثم إجراء مقارنة بينهما لأن المستهلك لا يكون أمام ناظره سوى العلامة المقلدة فيقارنها على أساس ما بقي في ذاكرته بصورة العلامة الأصلية ، فإذا تشابهت الصورتان بصورة عامة وصل اللبس لدى المستهلك ، ولو اختلفا في تفاصيل كثيرة وقضى على هذا الأساس بأنه طالما أن المقارنة تظهر تشابه عاما فإن اختلاف اللون في العلامتين لا يمنع من ركن التقليد المضلل."[1]

هـ)- **التشابه من المسائل الموضوعية :** أن التشابه بين العلامات يعتبر مسألة واقع ويعود بالتالي لمحكمة الموضوع أمر تقديره وقد يؤيد هذا الرأي القضاء في العديد من القضايا فقد قضت محكمة النقض المصرية في إحدى قراراتها بأن :" تقدير وجود تشابه بين علامتين تجاريتين من شأنه أن يخدع جمهور المستهلكين هو من المسائل الموضوعية التي تدخل في سلطة قاضي الموضوع بلا معقب عليه من محكمة النقض متى كانت الأسباب التي أقيم عليها تبرر النتيجة التي انتهى لها ."[2]

03)- **المفهوم الفقهي للتقليد العلامة :** التقليد يعني إتباع إنسان فيما يقول أو يفعل معتمدا الحقيقة فيه من غير نظر أو تأمل، وقلد الشيء يعني نسخه وأوجده ثانية بطريقة احتيالية

1 / محكمة النقض السورية ، قرار رقم : 641 ، بتاريخ 1972/06/26 ، مشار إليه لدى : د عدنان غسان برامبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، الطبعة الأولى ، 2012، ص 642.

2 / محكمة النقض المصرية ، قرار رقم : 331 ، بتاريخ 1954/02/04 ، مشار إليه لدى : د عدنان غسان برامبو، المرجع السابق ، ص 645.

قصد التحريف أو نقل الشيء بطريقة الخدعة والمكر قصد الغش بصورة تدليسية قصد التبديل .[1]

أما التعريف الاصطلاحي : فيعرفه الأستاذ ريبر (ROUBIER)، التقليد بكونه :" إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي والمميز له الإصطناع (الشرس) والكامل والحرفي للعلامة ، وتكون الجريمة مرتكبة من خلال التصنيع المادي للعلامة ."[2]

وترى الأستاذة فرحة زراوي صالح : أن التقليد هو:" اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ضننا منه أنها العلامة الأصلية ."[3]

وبوجه عام فقد عرف التقليد بمفهومه الواسع أنه تزيف الشيء محل الجريمة والحصول عليه بغير وجه حق أو استعماله الاستعمال غير السليم أو المتاجرة فيه ، غير أن غالبية الفقه [4]، ذكر أن التقليد اصطناع ختم أو دمغة أ علامة مزيفة تقليدا للأشياء الصحيحة أي مشابهة لها في شكلها سواء أكان التقليد متقننا أو غير متقن، بل كل ما يشترط فيه أن يكون كافيا لخداع الجمهور عن حقيقته الزائفة ،وقد يكون التقليد باصطناع الختم أو الدمغة أو العلامة أي الآلة المحدثة لهذه الأشياء أو الأثر والطابع المأخوذ منها.

1 / زواني نادية ، الإعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد والقرصنة ، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون ،الجزائر سنة 2005 ، ص 11.

2 / لشخم رضوان ،المرجع السابق ، ص68.

3 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 260.

4 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص69.

ثانيا: أركان جريمة تقليد العلامة .

تناولت جميع تشريعات العلامة جريمة التقليد كإحدى صور التعدي على العلامة وحددت لها الجزاء المناسب ولقيام جريمة تقليد العلامة يجب أن تكون العلامة المقلدة مستوفية لشروطها القانونية ، وأن تكون مسجلة لدى الجهات المختصة ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي أسبغها المشرع الجنائي على ملكية العلامة، لذا سنتطرق إلى الركن الشرعي ، ثم إلى الركن المادي وفي الأخير الركن المعنوي .

01)- **الركن الشرعي** : يعرف الفقهاء الركن الشرعي للجريمة على أنه :" نص التجريم الواجب التطبيق على الفعل "، أو بعبارة أخرى النص القانوني الذي يبين الفعل المكون للجريمة ويحدد العقاب الذي يفرضه على مرتكبها "، فلا يجوز للقاضي تجريم فعل لم يجرم بنص أو توقيع عقوبة لم يرد بها نص ، فمثلما لا جريمة بلا نص إذا فلا عقوبة إلا بنص.

أ)- **الركن الشرعي وفق قانون العلامات** : نصت المادة 26 من الأمر 06/03 على :"....يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس الحقوق الإستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة "، هذا بالنسبة لنص الجريمة ، أما بالنسبة لنص العقوبة قد نصت عليه المادة 32 [1]،من نفس الأمر والتي تنص :".....فإن كل شخص أرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من 06 اشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (000 500 2 دج) ، إلى عشرة ملايين دينار جزائري (000 000 10 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، بالإضافة إلى الغلق المؤقت للمؤسسة ، ومصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة ، وإتلاف الأشياء محل المخالفة .

1 / الأمر : 06/03 ، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ب)- **الركن الشرعي وفق قانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية :** بالنسبة لنص الجريمة نصت عليه المادة 27 من ذات القانون بقولها :".... تقليد العلامات المميز لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته .....بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك ، أما بالنسبة لنص العقوبة فقد نصت المادة 38[1] ،من نفس القانون على أنه تعتبر ممارسة تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 28،27،26 و29 ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار جزائري (000 50دج) إلى خمسة ملايين دينار جزائري (000 000 5 دج) ، وهذا التجريم حماية لرضا المستهلك من بعض الممارسات التجارية.

ج)- **الركن الشرعي وفق قانون حماية المستهلك وقمع الغش:** حددت المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش الإدلاء بمعلومات السلعة أو الخدمة وهي الوسم ، ويتضمن الوسم معلومات معينة حددها القانون والتنظيم ، وعرف المشرع الجزائري الوسم بموجب المادة 03 فقرة 04 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، على أنه :" الوسم كل البيانات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات .....، بغض النظر عن وضعها."

وفيما يخص عدم الإعلام بالوسم نصت المادة 78 من نفس القانون على العقوبة المقررة لكل من أخل بالتزامه بالإعلام طبقا لما نصت عليه المادتين17 و18 من نفس القانون ، حيث يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار جزائري (000 100 دج)، إلى مليون دينار جزائري (000 000 1 دج)، وبالرجوع إلى أحكام المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، تتحدث عن أمن المنتوجات وتعاقب على الإخلال بهذا الإلتزام.[2]

1 /القانون رقم : 02/04 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

2 / القانون رقم : 03/09 ، المتعلق حماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق .

02)- **الركن المادي** : يعاقب القانون على الأفعال المادية التي تتطابق مع نص التجريم والتي تكون ماديات الجريمة ، فالقانون لا يعاقب على النوايا مهما كانت شريرة ، مادامت محبوسة في نفس الجاني ودون أن يعبر عنها بفعل مادي ملموس ينتج أثره في العالم الخارجي ذلك أن مجرد التمني الذي لا يرافقه فعل مادي لا ينتج أثره ولا يصيب حقا من الحقوق المحمية بعدوان ، ويتكون الركن المادي من ثلاثة عناصر وهي السلوك الإجرامي والنتيجة التي تحققت ، والعلاقة السببية بين السلوك والنتيجة ، فالركن المادي في جريمة تقليد العلامة يكون بنقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها مع إضافة شيء عليه بحيث يصعب على المستهلك العادي التفرقة بينهما في ذلك الشبه بما فيه من خداع وتضليل.[1]

03)- **الركن المعنوي** : الركن المعنوي هو الرابطة المعنوية أو الصلة النفسية أو العلاقة الأدبية التي تربط بين ماديات الجريمة ونفسية فاعلها ، بحيث يمكن أن يقال بأن الفعل هو نتيجة لإرادة الفاعل وبالتالي فإن قيام هذه الرابطة هو الذي يعطي للواقعة وصفها القانوني فتكتمل صورتها وتوصف بالجريمة ، إن الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات لم ينص على وجوب توفر الركن المعنوي بل اكتفى بتقرير الجزاء وإثبات الفعل المتمثل في المساس بالحقوق الإستئثارية لصاحب العلامة المسجلة ، وذلك في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو اصطناع علامة مشابهة ولهذا يرى البعض[2]، أن القصد الجنائي لا يشترط لوجود جنحة التقليد ، وذلك لخلو نص القانون من كل العبارات التي توحي بضرورة توافر القصد الجنائي .

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص91.

2 / فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 261.

الفرع الثاني :إجراءات رفع الدعوى القضائية ضد المقلد.

إن التساؤل المطروح هو: هل يمكن للمستهلك أن يرفع دعوى قضائية ضد المقلد خاصة وأنه متضرر من تقليد العلامة ؟. وما هو موقف المشرع الجزائري من ذلك ؟. سأوضح ذلك من خلال التطرق إلى حق المستهلك في رفع دعوى ضد المقلد أولا ، ثم الجهة القضائية المختصة بالنظر فيها .

أولا: حق المستهلك في رفع دعوى ضد المقلد : نميز بين نوعين من الدعاوي التي يمكن رفعها ضد المقلد [1]، دعوى جنائية وهي دعوى التقليد وعوى مدنية وهي دعوى التعويض فبالنسبة لدعوى التقليد ، فإن الأمر رقم 06/03 ،المتعلق بالعلامات في المادة 31 منه خول حق رفع دعوى التقليد لمالك العلامة أو المرخص له، المستفيد من حق استئثاري في استغلال العلامة ، إن لم يرفعها المالك بعد أعذار هذا الأخير دون أن يمنح للمستهلك الحق في ذلك ، إلا أنه بالرجوع إلى القواعد العامة فإنه يمكن لأي شخص تحريك الدعوى العمومية وذلك حفاظا على حق المجتمع ، وبالتالي للمستهلك الحق في رفع دعوى التقليد وذلك بأن يتقدم بشكوى إلى النيابة العامة التي تباشر الدعوى العمومية باسم المجتمع ، فقد نصت المادة 29 فقرة 01 من قانون الإجراءات الجزائية :" تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطلب بتطبيق القانون ، وهي تمثل أمام كل جهة قضائية ....." كما يحق للمستهلك التقدم أمام الجهة القضائية عن طريق الإدعاء المباشر إلى أحد ضباط الشرطة القضائية ، أما بالنسبة للدعوى المدنية ، فإن للمستهلك الحق في رفعها والمطالبة بالتعويض لجبر الضرر الذي يلحقه من تقليد العلامة فإن المستهلك حق رفعها تطبيقا لنص

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 71.

2/ الأمر 58/75 ، المؤرخ في :26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم ، المرجع السابق .

المادة 124 من القانون المدني التي تنص :" كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب الضرر للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض." [1]

وبالتالي يجوز للمستهلك أن يدعي مدنيا ويتقدم أمام قاضي التحقيق مصحوب بشكوى كما يمكن لجمعية حماية المستهلك أن تدافع عن مصالح المستهلك ولها الحق في تمثيله أمام القضاء[2] ، وهذا ما سنتطرق إليه لاحقا في المطلب الثاني من هذا المبحث ، دون أن تتلقى توكيلا أو شكوى من المستهلك ذاته ، إذن فالحماية الجنائية كانت أم مدنية تقرر لمصلحة صاحب العلامة الحقيقية ، ومصلحة المستهلك ، وللمصلحة العامة على حد سواء. [2]

ثانيا : الجهة القضائية المختصة : لم يحدد الأمر06/03 ، المتعلق بالعلامات، الجهة القضائية المختصة بالنظر في دعاوي التقليد ، أو في الدعاوي المدنية وبالتالي ينبغي الرجوع إلى القواعد العامة التي يحددها قانون الإجراءات المدنية والإدارية وقانون الإجراءات الجزائية ، فنوضح الاختصاص النوعي أولا ، ثم الاختصاص المحلي ثانيا.

01)- **الاختصاص النوعي :** بالنسبة للدعاوي الجزائية فإن الجهة القضائية المختصة نوعيا تختلف باختلاف درجة الجريمة ، وبما أن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، كيف جريمة التقليد على أنها جنحة فإن القسم الجزائي للمحكمة الابتدائية هو المختص نوعيا بالنظر فيها أما بالنسبة للدعوى المدنية التي يرفعها المستهلك ضد المقلد فتكون أمام القسم المدني أو القسم التجاري للمحكمة الابتدائية بإعتبار أن المستهلك طرفا مدنيا في النزاع المتعلق بتقليد العلامة هذه الأخيرة التي تتعلق بعمل تجاري.

---

1 / أنظر إلى المادة: 31 من الأمر : 06/03 ، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

2/ أنظر إلى المادة: 33 من الأمر : 06/03 ، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

02)- **الاختصاص المحلي :** يعود الفصل في دعوى التقليد باعتبارها دعوى جزائية إلى المحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها محل القبض على مرتكب فعل التقليد ، ولو كان القبض عليه وقع لسبب آخر، وبالنسبة للدعوى المدنية فإن الاختصاص المحلي يعود إلى المحكمة الموجودة في دائرة اختصاصها موطن مرتكب فعل التقليد أو وكيله أو مركز الشركة أو المؤسسة المقلدة للعلامة ، فإن لم يكن للمقلد موطن فإن الاختصاص يعود للمحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها محل إقامته ،وأن لم يكن له محل إقامة معروف فإن الاختصاص من الجهة القضائية الواقع بدائرة اختصاصها أخر موطن له[1]، وهذا ما تطرقنا له سابقا في المطلب الثاني من المبحث الأول من هذا الفصل.

المطلب الثاني: دور الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك في متابعة مقلد العلامة .

يعتبر موضوع حماية المستهلك من المواضيع المهمة لاعتباره يجسد الإجراءات الوقائية والعلاجية والردعية ، لحفظ المستهلك والصحة العامة والتي بدورها تمثل محور النظام العام هذا الأخير الذي يعتبر الهدف الأساسي لوظيفة الضبط الإداري [2]، المنوطة بالسلطة التنفيذية على المستويين المركزي و اللامركزي وتستعمل في ذلك العديد من أجهزة الدولة في مجال الرقابة على المتدخلين ، غير أن المشرع الجزائري أحدث أجهزة مهمتها الأساسية هي الحفاظ على سلامة المستهلك تنص على أساس أهمية موضوع الحماية بإنشاء أجهزة استشارية من أجل ضمان رقابة أولية بالموازاة مع أجهزة لها سلطة إدارية تكفل الرقابة على المنتوجات طيلة عرض عمر المنتوج للاستهلاك ، كما فرض المشرع مجموعة من الوسائل القانونية والتقنية من أجل الكشف عن الغش وخاصة تقليد العلامات ، ومعاينتها

1/ بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 73.

2/ يقصد بالضبط الإداري بمعناه العام مجموعة الإجراءات والأوامر والقرارات ، التي تتخذها السلطة المختصة للمحافظة على النظام العام ، بمدلولاته الثلاثة : " أمن ، صحة ، السكينة ".

واتخاذ التدابير اللازمة في ذلك ، كما قام بتشجيع عمل الجمعيات ذات الصلة في حماية المستهلك للحد من ظاهرة التقليد كنوع من الديمقراطية الإدارية[1]، لذا سنتطرق في الفرع الأول إلى دور الهيئات الإدارية في متابعة مقلد العلامة ، وفي الفرع الثاني سنتطرق إلى دور جمعيات حماية المستهلك .

الفرع الأول : دور الهيئات الإدارية في متابعة مقلد العلامة.

تشرف هيئات إدارية وتتكفل بحماية المستهلك من أي غش أو تضليل[2]، فتفرض رقابة دورية ومستمرة ، وذلك باتخاذ إجراءات تكون ردعية للمقلد ووقائية للمستهلك من التضليل الذي يحصل له جراء التقليد وعلى رأس هذه الهيئات وزارة التجارة والهيئات التابعة لها هذا ما سنتطرق له أولا ، ثم دور كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي ثانيا ، وأخيرا دور أعوان الضبطية القضائية ومصالح الجمارك ثالثا.

أولا: دور وزارة التجارة والهيئات التابعة لها: إن المهام التي تتكفل بها الوزارة في إطار حماية مصالح المستهلكين متنوعة ومتعددة فلوزير التجارة التدخل في مجال الجودة وقمع أي غش ، لاسيما تقليد العلامة بما يراه مناسبا كما يعهد ذلك إلى هيئات تكون تحت وصايته.

01)- **وزير التجارة :** يتولى وزير التجارة عدة مهام في مجال الرقابة وقمع الغش فهو يعمل وفق ما نص عليه المرسوم التنفيذي رقم : 235/02 المؤرخ في 21/02/ 2002

1/ لشخم رضوان ، العلامة وحماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص94.

2 / ما يلاحظ أن المشرع لم يخصص هيئات إدارية تتدخل لقمع تقليد العلامة فقط ، وإنما كل هيئة من الهيئات المذكورة تكلف أعوانها بمحاربة تقليد العلامة باعتبار أن اختصاصها العام هو محاربة الغش ككل.

والمتعلق بصلاحيات وزير التجارة وخاصة المادة 06 منه على أنه يقوم في مجال الرقابة الإقتصادية وقمع الغش ب :

- ينظم ويوجه ويضع حيز التنفيذ المراقبة ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية والممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبط بالجودة والتقليد.
- يساهم في التوجيه والتنسيق بين القطاعات لبرامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.
- ينجز كل تحقيق اقتصادي معمق وإخطار الهيئات القضائية عند الضرورة كما يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك بعدة مهام منها كذلك :

✓ يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن .

✓ ويقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات التجارية وحمايية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

✓ بالإضافة إلى ذلك فإنه يسهر على السير الحسن للهياكل المركزية والمؤسسات والهيئات التابعة لدائرته الوزارية ومن بينها المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها بالإضافة إلى المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم ، المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش ، هته الأخيرة تتمتع بسلطة الرقابة .[1]

02)- **دور الهيئات التابعة لوزارة التجارة :** تتعد الهيئات التابعة لوزارة التجارة والتي تنشئها هذه الأخيرة ، وأن لها دور فعال في مجال مراقبة استغلال علامة الجودة ، فهناك

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص98.

هيئات لها اختصاص على المستوى الوطني ، وهيئات لها اختصاص محلي تتمثل في المديريات الولائية و الجهوية للتجارة .

أ)- **دور الهيئات التي لها اختصاص على المستوى الوطني** : وتتمثل في :

- **المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم:** أنشأ مركز مراقبة النوعية والرزم بموجب المرسوم التنفيذي رقم : 174/89 [1]، من أهم مهامه تلك التي تهدف إلى محاربة الغش والحرص على استغلال العلامة على الوجه المشروع ، فيبدي رأيه في جميع مشاريع القوانين المتعلقة بالنوعية وتهدف إلى حماية المستهلك و أمنه ، ويسهر على احترام النصوص التي تكفل ذلك والذي يعد قانون العلامات من بينها ، فيكشف من كل أعمال الغش بحيث يمكن له معاينتها وتحرير محاضر بذلك مقضاتها.
- - **المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها:** أنشأت المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها بموجب المرسوم التنفيذي رقم : 454/02 ، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ، فيقوم بالتحقيق في مجال الغش تطبيقا لما تضمنته المادة 16 من القانون 02/89 ، المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، والملغى بالقانون 03/09 ، المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فعند كشفها لسلع أو خدمات تحمل علامة مقلدة فإنه يخول للمديرية حجز المنتوج أو سحبه من السوق أو منع مقدم الخدمات من تقديمها وذلك على نفقة ومسؤولية المقلد إضافة المتابعة القضائية ، وتضم

1 / الجريدة الرسمية، العدد 33، الصادرة بتاريخ : 09 أوت 1989 ، يعتبر المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم هيئة تتمتع بالشخصية المعنوية ، يسيره وزير التجارة ويمثله أمام القضاء في أعمال الحياة المدنية ويساعده كاتب عام ورؤساء المخابر المركزية.

المديرية أربع مديريات من بينها مديرية الجودة والاستهلاك والتي بدورها تضم مديريات فرعية من بينها المديرية الفرعية لترقية الجودة وحماية المستهلك ، وتكلف هذه الأخيرة وفق المادة 03 من المرسوم السابق الذكر ، باقتراح كل التدابير المتعلقة بإرساء نظام العلامات والتسميات الأصلية كما تشجع على إنشاء جمعيات حماية المستهلك.[1]

- – **المديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش:** حدد المرسوم التنفيذي رقم 454/02 ، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ، صلاحيات المديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش في المادة 04 منه فتكلف بتحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة التجارية اللامشروعة ، كما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية قمع الغش وتنفيذها ، وتنجز كافة الدراسات وتقترح التدابير بغية تدعيم وظيفة المراقبة و عصرنتها ، وتتكفل أيضا هذه المديرية بتوجيه نشاطات المراقبة الإقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة ، كلها صلاحيات تساهم في تفعيل المراقبة لكافة الممارسات التجارية لحماية المستهلك منها لاسيما تقليد العلامة الذي يكتسح الأسواق التجارية .
- – **المجلس الوطني لحماية المستهلك :** يعد هيئة حكومية استشارية أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم :272/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992[2]، يهدف هذا المجلس إلى ترقية النوعية ومراقبة سلامة السلع والخدمات المعروضة في السوق كما يعمل على

1/ بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 73.

2/ الجريدة الرسمية العدد 52 ، الصادرة بتاريخ : 08 جويلية 1992، يتشكل المجلس من جميع الوزارات وممثلي الجمعيات وخبراء مؤهلين في ميدان نوعية المنتجات والخدمات وتتكون من لجنتين: لجنة نوعية المنتجات والخدمات وسلامتها ، ولجنة إعلام المستهلك والرزم و القياسة.

حماية مصالح المستهلكين المادية والمعنوية ، وإعلامهم ومساعدة جمعيات حماية المستهلكين وذلك عملا بنص المادة 27 من القانون رقم : 02/89 ، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، والملغى بالقانون 03/09 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، المادة 24

- من القانون الحالي[1] ، حيث يقوم بأداء الرأي ، واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك، فإنه تخول له مراقبة كل أنواع الغش بما فيها تقليد العلامة .

ب)- دور المديريات الولائية و الجهوية للتجارة : لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 409/03 ، المؤرخ في : 05 نوفمبر 2003، لإعادة تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وتوضيح صلاحيتها ، بحيث جاء مسايرا للنظام الإقتصادي القائم على المنافسة الحرة وتحرير الأسعار ومحاربة كل أنواع الغش ، فجاء التنظيم في شكل مديريات ولائية ومديريات جهوية ، سنبين إجراءات تدخلها في الكشف عن تقليد العلامة وحماية المستهلك[2] ثم جاء المرسوم رقم : 09/11 ، المؤرخ في 20 جانفي 2011 ، المتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحيتها وعملها بهدف تحديد المصالح الخارجية لوزارة التجارة ومديريات جهوية ، هذا المرسوم هو الذي ألغى المرسوم التنفيذي رقم 409/03.

- **- دور المديريات الولائية للتجارة :** تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الإقتصادية وقمع الغش ، كذلك تضطلع

1 / القانون رقم :03/09 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مرجع سابق.

2 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 58.

بوضع حيز تنفيذ برنامج الرقابة الإقتصادية وقمع الغش ، واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة .[1]

وتتضمن المديرية الولائية للتجارة فرق تفتيش يسيرها رؤساء فرق وتنظم في مصالح خمس :

- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الإقتصادي.
- مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة .
- مصلحة المنازعات والشؤون القانونية .
- مصلحة الإدارة والوسائل وكل مصلحة تضم على الأكثر ثلاثة مكاتب ، وزيادة على ذلك تزود المديرية الولائية للتجارة حسب الحاجة بمفتشيات إقليمية عندما تقتضي ذلك حجم النشاط الاقتصادي والتجاري أو تباعد التمركزات العمرانية عن مقر الولاية و بمفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية والجوية والمناطق والمخازن تحت الجمركة ، عندما يقتضي حجم تدفق السلع العابرة بها ذلك .[2]

- **– المديريات الجهوية للتجارة :** حددت المادة 10 من المرسوم 09/11 ، السابق الذكر على أن تتولى المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وتنظيم وإنجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات ، كما تقوم عند الضرورة بإجراء التحقيقات في

1 / المرسوم التنفيذي رقم : 09/11 ، المؤرخ في 20 جانفي 2011 ، تضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها وعملها ، الصادرة بتاريخ : 23 جانفي 2011 ، الجريدة الرسمية ، العدد 04 ، سنة 2011.

2 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص98.

مجال اختصاصها الإقليمي المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات ، وتنظم المديريات الجهوية للتجارة وعددها 09 في ثلاثة مصالح:

- مصلحة تخطيط ومراقبة وتقييمها.
- مصلحة الإعلام الإقتصادي وتنظيم السوق.
- مصلحة الإدارة والوسائل ، وتحتوي كل مصلحة على ثلاث مكاتب على الأكثر.

ثانيا : دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي : تعتبر الولاية والبلدية من الهيئات المحلية التي تختص بحماية المستهلكين من مختلف الأضرار التي قد تصيبهم ، فكل من قانون الولاية والبلدية [1]، فالوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي لهما دور في حماية المستهلك من تقليد العلامة ، إذا سنتطرق إلى دور الوالي أولا ، ثم دور رئيس المجلس الشعبي البلدي.

01)- **دور الوالي :** للوالي دور في مجال الاقتصاد الوطني وحماية المستهلك معا على المستوى إقليم الولاية التي يشرف عليها، وله صفة الضبطية القضائية بحيث له اتخاذ كل الإجراءات الإدارية لدرء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب السلعة التي تحمل علامة مقلدة أو إغلاق المحل التجاري الذي يعرض سلعا أو يقدم خدمات تحمل علامة مقلدة.

02)- **دور رئيس المجلس الشعبي البلدي :** له سلطة واسعة في اتخاذ القرارات والإجراءات الإدارية باعتباره المسئول عن سلامة وأمن المستهلك في إقليم البلدية التي يمثلها ، فله صفة الضبطية القضائية أيضا ، بحيث يمكن له مراقبة المنتجات وما تحمله من

1 / القانون رقم : 08/09 المتعلق بالبلدية ، والقانون رقم : 09/90 ، المتعلق بالولاية ، المؤرخين في 07 أفريل 1990 ، جريدة رسمية ، عدد 15 ، الصادرة بتاريخ :1990/04/07.

علامات ولها التدخل باتخاذ إجراءات سحب السلع والخدمات المغشوشة والأمر بنزع العلامات المقلدة عنها ، إضافة إلى إحالة المخالفين على العدالة.[1]

ثالثا : دور أعوان الضبطية القضائية ومصالح الجمارك: سنتطرق أولا إلى دور أعوان الضبطية القضائية ثم إلى دور الجمارك .

01)- **دور أعوان الضبطية القضائية:** هم موظفون يمنحهم القانون صفة الضبطية القضائية وخول لهم بموجبها حقوقا وفرض عليهم واجبات ، والمادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية[2] ، المعدلة بالقانون 02/85 المؤرخ في : 26 جانفي 1985، والأمر رقم 15/90 المؤرخ في 1990/02/26، حيث حددت الأشخاص الذين لهم صفة الضبطية ، بحيث لم ضبط المخالفات وجرائم تقليد العلامة ويثبتون ذلك بواسطة محاضر تتميز بحجيتها القانونية فلا يمكن دحضها إلا بالطعن بالتزوير ، وفقا لما تضمنته المادة 15 فقرة 02 من القانون 02/89 ، المحدد للقواعد العامة لحماية المستهلك ، الملغى بالقانون03/09 ، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، حيث نصت المادة 31 فقرة 04 منه على : " وتكون للمحاضر المنصوص عليها في الفقرات السابقة حجية قانونية حتى يثبت العكس". كما لهم حجز المنتجات التي تحمل علامة مقلدة ونقلها والدخول إلى المحالات التجارية مكان تواجد السلع المغشوشة والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن ومستودعات تخزينها باستثناء المحالات السكنية [3].

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 160 و161.

2 / الأمر رقم : 155/66 المؤرخ في : 8 يونيو 1966 ، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم ، الصادر بتاريخ ، 10 يونيو 1966، الجريدة الرسمية عدد 48 ، سنة 1966.

3 / أنظر المادة : 34 من القانون رقم : 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، المرجع السابق .

02)- **دور أعوان مصالح الجمارك:** سجلت مصالح الجمارك أثناء قيامها بحجز البضائع المقلدة طلية سنة 2010 ، حوالي أكثر من مليون وستمائة ألف (000 600 1) ، بضاعة مقلدة ، وأن قطع غيار السيارات تأتي على رأس البضائع المقلدة متبوعة بمنتجات التجميل ثم التبغ وهي تمثل، (41 %) من الحجز الجمركي سنة 2010، وان غالبية البضائع المقلدة المحجوزة من طرف إدارة الجمارك هي ذات منشأ صيني (61 % سنة 2010).[1]

أن تعديل الأحكام الواردة في قانون الجمارك بموجب القانون 12/07 المتضمن قانون المالية لسنة 2008[2]، يبرر اهتمام المشرع بحماية الملكية الفكرية بأنواعها ، وخاصة في نص المادة 22 ، التي أصبحت تعرف التقليد في صلب النص بقولها :" تحظر من الإستراد والتصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية ...."، كما جاءت المادة 22 مكرر تحدد الحالات التي يمكن فيها لإدارة الجمارك من التدخل تعليق رفع اليد أو حجز السلع المشبوهة بالتقليد وهذه الحالات هي :

- تم التصريح بها لوضع الإستهلاك.
- تم التصريح بها للتصدير.
- اكتشافها عند إجراء المراقبة طبقا للمواد :28 ،29 و51 من قانون الجمارك.
- كانت موضوعة تحت نظام جمركي اقتصادي طبقا لمفهوم المادة 115 مكرر من قانون الجمارك أو الموضوعة في منطقة حرة .

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص104.

2 / القانون 12/07 ، المؤرخ في :20 ديسمبر 2007 ، المتضمن قانون المالية لسنة 2008 ، الجريدة الرسمية ، عدد 82 لسنة 2007 ، الصادرة بتاريخ : 2007/12/31.

وتجدر الإشارة أن بأن التقليد طبقا لقانون الجمارك يشكل مخالفة من الدرجة 03 وعقوبتها المصادرة فقط.

أ)- **التدخل بناء على عريضة** : يحق لمالك حق من حقوق الملكية الفكرية أن يتقدم بطلب كتابي لدى المديرية العامة للجمارك يلتمس فيه التدخل لاتخاذ التدابير الضرورية ،إذا أتضح أن السلع مقلدة بحيث يطلب مالك الحق من إدارة الجمارك تعليق جمركة البضائع المشكوك فيها بأنها مقلدة ، وعند قبول الطلب تقوم المديرية العامة للجمارك بإبلاغ مديرية مكافحة الغش ومقدم الطلب ومصالح الجمارك ، من أجل تكثيف المراقبة وهذا القرار صالح طيلة المدة المحددة في طلب التدخل المقدم من طرف مالك الحق وهذه المدة يمكن تمديدها لعدة مرات عن طريق رسالة بسيطة ، ويمكن أن تفرض إدارة الجمارك على صاحب الطلب تقديم ضمان كتعويض لحماية المشتكي منه وإدارة الجمارك عن الأضرار المتعلقة بالتعليق غير المبرر لعملية الجمركة .[1]

ب)- **التدخل التلقائي** : الأصل أن طلب التدخل يكون عادة عند دخول السلعة للإقليم الجمركي لكن عندما تقوم مصالح الجمارك بمناسبة معتادة بالكشف عن سلع يتضح منها بصفة جلية بأنها سلع مقلدة (بدون تدخل صاحب الحق)، في هذه الحالة يمكن للجمارك ومن تلقاء نفسها تعليق جمركة البضائع في اللحظة التي يتبين فيها قرائن قوية على وجود اعتداء قد مس أو يمكن أن يمس بالعلامة من خلال التقليد ، وتعليق جمركة البضائع لا يمكن أن يتجاوز ثلاثة أيام مفتوحة لتمكين مالك الحق إيداع طلب التدخل وبمجرد التدخل التلقائي للجمارك يمكن لهذه الأخيرة أن تطلب من صاحب الحق تقديم جميع المعلومات

1 / المادة 06 من القرار المؤرخ في : 15 جويلية 2002، المحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك الصادر بتاريخ : 18 أوت 2002 ، الجريدة الرسمية ، عدد 66، سنة 2002.

الضرورية لكشف التقليد،[1] أما بخصوص مصدر السلع المقلدة فإنه إذا تبين للإدارة الجمارك أنها مقلدة فإنها تتخذ التدابير الضرورية من أجل السماح بإتلافها وإخراجها من التبادلات التجارية.

الفرع الثاني : دور جمعيات حماية المستهلك .

جاء الإعلان العالمي لحقوق الإنسان لعام 1948[2] :" لكل شخص الحق في حرية الاشتراك في الاجتماعات والجمعيات السلمية لا يجوز لأحد إرغام أحد على الانتماء لجمعية "، وكلفت المادة 22 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية لسنة 1966[3]، حق التجمع فنصت :" لكل فرد الحق في تكوين الجمعيات مع آخرين بما في ذلك حق إنشاء النقابات و الإنظمام إليها من أجل حماية مصالحه ولا يجوز أن يوضع من القيود على ممارسة هذا الحق إلا تلك التي ينص عليها القانون "، وعليه سنتطرق إلى مفهوم الجمعيات و الأسباب التي دعت إلى ضرورة إنشاءها أولا ثم الأساليب التي تتخذها الجمعية لحماية المستهلك من التقليد.

أولا: مفهوم الجمعيات والأسباب التي دعت إلى ضرورة إنشائها: سنتحدث أولا على مفهوم الجمعيات بصفة عامة وجمعية حماية المستهلك بصفة خاصة ،ثم سنتحدث عن الأسباب التي دعت إلى ضرورة إنشائها.

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 105 .

2 / الإعلان العالمي لحقوق الإنسان ، الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10ديسمبر 1948.

3 / العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية – أعتمد وعرض للتوقيع والتصديق والانضمام بقرار الجمعية العامة ، مؤرخ في 16ديسمبر 1966.

01)- **مفهوم الجمعيات :** تعرف المادة 02 من القانون رقم : 31/90 ، المؤرخ في 04 ديسمبر 1990[1]، الذي ينظم الجمعيات ويعرفها بأنها :" اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيون ومعنويون على أساس تعاقدي ولغرض غير مربح ويشتركون في تسخير معارفهم ووسائلهم لمدة محددة أو غير محددة من أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي والعملي والديني والتربوي والثقافي والرياضي ، ويجب أن يحدد صنف الجمعية بدقة وأن تكون تسميتها مطابقة له" ، وبالتالي هدف جمعية حماية المستهلك هو حماية المستهلكين والدفاع عن مصالحهم فتعتبر إذا شخص معنويا مع انها أصبحت لا تخضع للإجراءات الخاصة بالاعتماد ، فيكفي أن تقدم تصريحا عاديا يقدمه أعضاءها أما لدى الوالي إذا كان نشاطها الإقليمي يضم أكثر من بلدية لنفس الولاية ، وإما لدى وزير الداخلية بالنسبة للجمعية الوطنية .[2]

02)- **الأسباب التي دعت إلى ضرورة إنشاء جمعيات حماية المستهلك:** إن إنشاء جمعيات حماية المستهلكين والتي تتكون من المستهلكين ذاتهم والذين تتوفر فيهم الخبرة الشخصية والمهنية لتحقيق المصلحة العامة للمستهلكين والدفاع عن مصالحهم يجع لأسباب عدة يمكن أن تتمثل بوجه عام في :

– ضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي وترشيده بما يتناسب ومقتضيات وإشترطات الصحة العامة ، سواء يشمل ذلك نوعية المستهلكين والمنتجين لأنسب الوسائل التي يمكن من خلالها تقليص حجم التلوث والغش في المنتوجات.

1 / الجريدة الرسمية العدد 53، الصادرة بتاريخ :05 ديسمبر 1990.

2 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص64.

– غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين وافتقارهم لأساسيات الوعي الغذائي والاستهلاكي وتهافت المستهلك إلى كل ما هو مستورد ، والمنتجون يسعون إلى تحقيق ربح أكبر ، فمن الممكن إستعمال علامات مقلدة على أنها أصلية مما يشكل لبس لدى المستهلك.

– كما أن المستهلك يجهل عادة ما يسمى بمواصفات الجودة لكل منتج يسعى إلى شرائه .[1]

ثانيا : الأساليب التي تتخذها الجمعية لحماية المستهلك من التقليد: تنص المادة : 21 من القانون 03/09 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق الذكر أن :" جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون ، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله" ، وجاء في نص المادة 22 من نفس القانون أنه يمكن للجمعية الاستفادة من المساعدة القضائية ، وفقا لأحكام الأمر رقم : 57/71 المؤرخ في 05 أوت سنة 1971 ، والمتعلق بالمساعدة القضائية ، وذلك لتمثل المستهلكين للدفاع عن مصالحهم وحقوقهم، ويمكن لها أن تتأسس كطرف مدني.[2]

01)– **التحسيس والإعلام :** من واجباتها الأساسية تحسيس المستهلك بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله ، فكل المهام التي توكل غلى وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات أصبح للجمعية حق الاستعانة بها وتكون على اتصال مباشر بالمستهلكين لكي تلم بانشغالاته ، كما أن أسلوب التحسيس لا يختص بالمستهلكين فحسب وإنما يجب أن يصل لأصحاب القرار وبالتالي عند

1 / لشخم رضوان ، المرجع السابق ، ص 110 .

2 / أنظر المادة 23 من القانون رقم : 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مرجع سابق.

وجود تقليد لعلامة معينة وأن هناك سلع وخدمات تحملها فالجمعية – بكل الوسائل والطرق– أن تنبه جميع المستهلكين بهذا التقليد لكي يحرصوا على التأكد من أن السلع والخدمات التي يقبلون على اقتنائها تحمل علامة أصلية ، كما أنه لها أن تطلع معهد الملكية الصناعية، التجاوزات والتقليد الذي يطرأ على العلامات وكذا معهد التقييس فيما يخص علامة الجودة .[1]

02)- **الدعاية المضادة :** بالاستعانة بوسائل الإعلان [2]، تقوم الجمعية بنشر وتوزيع انتقادات ضد المنتجات والخدمات المعروضة التي تحمل علامات مقلدة وذلك في الصحف والمجلات والمطبوعات أو بوسائل مسموعة عن طريق الإذاعة أو المرئية عن طريق التلفزيون ،وذلك بتوعية المستهلكين بخصائص السلع والخدمات والتحذير من عيوبها وتكذيب كل إعلان مروج لها ، ففي حالة تقليد العلامة يمكن للجمعية ذكر المعلومات الخاصة بالتقليد بما فيه المنتج أو صاحب السلع أو الخدمات وتوضيح الفروقات بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة فلها الاستعانة بالخبرة كي تكون دعايتها ملتزمة بالحذر والتجريد ، لما لها أثر بالغ الخطورة على المشروعات الموجهة ضدها الدعاية ، لأنه يمكن تحيل الجمعية في حالة عدم صدق دعايتها.

03)- **المقاطعة أو الامتناع عن الشراء :** يتمثل أسلوب المقاطعة في التعليمة التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة ، وما يلاحظ أن القضاء تردد في تحديد موقفه بخصوص أسلوب المقاطعة لما لها من عواقب وخيمة فيرى بأنه يكفي وضعها كأسلوب تهديدي فالخشية منها

1 / بوروبة ربيعة ، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق ، ص 65 و 66 .

2 /En: Jean Calais Auloy Et frankshemmetz m :droit de la Consommation .Dalloz .4 édition .page 483.

كافية لردع وجعل المنتجين يحترمون الرغبات المشروعة للمستهلكين ، كذلك القوانين التي تكفل حمايتهم وأن القضاء أحيانا يعترف بها ويرفضها أحيانا أخرى ، لكن الحل الوسط أن المقاطعة التي تقررها جمعية حماية المستهلك لا تعتبر سلوك خاطئا إلا أذا كانت تعسفية [1] وتتخذ كسلاح أخير ، وأن القانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يجيز المقاطعة لكن هناك من يقارنها بالإضراب عن العمل بوجه عام لا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء وإنما يعاقب على رفض البيع.

04)- **تمثيل المستهلكين للدفاع عن حقوقهم ومصالحهم :** نصت المادة 23 من 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على أنه : " عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك ، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس طرف مدني "، إذا فحق التقاضي مكفول للجمعية باعتبارها تملك الشخصية المعنوية ويمكن لها أن تتأسس طرف مدني للدفاع على المصالح الفردية والجماعية لأعضائها، وللجمعية ممثل في المركز الجزائري لمراقبة الجودة والرزم ، ويمكن للجمعية أن تطلب الاستشارة اللازمة من مجلس المنافسة وفقا للمادة 36 من الأمر 03/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة .[2]

1 / أحمد محمود علي خلف : الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري الفرنسي والشريعة الإسلامية ، دراسة مقارنة دار الجامعة الجديدة للنشر ، القاهرة ، طبعة 2005، ص 513.

2 / الجريدة الرسمية ، العدد 43 ، الصادر بتاريخ : 20 جويلية 2003.

الخاتمة :

من خلال دراستنا للعلامات التجارية وخاصة في التشريع الجزائري ، وبالتحديد من خلال الأمر 06/03 المؤرخ في 23 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات والذي ألغى أحكام الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 ، المتعلق بعلامة الصنع والعلامات التجارية وجدنا أن المشرع أولى اهتمام بهذه الأخيرة وخطى خطوة كبيرة في وضع أسس وقواعد قانونية متينة من أجل تفعيل دور العلامات في السوق ، وخاصة أن الجزائر تشهد جملة من الإصلاحات الإقتصادية تحسبا للإنظمام إلى منظمة التجارة العالمية ، ويتضح ذلك من تطابق أحكام الأمر 06/03 ، السابق الذكر وأحكام اتفاقية التربس ، خاصة في المواد 02 من الأمر 06/03 ، والمادة 15 فقرة 02 من اتفاقية تربس فقد عرفا العلامة التجارية تعريفا شامل حتى علامة الخدمة ، على خلاف اتفاقية باريس.

كما يشترط المشرع الجزائري في العلامة توفر جملة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة علة تحقيق ذاتيتها ، فيجب أن تكون مميزة وجديدة وغير مستعملة ومشروعة غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة ، بالإضافة إلى شروط شكلية يجب مراعاتها حتى تصبح هذه العلامة متمتعة بالحماية القانونية المقررة للعلامات، وذلك بتسجيلها لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية ، وهذا التسجيل يمر بمراحل عدة يتم من خلالها التأكد من توافر الشروط التي يتطلبها القانون للاعتراف لصاحب هذه العلامة بحقة فيها، وهو حق ينشأ إلا بتمام إجراءات بتسجيلها بصرف النظر على الاستعمال السابق لها ، فالمشرع الجزائري أخذ بالأولوية في التسجيل وليس الأولوية في الاستعمال ، ولعل السبب في ذلك يرجع إلى رغبة في تبسيط وتسهيل عملية تنظيم العلامات ، والحد من النزاعات التي تثور حول ملكية تلك العلامات ، أي أن كل من اتفاقية تربس والأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات جعلا التسجيل المرتبط بالاستعمال كسبب منشئ لملكية العلامة ، وفيما يخص الحق في العلامة فيبدأ بتسجيلها وقد حدده الأمر 06/03 ، ب 10 سنوات أما اتفاقية تربس فقد وضعت الحد

الأدنى للحماية ب 07 سنوات ، وكلاهما يمنحان الحق لصاحب العلامة في التجديد لعدة مرات متتالية ، دون تحديد عدد المرات أي لأجل غير مسمى ، أيضا بين المشرع حالات انقضاء هذا الحق والتي وجدنا أسبابها تكاد تنحصر في إرادة صاحبها من خلال عدم تجديدها أو التخلي عن استعمالها وتوجد حالات خارجة عن إرادة صاحبها ، وذلك عندما يحتج ضده بعد صحة إجراءات الإيداع أو التسجيل، فيؤدي ذلك إلى فقدان حقه ، وكما يمكن أن يسقط حقه في حالة عدم استغلالها استغلالا جديا دون مبرر لما يزيد عن 03 سنوات متتالية دون انقطاع ، وتجدر الإشارة أن المشرع أكد من خلال الأمر 06/03 ، السابق الذكر على إلزامية استعمال العلامات على كل السلع والخدمات المعروضة ، إلا عند الاستحالة ، أي عندما لا تسمح طبيعة تلك السلع بذلك ، أو تلك التي تحمل أسم المنشأ.

وبالنسبة للحماية القانونية ، فكل من الأمر 06/03 ، السابق الذكر واتفاقية التربس يعاقبان على جنحة تقليد العلامة ، من تعويضات وغرامات وحبس ، كما ينصان على عقوبات تكميلية لحجز السلع المخالفة أو أية مواد ومعدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجريمة كما ينصان على مصادرتها وإتلافها ، وكلاهما يمنحان لصاحب العلامة الحق في اللجوء إلى القضاء لحماية حقه على العلامة ، المادة 42 من اتفاقية التربس والمواد 30،29،28 و31 من الأمر 06/03 ، مع وجود فورقات طفيفة بينهما ، فتجريم كل عمل من شأنه أن يمس العلامة ومعاقبة كل من أرتكبه بجزاءات جنائية ردعية ، هو بهدف ردع ظاهرة التقليد، خاصة أمام فتح الأسواق الوطنية على الأسواق العالمية ، وكثرة الطلب على المنتجات المستوردة من طرف المستهلكين ، فلما أعفى المشرع المعتدى على علامته من إثبات القصد الجنائي للقائم بفعل الاعتداء ، واكتفى بالركن المادي وحده من أجل تحريك الدعوى العمومية ، وضاعف قيمة الغرامة بشكل كبير كل ذلك أن جريمة التقليد تؤثر على الدخل التجاري لصاحب العلامة وتؤثر كذلك سلبا على الاقتصاد الوطني ، وإلى جانب الحماية الجزائية يمكن لصاحب العلامة أن يسلك الطريق المدني سواء عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة أو عن طريق دعوى الحق .

وقد حرص المشرع على فرض التزامات على المهنيين بصفتهم مستغلين للعلامات تمكن المستهلك من ضمان مشروعية العلامة ومشروعية استغلالها وضمان إعلام حقيقي للمستهلك بفرض تسجيلها واستعمالها استعمالا جديا ، وجعل الالتزام إلزاميا على كافة السلع والخدمات كما أننا رأينا أنه لضمان الحصول على أجود السلع والخدمات وضمان مطابقتها للمواصفات القانونية ، كان الالتزام بالحصول على تراخيص استغلال علامة المطابقة والأحكام الخاصة بهذه الأخيرة ، باعتبارها علامة جماعية ، من معهد التقييس الذي يقوم بدراسة المواصفات القانونية التي تستجيب لمصلحة ورغبات المستهلك المشروعة ، وتحميه من كل المخاطر التي قد تمس صحته وأمنه وتضر بمصالحه المادية ، وقد فرض المشرع جزاءات مدنية وأخرى جزائية لكل من يخالف أو يخل بهذه الالتزامات ، كما أن النظام القانوني للعلامات لم يغفل حماية المستهلك وتمكينه من التصدي إلى تقليد العلامة ، فتدخل المشرع كان حازما بأن قام بتجريم التقليد الذي نجد موضعه في عدة نصوص قانونية متفرقة ، أين تم تجريمه في قانون الجمارك ، وجرم هذا الفعل بموجب القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وأيضا قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، لكن قانون العلامات 06/03 يبقى الأنسب والأمثل والأشد والأخص لتجريم فعل التقليد.

ومن أجل تفعيل الحماية من ظاهرة التقليد تدخل المشرع أيضا بواسطة آليات وذلك بنصه على مختلف الأشخاص والأعوان المحلفين والهيئات الإدارية والمركزية وغير المركزية ، التي يمكنها التدخل للحد من هذه الظاهرة ، ورأينا أن للمستهلك الحق في التصدي بنفسه أو عن طريق تمثيله بجمعيات حماية المستهلك للتقليد بصفته متضررا.

وكمحاولة منا من خلال هذا البحث لإيجاد بعض الحلول وتكملة بعض النقائص قصد إعطاء مساحة أكبر لحماية العلامة والتي تنعكس طردا على حماية المستهلك نقترح بعض الملاحظات:

- توسيع نطاق المهام المنوطة بالمعهد الجزائري للملكية الصناعية للنظر في الاعتراضات على تسجيل العلامة، المتعلقة بطلبات إبطال العلامة أو إلغائها المسجلة لديه أو المطلوب تسجيلها لديه ، أن تصبح على مستواه لأنه الأكثر تخصصا ودراية في هذا المجال دون اللجوء إلى القضاء الذي يأخذ وقتا طويلا لذلك.
- حظر المشرع الجزائري تسجيل بعض أنواع العلامات في المادة 07 من الأمر 06/03 ، لكنه أغفل على نص النص الذي يجرم استخدام هذه العلامات.
- ضمان تكوين جيد للأعوان المكلفين بالرقابة بطريقة علمية حديثة تتماشي مع التطور التكنولوجي الحاصل في العالم ، وتماشيا مع ثورة الميكرومعلوماتية بطريقة تسمح للأعوان والهيئات بالكشف والتفرقة بين المنتوج الأصلي والمقلد.
- كما ندعو إلى الاهتمام بجانب إعلام وتوعية المستهلك حول خطورة انتشار واستعمال تلك السلع والخدمات التي تحمل علامات مقلدة على صحته وأمنه وماله أو على الاقتصاد الوطني ، فيجب الحماية منها سواء على مستوى الأفراد أو على المستوى الوطني وذلك بزيادة وتنسيق الجهود بين جميع الجهات ، سواء كانت أجهزة حكومية أو جمعيات حماية المستهلكين من خلال مؤتمرات ونداوة، ووضع جوائز قيمة وتحفيزية لكل من يساهم في الكشف على تلك العمليات الإجرامية الخفية.

فائمة المراجع

قائمة المراجع .

المراجع بالغة العربية .

النصوص القانونية .

القوانين.

01- القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، جريدة رسمية ، عدد 15 الصادرة بتاريخ :08 مارس 2009.

02- القانون رقم : 08-09 مؤرخ في 18صفر1429 ، الموافق ل: 25 فبفري 2008 ،يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية – جريدة رسمية ،صادرة بتاريخ 23أفريل 2008 ،عدد 21.

03- القانون 12/07 ، المؤرخ في :20 ديسمبر 2007 ، المتضمن قانون المالية لسنة 2008 ، الجريدة الرسمية ، عدد 82 ، لسنة 2007 ، الصادرة بتاريخ 2007/12/31.

04- القانون 04/04 ، المؤرخ في :23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس ، جريدة رسمية عدد 41 ، سنة 2004.

05- القانون رقم : 08/90 المتعلق بالبلدية ، والقانون رقم : 09/90 ، المتعلق بالولاية ، المؤرخين في 07 أفريل 1990 ، جريدة رسمية ، عدد 15 ، الصادرة بتاريخ 1990/04/07.

الأوامر.

01- الأمر رقم :04/04 ، المؤرخ في 23 جوان 2004 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية ، عدد 41 ، سنة 2004.

02- الأمر رقم: 06/03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، الصادرة في 23 جويلية 2003،الجريدة الرسمية العدد **44.**

03- الأمر رقم : 58/75 المؤرخ في: 26سبتمبر 1975 ، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم الجريدة الرسمية ، الصادرة في، 30 سبتمبر 1975 ، عدد 78.

04- الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 ، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، جريدة رسمية ، الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966 ، عدد 23.

05- الأمر رقم : 155/66 المؤرخ في : 8 يونيو 1966 ، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم ، الصادر بتاريخ ، 10 يونيو 1966، الجريدة الرسمية عدد 48 ، سنة 1966.

06- الأمر 157/66 المؤرخ في 08 جويلية 1966، المتضمن قانون العقوبات ، المعدل والمتمم ، الجريدة الرسمية ، الصادرة في 10 جوان 1966 ، عدد 49.

المراسيم.

01- المرسوم التنفيذي رقم : 09/11 ، المؤرخ في 20 جانفي 2011 ، تضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها وعملها ، الصادرة بتاريخ : 23 جانفي 2011 ، الجريدة الرسمية ، العدد 04 ، سنة 2011.

02- المرسوم التنفيذي رقم : 277/05 المؤرخ في 20 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها ، الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 07 أوت 2005 ، العدد 54 .

03- المرسوم التنفيذي رقم 464/05 ، المؤرخ في 06 فيفري 2005 ، المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، الجريدة الرسمية ، العدد 80، الصادرة بتاريخ: 2005/12/11.

04- المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21فيفري 1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانون الأساسي . الجريدة الرسمية الصادرة في 01 مارس 1998، العدد 11.

05- المرسوم التنفيذي رقم : 39/90 ، المؤرخ في :30جانفي1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، جريدة رسمية ، عدد 05 ، الصادرة بتاريخ 1990/01/31.

06- المرسوم التنفيذي رقم 248/86 المؤرخ في 30سبتمبر سنة1986 المتضمن نقل الوصاية على المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية الصادر بتاريخ 01 أكتوبر سنة 1986 ،الجريدة الرسمية العدد 40 .

المؤلفات.

المؤلفات المتخصصة.

01- أحمد محمود علي خلف : **الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري الفرنسي والشريعة الإسلامية ، دراسة مقارنة** ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، القاهرة ، طبعة 2005 .

02- القاضي أنطوان الناشف : **الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد دراسة تحليلية شاملة ، القوانين، الإجتهادات ، الدراسات** ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان ،سنة 1999.

03- جلال وفاء محمدين : **الحماية القانونية للملكية الصناعية ، وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، تربس** ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2004 .

04- حسام الدين عبد الغني الصغير : **الجديد في العلامات التجارية ، في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التربس**، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، سنة 2005 .

05- نعيم مغبغب : **الماركة التجارية والصناعية ،دراسة في القانون المقارن** ، الطبعة الأولى بدون دار نشر ، سنة 2005.

06- صلاح زين الدين :**العلامات التجارية وطنيا ودوليا** ، دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان سنة 2006.

07- عبد المنعم موسى إبراهيم : **حماية المستهلك ،(دراسة مقارنة)**، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، سنة 2007 .

08- فرحة زراوي صالح ، **الكامل في القانون التجاري الجزائري المحل التجاري والحفوق الفكرية** ، القسم الثاني ، الحقوق الفكرية ، إبن خلدون للنشر والتوزيع ، وهران ، سنة 2001.

09- سميحة القليوبي : **الملكية الصناعية** ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، الطبعة الرابعة ، سنة 2003.

10- سمير جميل حسن الفتلاوي : **الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،سنة 1985 .

المؤلفات العامة .

01- أحسن بوسقيعة : **الوجيز في القانون الجنائي العام** ، الديوان الوطني للأشغال التربوية ، الجزائر ، السنة 2002 .

02- أحسن بوسقيعة : **الوجيز في القانون الجنائي العام** ، دار هومة ، الطبعة السابعة ، 2008 .

03- عبد الله سليمان : **شرح قانون العقوبات الجزائري** ، القسم العام ، الجزء الأول ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، طبعة 1995 .

04- زاهية حورية سي يوسف : **المسؤولية المدنية للمنتج** ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، سنة 2009 .

المجلات.

01- عبد الفتاح بيومي حجازي : **العلامات التجارية في إتفاقية التربس** ، مؤتمر الجوانب القانونية والاقتصادية ،لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية ، أيام 09-11

ماي 2004 كلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة دبي ، المجلد الثاني ، الطبعة الأولى سنة 2004 .

02- حسين يوسف غنايم : **حماية العلامة التجارية** ، مجلة الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، العدد 09 نوفمبر 1995.

الرسائل.

01- بلقاسمي كهينة : **أستقلالية النظام القانوني للمكية الفكرية** ،(مذكرة ماجستير)، جامعة الجزائر بن عكنون ، كلية الحقوق،(2008-2009)،ص 58.

02- بساعد سامية : **حماية العلامة التجارية في أمر 06/03 ومدى تطابقه مع إتفاقية تربس** ، (مذكرة ماجستير) ،جامعة لجزائر ، بن عكنون،كلية الحقوق،(2009/2008).

03- بوروبة ربيعة : **حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات**،(رسالة ماجستير) ،جامعة الجزائر، كلية الحقوق، (2007-2008) .

04- حدوش كريمة : **الالتزام بإعلام المستهلك في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**،(رسالة ماجستير) ، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس ، كلية الحقوق ،(2011-2012) .

05-حديدان سفيان:**جريمة التقليد ألتدليسي للعلامات الصناعية والتجارية،أو علامات الخدمة**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،فرع قانون جنائي ،كلية الحقوق ،جامعة الجزائر ،السنة الجامعية 2001.

06-كحول وليد : **العلامات ووسائل حمايتها في التشريع الجزائري**،(رسالة ماجستير)، جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية الحقوق،(2007-2008).

07-لشخم رضوان : **العلامة وحماية المستهلك** ، مذكرة ماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة ، كلية الحقوق ،جامعة الجزائر -1- ، السنة 2014/2013 .

08-محمود أحمد عبد الحميد مبارك: **العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين**، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا ،جامعة النجاح الوطنية ،نابلس، فلسطين السنة 2006.

09- نعمان وهيبة : **استغلال حقوق الملكية الصناعية والنمو الإقتصادي** ،(رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر بن عكنون ، كلية الحقوق،(2009-2010).

10- زواني نادية: **الاعتداء على حق الملكية الفكرية، التقليد والقرصنة**، مذكرة ماجستير فرع الملكية الفكرية كلية الحقوق جامعة الجزائر ، سنة 2003/2002 .

المراجع بالغة الفرنسية.

01- En :Albert Chavanne et Claudine Salomon, Marque de fabrique de Commerce Ou De Service , Encyclopédie Juridique , Dalloz, Paris Année, 2003 .

02- En:M.Kahloula.Et .G. Mekamcha : La Protection Du Consommateur En Droit .Algérien : Revue Idara .De L'ecole National D'administration N° 5annee 1995.

03- En:Shmidit-Szalewski Joanna، Droit De La Propriété In Distille ، 2 Eme Ed ، Dalloz ، Baris، 1991.

04- En:Jean Calais Auloy Et Frankshemmetz M :Droit De La Consommation .Dalloz .4 Edition .

الفهرس

فهرس المحتويات .

المحتويات	الصفحة
شكر وعرفان	
الإهداء	
مقدمة	01
الفصل الأول : الحماية القانونية للعلامة التجارية	
المبحث الأول :الحق في العلامة التجارية.	11
المطلب الأول :الشروط الموضوعية والشكلية للاكتساب الحق في العلامة.	11
الفرع الأول :الشروط الموضوعية للعلامة التجارية.	12
أولا: أن تكون العلامة مميزة.	12
ثانيا: أن تكون العلامة جديدة.	14
ثالثا: أن تكون العلامة مشروعة.	17
الفرع الثاني:.الشروط الشكلية للعلامة .	19
أولا: تحديد الهيئة المختصة بتسجيل العلامات .	19
ثانيا: إجراءات تسجيل العلامة التجارية .	21
المطلب الثاني :آثار تسجيل العلامة التجارية .	25
الفرع الأول :اكتساب الحق في العلامة التجارية.	26
أولا: احتكار استغلال العلامة التجارية.	26
ثانيا: حق التصرف في العلامة التجارية.	27
الفرع الثاني :انقضاء الحق في العلامة التجارية .	29
أولا: انقضاء الحق في العلامة التجارية بناءا على إرادة صاحبها .	29
ثانيا: انقضاء الحق في العلامة التجارية بغير إرادة صاحبها.	29
المبحث الثاني :الحماية الوطنية والدولية للعلامة التجارية .	32
المطلب الأول : الحماية الوطنية للحق للعلامة التجارية .	32

الفرع الأول :الحماية المدنية للعلامة التجارية.	32
أولا: حماية الحق في العلامة عن طريق دعوى الحق .	33
ثانيا: دعوي المنافسة غير المشروعة	36
الفرع الثاني :الحماية الجزائية للعلامة التجارية .	40
أولا: صور الاعتداء على الحق في العلامة.	40
ثانيا:المتابعة الجزائية لتقليد العلامة والجزاء المقرر.	44
المطلب الثاني : الحماية الدولية للعلامة التجارية.	52
الفرع الأول:حماية العلامة التجارية بمقتضى اتفاقية باريس.	52
أولا: الأحكام الموضوعية والمبادئ العامة في اتفاقية باريس.	53
ثانيا: تسوية المنازعات في اتفاقية باريس للملكية الصناعية.	59
الفرع الثاني : حماية العلامة التجارية بمقتضى اتفاقية تربس trips.	60
أولا: الأحكام والمبادئ الأساسية لاتفاقية تربس trips.	61
ثانيا:معايير حماية العلامة في اتفاقية تربس trips.	64
ثالثا: تسوية المنازعات وفق اتفاقية تربس trips.	68
الفصل الثاني : دور العلامة التجارية في حماية المستهلك	
المبحث الأول :حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة .	72
المطلب الأول :التمتع بالحق في العلامة كالتزام بإعلام المستهلك.	73
الفرع الأول :الالتزام بتسجيل و استعمال العلامة ضمان لإعلام حقيقي للمستهلك .	74
أولا: الالتزام بتسجيل العلامة.	74
ثانيا: الالتزام بالاستعمال الجدي للعلامة.	75
الفرع الثاني: منح ترخيص استغلال علامة الجودة ضمان لأمن المستهلك .	77
أولا: علامة الجودة باعتبارها علامة جماعية .	78
ثانيا: إجراءات منح ترخيص استغلال علامة الجودة والهيئة المكلفة بذلك.	78
المطلب الثاني :جزاء الإخلال بإعلام المستهلك في مجال استغلال العلامة.	83
الفرع الأول :الجزاء المدني .	84

أولا: الجزاء الوقائي وحق الاعتراض على التسجيل من طرف المستهلك .	85
ثانيا: الجزاء وفق أحكام القانون المدني .	92
الفرع الثاني :الجزاء الجنائي .	94
أولا:جزاء الإخلال بالالتزام وفق قانون العلامات.	95
ثانيا: الجزاء وفق قانون الممارسات التجارية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش.	96
المبحث الثاني :الحماية القانونية من تقليد العلامة كحماية للمستهلك .	100
المطلب الأول : تجريم تقليد العلامة المضلل للمستهلك.	100
الفرع الأول : مفهوم تقليد العلامة وأركان جريمة التقليد.	101
أولا:المفهوم الفقهي والقانوني والقضائي لتقليد العلامة.	101
ثانيا: أركان جريمة تقليد العلامة.	108
الفرع الثاني : إجراءات رفع الدعوى القضائية ضد المقلد.	111
أولا: حق المستهلك في رفع دعوى قضائية ضد المقلد.	111
ثانيا: الجهة القضائية المختصة.	112
المطلب الثاني : دور الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك في متابعة مقلد العلامة.	113
الفرع الأول: دور الهيئات الإدارية في متابعة مقلد العلامة .	114
أولا: دور وزارة التجارة والهيئات التابعة لها.	114
ثانيا: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي .	120
ثالثا: دور أعوان الضبطية القضائية ومصالح الجمارك.	121
الفرع الثاني : دور جمعيات حماية المستهلك.	124
أولا:مفهوم الجمعيات والأسباب التي دعت إلى ضرورة إنشائها.	124
ثانيا:الأساليب التي تتخذها الجمعية لحماية المستهلك من التقليد .	126
الخاتمة.	130
قائمة المراجع.	135
الفهرس.	142

ملخص الدراسة :

إن العلامات التجارية تؤدي وظيفة مزدوجة ، فهي وسيلة المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها عن منتجات وخدمات منافسيه من جهة كما أنها وسيلة المستهلك للتعرف على السلعة أو الخدمة التي ينشدها، بحيث لا يختلط عليه الأمر في تمييزها عن منتجات وخدمات الآخرين إذا فبحماية العلامة التجارية نكون قد وفرنا الحماية للمستهلك وبالنسبة لحماية العلامة فيمكن حمايتها مدنيا وجزائيا هذا من خلال أحكام الأمر : 06/03 المتعلق بالعلامات، أما القانون: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغى بموجبه القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية لمستهلك الذي تضمن حماية المستهلك عن طريق إقرار الالتزام بالإعلام، وقد ألزم المشرع المهني بموجب المادتين 17،18 من القانون03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بوسم منتجاتهم ، وتحدد بيانات الوسم الإلزامية عن طريق النصوص التنظيمية.

الكلمات الدالة : العلامة، الإعلام ،المستهلك ، الوسم ، الإشهار، الحماية ، المسؤولية، القمع التعويض.

Résumé :

Les marques remplissent une double fonction, cela signifie que le produit ou commerçant ou prestataire de services pour identifier les produits ou services proposés sur les produits et services concurrents d'une part cela, il est aussi le consommateur un moyen d'apprendre à connaître le bien ou le service qui a été demandée afin de ne pas être confondu par la commande dans le distinguent des produits et autres services si en protégeant la marque, nous avons fourni une protection pour le consommateur et pour la protection de la marque, il peut protéger les civils et pénalement En vertu des dispositions: la loi pénale 03/06 sur la protection relative aux marques ,la loi n°09-03 relatives à la protection du consommateur et à la répression des fraudes, qui a abrogée la loi n° 89-02 relatives aux règles générales de protection du consommateur, ou il a imposé des obligations au faveur du consommateur, parmi eux l obligation d'information ,Le législateur algérien par l'article 17 et l'article 18 l'article de la loi n°09-03 relatives à la protection du consommateur et à la répression des fraudes, et les décrets exécutifs ; il oblige les professionnels d'informer le consommateur par l'étiquetage des produits, qui portent les renseignements obligatoires qui sont fixée par les décrets exécutifs relatives à l'étiquetage des produits.

Mots clés: La marque, médias, les consommateurs, l'image de marque, la publicité, la protection, l'engagement, la responsabilité, la répression de compensation.