

**جميع كريمة**

**قارة مولود**

**العنوان : اهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك**

**مقدمة :**

تنقسم الحقوق المالية تقليدا إلى حقوق عينية وحقوق شخصية وحقوق ذهنية، هذه الأخيرة التي تتميز بطابعها المالي والشخصي، وتشمل الملكية الأدبية والملكية الصناعية، فالملكية الأدبية تشمل حقوق التأليف والحقوق المجاورة، والملكية الصناعية تشمل براءات الاختراع و العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية، والعلامات كعنصر من عناصر الملكية الصناعية تحض بأهمية بالغة في عالم الأعمال، ويشهد على ذلك ظهور علامات عالمية التي أصبحت تغزوا

أسواق العالم، فالعلامات اليوم لم تُعد وسيلة لتمييز المنتجات أو الخدمات عن غيرها، بل إنها وسيلة قانونية في خدمة استراتيجية المؤسسات لتوسيع أسواقها، فلم تعد كذلك وسيلة للتعريف بالمنتجات أو الخدمات التي تحملها عبر العالم، وإنما هي صورة المؤسسة مالكة هذه العلامة، وتكون بذلك شهرة للمنتج أو الموزع وتعكس صورته في أذهان عملائه من المستهلكين.

وبعد ظهور المساحات التجارية الكبرى وزيادة الحاجة الاستهلاكية للأفراد، لم يعد قادرا على معرفة صفة المنتج أو الخدمة الحقيقية، ولم يعد يتمتع بالوقت الكافي للاختيار، هذا كله فتح المجال لبعض المهنيين من منتجين وموزعين للتفنن في استخدام طرق احتيالية، ووسائل خداع لإقناع المستهلك بالتعاقد، خاصة وأن النظام الاقتصادي الحر الذي تنتهجه معظم الدول لا سيما الجزائر، والذي يقرر مبدأ حرية التجارة والصناعة، جعل المهنيين يستغلون هذا المبدأ ويتعسفون في حريتهم على حساب مصالح المستهلكين، فكان لزاما على الدولة أن تتدخل لتحديد من هذه الحرية، لأن تدخلها في العملية الاستهلاكية لم يعد كافيا، لاقتصاره على إيجاد الضمانات الضرورية لتوفير السلع ومنع الاحتكار والتلاعب بالأسعار، وكان من الواجب أن يتوسع هذا التدخل ويتلاءم مع أساليب الغش والخداع، ليشتمل على العديد من الخطوات والإجراءات، التي تحمي المستهلكين في كل مراحل العملية الاستهلاكية، بدءاً بالسلعة ذاتها من حيث جودتها وسعرها ومواصفاتها ومقدارها، ومصدرها وذلك لقمع الغش والتحايل والتضليل الذي يمارسه المهنيون، من منتجين وموزعين ضد المستهلك للحصول على ربح أكبر وفي وقت أقصر .

ومن الوسائل التي لها دور فعال في ضمان حقوق المستهلك ، وحمائتهم من ضروب الغش والاحتيال العلامة بكافة أنواعها، سواء كانت علامة مصنع أو علامة خدمة وتنظيم المشرع لها يعد احد أهم القواعد والسياسات، التي يهدف من خلالها إلى دفع الأذى والضرر عن المستهلك، وكذا ضمان حصوله على حقوقه قبل المهنيين .

## أهمية الموضوع :

تجلى أهمية الدراسة في عرض وتحليل أحد أهم الموضوعات المطروحة للنقاش على المستوى الأكاديمي والعلمي ، كما أن أهمية هذه الدراسة تبرز في أن العلامة كحق من حقوق الملكية الصناعية أصبحت تحتل مكانة هامة بالنظر لما تشكله من قيمة مادية كبيرة ، هذه القيمة تحتاج وسيلة فعالة لحمايتها من الاعتداء .

فتتعلق أهمية العلامة بجمهور المستهلكين ، إذ تعد العلامة الوسيلة التي يعتمد عليها المستهلكون في تعرفهم على مصدر المنتجات التي يتعاملون بها ، والتي يولون ثقتهم ، نظرا لما تعنيه لهم هذه العلامة من رمز لجودة وخصائص تلك المنتجات لذلك فالاعتداء عليها من شأنه تضليل المستهلك .

- ضمان حقوق المستهلكين من ضروب الغش والاحتيال حول مواصفات المنتجات، التي يتلقونها من يد الصناع أو التجار أو مقدمي الخدمات .

- تعتبر العلامة إحدى المحركات الضرورية لكل اقتصاد دولة، إذ تشكل دافعا لتحسين منتوجية المؤسسات، وبذلك فهي تباشر وظيفة اقتصادية محضة إلى جانب وظيفتها القانونية باعتبارها وسيلة لتمييز المنتجات والخدمات عن غيرها .

### **أهداف الدراسة**

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف لعل أهمها ما يلي

- تبيان الإطار القانوني للعلامة التجارية في حماية المستهلك وإبراز الأهمية التي يحظى بها المستهلك في هذا الجانب .

- وضع العلامة التجارية في حماية المستهلك في الميدان العلمي، والعملية وصولا لنتائج تتعلق بتقييمه الشامل.

- إضافة رصيد من الدراسات المتخصصة العلمية في مجال أهمية العلامة في حماية المستهلك ، وتسليط الضوء على الجوانب الغامضة منه.

### **أسباب اختيار الموضوع :**

لكل دراسة أو بحث علمي سبب أو مشكل مطروح يدفع الباحث للقيام به، سواء من أجل فهم أو كشف حقيقة الظاهرة محل الدراسة أو التعرف على أسبابها وظروف تواجدها ،لذا فإن البحث ليس وليد الصدفة إنما هو سلسلة متواصلة من التساؤلات العلمية التي تبحث عن إجابة مقنعة وموضوعية للظاهرة المدروسة ومن أهم الأسباب التي دفعتنا للقيام بهذا البحث :

- تبيان دور التنظيم القانوني للعلامة التجارية في حماية المستهلك .

- نقص الدراسات السابقة الجزائرية حول الموضوع المدروس .

- دخول الجزائر في وتيرة التجارة العالمية في ظل رحاب العولمة .

### **الدراسات السابقة:**

استقينا مادة هذه الدراسة من مجموعة من الدراسات والمؤلفات لعل أهمها :  
- رحال رجاء، نظام العلامة التجارية ، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا  
للقضاء ، دفعة 18، الجزائر 2010/2007.  
-مولفوعة نعيمة :الاعتداء على الحق في العلامة ،رسالة ماجستير في القانون  
الخاص لسنة 2012،كلية الحقوق ،جامعة الجزائر.  
-كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية،رسالة ماجستير  
لسنة 2011 ،جامعة الجزائر .

### الإشكالية :

اعتبرت العلامات التجارية أحد الركائز الأساسية التي يعتمد عليها نجاح مشروع اقتصادي،  
التي من خلالها يستطيع المنافسة مع غيره من المشاريع على الصعيد المحلي والدولي، كما  
تعمل على جذب العملاء والمستهلكين ما يؤدي بالضرورة إلى رواج البضائع والمنتجات.  
وقد اهتم المشرع الجزائري على غرار باقي التشريعات بتوفير حماية للمستهلك بإحاطتها بسياج  
متين لتتقى المحيط الاقتصادي، وتقرير نظام فعال وصارم للنشاط الاقتصادي والصناعي،  
تنظيم نظام الباعة والمنتجين، وتكثيف المراقبة لتقادي الفوضى خاصة مع كثرة وتشابه السلع و  
الخدمات التي يسعى المستهلك لاقتناء أجودها .

و لحماية المستهلك أصدر المشرع الجزائري مجموعة من النصوص التشريعية، حيث حدد  
القواعد العامة لحماية المستهلك بموجب القانون 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009.  
وكذلك الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة والأمر رقم  
06/03 المتعلق بالعلامات يعد الأمر الذي يحقق الهدف من الدراسة، فالإشكالية المطروحة  
التي على أساسها قمنا بهذه الدراسة .

إذن هل يوفر النظام القانوني للعلامات الحماية الكافية للمستهلك من ضروب الغش والاحتيال  
التي تعترضه أثناء اقتنائه للسلع والخدمات ؟ .  
فهل تساهم العلامة المضافة على السلع أو الخدمات في ضمان إعلام وضمن امن المستهلك  
؟ .

وكيف يمكن للمستهلك التصدي لجريمة تقليد العلامة التي تتسبب في تظليله ؟ .

ولمعالجة الإشكالية وجملة التساؤلات اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأن طبيعة الدراسة تفرض علينا ذلك، بغرض تبيان أهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك والتركيز على اجراءات تسجيل العلامة التجارية وحماية المستهلك من تقليد العلامة .

ارتأينا إتباع المنهجين التحليلي والوصفي الذي يتطلبه هذا النوع من المواضيع باعتبار أساليب الدراسة هي النصوص التشريعية في أغلب الأحيان.

وقد سرنا وفق خطة ثنائية نحسبها مناسبة للموضوع باعتبار أن الثنائية في التقسيم من الناحية المنهجية أفضل الطرق للتحكم الأمثل في موضوع الدراسة ، فتناولنا في الفصل الأول تسجيل العلامة حماية للمستهلك، حيث تطرقنا فيه إلى ثلاثة مباحث أساسية هي المبحث الأول تناولنا فيه ماهية العلامة التجارية من حيث تعريفها، أنواعها وأهميتها.

أما المبحث الثاني فتناولنا فيه إعلام المستهلك بالزامية تسجيل العلامة وفي المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى:جزء الإخلال بإعلام المستهلك في مجال استغلال العلامة.

أما في الفصل الثاني فتناولنا فيه حماية المستهلك من تقليد العلامة وقسمناه إلى ثلاثة مباحث هي : فأما المبحث الأول فتناولنا فيه ماهية المستهلك وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى تجريم تقليد العلامة، أما المبحث الثالث فتناولنا فيه مسؤولية مقلد العلامة.

هذا وقد حرصنا على جعل حوصلة ختامية لكل فصل وختمنا هذه الدراسة بالنتائج النهائية المتوصل إليها من البحث مرفقة بجملة من التوصيات التي نعتقد أنها مفيدة ومهمة للأخذ بها في القضاء الجزائري .

## الفصل الأول : إلزامية تسجيل العلامة لحماية المستهلك

إن حماية المستهلك أصبحت أكثر من ضرورة ولا يمكن التصدي للأفعال التي تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية تجرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك وكذا حمايته من الناحية المادية لأجل ذلك سعى المشرع بموجب قانون العلامات إلى تنظيم السوق وإقامة التوازن في العلاقة بين المهنيين والمستهلكين وذلك بفرض إلزامية تسجيل العلامة على المهني باعتباره صاحب العلامة فيتخذ إجراءات تسجيلها ويلتزم باستعمالها جدياً ولذلك قسمت هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث تناولت في المبحث الأول ماهية العلامة وفي المبحث الثاني إعلام المستهلك بإلزامية تسجيل العلامة وفي المبحث الثالث تطرقت إلى جزاءات الإخلال بهذه الالتزامات .

## المبحث الأول : ماهية العلامة

يختلف تعريف العلامة التجارية من دولة لأخرى، أو من شخص لآخر حسب الزاوية التي ينظر منها للعلامة التجارية وهذا الاختلاف في وضع تعريف شامل للعلامة التجارية فتح الباب أمام الفقه القانوني في تحديد المقصود منها، ولذلك سأطرق إلى تعريف العلامة في (المطلب الأول) و أهمية العلامة ووظائفها في (المطلب الثاني) و أنواعها في (المطلب الثالث) .

### المطلب الأول : تعريف العلامة

#### الفرع الأول :التعريف الفقهي

العلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه تميزها لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة<sup>1</sup>، وهي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصانع أو التاجر لتمكين المستهلك من تعريف سلعته أينما وجدت وضمان عدم تظليل الجمهور مما يدفعه إلى بذل أقصى جهده في تحسين منتجاته لتخفيض تكاليف الإنتاج ليضمن تفوقها وروجها على مثيلاتها.

ويقصد بها أيضا السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري- فهي علامة تجارية -أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها -وهي علامة مصنع- قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق، ولقد جمع المشرع الجزائري هذين النوعين من العلامات تحت عبارة علامة السلعة<sup>2</sup>.

عرفتها الدكتورة سميحة القليوبي بأنها : " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غير من السلع المماثلة ". عرفها الدكتور محمد حسين إسماعيل بأنها : " أداة مميزة تخص تاجرا أو صانعا لتمييز سلعة أو خدمة عما يشابهها، وقد تكون رمزا، رسما، حرفا، يستهدف التبادل على أصل السلعة وضمان مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعملائه وتمكنه من الاستئثار بثقتهم " .

يعرفها الدكتور مصطفى كمال طه: " العلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعار لمنتجاته تميزها عن غيرها من المنتجات المماثلة" .

<sup>1</sup>مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري (دراسة مقارنة )، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان،2006، ص 651 .

<sup>2</sup>فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ص201.

وعرفها الأستاذ البريت شارين: " العلامة هي إشارة محسوسة توضع على المنتج أو ترافقه من أجل تمييزه عن المنتجات المشابهة للمنافسين "3.

ويعرفها أحمد طه السنوسي بأن: "العلامة التجارية تتخذ لتمييز السلعة المادية، كما تتخذ لتمييز الخدمة المعنوية، ولذلك فإنها أي صورة أو إشارة تستخدم للتعريف بالمادة (article) أو الخدمة (service) وهي من القوة بحيث تتخذ لفصل إنتاج شخص أو خدمة عن إنتاج أو خدمة الأشخاص الآخرين"4.

"إيف قيون" الذي يعرف العلامة بأنها: " كل إشارة أو لفظ يضعه التاجر على بضاعة للسماح للمشتري بمعرفة أصل البضاعة كما أنها تعتبر وسيلة لجلب العملاء وتمنح لصاحبها حق احتكار الاستعمال، وكل استعمال لها بغير رضا من مالكيها يعد تقليدا لتلك العلامة "5.

### الفرع الثاني : التعريف التشريعي

إن أول تدخل للمشرع الجزائري في مجال العلامات كان في السنوات التي عقت الاستقلال وهذا بناءً على الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 الذي بقي ساري المفعول أكثر من 37 سنة ولكنه لم يتطرق لتعريف العلامة وترك ذلك للفقهاء، وتم إلغاؤه وإصدار الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات والذي قام بتعريف العلامات وذلك في المادة الثانية منه كما يلي :

" كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره ".

وقد عرف المشرع الفرنسي العلامة في نص المادة 711 من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي

بنصه :

la Marque de fabrique de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant a distinguer les produits ou services d' une personne physique ou morale.<sup>6</sup>

<sup>3</sup>د/ منير محمد الجهيني، العلامات والأسماء التجارية، الجزء الأول، دار الكتاب الجامعية، لبنان سنة 2004، ص 204.

<sup>4</sup>حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 28.

<sup>5</sup>GUYON(Y), Droit des affaires, T1, 8<sup>ème</sup> Ed, ECONOMICA, Paris, 1994, p.714.

<sup>6</sup>Code français de la propriété intellectuelle, 2eme édition , Dalloz , paris , 2000, p508.

العلامات التجارية أو الخدمة علامة قادرة على تمثيل رسومي لتمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو اعتباري.

وتفرق بعض التشريعات بين العلامة التجارية التي يستخدمها التاجر لتمييز البضائع التي يقوم ببيعها، والعلامة الصناعية التي يتخذها الصانع لتمييز منتجاته. على أن هذه التفرقة ليست لها قيمة عملية ولا تترتب عليها أية آثار قانونية<sup>7</sup>. بل إن الشخص الواحد قد ينتج السلعة وبيعهها في نفس الوقت وتكون له علامة واحدة تحقق الغرضين.

ولذلك فإننا نستعمل عبارة "العلامة التجارية" للدلالة على النوعين على حدٍ سواء .

ولا تستخدم العلامات في تمييز منتجات الصناعة والبضائع المتداولة في التجارة فحسب، بل تستخدم في تمييز المنتجات بوجه عام سواء أكانت من عمل صناعي أو استثمار زراعي أو استثمار للغابات أو لمستخرجات الأرض كاستثمار المناجم، والمحاجر وآبار المياه المعدنية، فتدخل في ذلك الأنبذة و أوراق التبغ والفواكه والمعادن والمياه المعدنية والزهور والدقيق .

تنص المادة 15 من اتفاقية تريبس : تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات التي تسمح

بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة عن التي تنتجها منشآت أخرى .

ومنه يمكننا القول أن العلامة التجارية هي كل رمز أو إشارة يتخذها الصانع أو التاجر أو

مقدم الخدمة لتمييز صناعته بالنسبة للصانع أو بضاعته بالنسبة للتاجر أو خدمته بالنسبة

لمقدم الخدمة عن تلك المماثلة لها .

### **المطلب الثاني : أهمية العلامة ووظائفها**

إن الاهتمام بالعلامة التجارية يعود إلى عصر الرومان حيث استخدمت العلامة للحيلولة دون سرقة المنتجات، ثم استخدمت بشكل إلزامي في القرون الوسطى في ظل نظام الطوائف لتمييز كل طائفة عن الأخرى. وقد كانت هناك علامات أخرى خاصة بكل من الصناع داخل الطائفة الواحدة حتى يسهل معرفة صانعها ومدى جودتها بحيث كانت تحطم أو تصدر كل سلعة ليس عليها علامة ضمانا لحماية المستهلكين<sup>8</sup> .

وتحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى

بحيث أصبح لها قيمة إضافية تضاف لقيمة المحل التجاري. ولعل السبب في ذلك يعود إلى

<sup>7</sup>مصطفى كمال طه ، أساسيات القانون التجاري (دراسة مقارنة ) ، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2006 ، ص 651 .

<sup>8</sup>عبد الله حسين الخشروم ، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 ، ص 140 .

انتشار العلامة التجارية واتصالها الوثيق بالتجارة والاقتصاد أكثر من باقي حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى، ذلك أن ازدياد المنافسة بين التجار وقيام المستهلك بالشراء اعتماداً على نوعية المنتج أو الخدمة، دفع بالتجار إلى استخدام علامات تميز منتجاتهم وخدماتهم عن غيرها من المنتجات والخدمات المشابهة .

وإذا نظرنا إلى العلامة من الناحية الاجتماعية فهي تهدف إلى حماية المستهلك ضد أي غش أو خداع في أصل البضاعة، ونوعيتها وتهدف إلى تحسين الوظيفة الصناعية وحماية الاقتصاد الوطني من خلال ضمان جودة البضاعة وتحديد مصدر المنتج الحقيقي وحمايته ضد المنافسة غير المشروعة<sup>9</sup> .

وتتبع من الوظائف التي تؤديها سواء للصانع أو للتاجر أو لمقدم الخدمة أو للمستهلك .

### 1-العلامة التجارية تحدد مصدر المنتجات و البضائع والخدمات :

تحدد العلامة المصدر الشخصي للمنتجات أو البضائع أي المنتج، كما أنها تحدد المصدر الإقليمي، أي جهة الإنتاج إذ يتمكن المستهلك بواسطة التمييز بسهولة بين منتجات أو بضائع مماثلة أو مشابهة كونها تدل على مصدر المنتجات أو السلع أو الخدمات . إذ يكفي أن يذكر المشتري اسم العلامة التي تحملها السلعة التي تريد شرائها دون حاجة لبيان أوصاف وسمات الشيء المراد شراؤه<sup>10</sup> .

### 2-العلامة التجارية رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات<sup>11</sup>:

تستمد العلامة التجارية قوتها من جودة المنتجات التي ترمز إليها فهي تدل على الجودة والالتقان والنوعية وطريقة التحضير لتلك السلع والمنتجات والخدمات التي ترمز إليها والتي بدورها ترفع الثقة بتلك المنتجات والخدمات والسلع وتكون مشجعا ودافعا للمستهلك لتفضيلها عن غيرها في المجال التجاري مما يدفع مالك العلامة إلى تطوير وتحسين منتوجاته وخدماته من أجل المحافظة على سمعة علامته وثقة عملائه<sup>12</sup> .

### 3-العلامة التجارية وسيلة للإعلان عن المنتجات والبضائع والخدمات :

<sup>9</sup>نوري حمد خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية - دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر ، 2005 ، ص 270 .

<sup>10</sup>براك ناصر النون، ورقة عمل عن تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها، الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، ص06.

<sup>11</sup>صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الثانية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010 ، ص 256 .

<sup>12</sup>عبد الله حسين الخشروم،الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر،الأردن، 2008، ص 145 .

تعتبر العلامة إحدى وسائل الإعلان المهمة عن المنتجات والبضائع فهي من أهم وسائل التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة للإعلان عن سلعته أو منتجاته أو خدماته، إذ عن طريق الإعلان والدعاية عن علامته يصل إلى أذهان الناس وذلك باستخدام وسائل الدعاية المختلفة، خاصة الراديو والتلفزيون والمجلات والصحف مما يؤدي إلى تثبيت العلامة في ذاكرة الناس<sup>13</sup>.

#### 4-العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة :

تعتبر إحدى الوسائل الهامة في نجاح المشروع الاقتصادي، فهي وسيلته في مجال المنافسة مع غيره من المشروعات على الصعيد الدولي والمحلي .

إذ تهدف إلى جذب العملاء وجمهور المستهلكين فهي تؤدي وظيفة مزدوجة، فهي من جهة تخدم مصلحة التاجر أو الصانع باعتبارها وسيلة هؤلاء لتمييز سلعهم أو بضائعهم عن غيرها من السلع أو البضائع المماثلة فيصلوا عن طريقها إلى جمهور المستهلكين . ومن جهة أخرى تخدم جمهور المستهلكين فهي وسيلتهم للتعرف على السلع أو البضائع أو الخدمات التي يفضلونها وتلقى عندهم قبولا أكثر من غيرها<sup>14</sup>.

#### 5-العلامة التجارية ضمان لحماية جمهور المستهلكين :

يستخدم بعض التجار وسائل الاحتيال والغش من أجل ترويج منتجاتهم وسلعهم وخدماتهم وزيادة القوة الشرائية لها بحيث يعلنون عن مواصفات ونوعية وجودة ليست حقيقية في الخدمات والبضائع التي يقدمونها مما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين، فوجود العلامات التجارية تعتبر الأساس لحماية جمهور المستهلكين من الغش والاحتيال .

فالعلامة تدل على منتجات وخدمات وجودة ونوعية ومواصفات معينة ثابتة، وصاحب كل علامة يحرص على تطوير وتحسين منتجاته وسلعه وخدماته التي تركز عليها العلامة للمحافظة على ثقة المستهلكين والشهرة وأي تلاعب بالنوعية والجودة و المواصفات يؤدي إلى الرجوع على أصحاب العلامة و مساءلتهم قانونيا، والحصول على تعويض مقابل الأضرار<sup>15</sup>.

#### المطلب الثالث : أنواع العلامات التجارية

تنقسم العلامة من حيث الغاية إلى علامة الصنع وعلامة تجارية وعلامة الخدمة ومن حيث صاحبها إلى علامات فردية وعلامات جماعية، ومن حيث تركيبها إلى علامات بسيطة

<sup>13</sup>صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 257.  
<sup>14</sup>براك ناصر النون، ورقة عمل عن تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها، الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، ص 08.

<sup>15</sup>المرجع نفسه، ص 146 .

وعلامات مركبة من حيث طبيعتها إلى علامات شفوية وعلامات شكلية، وهناك أيضا علامات مشهورة وسنتعرف على هذه الأنواع فيما يلي :

## الفرع الأول : من حيث الغاية

### أولا : علامات الصنع :

هي العلامة الخاصة بالصانع أو المنتج، فهي العلامة التي يضعها الصانع أو المنتج على المنتجات التي يتولى صنعها أو إنتاجها، وذلك لتميزها عن مثيلاتها<sup>16</sup>، وتنتمي هذه العلامة إلى المشاريع الصناعية التي تصنع منتجات وتختار علامة لها، وتظهر مشكلة هذه العلامة إذا قام الصانع بصناعة المنتج من مواد أولية تحمل علامة فيكون ملزما باختيار علامة خاصة به مع المحافظة على علامة المواد الأولية، وتصبح العلامة مركبة ويطلق على العلامة الأولى العلامة المرافقة<sup>17</sup>، فالعلامة الصناعية تشير إلى مصدر الإنتاج تعتبر إلزامية ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه .

### ثانيا : العلامة التجارية :

هي علامة تتخذ من طرف التاجر، بائع بالتجزئة كان أم بائع بالجملة، فهي علامات توضع على المنتجات من قبل تجار ليقوموا بتصريفها فحسب دون أن يتدخلوا في عملية إنتاجها أو صنعها<sup>18</sup>، غير انه قد يكون الشخص الذي يقوم بتسويق منتجاته هو نفسه من قام بإنتاجها أو بصنعها، وفي هذه الحالة قد تستعمل علامة واحدة، كما قد تحمل المنتجات في نفس الوقت علامة الصنع وعلامة تجارية مختلفتين علامة تجارية تبين المصدر التجاري أي المحل الذي تباع فيه السلعة وعلامة صناعية تبين المصدر الصناعي<sup>19</sup>، وتعتبر وسيلة للمستهلك تتكون على أساسها ثقته بالبضاعة التي يفتنيها ويطمئن إليها .

### ثالثا : علامة الخدمة :

لقد ظهر نوع جديد من أنواع العلامات وهي علامة الخدمة، والتي يقصد بها السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم الخدمات، سواء فردية أو جماعية من أجل إشباع حاجات الإنسان

<sup>16</sup> CHAVANNE ALBERT ET SALOMON Claudine : **MARQUES DE COMMERCE OU DE SERVICE** .Encyclopédie DALLOZ Répertoire commercial ,Tome 4ème Edition .DALLOZ ,paris , 1997, p,02 .

<sup>17</sup>نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية – الملكية الصناعية– الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، 2005، ص 268.

<sup>18</sup> JAUFRET Alfred : **Manuel de droit Commercial** , 22ème , L.G.D.J.paris, 1995,p:405 .

<sup>19</sup>اراشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2003، ص 24 .

مثال ذلك خدمات البنوك وشركات التأمين<sup>20</sup>. وقد نص عليها المشرع الجزائري في المادة الأولى من القانون رقم 66-57 المتعلق بالعلامات، وجعلها اختيارية إلا إذا تقرر الزاميتها بموجب قرارات، شأنها في ذلك شأن العلامات التجارية، ولقد عرفت المادة 2 في الفقرة 4 من الأمر 03-06 الخدمة على أنها كل أداء له قيمة اقتصادية، فالخدمة تمثل المجهود المقدم من طرف المقدم من طرف الشخص الطبيعي أو المعنوي لفائدة الأفراد، فتكون العلامة رمزا لهذه الخدمة تميزها عن باقي الخدمات، لذلك جعلها المشرع إلزامية لكل خدمة مقدمة، بحيث تشكل رمزا لهذه الخدمة لذا نجدها مستعملة لدى مؤسسات الدعاية والفنادق والنقل والهاتف النقال . وعليه فإن علامة الخدمة لا توضع على المنتجات، وإنما توضع على الأشياء التي يستعملها المشروع كعلامة شركات الطيران التي توضع على ملابس العاملين فيها وعلى سياراتها وطائراتها، وكذا علامة الخدمة التي تتبناها الفنادق وشركات السياحة وغير ذلك من المشروعات التي تعمل على تقديم الخدمات للآخرين<sup>21</sup>.

### الفرع الثاني : من حيث صاحبها:

#### أولا : العلامة الفردية :

العلامة الفردية هي تلك التي تخص شخص واحد، أي ملكية شخص طبيعي أو معنوي والتي يتولى استغلالها في نشاطه الصناعي أو التجاري، فهي علامة مستعملة بصفة شخصية من قبل المنتج أو الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز المنتجات أو الخدمات عن غيرها. مثال ذلك علامة حمود بوعلام للمشروبات الغازية.

#### ثانيا : العلامة الجماعية :

هي التي تستخدمها عدة مشروعات اقتصادية مباشر نوعا من المنتجات والخدمات ويجمعها اتحاد أو تنظيم عام أو مؤسسة عامة تسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات. ويتطلب الأمر تنسيق الإنتاج ورقابته وتنظيم البيع<sup>22</sup> وفي هذا الصدد عرفت المادة 2 الفقرة 2 من الأمر 03-06 العلامة الجماعية بقولها كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات

<sup>20</sup>حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 48 .  
<sup>21</sup>حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 98 .  
<sup>22</sup>المرجع نفسه، ص 99 .

والإنتاج أو ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها .

كما أن وظيفة العلامة الجماعية لا تقتصر على تمييز المنتجات التي تحمل تلك العلامة ولكن الوظيفة الأصلية للعلامة الجماعية أنها ضمان رقابة المنتجات، كما أن الهيئة مالكة العلامة الجماعية يتمتع عليها إنتاج السلع بنفسها كما سبق الذكر، وبالتالي فإنها لا تملك السلع التي تحمل العلامة، وإنما يقتصر دور الهيئة على رقابة صفات المنتجات وبوضع العلامة ضمانا لتوافر تلك الصفات ويعرف هذا النوع من العلامات بعلامات المطابقة<sup>23</sup> .

### **الفرع الثالث : من حيث تركيبها :**

#### **أولا : العلامة البسيطة**

العلامة البسيطة هي العلامة التي تشمل على عنصر واحد من حيث تركيبها، كأن تشمل العلامة مثلاً على تسمية فقط، أو صورة ما .

#### **ثانيا : العلامة المركبة :**

وتكون العلامة مركبة عندما تشمل على عدة عناصر بعضها اسمية و أخرى صورية، كان تحتوي على لفظ ورسم<sup>24</sup> .

### **الفرع الرابع : من حيث طبيعتها :**

#### **أولا : علامات شفوية :**

هي العلامات التي تلفظ مثل اسم، كلمة أو مجموعة من الحروف، رقم أو عدد .

#### **ثانيا : علامات شكلية :**

يمكن أن تتكون العلامة الشكلية من الرسوم والصور .

#### **ثالثا : علامات مشهورة :**

هي علامة تجارية لها شهرة واسعة أكسبتها حماية خاصة من الاعتداءات التي تقع عليها، وقد عرفت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردنية رقم 33 لسنة 1952 العلامة التجارية المشهورة على أنها : " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد

<sup>23</sup> راشد سعيدي، النظام القانوني للعلامات، (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2003، ص 28 .

<sup>24</sup> المرجع نفسه، ص 30.

الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية " 25.

### **المبحث الثاني : إعلام المستهلك بإلزامية تسجيل العلامة**

يلقى المشرع على عاتق المتدخل أي صاحب العلامة التزامه بإعلام المستهلك من أجل ضمان سلامته وتوفير حماية كافية لرضاه المتضرر من خطر التفاوت بين صاحب العلامة والمستهلك نتيجة التقدم الصناعي والتكنولوجي .

إن التزام المهني بتسجيل العلامة يجعل ممارسته التجارية تمتاز بالشفافية التي تعد مبدأ من مبادئ القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولذلك سأطرق إلى تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: حيث تناولت الالتزام بتسجيل العلامة ضمان لإعلام المستهلك في (المطلب الأول) و منح ترخيص استعمال علامة الجودة ضمان لأمن المستهلك في (المطلب الثاني).

### **المطلب الأول : الالتزام بتسجيل العلامة ضمان لإعلام المستهلك**

#### **الفرع الأول: الالتزام بتسجيل العلامة**

#### **أولاً : الهيئة المكلفة بالتسجيل :**

تنص اتفاقية باريس علناً: تتعهد كل دولة في الاتحاد بإنشاء مصلحة خاصة للملكية الصناعية ومكتب مركزي لاطلاع الجمهور على العلامات الصناعية والتجارية<sup>26</sup> إلا أن المشرع الجزائري أنشأ هيئة خاصة بالتسجيل تسمى بالمكتب الوطني للملكية الصناعية قبل صدور الأمر 57/66 ، وقبل المصادقة على اتفاقية باريس، وخول لهذا المكتب الاختصاص بكل ما يتعلق بالملكية الصناعية، وكل ما يتعلق بالسجل التجاري، ثم بعد ذلك أنشئ المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، بناءً على الأمر رقم 62/73 المؤرخ في 1973/11/21<sup>27</sup>، ونتيجة لذلك انتقلت اختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية في

<sup>25</sup>حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 94 .

<sup>26</sup>المادة 12 من الأمر رقم 02/75 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس .

<sup>27</sup>حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 76 .

ميدان الملكية الصناعية إلى هذه الهيئة الجديدة، والتي أصبحت تتولى استلام وفحص طلبات الإيداع الخاصة بالعلامات التجارية وتسجيلها ونشرها<sup>28</sup>.

وفيما يخص المكتب الوطني للملكية الصناعية، لقد تغيرت تسميته فأصبح المركز الوطني للسجل التجاري وانحصرت اختصاصاته في كل ما يتعلق بالسجل التجاري، غير أن المشرع الجزائري تدخل مرة ثانية للقيام بتعديل جوهري الهدف منه تحويل كافة صلاحيات المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية المتعلقة بالعلامات والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ إلى المركز الوطني للسجل التجاري<sup>29</sup>.

وبالتالي كان على صاحب العلامة آنذاك أي تحت ظل المرسومين رقم 248/86 و 249/86 إتماما للإجراءات الخاصة بالإيداع لدى المركز المكلف بالسجل التجاري، و بالملكية الصناعية والتجارية<sup>30</sup>. لكن الأمر اختلف بعد إصدار المرسوم التنفيذي رقم 68/98<sup>31</sup> المؤرخ في 21 فيفري 1998 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حيث أن هذا المعهد حل محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية في أنشطته المتعلقة بالاختراعات والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ<sup>32</sup>.

## ثانيا : إجراءات تسجيل العلامة :

### 1- الإيداع :

تنص المادة 3 من المرسوم التنفيذي 277/05 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية على أن طلب إيداع تسجيل العلامة يقدم إما مباشرة أمام المصلحة المختصة، أو يرسل إليها عن طريق البريد.

"يقصد بالإيداع عملية تسليم أو إرسال ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة"<sup>33</sup>.

### 2- صاحب الإيداع :

<sup>28</sup>المادة 8 من المرسوم رقم 62/73 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 المتعلق بإنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية ج ر ع 95 ل 27 نوفمبر 1973 .

<sup>29</sup>المادة 3 من المرسوم 248/86 والمادة 1 من المرسوم 249/86 المؤرخين في 30 سبتمبر 1986 .

<sup>30</sup>فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ص 232 .

<sup>31</sup> المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21/02/1998 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و يحدد قانونه الاساسي، جريدة رسمية لسنة 1998 ، العدد 11.

<sup>32</sup>المرجع السابق، ص 233 .

<sup>33</sup>المرجع السابق، ص 234 .

يجوز لأي شخص إيداع علامة قصد حمايتها قانونا، ويسمح القانون أن يتم إيداع العلامة من قبل صاحبها شخصيا أو بواسطة وكيل عنه .

كما حددت المادة 4 من المرسوم التنفيذي 05-277<sup>34</sup> الوثائق الواجب إرفاقها مع طلب تسجيل العلامة وهي : "تطبيقا للمادة 13 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمذكور أعلاه، يتضمن طلب تسجيل العلامة ما يأتي :

(1) طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل،

(2) صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة

الرسمية، وإذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة ويشكل ميزة للعلامة، على المودع أن

يرفق الطلب بصور 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" .

وفي حالة ما إذا كان صاحب طلب التسجيل مقيما بالخارج خولته المادة 6 من نفس المرسوم

التنفيذي أن يمثل وكيلا عنه ليودع الطلب بدلا منه على أن يرفق الملف بوكالة تكون مؤرخة

وموقعة، تحمل اسم الوكيل وعنوانه، تشمل كل الأعمال القانونية، واستلام كل البلاغات

المنصوص عليها بموجب هذا المرسوم إلا في حالة السحب قبل تسجيله العلامة، أو العدول

عن طلب التسجيل الذي يجب أن يرفق بوكالة خاصة مؤرخة وممضاة تتضمن اسم الوكيل

وعنوانه<sup>35</sup>، وطالما لم يحصل التسجيل بعد فانه بإمكان المودع استدراك الأخطاء المادية الواردة

في الوثائق المودعة، كما يجوز له سحب طلب تسجيل العلامة في أي وقت قبل التسجيل على

أن لا يكون له الحق في استرداد الرسوم المدفوعة، وعلى أن يحدد في طلبه المتعلق بالسحب

ما إذا تم التنازل أو رهن عن حق الاستغلال أم لم يتم، لأنه في حالة الإيجاب يستوجب عليه

أن يرفق طلب السحب بموافقة مكتوبة لجميع المستفيدين من هذا الحق .

### 3- فحص الإيداع :

<sup>34</sup>المرسوم التنفيذي 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54 ، الصادرة في 07 أوت 2005.

<sup>35</sup>فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، (الحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص234.

بعد تسلم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية طلب تسجيل العلامة يقوم بفحصه شكلا ومضمونا، فإذا ما رأى أن الإيداع لم يستوفِ الشروط الشكلية المطلوبة والمنصوص عليها في المواد 4-5-6-7 من المرسوم التنفيذي، يمنح للمودع أجل شهرين من أجل تسوية طلبه، وهو أجل قابل للتمديد عند الاقتضاء لنفس المدة بناءً على طلب معمل من صاحب الطلب .  
فإذا لم يتم بهذه التسوية في الأجل المحددة يرفض طلب التسجيل، وفي هذه الحالة لا يحق له استرداد الرسوم المدفوعة .

بعد الفحص الشكلي تتم عملية الفحص الموضوعي لطلب الإيداع، حيث يتم التحقق فيما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا، أي يجب أنتأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في النص التشريعي<sup>36</sup> أي المادة 7 من الأمر 03-06 من التسجيل .  
فإذا ما تبين أن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو أكثر من أسباب الرفض يبلغ المودع بذلك ويمنح له أجل أقصاه شهرين يسري من تاريخ التبليغ وذلك من أجل تقديم ملاحظاته، وهو أجل قابل للتمديد لنفس المدة بناءً على طلب معمل من صاحب الشأن .  
وإن تعلق الأمر بوجود تشابه بين علامة مسجلة وعلامة قد تم طلب إيداع تسجيلها تأخذ المصلحة المختصة بعين الاعتبار الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق، فإذا ما تبين أن الفحص الموضوعي مطابق لجزء فقط من السلع والخدمات المبينة في الطلب فلا تسجل العلامة إلا لهذه السلع والخدمات .

وتجدر الإشارة أنه يمكن لكل شخص يرغب في إيداع علامته أن يطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية إجراء بحث عن الأسبقية حول العلامة المحمية، وهو بحث يشمل كل العلامات الوطنية والدولية المسجلة والمحمية في الجزائر وذلك من أجل التأكد من أن العلامة التي وقع اختياره عليها شاغرة لم تسجل لصالح شخص آخر فيتجنب بذلك احتمال رفضها، ويخضع هذا البحث لرسم يدفع مسبقا .

ومتى استوفى صاحب العلامة جميع الشروط الموضوعية وهي :

#### ● الطابع المميز للعلامة التجارية :

- يعتبر التمييز أساس الحماية، علة ذلك هو تحقيق الغاية الأساسية من وجود العلامة التجارية وهو تمييز السلع والخدمات والمنتجات وتمكين المستهلك من التعرف على

<sup>36</sup>المرجع السابق، ص 235 .

- السلع التي يفضلها بما تحمله هذه العلامة من تمييز، ومن جانب آخر توفير الحماية لصاحب السلعة أو الخدمة من منافسة الذين يبيعون أو ينتجون سلعا مماثلة.
- ولا يقصد بالصفة المميزة صفة الإبداع بل يقصد بالتمييز بمفهومه البسيط الذي يمنع من الوقوع في الغلط والالتباس<sup>37</sup> ، فيكون بذلك للعلامة التجارية ذاتيتها وصفاتها الخاصة، وهو ما نصت عليه المادة 1/ 7 من الأمر 03-06: "تستثنى من التسجيل الرموز التي لا تعد علامة بمفهوم المادة 1/ 2 " من نفس الأمر.
  - وتبعاً لذلك لا تعد علامة قابلة للحماية العلامة العادية التي تتكون من شكل شائع كصورة رأس امرأة في منتج صبغة الشعر، أو رسم مثلث أو دائرة أو مربع وغيرها من الأشكال التي ليس لها مظهر خاص مميز.
  - ويرجع تقدير ما إذا كانت العلامة مميزة من عدمها من اختصاص قاضي الموضوع، فينظر إلى العلامة في مجموعها من خلال العناصر المكونة لها وهي الصورة العامة التي ترسخ في ذهن المستهلك نتيجة تركيب هذه الأشكال والرموز.
  - إن المعمول به عند المقارنة بين علامة أصلية وأخرى مقلدة هو أوجه التشابه بين العلامتين لا أوجه الاختلاف بينهما، وأنه يكفي لإثبات التقليد أن يكون من شأن المنتجات المقلدة أن تخدع المشتري بها الذي يكون خالي الذهن وحسن النية عند أول نظرة سطحية دون الحاجة لأن يكون التقليد مطابقاً للأصل، وحتى لو كان هناك خلاف في الألوان والرسوم خصوصاً وأن المستهلك لا تكون أمامه العلامتان ليقرن بينهما وإنما تكون أمامه العلامة المقلدة التي يعرفها، فالمهم هو التشابه بين العلامتين في مظهرهما في مجموعه لا في تفاصيله فإن كان بين مظهريهما في مجموعهما من أوجه التشابه ما يمكن معه الخلط بين الصنفين في نظر المشتريين من عامة الجمهور إن صح القول بوجود تقليد محظور قانوناً<sup>38</sup>.
  - وفي هذا الإطار صدر عن محكمة الجزائر بتاريخ 9 ماي 1969 في القضية بين الشركة ذات المسؤولية المحدودة حمود بوعلام ضد زروقي وزرقة حكم قضى بأن علامة selecto كانت سابقة على علامة selectra التي أودعها زروقي مالك مصنع مشروبات

<sup>37</sup>القاضي أنطوان الناشف: الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد، دراسة تحليلية شاملة، منشورات الحلبي، بيروت، لبنان، 1999، ص122.

<sup>38</sup>سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص279.

zerka ويطالب بملكيته، وأن علامة selecto معروفة ولها صيت ذائع ومستعملة منذ مدة طويلة وإن للطريقة والتسميتين اللتين يقدم المنتجان بهما أوجه تشابه بخصوص الطبيعة والاستعمال، وأن تواجد العلامتين معا الثابت تشابههما كفيل بإحداث اللبس في ذهن المستهلكين، وأن هناك بالتالي تشابها ومن ثم احتمال وقوع لبس بين العلامتين selctra و selecto<sup>39</sup> .

- تم استئناف هذا الحكم على مستوى مجلس قضاء الجزائر في 1973/04/23 ثم طعن فيه بالنقض على مستوى المحكمة العليا التي أصدرت قرارها لصالح مؤسسة حمود بوعلام.

- ونجد أن مجلس قضاء الجزائر وفي قرار له صادر بتاريخ 1989/01/30 قضى أن تسمية banita تشكل تقليدا للعطر habanita وجاء في حيثياته: "أنه يستخلص من مجرد المقارنة بين بطاقات المتهم وبطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان ومن حيث السمع، وإن المادة 2 من الأمر 66 تعتبر الشكل المميز للمنتج أو شكله الظاهر سمة كفيلة بتشكيل علامة"<sup>40</sup>.

- وصفة التمييز في العلامة لا تقتصر على العلامات الوطنية بل حتى تلك الموجودة في الدول التي تعتبر أطرافا في اتفاقية باريس متى طلب صاحبها الحماية خلال 6 أشهر من تاريخ تسجيلها في دولته المادة 4 ج (1).

#### • الطابع الجديد للعلامة التجارية :

يقصد بشرط الجودة عدم استعمال ذات العلامة من تاجر أو منتج آخر على سلع مماثلة، وهذا لا يعني وجوب خلق وابتكار العلامة بل المقصود هو الجودة في التطبيق على ذات السلع ولو سبق استعمالها ذاتها على نوع آخر من السلع، فالعلامة والحالة هذه لا تصبح ملكا لصاحبها إلا بالنسبة للمنتجات التي خصصت لتمييزها كاستعمال شارة الأسد من القهوة إلى الشكولاتة أو شارة البرتقال من العصير كمشروب إلى المعجون... الخ<sup>41</sup>، لذا يعتبر شرط الجودة نسبي يقتصر على المنتجات التي تشملها العلامة.

- والجدة تقدر بالنظر إلى إقليم الدولة بكامله وليس بالنظر إلى مكان إنتاجها، ومنه تفقد جدة العلامة التجارية ما تتمتع به من حماية قانونية إذا سبق استعمالها في ولاية أو

<sup>39</sup>بيوت نذير، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المجلة القضائية، المحكمة العليا، العدد 2، سنة 2002، ص 65.

<sup>40</sup>المرجع نفسه، ص 66 وما بعدها ..

<sup>41</sup>فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، الملكية الأدبية والفنية والصناعية، 2004، ص 288.

جهة من إقليم الدولة فيتعذر على التاجر حينها استعمال ذات العلامة في جهة أخرى من الإقليم إلا إذا تخلى صاحبها الأول عن استعمالها فترة من الزمن أو لم يتم تسجيلها وفق الشروط القانونية الخاصة بتسجيل العلامات، أما خارج إقليم الدولة فإن العلامة المودعة ببلد ما لا تحول دون استخدامها في بلد آخر إلا في حالة وجود اتفاقية دولية تقضي بغير ذلك.

- وتقرر اتفاقية باريس في هذا الصدد حماية العلامات التجارية لرعايا كل دولة من دول الاتحاد وفي سائر الدول المنظمة إليه.

- يستخلص مما سبق أن صفة الجدة لها علاقة وطيدة بالتسجيل والأسبقية، ومتى كانت إحدى العلامتين تتميز بالشهرة فإن المادة 8/7 نصت على أنه: "تستثنى من التسجيل الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، فيمكن رفع دعوى إبطالها أو إلغائها ممن له مصلحة في ذلك وفقا للمادة 20 و 21 من الأمر 03-06.

- وفي حالة وقوع لبس بين علامة تجارية ومؤشر جغرافي فقد نصت المادة 7/7 من الأمر أن الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله يمكن طلب إبطالها أو إلغائها<sup>42</sup>.

#### ● مشروعية العلامة التجارية:

- وتكون العلامة التجارية غير مشروعية متى خالفت نصا قانونيا أو جاءت مخالفة للنظام العام والآداب العامة، وهو ما نصت عليه المادة 7 في فقرتها الرابعة أنه يستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة التي يحظر استعمالها سواء بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الدولية والتي تكون الجزائر طرفا فيها.

- وهو أيضا ما تضمنته المادة 6 من اتحاد باريس على أنه: "العلامة تعد غير صحيحة إذا كانت مخالفة للأخلاق السليمة والنظام العام".

<sup>42</sup>المرجع السابق، ص 288 وما بعدها ...

- أضافت المادة 7 من الأمر 03-06 في فقرتها الخامسة العلامات التي تستثنى من التسجيل: "الرموز التي تحمل بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك". وتبعاً لذلك لا يمكن لأحد أن يستخدم شعار الاتحاد الإفريقي أو هيئة الأمم المتحدة أو الهلال الأحمر الدولي أو رموز الألعاب الأولمبية كرمز لمنتجاته إلا بمقتضى ترخيص من الدولة أو المنظمة المعنية وبدونه تعد العلامة باطلة.
  - كما نصت في فقرتها السادسة أنه: "يستثنى من التسجيل الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع أو الخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها".
  - وتبعاً لذلك تعتبر العلامة مغشوشة إذا قام صاحبها بإصاق العلامة على محصولاتها باعتبارها له في حين أن ملكيتها للغير، أو قام ببيع المنتجات أو عرضها للبيع ملصقا عليها علامة مقلدة.
- والشكلية السابق ذكرها يصبح مالكا للعلامة، وذلك ابتداءً من تاريخ تسجيلها وهو مانصت عليه المادة 5 من الأمر 03-06 بنصها: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة...".
- وبذلك فإن المشرع الجزائري قد أخذ بنظام الأسبقية في الإيداع بحيث تقرر الحماية القانونية الخاصة بالعلامة لمن له الأسبقية في الإيداع فيعتبر مالكها، أما تسجيل العلامة فهي المرحلة اللاحقة والتي تعتبر نقطة انطلاق إنشاء الحقوق المحمية بموجب هذه العلامة<sup>43</sup>.
- 4- التسجيل والنشر:**
- إذا ما تم الإيداع صحيحاً يليه عملية تسجيل العلامة، ويقصد بالتسجيل هو تمام الموافقة على إعطاء العلامة المطلوبة. وذلك بقيدتها في سجل خاص لهذا الغرض ويكون صاحب هذا تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل، كما تسلم شهادة تسجيل لكل علامة مسجلة لصاحب الشأن أو وكيله .

<sup>43</sup>الأستاذ عمر الزاهي، محاضرات في الملكية الفكرية ألقيت على طلبة الليسانس، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2008، ص 30.

وتكون مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة 10 سنوات تستمر لنفس المدة متى قام المعني بتجديد تسجيلها بصفة منتظمة وشريطة أن يتم الاستمرار في استخدامها . وقد حددت المادة 90 من قانون حماية الحقوق الفكرية المصرية مدة الحماية بعشر سنوات تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة<sup>44</sup>.

ويسري التجديد ابتداءً من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل وهو ما نص عليه الأمر 03-06 في مادته الخامسة، على أن لا يتضمن تجديد تسجيل العلامة أي تعديل جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعينة، ومتى توافر طلب التجديد على الشروط المحددة في المادة 7 من المرسوم التنفيذي 05-277 يقدم إلى المصلحة المختصة في مهلة 6 أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو 6 أشهر على الأكثر التي تلي انقضائه مع دفع رسوم التجديد.

كما يتعين أن يرفق الطلب بكل الوسائل التي تثبت بأن العلامة قد استعملت وفقاً للمادة 11 من الأمر 03-06 خلال السنة التي تسبق انقضاء الأجل، في حال عدم تجديد مالك العلامة التجارية لتسجيل علامته، فإن هذه العلامة التجارية تعد مشطوبة، طبقاً للقانون، بعد انقضاء عام واحد من التاريخ المحدد للتجديد، ويجوز لغيره تقديم طلب لتسجيل تلك العلامة التجارية باسمه بعد انقضاء عام آخر على شطبها، كما أنه يجوز لمالك تسجيل العلامة التجارية المشطوبة أن يقدم طلباً لإعادة تسجيل تلك العلامة التجارية في أي وقت إلا إذا سجلت باسم شخص آخر<sup>45</sup>.

عملية نقل الحقوق المتعلقة بالعلامات بدورها تخضع إلى القيد في سجل العلامات بناءً على طلب أحد الأطراف المعينة شرط تقديم الوثيقة أو العقد المثبت لهذا النقل ليكون بذلك النقل نافذاً في مواجهة الغير منذ تسجيله في سجل العلامات وهو ما نصت عليه المادة 22 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

ويقيد العدول عن التسجيل سواء كان جزئي أو كلي في سجل العلامات هو الأمر نفسه بالنسبة للحكم القضائي النهائي القاضي بإبطال أو إلغاء العلامة .

ينشر المعهد الوطني للملكية الصناعية دورياً النشرة الرسمية للعلامات والتي تتضمن كل تسجيل أو تجديد أو ابطال أو إلغاء للعلامة، وكذلك كل قيد سجل بمقتضى الأمر 03-06 أو

<sup>44</sup>أنور طلبية ، حماية حقوق الملكية الفكرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية، 2010، ص153.

<sup>45</sup>حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 191 .

المرسوم التنفيذي 05-277 يتم توزيع هذا المنشور في الجزائر وخارجها، وعندها يكون الحق في اكتساب العلامة قابلا للاعتراض<sup>46</sup>.

### الفرع الثاني : الالتزام بالاستعمال الجدي للعلامة

نصت المادة 3 فقرة 1 "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني" .

كما تنص المادة 11 فقرة 1 إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو تضييها أو على صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة. إذن فاستعمال العلامة التزم إجباري يقع على عارض السلع والخدمات والزام المشرع الجزائري صاحب العلامة باستعمالها جديا حماية للاقتصاد الوطني و حماية للمستهلك.

### المطلب الثاني : منح ترخيص استعمال علامة الجودة ضمان لأمن المستهلك

#### الفرع الأول : علامة الجودة باعتبارها علامة جماعية

العلامة الجماعية التي تعرف بعلامات الرقابة، هي العلامات التي تستخدمها عدة مشروعات اقتصادية تباشر نوها من المنتجات والخدمات ويجمعها اتحاد أو تنظيم عام أو مؤسسة عامة تسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات، ويتطلب الأمر تنسيق الإنتاج و رقابته وتنظيم البيع .

وتحمل منتجات هذه المشروعات علامة تجارية واحدة ويختصر دور الهيئة أو الجهة مالكة العلامة الجماعية على رقابة صفات المنتجات و ضمان جودتها دون القيام بنفسها بعملية الإنتاج ومن ثم يكون وضع العلامة على المنتجات دليلا على توافر الجودة . ولذلك تعرف العلامة بالعلامة الجماعية أو علامة الجودة<sup>47</sup>.

وقد خصص لها الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات أحكاما خاصة ضمن الباب السادس منه كما أنه قد عرفها في المادة 2/2 منه بأنها " ...كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج وكل ميزة مشتركة أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره ..."

### الفرع الثاني : اجراءات منح ترخيص استغلال علامة الجودة والهيئة المكلفة بذلك

<sup>46</sup>المرجع نفسه، ص 191 وما بعدها ..

<sup>47</sup>حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 99.

## أولا : الهيئة المكلفة بمنح ترخيص استغلال علامة الجودة

تتمثل هذه الهيئة في المعهد الجزائري للتقييس المنشأ بموجب المرسوم رقم 98-69 المؤرخ في 21 فيفري 1998 الذي يحدد قانونه الأساسي تم انشاء المعهد الجزائري للتقييس ، كهيئة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري ، بمقتضى "المرسوم التنفيذي رقم " 98-69 21 فبراير 1998 بصيغته المعدلة والمكمل "بموجب المرسوم التنفيذي رقم " 11-20 المؤرخ في 25 يناير 2011.

يعمل المعهد تحت إشراف وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار . وهو مكلف ب :

\*تحضير، إشهار و نشر المعايير الجزائرية.

\*المركزية والتنسيق لجميع أعمال التقييس التي باشرتها الهياكل القائمة وتلك التي سيتم إنشاؤها لهذا الغرض.<sup>48</sup>

\*اعتماد العلامات التجارية المطابقة للمعايير الجزائرية وتسميات ذات نوعية، فضلا عن الإذن بتسليم تصريح باستخدام هذه العلامات التجارية، ومراقبة استخدامها في اطار التشريع المعمول به.

\*صيانة الدستور والبقاء تحت تصرف الجمهور لأي توثيق أو معلومات تتعلق بالتقييس. التكوين و التحسيس في مجالات التقييس.

\*تطبيق الاتفاقيات الدولية في ميادين التقييس، التي تكون الجزائر طرفا فيها.

\*إدارة المركز الوطني للمعلومات حول العوائق التقنية للتجارة ،الذي يندرج تحت غطاء منظمة التجارة العالمية .

وبالإضافة إلى أن المعهد يشارك في أشغال المنظمات الدولية والإقليمية للتقييس ويمثل الجزائر عند الاقتضاء.

وقد أوكلت له المهام التي كانت موكلة للمعهد الجزائري للتوحيد الصناعي التي من خلالها نجد أن هدفه الرئيسي هو ضمان جودة المنتج أو الخدمة للمستهلك حفاظا على صحته وأمنه وكانت علامة المطابقة وسيلته التي يثبت بواسطتها للمستهلك أن السلع والخدمات التي تحملها تخضع للمواصفات القانونية التي تم اعدادها من قبل المتخصصين والذين

<sup>48</sup>وزارة التنمية الصناعية وترقية الاستثمار، الموقع الإلكتروني : <http://www.mipi.dz> تاريخ الزيارة 2014/05/01 على الساعة 10:20 صباحا .

يراعون في ذلك رغبات المستهلك المشروعة ، فعلامة الجودة تعد العلامة الجماعية الوحيدة المسجلة على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية وبموجبها يتأكد المستهلك ويضمن الجودة في ما يقتنيه من سلع وخدمات .

### ثانيا : اجراءات منح ترخيص باستغلال علامة الجودة

لكي يحصل المهني سواء كان منتجا أو بائعا أو مقدم الخدمة على الترخيص باستعمال هذه العلامة على السلعة أو الخدمة التي يقدمها فإنه يتقدم بطلب إلى المعهد الوطني للتقييس و يكون طلبه مدعما بالمستندات اللازمة.

يقوم المعهد باختيار المنتجات أو الخدمات المرشحة لحمل العلامة بعد فحصه لها والتأكد من أن الصانع مقدم الخدمات قادر +على صنع المنتجات وتقديم الخدمات بنفس الجودة المتوفرة في العينة النموذجية .

\* يخول إجراء الفحص إلى لجنة مكلفة بالفحص.

\* يجب وضع برنامج لمراقبة مدى محافظة المنتجات أو الخدمات على مستوى الجودة

المصرح بها .

\* يقوم المعهد عن سابق إنذار أو بدونه بمراقبة المنتجات وأخذ العينات بهدف

اختبارها سواء على سلسلة الإنتاج أو في المستودعات أو في السوق .

وبالتالي يمكن للمنتج وضع علامة المطابقة على منتجاته و مقدم الخدمة وضع علامة

المطابقة على خدماته .

وفقا للمادة 9/2 من القانون 04/04 المتعلق بالتقييس فإنه يتم الاعراف بأن منتجا أو

خدمة مطابقة للمواصفات الوطنية أو اللوائح الفنية بواسطة علامة المطابقة .

أما اللوائح الفنية فهي تعد من طرف القطاعات المعنية ، أما المواصفات الوطنية فهي

والتي تصدرها كل 6 أشهر فتعين المواصفات<sup>49</sup>تعد من قبل الهيئة الوطنية للتقييس

.<sup>50</sup>الوطنية الجاري إعدادها والمواصفات المصادق عليها سابقا

أما الاجراءات المعتمدة من أجل اعتماد المواصفات فقد تضمنها المرسوم التنفيذي رقم

.<sup>51</sup>05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره

<sup>49</sup>المادة 12 من القانون 04/04 المتعلق بالتقييس، ج ر41 ل 27 يونيو 2004 .

<sup>50</sup>المادة 13 من القانون 04-04 المتعلق بالتقييس .

<sup>51</sup>الجريدة الرسمية رقم 80 المؤرخ في 11سبتمبر 2005 .

تقوم لجان تقنية وطنية بإعداد مشاريع المواصفات وتقدمها إلى الهيئة المكلفة بالتقييس قصد تقديمها للتحقيق (المادة 16 من المرسوم 05-464). يعرض مشاريع القياسات على مختلف الوزراء لإبداء ملاحظاتها واعتراضاتها إلى معهد التقييس خلال مهلة اقصاها 3 أشهر من تاريخ تسلمها المشاريع ويتزامن مع التحقيق الإداري تحقيق عمومي ويتمثل في إطلاع جميع المتعاملين الاقتصاديين على المشاريع و تحدد مدة التحقيق 3 أشهر من نشر التحقيق وبعد الانتهاء من التحقيقين تقوم اللجنة التقنية بتقديم المواصفات للوزير المكلف بالتقييس ليصادق عليها فتصبح إلزامية أو تقوم<sup>52</sup> بتسجيلها فتأخذ الطابع الاختياري في حالة عدم مصادقة الوزير عليها.

### **المبحث الثالث: جزاء الإخلال بإعلام المستهلك في مجال استغلال العلامة**

حرص المشرع الجزائري على فرض الجزاء على المتدخلين في عملية عرض المنتج الاستهلاك، متى شكلت مخالفتهم جريمة معاقب عليها في قانون العقوبات، كما أنه أصبغ الطابع الجزائي على قانون حماية المستهلك وقمع الغش، من خلال توقيع الجزاء على مخالفة الالتزامات الواردة فيه، و المتعلقة بضمان سلامة المستهلك، كما يكتسي الالتزام بالإعلام أهمية بالغة في ضمان سلامة المستهلك، لذلك ألزم المشرع المتدخل بأن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة ولذلك قمت بتقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: حيث تناولت رفض المعهد تسجيل العلامة وحق المستهلك في الاعتراض عليها في (المطلب الأول) و الجزاءات الجنائية والمدنية في (المطلب الثاني).

### **المطلب الأول: رفض المعهد تسجيل العلامة وحق المستهلك في الاعتراض عليها**

#### **الفرع الأول: حالات رفض المعهد تسجيل العلامة:**

رأينا أن اجراءات تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية بعد عملية الفحص يصدر قرارا اما بالموافقة على التسجيل أو بالرفض هذا الأخير ذكرت حالاته في المادة 7 يمكن تصنيفها إلى صنفين: حالات تكون العلامة فيها ممنوعة وحالات تكون فيها العلامة مضللة وتثير اللبس.

#### **أولا: العلامة الممنوعة**

<sup>52</sup>M.Kahloula et G.mekamcha, "la protection du consommateur en droit algérien", IDARA revue de l'école National d'administration N5K. 1995 P 42.

تناولت المادة 7 في الفقرات 5.4.3.2.1 الحالات التي تكون فيها الرموز ممنوعة أو محظورة وبالتالي يرفض المعهد تسجيلها، فيرفض تسجيل العلامة إذا كانت لا تمثل أحد الأشكال المذكورة في المادة 1/2 من نفس الأمر بمعنى أنها لم تكن من الكلمات ولا من الأحرف ولا من الأرقام ولا الرسومات والصور ولا من الأشكال المميزة للسلع وتوضيبيها أو من الألوان ولا تشكل رمزا قابلا للتمثيل الخطي .

كما يرفض تسجيل العلامة التي تخالف النظام العام والآداب العامة، أو التي تطابق الأعلام الوطنية والشارات الرسمية<sup>53</sup>، وفي هذا الصدد نصت المادة 8 فقرة 9 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 بأنه لا يجوز تسجيل العلامات المتعلقة بالنظام العام والآداب العامة، وقد أصدر القضاء الأردني قرار تحت رقم 95/93 الصادر في سنة 1996 بأن العلامة STMICHAT المطلوب تسجيلها عائدة إلى شركة *markes and sponcer* البريطانية وهي من الشركات المقاطعة، فيكون تسجيل تلك العلامة في سجل العلامات التجارية بوزارة الصناعة والتجارة بالمملكة مخالفا للقانون نظرا لمخالفتها للنظام والآداب العامة، ويكون رفض تسجيل هذه العلامة لهذا السبب واقعا في محله<sup>54</sup>، كذلك يرفض تسجيل الرموز التي تحمل بين عناصرها نقلا أو مجرد تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة، والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين حكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك<sup>55</sup>.

### ثانيا: العلامات المضللة أو التي تثير اللبس

نصت المادة 7 في فقراتها الأخيرة على الحالات التي تكون فيها العلامة مضللة للجماهير أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها .

كما يرفض تسجيل العلامات أو الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة و مشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى ، إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري .

<sup>53</sup> محمد السيد الفقي، دروس في القانون التجاري الجديد، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، 2003 ، ص 348 .

<sup>54</sup> ربا طاهر القليوبي، حقوق الملكية الفكرية (تشريعات أحكام قضائية اتفاقيات دولية مصطلحات قانونية ) مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص 217 .

<sup>55</sup> الجريدة الرسمية ، عدد 17 الصادرة بتاريخ 24 أبريل 1984 المتعلق بانضمام الجزائر إلى معاهدة نيروبي بشأن، حماية الرمز الأولمبي المعتمد في 26 سبتمبر 1981 .

تطبق أحكام هذه الفقرة، مع ما يلزم من تغيير على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها.

### الفرع الثاني : حق المستهلك في الاعتراض

أجاز قانون العلامات التجارية الأردني لأي شخص أن يعترض لدى مسجل العلامات التجارية على تسجيل أية علامة تجارية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ الإعلان عن تقديم الطلب لتسجيلها أو خلال أية مدة أخرى تعين لهذا الغرض<sup>56</sup>.

إلا أنه لا يشترط في الاعتراض المقدم ضد تسجيل علامة تجارية أن يكون للمعترض مصلحة شخصية مباشرة في طلب رفض تسجيل العلامة، وإنما يجوز لأي شخص من الجمهور أن يعترض على طلب التسجيل وذلك حتى لا يؤدي تسجيلها إلى غش الجمهور.

ويجب أن يكون الاعتراض كتابة وأن يوضح فيه أسباب الاعتراض ( المادة 14 فقرة 2) من قانون العلامات التجارية، وقد بينت المادتان (34 و35) من نظام العلامات التجارية الأصول المتبعة بخصوص الاعتراض إذ يجب أن يرسل إشعاراً خطياً إلى مكتب المسجل بخصوص الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية ويكون هذا الاعتراض وفق نموذج مقرر لهذه الغاية تذكر فيه أسباب الاعتراض على التسجيل، وإذا كان سبب الاعتراض هو وجود علامات تجارية مسجلة مشابهة للعلامة المنوي تسجيلها يجب ذكر أرقام تلك العلامات وأعداد الجريدة الرسمية التي نشرت فيها ويجب أن يقدم الاعتراض على نسختين يرسل المسجل إحداها إلى طالب التسجيل .

ويجب على طالب التسجيل إرسال لائحة جوابية إلى المسجل متضمنة الأسباب التي يستند إليها في الطلب الذي قدمه لتسجيل العلامة التجارية، وعدم قيامه بالرد يعتبر وكأنه قد تخلى عن طلبه (المادة 14 فقرة 3 )<sup>57</sup>.

منح قانون العلامات التجارية الجزائري في المادتين 20 و27 من الأمر 03-06 للمستهلك باعتباره من الغير حق الاعتراض أمام القضاء على تسجيل العلامة إلى جانب معهد الملكية الصناعية إما بطلب الإبطال أو بطلب الإلغاء .

### أولاً : حالات الاعتراض

<sup>56</sup>صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2010، ص 296 .  
<sup>57</sup>عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر ،الأردن ، 2008 ، ص 159-160 .

## 1- حالات طلب الإبطال :

عندما يتبين للمستهلك أو الغير أنه يوجد سبب أو عدة أسباب للرفض المنصوص عليها في المادة 7 من الأمر 03-06 حيث نصت المادة 20 من هذا الأمر على أنه: " يمكن الجهة القضائية المختصة بإبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 من المادة 7 من هذا الأمر .

لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها، وتتقدم هذه الدعوى بخمس (5) سنوات ابتداءً من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء النية ."

يستخلص من نص المادة أنه لا يجوز إبطال علامة سبق تسجيلها إلا بحكم صادر عن الجهة القضائية المختصة بناءً على طلب يقدم إلى المصلحة المختصة من الغير لأحد الأسباب الواردة في المادة 07 من الفقرة 1 إلى الفقرة 9 .

يكون الإبطال مطلقاً في الحالات الواردة في المادة 07 فقرة 1-2-3-4-5-6 من الأمر السالف ذكره، بينما يكون الإبطال نسبياً في الحالات الواردة في الفقرة 3-7-8-9 من نفس المادة .

وتتقدم دعوى الإبطال بخمس سنوات ابتداءً من تاريخ تسجيل العلامة، ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء نية، ويؤدي إبطال العلامة إلى شطب تسجيلها من سجل العلامات، ويمتد أثر الإبطال بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، غير أنه لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها حسب ما نصت عليه المادة 20 من الأمر 03-06 ذلك أنه لا يوجد أحد الأسباب التي أوردتها المادة 07 .

المادة 11 فقرة 2 أوردت حالة أخرى للإبطال وهي ناجمة عن عدم استعمال العلامة في حالات محددة وفق شروط معينة.

## 2- حالات طلب الإلغاء :

نصت المادة 21 فقرة 1 من الأمر على الحالات التي ترفع فيها دعوى الإلغاء من المصلحة المختصة أو الغير وهي تلك الواردة في المادة 7 فقرة 3، 5 وما يليها والمادة 11 منه نوردها كما يلي :

- ✓ حالة المادة 7 فقرة 3 : تتمثل في الرموز التي تمثل شكل السلعة أو غلافها إذا كانت طبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها بمعنى أنه لا يجوز إنجاز سلعة إلا في هذا الشكل أو هذا الغلاف، وبذلك لا يجوز اتخاذ هذا الغلاف أو الشكل كعلامة لأن ذلك يؤدي إلى احتكار استعمالها وحرمان الآخرين من ذلك .
- ✓ حالة المادة 7 فقرة 5 : تتمثل عموما في الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو وسامات وطنية أو أجنبية أو رموز ثورية .
- ✓ حالة المادة 7 فقرة 6 : تخص الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلعة والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها .
- ✓ حالة المادة 7 فقرة 7 : تخص الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة في حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق.
- ✓ حالة المادة 21 فقرة 2 : عدم استعمال العلامة خلال المدة المقررة قانونا وهي 3 سنوات ، فمن يعنيه الأمر رفع دعوى الإلغاء أمام الجهة القضائية المختصة .
- إن الحكم بإلغاء تسجيل العلامة لا ينتج أثره إلا من يوم صدوره وهذا على خلاف الحكم بإبطال تسجيلها الذي يمتد بأثر رجعي من تاريخ الإيداع .
- هذا ولم ينص المشرع الجزائري على مدة تقادم دعوى الإلغاء مما يبقي المجال مفتوحا أمام كل ذي مصلحة لرفع دعواه متى توافرت أسبابها .
- ✓ حالة المادة 25 : - عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلامة .
- عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال .
- عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يجيز استعمال هذه العلامة استعمالا من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدمات التي سجلت العلامة بشأنها .
- ثانيا : إجراءات الاعتراض**

دعوى الإبطال وهي الدعوى التي يقيمها كل صاحب مصلحة بما في ذلك السلطات المختصة للمطالبة بإلغاء الحق في إحدى العلامات أي شطب تسجيلها لعدم مشروعيتها العلامة<sup>58</sup>.

وتكون اجراءات إبطال أو إلغاء العلامة التجارية عن طريق دعوى قضائية ترفع أمام الجهة القضائية المختصة بطلب المعهد أو الغير وذلك وفقا لما تضمنه الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات في المادتين 21 و 20 لكنه لم يوضح الجهة المختصة بالنظر في الدعوتين لذلك نرجع للقواعد العامة في الاختصاص، وبالتالي فالمحكمة المختصة هي المحكمة الموجودة في دائرة اختصاصها موطن صاحب العلامة، وبالرجوع إلى الفقرة 07 من المادة 32 من القانون 5909/08 نجدها تنص على أنه: " تختص الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم بالنظر دون سواها في المنازعات المتعلقة بالتجارة الدولية والإفلاس والتسوية القضائية، والمنازعات المتعلقة بالبنوك، و منازعات الملكية الفكرية، والمنازعات البحرية والنقل الجوي ومنازعات التأمينات " .

وعليه الدعاوى المتعلقة بالملكية الصناعية بما فيها دعاوى البطلان والإلغاء المتعلقة بها، يكون اختصاص الفصل فيها معهود للقبط المتخصص للفصل في المنازعات الناشئة عن الملكية الفكرية بصفة عامة، والملكية الصناعية بصفة خاصة<sup>60</sup>.

وتتقدم دعوى الإبطال بمرور خمس سنوات من تاريخ التسجيل، أما دعوى الإلغاء فلم يذكر المشرع مدة لتقدمها، وبالرجوع للقواعد العامة في القانون المدني فإن دعوى الإلغاء تتقدم بمرور 15 سنة من نشوء سبب الإلغاء .

## المطلب الثاني : الجزاءات الجنائية والمدنية

### الفرع الأول : الجزاءات الجنائية

حسب المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو

<sup>58</sup>محمود ابراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، دار المطبوعات الجامعية، عنابة-الجزائر، 1983، ص 115.

<sup>59</sup>القانون 09/08 المؤرخ في 18 صفر 1429 الموافق ل 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر ، عدد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008 .

<sup>60</sup>حمادي زبير، مسألة الاختصاص القضائي في دعوى البطلان المتعلقة بالملكية الصناعية على ضوء أحكام قانون الإجراءات المدنية والإدارية وقوانين الملكية الصناعية، مجلة المحكمة العليا، العدد 01، 2011، ص 54 .

أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة، والذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر.

والعقوبة هي من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين .

### الفرع الثاني : الجزاءات المدنية

إن المسؤولية المدنية بشكل عام هي الالتزام بتعويض الضرر، وهي قد تكون مسؤولية عقدية ناشئة عن عقد كما قد تكون مسؤولية تقصيرية ناشئة عن الإخلال بالتزام قانوني وهو عدم الإضرار بالغير، وتكون مسؤولية المعتدي على علامة تجارية مسؤولية تقصيرية لا عقدية لأنه إذا وجد اتفاق ما بين تاجرين ينص على تنظيم المنافسة أو عدم المنافسة ففي حالة مخالفة مثل هذا الاتفاق تقوم المسؤولية العقدية ليس على أساس أنه فعل منافسة غير مشروعة بل منافسة ممنوعة، وفيما عدا ذلك تكون المسؤولية تقصيرية.

و قد نظمت المادة 256 من القانون المدني الأردني المسؤولية التقصيرية إذا أعطت الحق لكل من وقع عليه ضرر المطالبة بتعويضه ولو كان غير مميز، وبالتالي استنادا للمادة 256 فإنه يحق لمن وقع اعتداء على علامته التجارية المطالبة بالتعويض إذا ما أثبت الضرر الذي وقع عليه .

ولا يشترط تسجيل العلامة التجارية في المملكة للمطالبة بالتعويض وفقا لهذه المادة التي تنظم المسؤولية المدنية، وعليه فإنه يمكن المطالبة بالتعويض في حالة الاعتداء على علامة تجارية مسجلة أم غير مسجلة استنادا للمادة 256 من القانون المدني الأردني دون استلزام شكليات معينة كالتسجيل المسبق للعلامة التجارية مادام بوسع المدعي إثبات عناصر المسؤولية المدنية، وهي : الفعل، الضرر وعلاقة السببية .

وقد أوجب القانون المدني الأردني التعويض عن الضرر المادي والضرر الأدبي إذ تقرر المادة 1/267 أنه " يتناول حق الضمان الضرر الأدبي كذلك . فكل تعد على الغير في حريته أو في عرضه أو في شرفه أو في سمعته أو في مركزه الاجتماعي أو في اعتباره المالي يجعل المعتدي مسؤولا عن الضمان "61.

<sup>61</sup> عبد الله الخشروم، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية "" دراسة في التشريع الأردني "" ، منشور في الدليل الإلكتروني للقانون العربي، الموقع الإلكتروني : ( [www.arablawninfo.com](http://www.arablawninfo.com) ) تاريخ الزيارة 2014/04/05 الساعة 10:23 صباحا .

يمكن للمستهلك إبطال العقد الذي على أساسه اقتنى السلعة للتدليس وكذلك المطالبة

بالتعويض لوجود عيب خفي .

## 01/ إبطال عقد التدليس:

يعرف التدليس على أنه إيقاع المستهلك في غلط يدفعه إلى إبرام العقد وله عنصران مادي وهو استعمال طرق احتيالية وعنصر نفسي وهو نية التضليل لدى المهني<sup>62</sup> والتدليس يعتبر عيبا من عيوب الإرادة وقد عرفته المادة 86 من القانون المدني الجزائري بأنه مجموعة الحيل التي يلجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه والتي يجعل الطرف الثاني يبرم العقد<sup>63</sup>، فإذا تضرر المستهلك من جراء هذه المخالفات، والتي من بينها إخلال المهني المتعاقد مع المستهلك بواجب الإعلام الحقيقي بأن يغش باستعمال علامته، فإن ذلك يعتبر مساسا بحقه في الإعلام لذا يجوز له المطالبة بإبطال العقد الذي على أساسه اقتنى السلعة أو الخدمة وذلك للتدليس .

## 2/ المطالبة بالتعويض على أساس العيب الخفي :

البائع يلتزم اتجاه المشتري بضمان العيب الخفي باعتبار المشتري مستهلك حسب المادة 379 من القانون المدني الجزائري وهذا العيب يجب أن تتوفر شروطه وهي عدم اشتمال السلعة أو الخدمة محل البيع على المواصفات المتعهد بها وقت تنفيذ التعاقد إلا أنه في إطار حماية المستهلك هناك من يؤسس قيام مسؤولية العون الاقتصادي باعتباره محترف في نشاطه على أساس عقدي يربط هذا الأخير بالمستهلك ، وآخرون يؤسسون قيام المسؤولية المدنية على أساس تقصيري والتي مفادها المادة 124 من التقنيين المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 1382 من التقنيين المدني الفرنسي بالرجوع إلى نص المادة 140 مكرر فقرة 01 من التقنيين المدنين الجزائري التي تنص على أنه:

" يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية " نتطرق للمسؤولية حسب أحكام وقواعد قانون حماية المستهلك لما لها من خصوصيات بحيث تقوم هذه المسؤولية على أساس إخلال أحد أطراف العلاقة الاستهلاكية

<sup>62</sup> خليل أحمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص

55.

<sup>63</sup> بختة موالك، مبادئ المنافسة في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، سنة 2004، ص 38 .

(المحترف) بالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالناس سواء كان المتسبب الأصلي أو<sup>64</sup>المباشر شخص طبيعي أو معنوي.

متى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ أو ضرر أو علاقة سببية بين الخطأ والضرر يتعين عليها بالحكم بالتعويض المناسب للمتضرر ، وفي هذا السياق تستعين المحكمة بأصل الخبرة.

كثيرا ما تقع الجهات القضائية المرفوع أمامها الدعوى بأعمال الخلط عند تسبب الأحكام، وهنا راجع بالدرجة الأولى إلى اختلاف تكييف الوقائع من هذه الهيئات، إذ يمكن طلب التعويض من طرف المستهلك بسبب الضرر الذي أصابه من قبل المحترف، في حين الكثير من القضاة يبررون أحكامهم بعدم تنفيذ ضمان صلاحية المنتج أو ضمان العيوب الخفية، نظرا لتأثرهم بنصوص التقنيين المدني ، في حين هناك الكثير من الالتزامات نجدها في قانون حماية المستهلك تقع على المحترف لا نجدها في غيره من القوانين الأخرى، مثل ضرورة إعلام المستهلك ووسم السلع وتغليفها، وكذلك الأماكن التي يتم فيها عرضها.

يفضل بعض الفقهاء في إطار المسؤولية المدنية التفرقة بين الأخطاء التي قد تتجم فتصيب المستهلك ، حيث هناك من قسمها إلى أخطاء عادية وأخرى أخطاء فنية .

## خلاصة الفصل الأول :

<sup>64</sup>زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، ( رسالة ماجستير )، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة2011، ص 197 وما بعدها ..

إن إلزامية تسجيل العلامة يكتسي أهمية بالغة في حماية المستهلك لذلك خصص المشرع له تنظيما خاصا وهو قانون العلامات، فعلى المهني الالتزام بتسجيل علامته حماية له و للمستهلك من ضروب الغش والتدليس والالتزام باستعمالها جديا وكذلك بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج.

كما فرض على صاحب العلامة جزاءات مدنية وأخرى جزائية وهذا كله لضمان و سلامة المستهلك .

### **الفصل الثاني : حماية المستهلك من تقليد العلامة**

نتج عن المخالفات والجرائم الاقتصادية التي تهدد المستهلك، تدخل المشرع الجزائري بوضع عدة ضوابط قانونية هدفها حماية المستهلك من كافة الممارسات غير المشروعة والمنافية لقواعد التجارة، فقام بسن قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والذي يعتبر الدعامة الأساسية لحقوق المستهلك، ناهيك عن الالتزامات الملقة على عاتق الأعوان الاقتصاديين كونها أشخاص

محترفة، وحماية العلامة هي من الضرورات التي تبني عليها عملية المنافسة، وجلب المشاريع الاستثمارية الأجنبية، وإذا كان يعاب على التشريع الذي كان يُعملُ به في الجزائر، بضعف الحماية القانونية، فإن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والصادر في 19 يوليو 2003، قد زود مالك العلامة التجارية بحماية متعددة، جنائية ومدنية وإجراءات تحفظية مع الإحالة إلى القواعد العامة في قانون العقوبات من جهة، وإلى حماية جمركية تصب في نفس الغاية والهدف هو محاربة التقليد بكل أشكاله، بأجهزة متعددة ومتخصصة في إطار قانوني متطور من حيث تحديد الحقوق والالتزامات والجزاء المترتبة على الإخلال بها من جهة أخرى .

تناولت في هذا الفصل ماهية المستهلك في (المبحث الأول)، و تجريم تقليد العلامة في

(المبحث الثاني)، ومسؤولية مقلد العلامة في (المبحث الثالث) .

### **المبحث الأول : ماهية المستهلك**

لقد أضحت حماية المستهلك من المهام الأولى، وأصبحت السلطات تهتم أكثر بصلاحية وسلامة السلع التي تنتجها، أو تستوردها للاستهلاك العادي لمواطنيها ومن المؤكد أن في مجال نوعية المنتجات والخدمات أن المستهلك قد تضرر من تطور ظاهرة المضاربة، والنقص الملحوظ في إطار المراقبة والقمع وندرة العرض بالنسبة

لطلب المتزايد، و أن هذه الحقائق سمحت بعرض العديد من المنتجات المختلفة المجهولة الصنع والخطيرة، سواء على صحة أو أمن المستهلك، وكمدخل رئيسي عام للموضوع للإحاطة بجميع الجوانب ونزع بعض اللبس الذي يشوب جوانبه، سوف نتناول في هذا المبحث تعريف المستهلك في (المطلب الأول)، وأنواع المستهلك في (المطلب الثاني)، وكذلك الاجهزة المكلفة بحماية المستهلك في (المطلب الثالث).

### **المطلب الأول : تعريف المستهلك**

#### **الفرع الأول : التعريف التشريعي**

عرف المشرع الجزائري المستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر في 1991/01/30

"المستهلك كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى والنهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به".  
المشرع الجزائري أطلق الصفة الاجتماعية للمستهلك عندما ذكر بأنه شخص .

وقد عرفه في القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الصادر بتاريخ 25 فبراير 2009 على أنه " المستهلك كل شخص طبيعى أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائى من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به<sup>65</sup>.

المشرع الجزائري يعدد الاستفادة، فالمنتج قد يسد حاجة المستهلك أو حاجة شخص آخر وحتى الحيوانات التي يتكفل بها .

وكذلك عرفه بموجب القانون 02/04 المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه " المستهلك كل شخص طبيعى أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".  
المنتج يقتني مباشرة من عند المنتج أو عن طريق ثان(وسيط) .

#### **الفرع الثاني :التعريف الفقهي :**

هناك مفهومان، مفهوم واسع ومفهوم ضيق :

<sup>65</sup>نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، (رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، كلية الحقوق، سنة 2012، ص 29 .

**الواسع:** يقصد به كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية .

كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة<sup>66</sup> .

**أما الضيق:** فهو الراجح فيعرف بأنه الشخص الذي يسعى للحصول على حاجته من مختلف السلع والخدمات ونستخلص من هذا التعريف ما يلي :

\*المستهلك قد يكون شخص طبيعي أو معنوي، المستهلك هو الذي يسعى للحصول على السلع والخدمات لاستعماله الشخصي، أي ينتفع بها دون أن تكون له نية مسبقة للمضاربة أو نية البيع أو غير ذلك ...

\*المستهلك لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لاقتنائه والحصول عليه .

\*فالمستهلك هو ذلك الشخص الذي يحصل على سلع أو خدمات بهدف غير مهني، وهذه المنتجات تقدم له من طرف شخص آخر غالبا ما يكون محترفا، والعقد المبرم بين المستهلك والمحترف يسمى عقد الاستهلاك.

\*لكن ليس الأمر كذلك كون أن منتج محل شراء من طرف شخص ما، يمكن مثلا استعماله من قبل أفراد آخرين، كأفراد عائلته الذين هم بالنسبة لعقد البيع من الغير، هذا الغير هو المستهلك في نفس الوقت، لكنه يكون على الهامش من زاوية حق مرتبط بمفهوم العقد، إما أن يحصل أو يستعمل، فالمستهلك يعتبر دائما شخصا، والهدف غير المهني يقتضي وجود احتياجات خاصة التي هي أساسا احتياجات الأشخاص الطبيعيين .

\*لكن نعترف لبعض الأشخاص المعنوية بصفة المستهلك، متى كان نشاطها غير مهني، ولا يهدف إلى تحقيق الربح من ذلك، ونذكر على سبيل المثال: الجمعيات الثقافية والرياضية والدينية، التي تسعى إلى تأطير الشباب، وتحسين السلوكات في المجتمع، فمثلا هؤلاء يمكنهم التمتع بالحماية المقررة في قانون الاستهلاك أثناء إبرامها للعقود مع غيرها<sup>67</sup> .

عرف الدكتور شريف لطفي المستهلكين على أنهم: "أولئك الذين يستخدمون السلع المختلفة سواء الاستهلاك النهائي أو الوسيطى وسواء كان ذلك يتعلق بسلع استهلاكية أو استثمارية

<sup>66</sup>نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، (رسالة ماجستير)،

جامعة مولود معمري-تيزي وزو، كلية الحقوق، سنة 2012، ص 25.

<sup>67</sup>زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، (رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2011،

ص 46 .

وكذلك سواء كان هذا الاستخدام عن طريق الشراء، أو التأجير وحتى بصورة مجانية، وهم يشملون أيضا أولئك الذين يستخدمون الخدمات المختلفة، سواء بمقابل أو بغير مقابل، وسواء كانت هذه الخدمات مقدمة من الحكومة بمختلف فروعها أو من قطاع الأعمال أو من المهنيين بفئاتهم المختلفة، أو من أي جماعات أخرى<sup>68</sup>.

ويعرف الأستاذ "jean calais auloy" بأن المستهلكين هم الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع والأموال والخدمات للاستعمال غير المهني<sup>69</sup>. يعرف الفقيه الفرنسي "Guyon Yves" المستهلك بأنه " ذلك المشتري أو الزبون الذي يمكن افتراض أنه نكي وعاقل، قادر على أن يكسب أو يحمي حقوقه في مواجهة البائع الذي يقابله "<sup>70</sup>.

## المطلب الثاني : أنواع المستهلك

### أولا : المستهلك النهائي :

وهو الشخص الذي يشتري السلعة للاستعمال الخاص به، أو لأحد معارفه أو أقربائه وبالتالي تصبح سلعة استهلاكية أخيرة .

### ثانيا : المستهلك الصناعي أو (الوسيطي):

هو الشخص الذي يشتري السلعة بغرض استخدامها في أغراض إنتاجية لإعادة بيعها أو إنتاج سلعة أخرى، أو خدمة وتوزيعها، وتسمى هذه السلع بالسلع الصناعية مثال : المواد الأولية والآلات وقطع الغيار، وعموما فالمستهلك النهائي والمستهلك الوسيط يظهران كطرف في حاجة إلى حماية، نظرا لانعدام خبرتهما وضعف موقفهما .

### ثالثا : المستهلك الشخصي(الفرد) :

هو الذي يشتري سلعة أو خدمات للاستعمال الشخصي، أو الاستعمال لأحد أفراد أسرته .

### رابعا : المستهلك التابع للمنظمة :

هو الفرد المسؤول داخل منظمة ما، كمشراء مواد خام أو معدات بهدف إدارة المنظمة فيقوم بشراء المواد الخام بهدف تصنيعها، والخروج بمنتجات خاصة بها .

<sup>68</sup> المرجع نفسه، ص 42.

<sup>69</sup> كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، سنة 2011، ص 04.

<sup>70</sup> YvesGuyon ,Droit des affaires, tome 1, 8Ed, Economica , paris, 1994,p940.

## المطلب الثالث : الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة، وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته، وتختلف مهام هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية، التي تجمع المستهلك بالمحترفين فيما بينهم. فهناك إدارية وأخرى أمنية، وظهرت إلى الوجود جمعيات حماية المستهلك .

### الفرع الأول : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

#### أولاً : دور وزارة التجارة

لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 453/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة، والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات، في إطار حماية مصالح المستهلك

71

- بناء على المادة 5 منه والتي تنص على أنه: " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك بما يأتي :
- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة و النظافة الصحية والأمن .
- تقترح كل الاجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات و حماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها .
- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية .
- تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الاجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة .
- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة .
- يعد وينفذ استراتيجية الإعلام و الاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية و المستهلكين التي يشجع إنشاؤها " .
- يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة، وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة، وصلاحيات السلع و الخدمات

<sup>71</sup>زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، (رسالة ماجستير) ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011 ، ص157 - 158.

المعرضة للجمهور، وضبط المنافسة، باقتراح كل الاجراءات اللازمة، التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري، بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش .

أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك، وتنظيم المنافسة نذكر منها :  
**على المستوى المركزي :**

حسب المرسوم التنفيذي 266/08 المؤرخ في 19 أوت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في الوزارة حول لكل من :  
**المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين :**

تضطلع هذه المديرية بجميع النشاطات المرتبطة بالجودة وحماية المستهلك، وهي بدورها تنقسم إلى مديريات فرعية، للتحكم في مهامها المتمثلة في المشاركة في تحديد السياسة الوطنية والتنظيمات العامة، والتوعية المتعلقة بترقية جودة المنتوجات المعرضة للاستهلاك وحماية المستهلكين<sup>72</sup>.

\*وتعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين والتنظيم، في إطار تنظيم المنافسة وحماية المستهلك، والنتائج المتوصل إليها، لكن المتأمل لذلك لا يمكن أن يكون أمام حماية كاملة للمستهلك، في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق، إذ يقلل ذلك من فرص الحصول على السلع أو الخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك، أو على الأقل للرغبات المنتظرة عند طرح سلع وخدمات في السوق .

**المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش :**

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 266-08<sup>73</sup> المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة، وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة، مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش، مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات

<sup>72</sup>نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، (رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، كلية الحقوق، سنة 2012، ص109.

<sup>73</sup>المرجع نفسه، ص161.

منفعة وطنية، بخصوص الاختلالات التي تمس السوق، وتعتمد على أربع (04) مديريات تابعة لها هي :

1. مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة .
2. مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش .
3. مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة .
4. مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية .

## 2. على المستوى الخارجي :

يتعلق الأمر في هذه الحالة، بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة، والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها، وعملها بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه : "تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل :

- مديريات ولأئية للتجارة .
- مديريات جهوية للتجارة .

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها تسعة (09) مديريات، فإنها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية، خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وذلك بالاتصال مع الادارة المركزية، وكذا المديريات الولائية للتجارة .

## 3- الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة :

سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية، إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وأهم هذه الهيئات تكمن في :

### 1- المجلس الوطني لحماية المستهلكين : (CNPC):

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06 جويلية 1992، وذلك تطبيقا لنص المادة 24 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى - للمجلس الوطني لحماية

المستهلكين دور استشاري، فهو جهاز بيدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر، التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك، وما ينجم عنها من أضرار<sup>74</sup>، فهو لا يجوز له أن يصدر قرارات، بل بيدي رأيه يتعلق أساسا بحماية المستهلك.

#### ب/ المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم (CACQE) : <sup>75</sup>

لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318، الذي يبين تنظيمه وعمله - يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره يعين مديرا لتمثيل المركز، تتجلى أهداف المركز في مجالين :

- أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها .
- ثانيها يمكن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير، ومخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات. يقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة، وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها<sup>76</sup>.

#### ج/ شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ) :

لقد أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355<sup>77</sup> المؤرخ في 19-10-1996 والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية.

- بصدر المرسوم التنفيذي رقم 02-454<sup>78</sup> المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002 أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة

<sup>74</sup> عجابي عماد، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك، (رسالة ماجستير)، جامعة ، كلية الحقوق، 2009، ص 17.

<sup>75</sup> زويبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، (رسالة ماجستير) ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2011 ، ص 164 .

<sup>76</sup> المرجع نفسه، ص 165 وما بعدها ..

<sup>77</sup> مرسوم تنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19-10-1996 يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وسيورها، ج ر عدد 62، صادرة في 20-10-1996.

<sup>78</sup> المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة .

الاقتصادية وقمع الغش، فأصبح يطلق عليها مديرية مخابر التجارب، وتحاليل الجودة هدفها القيام بالرقابة، والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب، وتحاليل الجودة وقمع الغش، وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج :

يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، أن تساعد المخابر الأخرى المنشئة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش، وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني والبالغ عددها 11 مخبرا منها 04 مخابر جهوية، قصد تحسين هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة، وتطبيقها بشكل واسع .

### دور مجلس المنافسة :

تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها، لمواكبة النظام الاقتصادي والرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى " مجلس المنافسة "، لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995<sup>79</sup> والمتعلق بالمنافسة، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية، يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية، وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة، حيث أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين، وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة و الاستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس، الأمر الذي قد يؤثر إيجابا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة بحماية وسلامة المستهلك .

### دور إدارة الجمارك :

<sup>79</sup> الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 09 الصادرة في 22 فيفري 1995 .

تلعب إدارة الجمارك دورا فعالا في الدول الحديثة إذ أوكلت لها عدة مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع<sup>80</sup>.

### 1. حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها نسب الرسوم الجمركية، حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق، ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة.

لذا فقد أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة، وبضائع تخضع لرسوم عالية، وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45%، ففي هذا الإطار يمكن القول بأن دولة الإمارات من الدول القليلة في العالم، التي لا تحبذ فرض رسوم جمركية عالية، لكي لا تزيد من أسعار السلع، ولكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة في تكلفة السلع، والدليل على ذلك أنها كانت تطبق نسبة 01% (واحد بالمائة) من الرسوم الجمركية على القليل من البضائع الواردة (تقريبا ما نسبته 80%)<sup>81</sup>.

يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة، قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق، وكذا حماية المتنافسين في ما بينهم، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك، ومثال ذلك عندما يتبين أن استيراد منتج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا، أو يهدد بإلحاق ضرر خطير بفرع من الإنتاج الوطني لمنتجات مشابهة أو منافسة لها مباشرة.

بصفة عامة فقد خولت المادة 241 فقرة 01 من قانون الجمارك، حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات، حيث تنص على أنه: " يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها ". ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل المخالفة، كذلك إذا تعلق

<sup>80</sup>زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، (رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2011، ص172.

<sup>81</sup> المرجع نفسه، ص172.

الأمر بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البري، أن تطلب تدخل السلطات المدنية والعسكرية ومد العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم<sup>82</sup>.

## 2. ضمان أمن وسلامة المستهلك:

بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك، نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته، أو وضع حد لكل منتج موجه للسوق الوطنية، قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي.

حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية لسلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة، وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة. كما يكمن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع، وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح من المعني بالأمر، وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك<sup>83</sup>.

## دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك :

يمكن للوالي ورئيس البلدية بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخلوا لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع .

## 1. دور الوالي في حماية المستهلك :

يعتبر الوالي مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش<sup>84</sup>.

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلا للدولة، فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد، حيث تنص المادة 96 من القانون رقم 90-09 المتعلق بالولاية المؤرخ

<sup>82</sup> زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، (رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2011، ص172.

<sup>83</sup> المرجع نفسه، ص175.

<sup>84</sup> كالم جيبية، حماية المستهلك، (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2005، ص86.

في 1990/04/07 معدل ومتمم، أنه يكون : " الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة "، فتطبيقا لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك . فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديرية التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية، في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك<sup>85</sup>، حيث تنص المادة 119 من قانون الولاية أنه : " يمكن للولاية قصد تلبية الاحتياجات الجماعية لمواطنيها إنشاء مصالح عمومية ولائية لاسيما في الميادين التالية: حفظ الصحة ومراقبة النوعية " .

## 2. دور رئيس البلدية في حماية المستهلك:

يمارس رئيس البلدية وظائفه في مجال واسع، ويطبق سلطاته في مجالات غير منظمة لضمان حماية صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام، الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة<sup>86</sup>.

### الفرع الثاني : دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك

#### أولا : سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك :

على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة، لتجسيد حماية حقوق المستهلك، ومن ثم فرض التوازن، لذا كان لزاما للمتابعة القضائية أن تكمل دور الإدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية، والمتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات، والجرائم الاقتصادية، وفي هذا الإطار تنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على : " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية"<sup>87</sup> .

## 1. دور النيابة العامة في حماية المستهلك :

<sup>85</sup> القانون رقم 90-09 المتعلق بالولاية المؤرخ في 12 رمضان 1410 الموافق ل 1990/04/07 يتعلق بالولاية معدل ومتمم، ج ر عدد 15، الصادرة سنة 1990.

<sup>86</sup> حملاجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، (رسالة ماجستير)، جامعة بومرداس، 2006، ص 61 .

<sup>87</sup> د/ ارزيل الكاهنة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 13.

النيابة العامة هي هيئة عمومية قضائية نص عليها قانون الإجراءات الجزائية، ويعد أعضاؤها قضاة يمثلون المجتمع من أجل تطبيق القانون.

تقوم النيابة بعدة اختصاصات في المجال القضائي، خاصة في إطار ممارسات الدعوى العمومية، ويزداد دورها يوما بعد يوم نظرا لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر من ضروري، لمواجهة مثل هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة.

\*تدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي والتجاري لا يتنافى ولا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف، إذ يتجلى دورها في إطار حماية المستهلك في العصر الحالي أكثر مما كان عليه في السابق، خاصة مع ظهور آفات اجتماعية واقتصادية جديدة، نتيجة لعجز الإدارة المختصة في قمع الممارسات التي تمس بالمستهلك، وذلك بتوقيع الجزاء وفي هذه الحالة<sup>88</sup>. فالاختصاص محتكر من قبل القاضي

وفي إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن المستهلك، تلعب النيابة العامة دورا هاما بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر، أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي تقع من قبل المحترفين، خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزيهة، وظهور الأسواق السوداء، الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك.

## 2. دور القضاة في حماية المستهلك :

إلى جانب النيابة العامة فلقضاة الحكم صلاحيات النظر في النزاعات الناتجة عن الإضرار بالمستهلك، نتيجة الممارسات المنافية للتجارة .

يقع على القضاة عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالاستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني.

- يمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم، قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم

<sup>88</sup> حملاجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، (رسالة ماجستير)، جامعة بومرداس، 2006، ص102.

رفع الدعاوى المتعلقة بالنزاعات التجارية، أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة.

أما إذا كان موضوع رفع الدعاوى ناتج عن جرائم معاقب عنها جنائياً، فللمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسيس كطرف مدني، أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني، كما يمكن أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بمتابعة الأنشطة الاقتصادية.

### ثانياً : حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء :

يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها، وذلك بشرط أن تكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك .

حيث تنص المادة 13 فقرة 01 من القانون رقم 08-09<sup>89</sup> المؤرخ في 25 فبراير 2008

المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه : " لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون "، ويكون ذلك بعريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة، فيحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادية والاقتصادية، فضلاً عن طلب التعويض لما أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة أو أفعال مخالفة لقواعد ممارسة التجارة .

### \* ثبوت حق المستهلك في رفع الدعوى القضائية : تعتبر الدعوى القضائية الوسيلة الفعالة

التي يُلجأ إليها قصد الدفاع عن مصالحه وحمايتها، وذلك بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضرر هدفه وقف الممارسات غير المشروعة والمنافية للتجارة والمنافسة، وذلك أمام القضاء الاستعجالي، كما للمستهلك الحق في رفع دعاوى أخرى تختلف من حيث تكييف الوقائع والضرر الذي أصابه، ومثال ذلك إذا كانت الوقائع تشكل جريمة، ونتج عنها ضرر أصاب المستهلك فإن له الحق في المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية تبعية، إما أمام القضاء الجنائي وهو الاستثناء أو أمام القضاء المدني وهو الأصل .

وذلك تطبيقاً لنص المادة 02 فقرة 01 من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص على أنه : " يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جنائية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصياً ضرر مباشر تسبب عن الجريمة "، أما إذا كانت الوقائع لا

<sup>89</sup>القانون رقم 08-09 المؤرخ في 18 صفر 1429 الموافق ل 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر عدد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008 .

تشكل جريمة، فإنه يتعين على المستهلك رفع دعوى مدنية قصد المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به.  
كما يمكن للمستهلك من رفع دعوى عمومية في حال مخالفة أحكام المواد 68-69-70-79-83 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائري .

## المبحث الثاني : تجريم تقليد العلامة

### المطلب الأول : مفهوم تقليد العلامة

#### الفرع الأول : المفهوم القانوني

تنص المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات : " مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ...".

وعادة ما يعطي لفعل التقليد معنى واسع بمعنى شامل كل الأفعال التي تشكل اعتداء على الحق في العلامة، كما تضمنه تقنين الملكية الفكرية الفرنسي في المادة 716-1 الذي نص على أن التقليد هو :

"l'atteinte portée au droit du propriétaire de la marque"

"التعدي على حق مالك العلامة"

أما معناه الضيق، فيقصد بالتقليد النقل الحرفي لكل أو جزء من علامة الغير<sup>90</sup>.

وعليه فإن المشرع الجزائري لم يحدد الأفعال التي تعتبر اعتداء مباشر، والأفعال التي تعتبر اعتداء غير مباشر على ملكية العلامة والعقوبات المخصصة لها، كما فعل في التشريع السابق للعلامات .

حيث أنه في التشريع الراهن حدد جنحة التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الاستثنائية المعترف بها لصاحب العلامة المودعة، وهكذا يلاحظ أن المشرع الجزائري تبنى المفهوم الواسع للتقليد، وبهذا سلك مسلك المشرع الفرنسي<sup>91</sup>.

#### الفرع الثاني: المفهوم الفقهي والقضائي

<sup>90</sup>راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2003، ص 93.

<sup>91</sup>راشدي سعيدة، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد

01، 2012، ص 221 .

## أولاً : المفهوم الفقهي

جانب من الفقه عرف تقليد على أنه اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية ولو أضاف إليها المقلد ألفاظاً.

الأستاذ Roubier من جانبه عرفه أنه " إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي والمميز . "

تعرف الأستاذة فوزية عبد الستار جريمة التقليد على أنها : " اصطناع شيء كاذب على نسق صحيح وهي جريمة تقوم على تغيير الحقيقة "92.

ويرى الدكتور حسني عباس أن تقليد العلامة : " هو نقل العلامة المسجلة نقلاً كاملاً مطابقاً أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية "93.

وجانب آخر من الفقه ذهب إلى القول بوجود اختلاف بين التزوير والتقليد في كون أن التزوير هو نقل العلامة التجارية نقلاً حرفياً وتاماً، بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية، ولا يمكن تفرقتها عنها فهو نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة

94 .

أما إذا اقتصر النقل المكون للجريمة على مجرد نقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها نقلاً حرفياً مع إضافة شيء، فإن هذا لا يعد تزويراً للعلامة وإنما تقليداً لها، فتقليد العلامة التجارية ليس إلا وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما أو تمييزها لما يوجد من لبس أو خلط بينهما، مما يوقع المستهلك المتوسط الحرص في الخطأ وعدم القدرة على التمييز بين العلامة الحقيقية والمقلدة

95 .

وذهب جانب من الفقه إلى القول بعدم وجود أهمية في التفرقة ما بين التزوير والتقليد فكل منهما يشمل الآخر، فالتزوير وفقاً لهذا الرأي قد يكون نقلاً تاماً وكاملاً للعلامة التجارية، وقد يكون بنقل الأجزاء الرئيسية منها، بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية، فلا يشترط أن يكون التزوير شاملاً لجميع العلامة، وإنما قد يكون هناك تزوير إذا

92 فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، مصر، 2000، ص 203 .  
93 زويبر حمادي، تقليد العلامات في القانون الجزائري، ازدواجية في التحريم والعقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد 2010/01، ص 119.

94 سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة 1998، ص 584-585 .

95 عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص 210 .

احتوت العلامة المزورة على الجزء الأساسي المميز للعلامة الأصلية، وأن يكون المزور قد قصد من التزوير غش الجمهور وتضليلهم ...

أما التقليد فيتم بالمحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور بوجود شبه قريب ما بين علامة وعلامة أخرى من شأنه إحداث الخلط بينهما، والعبرة في تقدير تقليد العلامة المقلدة يكون بالنظر إلى أوجه الشبه، وليس النظر إلى ما بين العلامتين من فروق .

### ثانيا : المفهوم القضائي

إن تحديد وقوع التقليد يتم من خلال الخلط في ذهن المستهلك بين علامتين متشابهتين و يتم من خلال معايير جاء بها الاجتهاد القضائي، وذلك عن طريق الأحكام القضائية في هذا الصدد نعتمد على مبدأ العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين.

إذا كان التزوير لا يثير صعوبة عند ضبط العلامة المزورة حيث يكون التطابق بينهما كاملا وتاما، إلا أنه قد تثار صعوبة في تقدير ما إذا كانت العلامة مقلدة أو غير مقلدة وتعتبر واقعة تقدير التقليد من عدمه مسألة موضوعية تتعلق بوقائع الدعوة، ويختص بها القاضي دون رقابة عليه من محكمة النقض .

وقد أكدت ذلك محكمة النقض حين حكمت بأن تقرير 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 إليها (نقض 1954/2/24) .

والعبرة عند تقدير العلامة المقلدة ليس بالنظر إلى وجه الخلاف بين كل من العلامة المقلدة والعلامة الحقيقية، وإنما العبرة بأوجه الشبه بينهما، كما يجب ألا تتم المقارنة بدراسة أوجه الشبه لكل جزئية من جزئيات العلامة، بل ينظر إلى التشابه العام أي تشابه العلامة في مجموعها مع العلامة الحقيقية<sup>96</sup>.

وقد قضت محكمة النقض المصرية بأن العلامة (أومي) التي حُصصت لتمييز منتجات من الصابون تشبه العلامة (أومو)، والتي حُصصت لتمييز ذات المنتجات واعتبرت ذلك نوعا من

<sup>96</sup> موريس صادق، الموسوعة التجارية معلقا عليها بأحدث أحكام محكمة النقض، دار الكتاب الذهبي، 1999، ص 737 .

التقليد<sup>97</sup>، كما يراعى عند تقدير التشابه بين العلامتين أن يكون المعيار هو تقدير الرجل العادي المتوسط الحريص، ذلك لأن المقصود من التقليد هو عادة تضليل جمهور المستهلكين .

## المطلب الثاني : شروط قيام جريمة التقليد و أركانها

### الفرع الأول:شروط قيام جريمة التقليد

#### • أن تكون العلامة التجارية مسجلة:

من الشروط الموضوعية العامة عملية الإيداع، فلا يجوز إقامة أية دعوى تقليد إلا على ماركة مودعة ومسجلة حسب الأصول، فالماركة المسجلة وحدها محمية بدعوى التقليد، سواء تم التسجيل إداريا أم قضائيا .

وفي حال رفض التسجيل فلا يمكن الاحتجاج بالماركة تجاه الغير، حيث أن معاملة النشر تجعل الغير على بَيِّنَةٍ، ولا تعطيه مجالا للتدرع بجهل وجود العلامة الفارقة، وهي ترفق عادة بعبارة صغيرة (ماركة مسجلة) أو بالحرف اللاتيني 8<sup>98</sup>.

#### • أن تكون العلامة تجارية أو صناعية :

يُفترض أن ينصب موضوعه على نشاط تجاري أو صناعي بهدف الربح، حيث أن المزاومة (المنافسة) هي الشرط الأساسي الذي من خلاله يمكن استجلاب الزبائن، فإذا انحصرت الماركة في مواضيع بعيدة عن الربح، أو في سبيل الأعمال المجانية فإن أحكام التقليد لا تطالها . فعلى سبيل المثال، كأن تكون العلامة المتخذة إشارة خاصة لا تبغي الربح من استعمالها كمن يستعمل إشارة لمدخل حديقته مثلا متشابهة مع تلك التي يستعملها شخص آخر أو العلامة التي يعلقها فوق باب مسكنه وما إليها من إشارات وأسماء ورسوم ورموز وحروف غايتها غير تجارية أو صناعية<sup>99</sup>.

#### • أن لا تكون العلامة فارقة:

<sup>97</sup> عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر ،الأردن ، 2008 ، ص210.

<sup>98</sup> حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 246.

<sup>99</sup> المرجع نفسه، ص 247 .

أن لاتحمل العلامة الجديدة أية إشارات أو خصائص فارقة تميزها عن العلامة المنوي تقليدها، فالتشابه وحده كافٍ لقيام التقليد سواء حصل التشابه بالماركة ذاتها أو بالغلّاف أو بالألوان أو بالأحرف، التي من شأنها خلق مخاطر الالتباس .

ويعود للمحكمة بمطلق حريتها التأكيد من التشابه القائم بين الماركتين، سواء من الناحية السمعية أو البصرية أو الشكل، وإذا كان هناك اختلاف بسيط فلا يؤخذ به، لأنه يجب النظر إلى مجمل الشيء لا إلى التفاصيل الصغيرة الثانوية.

### • أن يكون من شأن التقليد تظليل الجمهور

وجوب توفر نية الغش في عملية التقليد هو شرط إلزامي مما يترتب عليه التظليل، أما إذا كانت الفروقات بين العلامتين التجاريتين من شأنها أن تغش المشتري فلا مجال للكلام عن جرم التقليد، فالتظليل إما أن يكون في المصدر الشخصي للمنتجات، أو في المظهر الخارجي للعلامة التجارية، حيث أنه لا يكفي في التقليد أن تكون العلامة مضللة لعلامة أخرى، بل يجب أن يكون الغرض من التقليد، هو التظليل في المنتجات.

أما بالنسبة للتظليل في المظهر الخارجي، فهو يثير صعوبة في التقدير، ولا يمكن وضع مقياس له، وتعتبر مسألة تقدير التشابه في المظهر الخارجي للعلامتين، مسألة موضوعية يستخلصها القاضي من وقائع كل دعوى على انفراد<sup>100</sup>.

### الفرع الثاني : أركان جريمة التقليد

لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية لا بد من توافر ركن مادي، وركن معنوي، وركن شرعي .

#### 1\* الركن الشرعي :

لا يمكن معاقبة شخص إلا بوجود نص قانوني يقرر العقوبة ويجرم الفعل، وهذا ما يسمى بمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات، إذ تنص المادة 1 من قانون العقوبات الجزائري على أنه: " لا جريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن بغير قانون " .

<sup>100</sup>المرجع السابق، ص 248 .

وبالرجوع إلى المادة 32 من الأمر 06/03 فإنها تنص على أنه: "يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين<sup>101</sup>."

## 2\* الركن المادي :

يقصد بالركن المادي اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية، أو هو ذلك الاصطناع لعلامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك، وعادة ما تُكتشفُ جنحة التقليد بسبب استعمال العلامة التجارية، وتُعد هذه الجنحة مرتكبة اعتبارا من تاريخ نقل العلامة الأصلية لأن عملية الإيداع تكفي في حد ذاتها اعتبارا من تاريخ نقل العلامة الأصلية، لأن عملية الإيداع تكفي في حد ذاتها، لإثبات وجود التقليد طالما يكون الإيداع متعلق بعلامة هي في الحقيقة نقلا لعلامة الغير<sup>102</sup>.

ولقد صدرت عدة قرارات قضائية حول جرائم التقليد من بينها القرار الصادر عن مجلس قضاء الجزائر بتاريخ 1999/03/17 في القضية القائمة بين شركة عطور LANCOM وبين جديدي، حيث قضى المجلس بأن المتهم الذي سُمى عطره ب TRESOR قد ارتكب جنحة التقليد عند ما اصطنع علامة trésoir de l'ancom، وحكم عليه بالتعويض وبإلغاء العلامة المقلدة trésoir.

وفي قرار آخر صادر عن مجلس قضاء الجزائر في 1989/01/30 قضى بأن تسمية

BANITA تُشكل تقليدا للعطر HABANITA.

وجاء في حيثيات القرار أنه يُستخلص من مجرد المقارنة بين بطاقات المتهم وبطاقات

الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان ومن حيث السمع، وإن

الاجتهاد القضائي يعتبر جنحة التقليد قائمة عندما يتم تقديم منتج في تغليف يحمل أوجه تشابه

<sup>101</sup>حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص188.

<sup>102</sup>المرجع نفسه، ص189 .

وتطابق كبيرة مع تغليف المنتج محل المنافسة، حتى ولو كان يحمل اسما مغايرا، ولكن يوحى باسم العلامة التي تمت محاكاتها<sup>103</sup>.

\*الأمر 03-06 أيضا نص في المادة 33 منه على جرائم أخرى تتمثل في:

✓ عدم وضع العلامة على السلع والخدمات على نحو مخالف للأمر .

✓ البيع أو العرض للبيع عمدا لسلعة أو أكثر أو تقديم خدمة لا تحمل علامة .

✓ وضع على السلعة أو الخدمة علامة لم تسجل أو لم تطلب تسجيلها طبقا للأمر .

\*كما نص قانون العقوبات في المادة 429 منه التي وردت في الباب الرابع تحت عنوان "

الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية " على أنه : " يعاقب بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد " .

✓ سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في التركيب أو في نسبة

مقومات الأزرمة لكل هذه السلع .

✓ سواء في نوعها أو مصدرها .

✓ سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها .

### 3\*الركن المعنوي :

تقتضي كل جريمة توفر النية الإجرامية، لكن بالنسبة لجريمة التقليد لم ينص المشرع الجزائري

على النية الإجرامية، بل اكتفى بتقرير الجزاء، وبإثبات الفعل المتمثل في اصطناع علامة

مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو اصطناع علامة مشابهة لها .

ولهذا يرى البعض أن القصد الجنائي لا يشترط لوجود جنحة التقليد، أي لا يجب البحث عن

نية مرتكب الفعل الضار، فيما إذا كانت حسنة أو سيئة، وحثهم في ذلك أن النص لم يتضمن

أية عبارة تفيد القصد بما في ذلك " التدليس " أو " القصد " <sup>104</sup>.

إلا أن هذا الرأي غير موفق لأنه لا يمكن أن تتم الجريمة إلا بتوفر الركن المعنوي المتمثل

في القصد الجنائي أو العلم بالتقليد، إذ يمكن تصور الركن المعنوي في علم الجاني بوجود تلك

العلامة، وكل ما في الأمر يمكن اعتبار الركن المعنوي مفترضا لا داعي لإثباته، لأن المعهد

<sup>103</sup>ليبوت نذير، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المجلة القضائية، المحكمة العليا، العدد2، سنة 2002، ص

<sup>104</sup>فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، نشر وتوزيع ابن خلدون. الجزائر، ص 261 .

الوطني الجزائري للملكية الصناعية يتولى نشر كل العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة لذلك، وبالتالي لا عذر بجهل القانون إذ تعد هذه النشرة بمثابة إعلام للجمهور<sup>105</sup>.

### المبحث الثالث: مسؤولية مقلد العلامة

نص المشرع الجزائري على آثار تترتب عن رفع الدعوى الجزائية في حالة توافر أحد الأفعال التي تعد بمثابة تعدي على ملكية العلامة أو ترمي إلى خداع المستهلك، وتتمثل أساسا في عقوبات جزائية تتمثل في العقوبات التي نص عليها قانون العقوبات، وكذلك قانون العلامات وعقوبات نص عليها قانون الممارسات التجارية، وأخرى مدنية وعقوبات تكميلية فسنتناول المسؤولية الجنائية في (المطلب الأول) والمسؤولية المدنية في (المطلب الثاني).

#### المطلب الأول : المسؤولية الجنائية

يترتب على المساس بالعلامة التجارية عقوبات أصلية وتكميلية وتدابير أمن، نص عليها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وكذلك قانون العقوبات .

#### ❖ الفرع الأول : العقوبات الأصلية

العقوبات التي نص عليها قانون العلامات :

نصت المادة 32 من الأمر 06/03 على أن : " كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين وغرامة من 2500000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين ". ويتضح من هذه المادة أنه يمكن للقاضي أن يطبق عقوبة الحبس وحدها أو عقوبة الغرامة لوحدها، أو يطبقهما معا حسب ظروف كل جريمة .

أما فيما يتعلق بالغش في البيع والتدليس في المواد الغذائية والطبية فتعاقب عليها المادة 429 من قانون العقوبات بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج.

وقد خصت المادة 33 من الأمر 06/03 بالعقاب، الجرائم التي لا تعد تقليدا ويتعلق الأمر بمخالفة أحكام المادتين 03-04 من نفس الأمر، فقررت لها عقوبة الحبس من شهر إلى سنة وغرامة من 50000 دج إلى 2000000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين .

<sup>105</sup>حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص189.

## العقوبات المنصوص عليها بموجب القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية :

وفقا للمادة 38 من القانون رقم 04-02<sup>106</sup> يعاقب كل من يرتكب تقليد لعلامة عون اقتصادي منافس قصد كسب زبائنه إليه وبزرع الشكوك والأوهام في ذهن المستهلك بغرامة مالية من 50.000 دج إلى 5000.000 دج، وتعتبر الغرامة طبقا لقانون الممارسات التجارية من العقوبات الأصلية، وهو نفس التكييف الذي منح لها في المادة الخامسة من قانون العقوبات، أما عن تكييف المخالفات المنصوص عليها في القانون 04-02، فبالإطلاع على الحد الأدنى للغرامات الموقعة، نلاحظ أن أقل حد أدنى يوقع في حالة ارتكاب مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، والمقدر ب 5000 دج ، وبالرجوع إلى المادة الخامسة من قانون العقوبات، نجد بأن هذا الحد تكييف من خلاله هذه الممارسة بأنها جنحة، لكون أنها نصت بأنه إذا كانت العقوبة الأصلية غرامة تتجاوز 2000 دج، فتكون عقوبة في الجرح، أما ما قل عن ذلك فيعتبر مخالفة، وعليه يمكن القول بأن جميع المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية هب جنح<sup>107</sup>.

### ❖ الفرع الثاني : العقوبات التكميلية

وتنحصر في :

#### 1. المصادرة :

والمصادرة كما عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال معين أو أكثر، وتنصب المصادرة وفقا لنص المادة 3/32 على الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، ويشترط في المصادرة ثلاثة شروط :

- ألا تشمل الأموال الواردة في المادة 15 .
- ألا تشمل الأشياء المملوكة للغير مالم ينص القانون صراحة على غير ذلك .
- أن تأمر به المحكمة .

<sup>106</sup>القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،(الجريدة الرسمية 27 يونيو 2004 ، العدد 41 ،معدل ومتمم بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 اوت 2010، ج ر ، عدد46، صادرة في 18 اوت 2010).

<sup>107</sup>كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، سنة 2011،ص 75.

والأصل أن تكون المصادرة مسبقة بالحجز فتأتي بعده لتثبيته، ويحكم بالمصادرة حتى ولو صدر الحكم بالبراءة، وفي هذا الصدد أمرت محكمة الجزائر - القسم الجزائي - في 1967/07/17 وطبقا للمادة 35 من الامر 57/66 بمصادرة منتجات BANITA وإتلاف رواسم ونماذج هذه العلامة .

## 2. الإتلاف :

وهو ما نصت عليه المادة 32-3 والحكم بإتلاف الأشياء محل المخالفة أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية فهو جوازي وليس إلزامي .

## 3. النشر :

إن المشرع الجزائري لم ينص في الأمر 03-06 على عقوبة النشر كما أشار إليها صراحة في المادة 34-2 من الأمر 57/66 الملغى والتي كانت تنص على جواز الحكم بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك على نفقة المحكوم عليه، وأمام سكوت النص فإنه يتم في هذه الحالة الرجوع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات وبالتحديد إلى المواد من 9 إلى 18 المعدلتان بموجب المادتين 03-9 من القانون رقم 06-23 المؤرخ في 2006/12/2 .

## 4. تدابير الأمن :

يقصد بتدابير الأمن مجموعة الاجراءات التي يصدرها القاضي لمواجهة الخطورة الإجرامية الكامنة في شخص مرتكب الجريمة بغرض تخليصه منها .

وتخضع تدابير الأمن مثلها مثل العقوبة إلى مبدأ الشرعية حيث تنص المادة الأولى من قانون العقوبات من أنه : " لا عقوبة ولا تدبير أمن بغير قانون " وتبعاً لذلك فقد نص المشرع في المادة 32-1 من الأمر 03-06 على عقوبة الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة كتدبير أمن يطبق في حق كل شخص ارتكب جنحة التقليد .

واعتبار الغلق المؤقت والنهائي للمؤسسة تدبير أمن في تقديرنا وليس عقوبة تكميلية راجع إلى اعتماده على الركن الشرعي من جهة وورود الغلق المؤقت أو النهائي في قانون العقوبات في <sup>108</sup>الأحكام العامة ضمن التدابير العينية .

<sup>108</sup>انظر في ذلك المادة، 14 وما بعدها من قانون العقوبات السالف الذكر .

أما بخصوص المصادر المشار إليها في أحكام المادة 2/32 من الأمر 06/03 فأدخلناها ضمن العقوبات التكميلية ولم ندخلها ضمن تدابير الأمن لأن نص المادة 2/32 يشير إلى مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة. في حين أن المصادرة تحمل معنى تدبير الأمن إذا كانت صناعتها أو استعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها يعتبر في حد ذاته جريمة<sup>109</sup>.

قرار الغرفة الجزائرية بالمحكمة العليا قرار 1993/2/23، ملف رقم 94230. وأشارت المادة 2/32 إلى الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، وهي تدابير أمن عينية قد تلحقه الشخص المعنوي، وتمنعه من الاستمرار في ممارسة نشاطه، والمشرع الجزائري وإن اعترف أخيرا وصراحة بمسؤولية الشخص المعنوي فإنه وطبقا لمبدأ الشرعية فقد حصرها في نطاق محدد<sup>110</sup>،

كان معمول به في قواعد المسؤولية المدنية فإن ذلك يصطدم بمبدأ الشرعية فيقانون العقوبات والقوانين المكملة له مما يجعل تطبيق هذه العقوبة على الشخص المعنوي افتراضا<sup>111</sup>.

و المشرع الجزائري يعترف صراحة بمسؤولية الشخص المعنوي حاليا، وهذا حتى تتسجم القوانين مع مضمونها ويزول اللبس أثناء تطبيقها، ومن جهة ثانية يتسنى له مساندة التشريعات والقوانين الدولية التي اتجهت إلى الاعتراف بمسؤولية الشخص المعنوي صراحة ومنه المشرع الفرنسي في المادة 121 من قانون العقوبات سنة 1994<sup>112</sup>.

## المطلب الثاني : المسؤولية المدنية

<sup>109</sup> انظر في ذلك المجلة القضائية العدد الرابع 1993، ص284

<sup>110</sup> انظر في ذلك المواد 389 مكرر 7 وم 394 مكرر 4 وم 177 مكرر 1 من الأمر 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات حيث أقر هذا التعديل مسؤولية الشخص المعنوي واستثنى منه الدولة والولاية والبلدية وأشخاص القانون العام.

<sup>111</sup> أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائري العام، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر 2002، ص187. و227.

<sup>112</sup> عمر سالم، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد. ط1. دار النهضة العربية 1995. ص50.

<sup>113</sup>إن الأساس القانوني لحقوق الملكية الصناعية هو بوجه عام تنظيم المنافسة المشروعة والحق في العلامة التجارية كفل له المشرع حماية مدنية إلى جانب الحماية الجزائية، إذ يحق لمن وقع تعدي على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى تعويض تأسيساً على المنافسة غير المشروعة، ولا يشترط التسجيل لقيام هذا النوع من الحماية، بل أن الحماية المدنية تعتبر <sup>114</sup>المشروعة الوسيلة الوحيدة لحماية ملكية العلامة التجارية متى كانت هذه الأخيرة غير مسجلة، فإذا وقع اعتداء على علامة تجارية غير مسجلة، فلا يكون أمام المالك سوى الحماية المدنية بينما إذا وقع ذلك التعدي على علامة تجارية مسجلة، فإنه يشكل جرماً يعاقب عليه القانون، إضافة إلى <sup>115</sup>الحق في التعويض، ما لم يستحيل إثبات غش المقلد.

### الفرع الأول: عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة

نصت المادة 28 من الأمر 06/03 على ما يلي: "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليداً للعلامة المسجلة، ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالاً توهي بأن تقليداً سيرتكب". وقد نصت اتفاقية باريس على قمع المنافسة غير المشروعة في المادة الأولى/2 فدعوى المنافسة غير المشروعة تشكل لصاحب العلامة التجارية لحماية علامته من كل أشكال <sup>116</sup>التعدي.

### شروط دعوى المنافسة غير المشروعة أولاً:

يُشترط لقبولها ثلاث أركان متعارف عليها في دعوى المنافسة غير المشروعة وهي كما يلي:

**1/ ركن الخطأ:**

يشترط لتوفير ركن الخطأ أن تكون ثمة منافسة حقيقية أو أن يرتكب المنافس خطأ في سياق هذه المنافسة، ويشترط في المنافسة الحقيقية أن تقوم منافسة فعلاً بين شخصين يزاولان تجارة وصناعة، أو خدمات من نوع واحد أو مماثلة، ولكن لا يشترط أن يكون التماثل كاملاً بين

<sup>113</sup>محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري. دار النهضة العربية. القاهرة. دون سنة، ص6.

<sup>114</sup>صالح زراوي فرحة، الكامل في القانون التجاري. ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر. 2006، ص935.

<sup>115</sup>حديدان سفيان، جريمة التقليد التديليسي للعلامات الصناعية والتجارية وعلامة الخدمة. (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر. 2002، ص90.

<sup>116</sup>محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب. دون طبعة. الجزائر. 1985، ص527.

النشاطين، بل يكفي أن يكون متقاربين بحيث يكون لأحدهما تأثيرا على عملاء الآخر، كما إذا<sup>117</sup> كان أحد المحليين مصنعا لإنتاج وبيع سلعة معينة وكان الآخر محلا للإتجار فيها. ونصت اتفاقية باريس في مادتها العاشرة فقرة 2/ على أنه: "تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريعة في الشؤون الصناعية أو التجارية". وأضافت المادة العاشرة في فقرتها 3/ إلى بعض الأعمال التي تشكل المنافسة غير المشروعة وهي استعمال البيانات والادعاءات في التجارة التي من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها...

هذا ويتطلب ركن الخطأ أن يكون العمل الضار متصلا بممارسة التجارة، وأن يرتكب المنافس<sup>118</sup> خطأ في سياق هذه المنافسة، ويستوي في ذلك أن يكون الخطأ عمدي أو غير عمدي فمن الصعب إعطاء صور جميع المنافسة غير المشروعة، لكنها على العموم هي أقوال وأعمال تهدف الى بث الاضطراب في الأسواق، أو في مشروع المنافس أو تشويه سمعته وإحداث اللبس في أذهان الزبائن، أو استعمال المعلومات السرية العائدة للمنافس. فعل المزاحمة غير المشروعة يتضمن عنصرا مادياً وهو الوسيلة غير المشروعة وعنصرا معنوياً<sup>119</sup>. يستند إلى السيطرة على السوق التجارية.

## 2/ ركن الضرر:

يُشترط في دعوى المنافسة غير المشروعة أن يُثبت المدعي الضرر الذي لحقه، والرأي المستقر عليه أن شرط الضرر أمر لازم لأن أساس الدعوى هو قواعد المسؤولية التقصيرية، وقواعد<sup>120</sup> المسؤولية تقضي بتعويض الضرر المادي أو الأدبي فالمحكمة لا تحكم بالتعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا كان الضرر محققا، أما إذا كان الضرر محتملا، فإن المحكمة لا تحكم بالتعويض، وإنما تحكم باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع الضرر، ويقع عبئ إثبات الضرر على عاتق طالب التعويض وفقا للقواعد العامة، والضرر المراد إثباته في دعوى المنافسة غير المشروعة هو تحول الزبائن عن منتجات أو بضائع أو خدمات المدعي، وانصرافهم عنها نتيجة للتعدي وللوسائل غير المشروعة التي قام

<sup>117</sup> أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري. ديوان المطبوعات الجامعية. الطبعة الثانية، الجزائر 1981، ص 199.

<sup>118</sup> محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري. دار النهضة العربية. القاهرة. دون سنة، ص 134.

<sup>119</sup> نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن. الطبعة الأولى، لبنان، 2005، ص 199.

<sup>120</sup> محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب. دون طبعة. الجزائر. 1985، ص 268.

بها المدعى عليه، لذا فإن أحكام القضاء لا تتطلب إثبات الضرر الفعلي، بل تستخلص وقوعه ، يتم إثباتها بكافة طرق الإثبات مادامت<sup>121</sup> من وقائع يكون من شأنها إلحاق الضرر بالمدعي<sup>122</sup> واقعة مادية.

وأخيرا يجب أن يكون الضرر مباشرا ويمثل الخسارة التي ألحقت بالمضرور والكسب<sup>123</sup> الذي فاته طبقا للمادة 1/182 من القانون المدني.

### 3/ ركن السببية:

طالما أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى نفس الأساس الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية المدنية، فإنه يجب أن تتوفر علاقة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب المدعي

فإذا انتقت علاقة السببية بين الخطأ والضرر فلا محل لمسؤولية المدين، لأن السببية تعني وجوب وجود علاقة مباشرة بين الخطأ الذي ارتكبه المسؤول وبين الضرر الذي وقع بالشخص ومن ثم لا يكون الشخص مسؤولا عن أعمال، إذ أثبت أن الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي لا يد له فيه، وذلك لاختفاء علاقة السببية بين الخطأ الذي وقع منه وبين الضرر الذي وقع<sup>124</sup> بالطرف المضرور.

وإذا تعدد المتضررون كما في حالة إثارة الاضطراب في سوق السلعة التي يمارسونها جاز لكل منهم أن يرفع الدعوى منفردا، ولكن لا يحكم للمدعي بالتعويض إلا إذا كان قد لحقه ضرر شخصي، وتقام الدعوى على من ارتكب الخطأ وكل من اشترك فيه وتكون مسؤوليتهم<sup>125</sup> عن التعويض بالتضامن إذا وجد بينهم ارتباط في العمل.

### ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

كَيَّفَهَا البعض على أنها تُعد من قبيل الجزاء عن التعسف في استعمال الحق، على اعتبار أن التاجر له الحق في القيام بأعمال المنافسة، مادام أنه لم يخرج بها عن الحدود المشروعة، فإذا

<sup>121</sup> حديدان سفيان، جريمة التقليد أنتدليسي للعلامات الصناعية والتجارية وعلامة الخدمة. (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر. 2002. ص 92.

<sup>122</sup> أنظر في ذلك المادة 30 من الأمر 59/75 المؤرخ في 26/9/1975 المتضمن القانون التجاري .

<sup>123</sup> محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب. دون طبعة. الجزائر. 1985. ص 269 .

<sup>124</sup> خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري. الجزء الأول. ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1994، ص 251.

<sup>125</sup> أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري. ديوان المطبوعات الجامعية. الطبعة الثانية، الجزائر، 1981، ص 202.

انحرفت المنافسة عن سواء السبيل، فإن التاجر الذي قام بالعمل يكون قد أساء استعمال حقه، لكن هذا الرأي لم يسلم من النقد بحجة أن التاجر الذي يقوم بأعمال المنافسة غير المشروعة، يكون لديه في الغالب قصد الإضرار بمنافسه، بل إن هذا القصد قد يوجد في أحوال المنافسة غير المشروعة ويكون الغاية منها، في حين أن ذلك لا محل له في حالة إساءة استعمال<sup>126</sup> الحق.

ويرى فريق آخر من الشُّرَّاح من بينهم ريبير أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر على أن تكون وسيلة لإصلاح الضرر، كما في دعوى المسؤولية التقصيرية، بل إن لها وظيفة وقائية بالنسبة للمستقبل... فتقضي المحكمة بالتعويض وبغرامة تهديدية عن كل يوم يستمر فيه الاعتداء.

فهي أقرب إلى دعوى الملكية منها إلى دعوى المسؤولية المدنية، ولعل الأساس القانوني السديد لدعوى المنافسة غير المشروعة هو نظرية التعسف في استعمال الحق كما صاغها المشرعان<sup>127</sup> المصري والجزائري (المادة 5 مدني مصري و المادة 41 مدني جزائري).

لأنها شاملة لجميع صور التعسف إذا وقع بقصد الإضرار بالغير، أو إذا كان يرمي إلى الحصول على فائدة قليلة بالنسبة إلى الضرر الناشئ للغير، أو إذا كان الغرض منه الحصول<sup>128</sup> على فائدة غير مشروعة.

إضافة إلى هذا فإن ثمة التزام تفرضه القواعد العامة على الكافة، وهو الالتزام بعدم الأضرار بالغير، تحت طائلة المقاضاة بجبر الضرر من قبل كل من شارك فيه، والمنع من الاستمرار في التعدي على الحق في ملكية العلامة.

**ثالثا: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة**

تنص المادة 29 من الأمر 06/03: " إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد أُرْتُكِبَ أو يُرْتُكَبُ، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية وتأمّر بوقف أعمال التقليد وتربط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستثناء بالاستغلال...."

<sup>126</sup>د/ صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري ( دراسة

مقارنة)، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2012، ص 102.

<sup>127</sup>محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب. دون طبعة. الجزائر. 1985. ص 264.

<sup>128</sup> المرجع نفسه، ص 265.

إنّ فعلى المدعى إثبات دعواه بكافة طرق الإثبات بما فى ذلك البينة والقرائن لأن أركان هذه<sup>129</sup> الدعوى كلها وقائع مادية

ويجوز رفع الدعوى المدنية من مالك العلامة التجارية قبل وقوع أى ضرر مادي، بأن يرفع الدعوى لمنع وقوع هذا الضرر بإزالة التشابه، فهذا التشابه أو الخلط أو اللبس بين علامته وغيرها من العلامات المشابهة فى ذاته ضرر أدبي، وهذه الحماية يتمتع بها صاحب العلامة عند الاعتداء على حقه سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة على أساس المادة 124 مدني<sup>130</sup> جزائري، أو على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة

كما يجوز رفع الدعوى المدنية من الغير، فتقضي المادة 31 من الأمر 06/03 عدا فى حالة النص بالعكس فى عقد الترخيص يمكن المستفيد من حق استثناء فى استغلال علامة أن يرفع بعد الاعذار دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه.

تقام دعوى المنافسة غير الملائمة من قبل كل شخص متضرر، وإذا تعددوا حق لكل واحد منهم أن يقيم الدعوى منفردا، لكنه لا يحصل على تعويض إلا إذا لحق به ضرر شخصي، كما أنها تقام على من صدر منه الخطأ، كما يمكن إقامتها على كل من اشترك معه، شرط أن يكون عالما بعدم شرعية العمل، أو كان بإمكان أن يعلم ذلك كصاحب الطبعة الذي يقوم بطبع<sup>131</sup> البطاقات التي تحمل علامة تجارية مقلدة.

هذا وترتبط الجهة القضائية المختصة المتابعة المدنية بوضع كفالة لضمان تعويض<sup>132</sup> مالك العلامة أو صاحب حق الاستثناء بالاستغلال

وتقضي المحكمة متى اقتنعت بأدلة الإثبات بإصلاح الضرر المادي الذي أصاب المضرور عن طريق التعويض النقدي، ويقدر التعويض وفقا للقواعد العامة فى القانون المدني، ولا تقضي المحكمة بالتعويض إلا عن الضرر الذي وقع بالفعل، وحتى صدور الحكم فى الدعوى، وغني عن البيان أن استمرار المحكوم عليه فى القيام بأعمال المنافسة غير المشروعة، يعد خطأ جديدا ويجوز رفع دعوى جديدة بناءً على ذلك.

<sup>129</sup> المرجع نفسه، ص 383 .

<sup>130</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية . دار النهضة العربية. القاهرة، 1998، ص 272.

<sup>131</sup> حديدان سفيان، جريمة التقليد أنتدليسي للعلامات الصناعية والتجارية وعلامة الخدمة. (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر. 2002، ص 93.

<sup>132</sup> أنظر المادة 2/29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات المؤرخ فى 19 جمادى الأولى 1424 والموافق ل 19 يوليو 2003، الجريدة الرسمية 23 يوليو 2003، العدد 44 .

وقد تقضي المحكمة بإزالة الوضع غير المشروع، وإعادة الشيء إلى أصله وما دام الأمر يتعلق بعلامة تجارية مقلدة، فتأمر المحكمة المدعي عليه بالامتناع عن استعمالها،<sup>133</sup> وتحكم عادة بغرامة تهديديه عن كل يوم يتأخر فيه تنفيذه هذا وتقضي المادة 30 من الأمر 06/03: "يمكن المدعي عليه في كل دعوى من الدعاوى المنصوص عليها في هذا الباب، أن يطلب ضمن نفس الإجراء إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة وتطبق في هذه الحالة أحكام المادتين 20، 21 من هذا الأمر، السابق الإشارة إليهما. وكانت تقضي المادة 37 من الأمر 57/66 الملغى على أن الدعاوى المدنية المتعلقة بالعلامات ترفع أمام المحاكم، وتختص أيضا فيما يتعلق بالدفع بعدم ملكية العلامة، ذلك أنه إذا كانت الدعوى المدنية مرفوعة بطريق التبعية للدعوى الجنائية أمام المحكمة الجنائية، ودفع المتهم بعدم ملكية المدعي المدني للعلامة، ففي هذه الحالة تفصل المحكمة الجنائية أيضا في هذا الدفع، وهذا<sup>134</sup> تطبيقا لأصل من أصول الإجراءات وهو أن قاضي الدعوى قاضي الدفع

#### الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية

لقد وضع القانون بين يدي صاحب الشأن سلاحا فعالا لحماية حقه، فبدلا من أن ينتظر إلى وهي<sup>135</sup> غاية فصل المحكمة في النزاع، أجاز له اتخاذ إجراءات تحفظية سريعة وفعالة إجراءات وقائية استعجالية يجوز اتخاذها إثباتا للاعتداء، وحفاظا على الحقوق مؤقتا إلى حين الفصل في موضوع النزاع، سواء كانت دعوة مدنية أو جزائية، وبما أن عبئ الإثبات يقع على المدعي، استنادا لقاعدة البينة على من ادعى واليمين على من أنكر، فإنه سعيًا منه لجمع الأدلة يلجأ إلى استصدار أمر على عريضة للمعينة والوصف المفصل للأشياء المقلدة مع الحجز أو بدونه، ويجوز لرئيس المحكمة الأمر بدفع كفالة قبل مباشرة إجراءات الحجز، علما أن صاحب الحق ملزم بعد استيفاء هذا الإجراء برفع دعوى في الموضوع، في أجل شهر تحت طائلة بطلان إجراء الوصف والحجز مع عدم الإخلال بالتعويضات المحتملة، حيث تنص المادة 34 من الأمر 06-03 على أنه: "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة

<sup>133</sup> محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، دون طبعة. الجزائر، 1985، ص 272. 273.

<sup>134</sup> محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، دون طبعة. الجزائر، 1985، ص 209.

<sup>135</sup> عبد الرازق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، حق الملكية، الجزء الثامن، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1967، ص 427.

الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة".

### أولاً: إجراءات الحجز

وعليه فإن مالك العلامة عليه أن يودع العريضة لدى كتابة ضبط رئيس المحكمة مرفقة بما يثبت تسجيل العلامة.

ويجب على المعارض أن يبين في عريضته نوع الحجز الذي يجب القيام به، حجرا وصفيا أي وصفا مدققا لجميع عناصر العلامة ضمن المحضر المخصص لهذا الغرض، أو حجرا حقيقيا يتعلق بحجز البضائع التي عليها علامة مقلدة.

وفي حالة أن المنتج المقلد يوجد في مناطق مختلفة من البلاد، فإن على المالك أن يقدم عريضة<sup>136</sup> لدى كل رئيس محكمة يطلب فيه الحجز على البضاعة المقلدة تديسا

عند إصدار أمر الحجز يمكن لرئيس المحكمة أن يقيد من طلبات المالك المتعلقة بالحجز الحقيقي، ويقبل بالحجز الوصفي، أو حجز كمية قليلة من البضاعة تساعده على إثبات الجريمة ويمكن أن يشمل الحجز على جميع الوسائل التي استعملت من أجل تسهيل عملية التقليد التديسي للعلامة.

وتقضي المادة 3/34 من الأمر 06/03 على أنه عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدني بدفع كفالة.

كما أن للمعارض الحق في استئناف الأمر الذي يقضي برفض إجراء الحجز أمام رئيس المحكمة<sup>137</sup>.

### ثانياً: نتائج الحجز

<sup>136</sup> حديدان سفيان جريمة التقليد التديسي للعلامات الصناعية والتجارية وعلامة الخدمة. (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر. 2002، ص 81. 82.

<sup>137</sup> Haroun M Ali : La protection de la Marque au Maghrib. O.P.U Alr 1979 . alger p251

يترتب على محضر الحجز بعد عملية الحجز التي يقوم بها المحضر القضائي ما يلي:  
ما نصت عليه المادة 35 من الأمر 06/03 على أنه: "يعد الوصف أو الحجز باطلا  
بقوة القانون اذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف  
النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها".  
وهذا البطلان ليس من النظام العام إذ يستطيع المتضرر أن يطلب من رئيس المحكمة بعد أن  
تقوت المدة القانونية وهي شهر استصدار أمر جديد بالحجز، وبما أن هذا البطلان ليس من  
النظام العام فإن المدعي عليه يستطيع أن يقدمه فقط كدفع من حيث الشكل.  
هذا وإن بطلان الحجز لا يوقف إجراءات المتابعة كون الحجز يدخل فقط كوسيلة إثبات وأما  
<sup>138</sup>المدعي فيمكنه أن يثبت ذلك بواسطة وسائل مختلفة

### العقوبات المدنية :

يجوز للقاضي أن يأمر بوقف التقليد أو التشبيه أو أية جنحة من الجنح الأخرى، أو أن يضع  
حدا لاستعمال العلامة، لهذا تتضمن الأحكام القضائية في غالبية الأحوال تهديدا ماليا ليحترم  
المحكوم عليه الالتزام الذي تقررته، والهدف من هذا التهديد هو منع المحكوم عليه من إعادة  
ارتكاب الجنحة في المستقبل، إذ يحكم القاضي بمنع استعمال العلامة أو الامتناع عن  
التصرفات الإجرامية، كما يجوز له أن يحكم بإبطال كيفية كتابة الاسم الذي يكون العلامة  
<sup>139</sup>التجارية أو التعبئة الخاصة بالمنتجات

كما يمكن للقاضي أن يحكم في بعض الأحيان بتعديل أحد عناصر العلامة المقلدة أو  
المشبهة لتميزها عن العلامة الأصلية، وفي حالة تضرر المدعي فإن القاضي يمنحه  
تعويضات تجد أساسها في أحكام القانون المدني، ويمكن استخلاص ذلك من المادة 39 من  
<sup>140</sup>الأمر رقم 57/66 ، ولقضاة الموضوع السلطة الواسعة في تقدير الضرر اللاحق بالمدعي

### خلاصة الفصل الثاني :

---

<sup>138</sup>حديدان سفيان ،جريمة التقليد أنتدليسي للعلامات الصناعية والتجارية وعلامة الخدمة.(رسالة ماجستير)،كلية الحقوق، جامعة الجزائر. 2002، ص83.

<sup>139</sup>حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 220.

<sup>140</sup>المرجع نفسه، ص 221 .

مما سبق ذكره في هذا الفصل نستنتج أن حماية المستهلك من تقليد العلامة خصص لها  
المشرع عناية فائقة، وذلك لأهمية والدور الذي تلعبه العلامة التجارية في المجال الاقتصادي  
والتجاري، وهذه الحماية تتمثل في الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك من جهة و الحماية الجزائية  
والمدنية من جهة أخرى، لضمان صاحب العلامة من جهة والمستهلك من جهة أخرى .

## الخاتمة

إن الأهمية التي يتصف بها موضوع العلامات التجارية تقتضي التشدد في الحماية المتوفرة قانوناً بشتى أنواعها المدنية والجزائية على حد سواء، كما تتمتع العلامة التجارية كحقل من حقول الملكية الفكرية بخصوصية تفرض نفسها، وهذه الخصوصية تتمثل في إخضاعها لقواعد خاصة تتلاءم مع تلك الخصوصية، إذ لا يمكن القول بأن القواعد العامة الواردة في القانون بمعناه العام تصلح للتطبيق على أي نزاع متعلق بالعلامات التجارية، هذا بشكل عام فعمد إلى فرض التزامات على المهنيين بصفتهم مستغلين للعلامات تمكن المستهلك من ضمان مشروعية العلامة ومشروعية استغلالها وضمن إعلام حقيقي، بأن فرض تسجيلها و أنشأ هيئة تتكفل بذلك، والمتمثلة في المعهد الوطني للملكية الصناعية ، الذي لا يقرر تسجيل العلامة إلا بعد التأكد من صحتها وتوفر طابع التمييز لديها وجدتها ومشروعيتها.

إن حماية المستهلك من تقليد العلامة خصص لها المشرع عناية فائقة، وذلك للأهمية والدور الذي تلعبه العلامة التجارية في المجال الاقتصادي والتجاري، وهذه الحماية تتمثل في الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك من جهة و الحماية الجزائية والمدنية من جهة أخرى، لضمان صاحب العلامة من جهة والمستهلك من جهة أخرى ..

أما فيما يتعلق بالاستنتاجات فنلاحظ ما يلي:

1/ تناول المشرع الجزائري تقليد العلامة في القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية في المادة 27 الفقرة 2 نجده ينص عن التضليل بواسطة تقليد العلامة باللغة العربية (...تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته، أو الأشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك ...) أما باللغة الفرنسية فينص على ما يلي :

"imite les signes distinctifs d'un agent économique concurrent"

معناه النص عن تقليد الإشارات المميزة وليس العلامات، حيث أن الإشارات المميزة أوسع كونها تشمل العلامات وتسميات المنشأ.

وبالتالي فإذا طبقنا النص العربي نكتفي بتجريم تقليد العلامة فقط، أما إذا طبقنا النص الفرنسي فيكون التطبيق أوسع ليشمل تجريم تقليد الإشارات المميزة، أي تقليد تسميات المنشأ إلى جانب تقليد العلامات.

إن يجب على المشرع أن يتدارك الخطأ في الترجمة الذي وقع فيه في الفقرة 2 من المادة 27 سالفه الذكر .

2/ الاستغناء عن تعريف العلامة التجارية الوارد في النص القانوني لأن التعريف قد لا يكون دقيقاً بما يكفي بالإضافة إلى أن التعريفات يختص بوضعها الفقه عادة أما المشرع فيلجأ إلى التعريف في حالات استثنائية فقط.

3/ تنظيم الحماية الجزائية للعلامات التجارية في إطار قانون واحد تحيط بها من مختلف الجوانب.

### التوصيات:

- 1- لصحة وسلامة المستهلك يجب على المشرع وضع نظام قانوني فعال كفيل بحماية المشاريع الاقتصادية المتنافسة من خطر شبح التقليد .
- 2- انضمام الجزائر إلى منظمات واتفاقيات دولية ترسم مبادئ عالمية اقتصادية تتفق فيها الدول على احترامها والتقيدها بها حماية للبائع والمستهلك على حد سواء .
- 3- العمل على تخصيص قضاء خاص للنزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية .
- 4- تكوين قضاة متخصصين في مجال حماية المستهلك من تقليد العلامات التجارية .
- 5- حماية المستهلك في الظروف الحالية تبقى متوقفة على مدى احترام المهني للالتزامات المختلفة التي تقع عليه، كما أن احترام الالتزامات كواجب الإعلام وتقديم منتجات مطابقة للمواصفات والمقاييس وكذا تقديم التحذيرات اللازمة لاستعمال بعض المنتجات التي طبيعتها تستوجب ذلك سيؤدي من دون شك إلى تقليل الكثير من الأضرار التي تهدد أمن وسلامة المستهلك .

ونأمل مستقبلاً من خلال الأقطاب المدنية التي تم استحداثها بموجب قانون الإجراءات المدنية والإدارية أن تساهم في محاربة هذه الظاهرة من خلال ردع كل من يتجرأ على تضليل المستهلك أو المساس بالاقتصاد الوطني .

يبقى أن نشير إلى أن مسؤولية حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك نفسه، قبل أن تكون الهيئات الإدارية والقضائية مسؤولة عن حمايته، فلا بد على المستهلك أينما كان أن يكون واثقاً من نفسه واعياً لحقوقه، دون أن ينقاد لإشباع رغباته بواسطة منتجات أقل قيمة وأقل أمناً تضره، ولا تنتفعه، وهذه التصرفات تعتبر من سلوك المستهلك الذي تتبعه في معاملاته

اليومية، والتي لابد من مراجعتها قصد الاستفادة في تحديد حاجاته ورغباته حسب الأولويات، التي تفرضها عليه موارده المالية و الظروف الاجتماعية المحيطة به، والتي تساعد في الاختيار الأمثل للسلع والخدمات، ومما لا شك فإن وجود ثقافة استهلاكية عند المستهلك سيؤدي بالأعوان الاقتصادية إلى إعادة النظر في علاقاتها معه، وفقا لما يطلبه بعيدا عن كل استغلال أو ضغط، ولا يعني غياب هذه الثقافة الاستهلاكية لدى المستهلك كمبرر للإضرار به، فكل تقصير إزاءه يجعل الطرف الذي صدر منه الفعل مسؤولا عن كافة ما يصبه .

تبقى التوعية لا بد منها سواء كانت من طرف الدولة بصفتها مراقب السوق، أو من طرف المستهلك الذي يتكفل في شكل جمعيات للدفاع عن مصالحه وظروف معيشتة، أو تكون من طرف الأعوان الاقتصادية بصفتها صاحبة المصلحة من تسويق منتجاتها، ويمكن أن يتم التوصل إلى نتائج جد هامة وإيجابية في هذا الصدد متى تضافرت الجهود وتعاونت الأطراف الثلاث من هذه العلاقة، ولنا في هذه العلاقة الاقتداء بالدول المتقدمة، والنظر إلى ما وصلت إليه في إطار حماية صحة وسلامة المستهلك .

## قائمة المراجع

أولا : باللغة العربية :

1/ الكتب :

أ/ الكتب العامة:

1/ أحمد محرز، القانون التجاري بالجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر 1981.

2/ أحسن بنو سقيعة، الوجيز في القانون الجزائي العام، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر 2002.

3/ موري صادق، الموسوعة التجارية معلقا عليها بأحدث أحكام محكمة النقض، دار الكتاب الذهبي،

1999.

4/ محمد السيد الفقي، دروس في القانون التجاري الجديد، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، 2003.

5/ مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري

(دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، منشور ات الحلبيا الحقوقية، لبنان، 2006.

6/

سمير جميل حسينا الفتلاوي، الملكية الصناعية وفعال قوانين الجزائية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

1988.

7/

عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، حق الملكية، الجزء الثامن، دار إحياء التراث العربي، بـ

بيروت، 1967.

8/ عمر سالم، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وفعال القانون العقوبات الفر نسيال جديد. ط 1.

دار النهضة العربية 1995.

9/

فرحة زرارو يصلح، الكام في القانون التجاري بالجزائر، (الحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر

نر، 2006.

10/ خليل أحمد حسن قدادة، الوجيز في شرح القانون المدني بالجزائر، الجزء الأول.

ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1994.

ب/ الكتب المتخصصة :

1/ القاضيان طوانا ناشف:

الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، دراسة تحليلية شاملة، منشور ات الحلبيا، بيروت، لبنان،

1999.

2/ أنور طلبة، حماية حقوق الملكية الفكرية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2010.

3/ بختة موالك، مبادئ المنافسة في الأمر 03-03 المتعلقة بالمنافسة، سنة 2004.

4/ زبير حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشور ات الحلبيا الحقوقية، لبنان،

2012.

5/

حمدي غالب الجبيري، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشور اتال

حلبيا الحقوقية، لبنان، 2012 .

6/ محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، دون طبعة. الجزائر. 1985.

7/ محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحلات التجارية. دار النهضة العربية. القاهرة. دون سنة.

- 8/ محمود ابراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في النشر، دار المطبوعات الجامعية، عنابة - الجزائر، 1983.
- 9/ د/ منير محمد الجهيني، العلامات والاسماء التجارية، الجزء الاول، دار الكتاب الجامعية، لبنان سنة 2004.
- 10/ نور محمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية - دراسة مقارنة في القانون الأردني والإماراتي والفرنسي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، 2005.
- 11/ نعيم مغرب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن. الطبعة الأولى، لبنان، 2005.
- 12/ سميرة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.
- 13/ عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.
- 14/ فاضل إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، الملكية الأدبية والفنية والصناعية، 2004.
- 15/ صبري مصطفى حسن السبك، دعوة بالمنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحلات التجارية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2012.
- 16/ صلاح زينا الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 17/ رباط طاهر القليوبي، حقوق الملكية الفكرية (تشريعات أحكام قضائية اتفاقية تدولية مصطلحات قانونية) مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998.
- 2/ المقالات والدراسات :**
- 1/ ارزيلا لكاهنة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- 2/ بيوتندير، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المجلة القضائية، المحكمة العليا، العدد 2، سنة 2002.
- 3/ بر اكناصر النون، ورقة عمل عن تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها، الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية.
- 4/ زوبير حمادي، مسألة الاختصاص القضائي في دعوى البطلان المتعلقة بالملكية الصناعية على ضوء أحكام قانون الإجراءات المدنية والإدارية وقوانين الملكية الصناعية، مجلة المحكمة العليا، العدد 01، 2011.
- 5/ زوبير حمادي، تقليد العلامات في القانون الجزائي، ازواجية في التجريم والعقاب؟ أم ازدواجية في المعنى؟، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد 01، 2010.
- 6/ راشد سعيدة، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائي، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد 01، 2012.
- 3/ الرسائل الجامعية :**

- 1/ زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة،  
(رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري تيزي يوزو، سنة 2011.  
2/ جيبية كالم، حماية المستهلك، (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2005.  
3/ حملا ججمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك لعضوء التشر يعالجزائر يو الفرنسي،  
(رسالة ماجستير)، جامعة بومرداس، 2006.  
4/ نو الكيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية  
(رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، سنة 2011.  
5/ نو الشعباني، التزام المتدخل بضمنا نسلا مة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش،  
(رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري-تيزي يوزو، كلية الحقوق، سنة 2012.  
6/ عجا بعماد، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك، (رسالة ماجستير)، جامعة، كلية الحقوق،  
2009.  
7/ راشد يسعيدة، النظام القانوني للعلامات، (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2003.

#### 4/ النصوص القانونية :

##### أ/ القوانين :

- 1/ القانون 04/04، المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتعلق بالتقييس، ج ر، العدد 41 الصادرة في  
27 يونيو 2004 .  
2/ القانون 09/08 المؤرخ في 18 صفر 1429 الموافق 25 فبراير 2008  
المتضمن قانونا لإجراء اتا لمدنية والإدارية، ج ر، عدد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008 .  
3/ القانون رقم 09-90 المتعلق بالولاية المؤرخ في 12 رمضان 1410 الموافق 07/04/1990  
يتعلق بالولاية معدلو م تمم، ج ر عدد 15، الصادرة، سنة 1990.  
4/ القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004  
، يحدد القواعد المطبقة علنا للممارسات التجارية، (الجريدة الرسمية 27 يونيو 2004، العدد 41).  
5/ قانون رقم 01 - 09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009، ج ر ، عدد  
15 الصادرة في 08 مارس 2009 ، يعدلوي يتمما لأمر رقم 156 - 66 المؤرخ في 18 صفر عام  
1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات.

##### ب/ الأوامر والمراسيم :

- 1/ الأمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 .  
2/ الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 1975/09/26 المؤرخ في 1975/09/26  
يتضمن القانون التجاري المعدل بالقانون رقم 02/05 المؤرخ في 2005/02/06، جريدة رسمية لسنة  
2005، العدد 11.  
3/ الأمر رقم 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 09  
، الصادرة في 22 فيفري 1995 .  
4/ الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 والموافق 19 يوليو  
2003، الجريدة الرسمية، العدد 44 ، الصادرة في 23 يوليو 2003.  
5/ المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002  
يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة  
6/ المرسوم رقم 62/73 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973  
المتعلق بإنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية ج ر ع 95 ل 27 نوفمبر 1973 .

7/ المرسوم بالتنفيذ رقم 68/98 المؤرخ في 1998/02/21  
يتضمن إنشاء المعهد الوطني للجزائر للملكية الصناعية ويحدد قانونها الاساسي، جريدة رسمية لسنة 1998  
، العدد 11.

7/ المرسوم 248/86 والمادة 1 من المرسوم 249/86 المؤرخ في 30 سبتمبر 1986.  
8/ المرسوم بالتنفيذ 277-05 المؤرخ في 02 أوت 2005  
يحدد كيفية ايداع العلامات وتسجيلها، جر عدد 54 ، الصادرة في 07 أوت 2005.  
9/ المرسوم بتنفيذ رقم 355-96 مؤرخ في 19-10-1996  
يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجار بوتحالي لنوعية وسيرها، جر عدد 62، صادرة في 20-10-1996.

### ج/ الجرائد الرسمية :

1/ الجريدة الرسمية، عدد 17 الصادرة بتاريخ 24 أفريل 1984  
المتعلقة بانضمام الجزائر للمعاهدة نيروبي بشأن، حماية الرمز الأولمبي المعتمد في 26 سبتمبر 1981 .  
2/ الجريدة الرسمية رقم 80 المؤرخ في 11 سبتمبر 2005 .  
3/ الجريدة الرسمية، عدد 17 الصادرة بتاريخ 24 أفريل 1984  
المتعلقة بانضمام الجزائر للمعاهدة نيروبي بشأن، حماية الرمز الأولمبي المعتمد في 26 سبتمبر 1981 .  
4/ انظر في ذلك المجلة القضائية العدد الرابع 1993 .

### ثانيا : باللغة الأجنبية

## 1/ Ouvrages :

- 1/ CHAVANNE, ALBERT ET SALOMON Claudine : MARQUES DE COMMERCE OU DE SERVICE .Encyclopédie DALLOZ Répertoire commercial ,Tome 4ème Edition .DALLOZ ,paris , 1997.
- 2/ GUYON(Y),Droit des affaires, T1, 8ème Ed, ECONOMICA ,Paris, 1994.
- 3/ JAUFRET, Alfred : Manuel de droit Commercial , 22ème , L.G.D.J.paris, 1995.
- 4/Haroun, M Ali : La protection de la Marque au Maghrib. O.P.U Alr 1979 . alger.
- 5/ Yves ,Guyon ,Droit des affaires, tome 1, 8Ed, Economica , paris, 1994.

## 2/ Articles et etudes:

- 1/ M.Kahloula et G.mekamcha , "la protection du consommateur en droit algérien", IDARA revue de l'école National d'administration N5K . 1995.
- 2/Code français de la propriété intellectuelle,2eme édition , Dalloz , paris , 2000.

### ثالثا: مواقع الانترنت

1/http://www.mipi.dz/ وزارة التنمية الصناعية وترقية الاستثمار الموقع الإلكتروني :  
تاريخ الزيارة 2014/05/01 علنا الساعة 10:20 صباحا

2/ عبد الله الخشروم، الحق في التعويض الناشئ عن التعديك وجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية ""  
دراسة في التشريع الأردني ""، منشور في الدليل الإلكتروني وقانون العربي، الموقع الإلكتروني :  
(تاريخ الزيارة 2014/04/05 على الساعة 10:23 صباحا .www.arablawinfo.com)