



حماية العلامة التجارية من التقليد في ضوء التشريع و القضاء الوطني و المقارن  
Protect the trademark from imitation in the national legislation jurisprudence and  
comparative law

عكاشة بوكعبان(\*)

جامعة سيدي بلعباس ، الجزائر

[okachasba@yahoo.fr](mailto:okachasba@yahoo.fr)

تاريخ الإيداع: 2020/02/24 تاريخ القبول: 2020/03/28 تاريخ النشر: 2020/09/30

الملخص:

يعتبر موضوع العلامة التجارية من المواضيع ذات الأهمية الخاصة ضمن الدراسات القانونية الناظمة لبيئة المال و الأعمال لاسيما في الوقت الراهن الموسوم بتطور و تعقيد تقنيات إشهار السلع و الخدمات ، لما أصبح يؤديه من دور في دعم تنافسية المؤسسة في السوق حيث تعتبر فكرة العلامة التجارية همزة الوصل الحقيقية بين فئة المنتجين أو الموزعين للسلع والخدمات وبين جمهور المستهلكين، ففي هذا الصدد تؤدي العلامة وظيفة الإعلان عن السلع والخدمات بعدما أصبح الإعلان أو الإشهار هو روح التجارة في العصر الحديث. كما أن وضع العلامة على سلعة أو خدمة ما يعني بالضرورة لدى المستهلك ضمان جودة ونوعية هذه السلعة أو الخدمة، إذا سلمنا سلفا بأن من شروط العلامة أن تكون مما يدرك بالبصر وهو أول ما يقع على السلعة أو الخدمة المعروضة في السوق.

الكلمات الدالة:

العلامة التجارية، التقليد و المتابعة الجزائية.

**Abstract:**

The subject of the trademark is one of the topics of special importance within the legal studies that regulate the financial and business environment, especially at the present time marked by the development and complexity of advertising techniques for goods and services, as it has become a role in supporting the competitiveness of the institution in the market where the idea of the brand is considered the true link between the category Producers or distributors of goods and services and among the consumer public. In this regard, the mark performs the function of advertising goods and services After advertising or publicity has become the spirit of trade in the

(\*) المؤلف المرسل: بوكعبان عكاشة: [okachasba@yahoo.fr](mailto:okachasba@yahoo.fr)



modern era, just as placing the mark on a good or service means what necessarily requires the consumer to guarantee the quality and type of this good or service, if we recognize in advance that one of the conditions of the mark is that it is what is perceived by sight and is the first thing that falls on The good or service offered in the market .

**Key Words:** Trademark, counterfeiting, criminal prosecution

\*\*\*\*\*

يعتبر موضوع العلامة التجارية أحد أهم مواضيع الدراسات القانونية الحديثة التي تعني بتنظيم و تأصيل بيئة المال و الأعمال في جانبها القانوني ، و ذلك لما أصبح يؤديه من دور في دعم تنافسية المؤسسة في السوق حيث تعتبر فكرة العلامة التجارية همزة الوصل الحقيقية بين فئة المنتجين أو الموزعين للسلع والخدمات وبين جمهور المستهلكين، ففي هذا الصدد تؤدي العلامة وظيفة الإعلان عن السلع والخدمات بعدما أصبح الإعلان أو الإشهار هو روح التجارة في العصر الحديث. كما أن وضع العلامة على سلعة أو خدمة ما يعني بالضرورة لدى المستهلك ضمان جودة و نوعية هذه السلعة أو الخدمة، إذا سلمنا سلفاً بأن من شروط العلامة أن تكون مما يدرك بالبصر وهو أول ما يقع على السلعة أو الخدمة المعروضة في السوق.

وبالنظر إلى أهمية الدور الذي أصبحت تؤديه العلامة التجارية سواء لفائدة منتجي أو مقدمي السلع أو الخدمات أو لفائدة المستهلكين فقد عمدت جل التشريعات الحديثة بما فيها المشرع الوطني إلى سن النصوص القانونية الكفيلة بحمايتها من كل أشكال الغش أو التعدي سواء تعلق الأمر بالجانب الجزائي عن طريق مكافحة جريمة التقليد، أو بالجانب المدني عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة. وقد ارتأينا دراسة هذا الموضوع من خلال الإجابة عن إشكالية رئيسية تتعلق بالتأصيل التشريعي لموضوع العلامة التجارية وبالشروط الواجب توفرها عليها لجعلها مكفولة بحماية القانون. ثم كيفية تعامل القضاء الوطني و المقارن مع الممارسات التي تنطوي على وصف التقليد لعلامة تجارية.

### المبحث الأول: التأصيل التشريعي لفكرة العلامة التجارية

إن الحديث عن موضوع مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية كسلوك ينطوي على نية تضليل أو خداع جمهور المستهلكين و المساس بمبدأ المنافسة النزيهة الذي تقوم عليه بيئة الأعمال<sup>1</sup>. تستوجب منا بداية تحديد المقصود بالعلامة التجارية والشروط القانونية الواجب توافرها عليها لجعلها تحظى بحماية القانون والقضاء.



## المطلب الأول: العلامة التجارية تعريفها وعناصرها

يعرف الفقه العلامة التجارية في معناها الاصطلاحي بأنها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يضعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون<sup>2</sup>. وفي دائرة التشريع تولى المشرع المغربي تعريفها بموجب المادة 133 من القانون رقم 19-197 بقوله: "يراد في هذا القانون بعلامة الصنع أو التجارة أو الخدمات كل شارة قابلة للتصميم الخطي تمكن من تمييز منتجات وخدمات شخص طبيعي أو معنوي"<sup>3</sup>. على أنه بالنسبة للمشرع الوطني فقد تولى تنظيم موضوع العلامة التجارية بموجب الأمر رقم 66-97 المؤرخ في 19-03-1966 الملغى والمعوض بالأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19-07-2003<sup>4</sup> وعرف العلامة بموجب المادة 02 فقرة 1 منه بقوله: "يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يأتي:

### العلامات:

كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام-والرسومات والصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحيها، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره". ويبدو واضحا من ظاهر النص أنه قد حوى على أمثلة لأهم العناصر التي يمكن اتخاذها كعلامة تجارية فعدد الأحرف والأرقام والرسوم والأسماء والألوان وهو تعداد ورد على سبيل المثال وليس الحصر كما هو مستفاد من عبارة كل الرموز لاسيما". وقياسا على هذا النص يمكن إضافة ما يسمى باسم النطاق الذي استحدثه المشرع بمناسبة تنظيمه لنشاط التجارة الالكترونية بموجب القانون رقم 05/18 ، المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، حيث نص في المادة 06 منه الفقرات 1 ، 3 ، 4 و 8 بقوله: " يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي :

التجارة الالكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية .

المستهلك الالكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية ن المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي المورد الالكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع و الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية .



اسم النطاق: عبارة عن سلسلة أحرف و/ أو أرقام مقيسة و مسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق ، و تسمح بالتعرف و الولوج إلى الموقع الإلكتروني.<sup>5</sup> و بالنسبة للتسميات فإنه يمكن أن تكون العلامة هي اسم الشخص العائلي أو حتى اسمه الشخصي بشرط أن يكتب بطريقة هندسية معينة فيتخذ شكل مربع أو مسدس أو أن يكتب بخط كوفي أو فارسي.<sup>5</sup> كما يشترط أيضا عدم المساس بحقوق الغير الذي كانت له الأسبقية في تسجيل العلامة واستعمالها تحت نفس الاسم ونفس النشاط أو المنتج، وهو المبدأ الذي أكدته محكمة استئناف الرباط في قرار لها في شهر جوان من سنة 1947 بقولها: "إذا كان لكل شخص الحق في استعمال اسمه كعلامة صنع فإنه يحتم عليه ألا يستعمله بشكل يؤدي إلى اختلاط بعلامة موجودة بنفس الاسم وذات شهرة عالية". كما يمكن أن تتخذ العلامة شكل الأحرف والأرقام والمختصرات لتمييز منتج أو خدمة ما عن غيرها كاستعمال علامة BMW لصناعة السيارات أو L G للصناعة الإلكترونية، أو استخدام الأرقام كعلامة كما هو الشأن بالنسبة لرقم 1888 أو 555 لتمييز بعض العطور، وليس هناك ما يمنع من أن تتخذ العلامة شكل الأحرف والأرقام معا كما في علامة 7UP لتمييز نوع معين من المشروبات الغازية ذات الشهرة العالمية.

وعلى العموم فقد تتسع العلامة لتتخذ من الصور والأشكال عنصرا لها ، كالرموز والرسوم وصور الفواكه والحيوانات والأغنام والنقوش والألوان بمفردها أو مركبة أو الكلمات أو خليط بما ذكر أو بعضا منه طبقا دائما للعدد الذي أورده المادة 02 سابقة الذكر. على أنه يجب التمييز دائما بين ما يعد علامة تجارية أو علامة صنع وبين ما يعد اسما تجاريا كعنصر من عناصر المحل التجاري كما هو منظم بنص المادة 78 ق ت ج ، وهذا هو الطرح الذي انتهت إليه المحكمة العليا في قرار لها بتاريخ 10 جوان 2003<sup>6</sup> حيث أكدت "وجوب التمييز بين العلامة التجارية باعتبارها الرموز والأشكال التي تميز السلع والخدمات وبين الاسم التجاري الذي يعتبر عنصرا من عناصر المحل التجاري وذلك في قضية شركة "قهوة الصباح" ضد (وع) قصد منع المطعون ضده من استعمال نفس التسمية التي أودعها بالمركز الوطني للسجل التجاري رغم أن الطاعنة لم تقم بأي إيداع لعلمتها وأسست طعنها بأن النزاع يتعلق باسم تجاري وليس بعلامة تجارية وأن قضاة الموضوع باعتمادهم على الأمر رقم 66-57 بدل المادة 78 ق ت ج قد التزموا صحيح القانون."

المطلب الثاني: الشروط القانونية الواجب توافرها في العلامة التجارية.



لا يكفي في العلامة التجارية لكي تحظى بحماية القانون أن تتخذ أحد الأشكال المتقدم بيانها ، بل يجب أن تتوفر على مجموعة شروط قانونية منها ما هو موضوعي ومنها ما هو شكلي كما يلي:<sup>7</sup>

#### 1- شرط الصفة المميزة أو الفارقة:

وهو شرط أساسي تقرر لحماية صاحب العلامة من كل تقليد أو منافسة غير مشروعة، ولحماية المستهلك أيضا من اقتناء سلع أو خدمات مشابهة لما اعتاد على اقتنائه سابقا ، ففي هذا الصدد قضت محكمة العدل العليا بالأردن في قرار لها تحت رقم 5504 سنة 1955 بأن: "القاعدة الأساسية لجواز تسجيل علامة تجارية أو عدمه ، يجب أن تكون تلك العلامة ذات صفة فارقة وأن لا تكون مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية تخص شخصا آخر".<sup>8</sup>

ويتمتع قاضي الموضوع بكامل السلطة التقديرية لتقدير ما إذا كانت العلامة ذات طابع مميز من عدمه، وله أن يأخذ في ذلك بكافة القرائن بمال فيها طول مدة استعمال العلامة حيث سرعان ما تستقر في أذهان الزبائن لطول مدة الاستعمال والدعاية كدليل على منتجات أو خدمات مستعملها، وقد انتهت المحكمة العليا إلى ذلك في قرار لها بتاريخ 01-04-2009<sup>9</sup> في نزاع المدعو (ج ب) المالك للعلامة التجارية Gold PALM ضد (ب س) صاحب علامة LA PLUME D'OR وقضت بتأييد القرار الصادر عن مجلس قضاء تلمسان بتاريخ 05-12-2006 والذي قضى بتأييد الحكم الصادر عن محكمة أول درجة على أساس "وجود تشابه بين العلامتين ووجود تقليد يرتب ضررا وأضاف أن المواصفات التي حددها المجلس كافية لإثبات التشابه بين العلامتين وهذا يدخل تحت السلطة التقديرية للقضاة ولا يجوز مراقبة إثبات الوقائع". وبعكس ذلك نفت المحكمة العليا في قرار لها بتاريخ 13 جويلية 1999 قيام جرم التقليد حينما نقضت قرار المجلس الذي أبطل علامة إيفري IFRI وأكدت ذلك بأنه "كان على قضاء الموضوع أن يتحققوا من أن هذه التسمية تخضع حقا للحماية القانونية وهي فعلا علامة تجارية بمفهوم المادة 02 من الأمر المذكور كما أن إيفري هو اسم لمكان تاريخي ومنطقة جغرافية من البلاد يرمز لمكان انعقاد مؤتمر الصومام.

نتيجة لذلك فإذا كان ممكنا القول بمجرد تقليد لعلامة إيفري الخاصة بالمياه المعبأة والمشروبات وغيرها من المواد المودعة بالمعهد فإن استعمال نفس التسمية لمنجوع العطر لا يعد ذلك".



ولتوضيح أكثر لم تعتبر المحكمة العليا تقليدا استعمال علامة ألو بجوار الهاتف المقارنة مع ألو OTA تأسيسا على أن كلمة ألو هي كلمة عامة ليست ملك h لأحد باعتبارها ترجمة للكلمة الانجليزية HELLO بمعنى الترحيب<sup>10</sup>

2- شرط الجودة:

ومقتضى هذا الشرط أن تكون العلامة جديدة لم يسبق لأحد أن قام باستعمالها أو تسجيلها، وذلك درءا لاحتمال حدوث اللبس أو التضليل لدى المستهلك العادي حول مصدر السلطة أو الخدمة. على أن شرط جودة العلامة التجارية ليس شرطا مطلقا بل هو مقيد من نواح ثلاث<sup>11</sup>، فمن حيث نوع المنتجات فإن هذا الشرط يهدف إلى تمييز المنتجات أو الخدمات ومنع الخلط بينها وبين المنتجات المماثلة لها فقط دون أن يتعدى ذلك إلى منتجات متباينة في الطبيعة. وتأكيدا لهذه الفكرة حكم القضاء الأردني ممثلا في محكمة العدل العليا في قرار لها تحت رقم 87-39 سنة 1987 بأن: "حماية العلامات التجارية لا تتعدى المنتجات التي نصت عليها شهادة تسجيل تلك العلامة، فلا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز سلعة أخرى تختلف عنها"<sup>12</sup>. أما من حيث المكان فإنه إذا تم تسجيل العلامة بالمعهد الوطني للملكية الصناعية بالجزائر العاصمة، فإن نطاق الحماية يتسع ليشمل كامل التراب الوطني ولا يقتصر على مدينة الجزائر وحدها، وإذا كانت العلامة أجنبية ولم تسجل بالجزائر فإنه لا مانع من استخدام نفس العلامة من قبل التاجر بالجزائر، ما لم تكن الدولة الأجنبية التي تم تسجيل العلامة بها عضوا موقعا على اتفاقية باريس لسنة 1883 والتي تحمي علامات رعايا كل الدول الأعضاء فيها.

ومن حيث الزمان فقد نصت المادة 05 فقرتين 02 و 03 من الأمر 06-03 على أنه: "دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقات الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر 10 سنوات تسري بأثر من تاريخ إيداع الطلب. يمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر 10 سنوات وفقا للأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق هذا الأمر."

ومفاد ذلك أنه إذا لم يقوم صاحب العلامة بتجديد تسجيلها خلال الأجل المقررة لذلك فإن هذا يفسر على أنه نزولا منه عن حقوقه فيها، ويحق للمصالح المختصة شطبها من سجل العلامات بعد إخطاره بانتهاء مدة تسجيل علامة دون أن يبادر بتجديد التسجيل، فيتم شطبها



على أساس أنها أصبحت علامة مهجورة ويحق من ثم للغير استعمالها من جديد دون أن يشكل ذلك تعديا عليها.<sup>13</sup>

3- شرط المشروعية: نص المشرع على هذا الشرط في المادة 07 من الأمر 03-06 ويقصد بمشروعية العلامة ألا تكون ممنوعة قانونا، حيث تحظر معظم التشريعات الحديثة أن تستعمل كعلامة تجارية دمغة الحكومة وشعارها والعلامات الكاذبة التي تهدف على خداع الجمهور، ويضاف إلى هذه القيود قيد أساسي آخر هو قيد النظام العام والآداب فلا يصح أن تتضمن العلامة اسما أو صورة فاضحين أو مغلين بالآداب العامة.

#### 4- شرط تسجيل العلامة لدى المصالح المختصة:

وهو شرط شكلي أو إجرائي أساسي يضاف إلى الشروط الموضوعية أعلاه مضمونه إعلان الغير بملكية العلامة التجارية وهو قرينة على ملكية العلامة ، حيث يتمتع مالك العلامة المودعة والمسجلة بشكل قانوني بحماية جزائية عن كل سلوك ينطوي على وصف التقليد فضلا عن الحماية المدنية من خلال إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>14</sup> . وباعتبار العلامة حق مالي فإنها تسمح لصاحبها الذي استوفى شرط التسجيل كافة السلطات كاستعمال العلامة واستغلالها والتصرف فيها ورهنها، وقد نص المشرع على هذا الشرط في المادة 04 من الأمر 03-06 بقوله: " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة "، كما نصت المادة 05 فقرة 01 الموالية على أنه: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة". ويقابل هذه النصوص في التشريع المغربي نص المادة 143 من القانون رقم 97-17 بقوله: " تستفيد العلامات المودعة بصورة قانونية والمسجلة من لدن الهيئة المكلفة بالملكية الصناعية وحدها من الحماية المقررة في هذا القانون ابتداء من تاريخ الإيداع".<sup>15</sup>

وتطبيقا لهذا الشرط ذهبت المحكمة العليا في قرار لها بتاريخ 2010-02-014 في النزاع بين (ح.ع) والشركة ذ م م (أ) وأبنائه بقولها "لكن حيث يتبين عن القرار المطعون فيه أنه جاء سليم المبني والأساس، ذلك أن القضاة للفصل في النزاع اعتمدوا على نص المادة 04 من الأمر رقم 03-06 فضلا على أن الطاعن لم يقدم ما يثبت أنه قام بتسجيل العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الفكرية وبالتالي فإنه لا صفة له في المطالبة في استعمال العلامة موضوع النزاع".<sup>16</sup>



## المبحث الثاني: الحماية القانونية والقضائية للعلامة التجارية من التقليد:

تعتبر جريمة التقليد من أخطر صور الجرائم التي تطل العلامة التجارية والتي عرفت انتشارا واسعا بالجزائر بعد تبني السلطة العامة لسياسة الانفتاح الاقتصادي وتحرير قطاع التجارة الخارجية ، وقد توصلت الدراسات الإحصائية في مجال التجارة الدولية إلى إعلان مبالغ مالية ضخمة تمثل قيمة السلع والخدمات المقلدة والتي بلغت قيمة 200 مليار دولار سنة 2005 لترتفع إلى مبلغ 250 مليار دولار سنة 2007<sup>17</sup> ووعيا من المشرع الوطني بجسامة الأضرار التي تخلفها هذه الجريمة سواء على اقتصاد الدولة أو المؤسسات أو جمهور المستهلكين ، فإنه بادر بإقرار النصوص الكفيلة بردع هذه الجريمة والوقاية منها وذلك من خلال مصادقته على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883<sup>18</sup> ، بموجب الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 09 يناير 1975 بعد أن انضمت إليها الجزائر بموجب الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فيفري 1966 ثم بموجب الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 19696 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية الملغى والمعوض بالأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003.

### المطلب الأول: ماهية جريمة تقليد العلامات التجارية

رغم الطابع السلس أو المرن الذي يميز جنحة التقليد والتي تتنوع وتتعدد بتعدد التصرفات التي يراها المشرع غير مشروعة ، والتي عرفت أشكالا وصورا جديدة تبعا للتطور العلمي والتقني الذي أصبح يميز بنية الأعمال وشيوع نشاط التجارة الإلكترونية، فإن كل هذا لم يحل دون محاولة المشرع لتقديم مفهوم عام لسلوك تقليد العلامة التجارية لدى نصه في المادة 26 فقرة 01 من الأمر رقم 03-06 "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه ، يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة". ويأخذ الفقه<sup>19</sup> على تعريف المشرع هنا أنه لم يكن موفقا حينما حصر التقليد في المساس بالحقوق الاستشارية لصاحب العلامة فقط ، ذلك أن هذا السلوك ذو نطاق واسع يشمل أيضا حقوق المستهلك الذي يستعمل منتوجا لا يتلاءم مع ما كان ينتظره من شرائه كما يضر بالمجتمع كونه يشكل منافسة غير نزيهة أو غير عادلة ، كما يمس بمصداقية المنتج وينقص من قيمته ولا يشجع على البحث والابتكار فضلا عن مساسه بالصحة العامة كما في تقليد منتج الدواء أو السلامة العامة في مسألة تقليد قطع الغيار. وفي دائرة القضاء ذهبت المحكمة العليا في قرار لها بتاريخ 05-02-2002<sup>20</sup> إلى أن التقليد هو ذلك التشابه الموجود بين





علامتين موضوعتين على نفس المنتج والذي من شأنه أن يحدث لبسا أو خلطا عند المستهلك متوسط الحرص أو الانتباه. وعرفها آخرون بالقول

"la contrefaçon désigne de manière générale toute atteinte aux droits d'un détenteur de titre de propriété intellectuelle (qu'il s'agisse des brevets d'invention, des marques de fabrique ou de commerce, des dessins et des modèles, des appellations d'origine, ou des droits d'auteur et droits voisins) par la reproduction sans autorisation de son œuvre.

Les produits ciblés par la contrefaçon sont essentiellement des produits de créations intellectuelles, appartenant aux deux grandes catégories de la propriété intellectuelle, à savoir la propriété littéraire et artistique".

ويشترط لقيام جنحة التقليد ما يشترط في الجريمة عموما طبقا للقواعد العامة في قانون العقوبات ونعني بذلك الأركان وهي:

**الركن الشرعي:** طبقا للقواعد العامة المقررة في قانون العقوبات والتي تتضمن بأن لا عقوبة ولا جريمة أو تدابير أمن إلا بنص ، عمد المشرع إلى تجريم سلوك التقليد باعتباره يأخذ وصف الجنحة، حيث نص في المادة 26 فقرة 02 من الأمر 06-03 على أنه: "يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه".<sup>1</sup>

**الركن المادي:** إن قوام العنصر المادي في هذه الجريمة هو فعل اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية أو نقل الأجزاء الرئيسية منها حيث تقترب العلامة المقلدة من العلامة الأصلية بصورة تؤدي إلى تضليل المستهلك متوسط الانتباه ، كما يتم التقليد عن طريق التغيير أو الإضافة أو التشويه للعلامة التجارية الأصلية بطريقة قد تؤدي إلى احتمال حدوث الخلط لدى الناس بين العلامتين.

وتجمع جل التشريعات الحديثة على أن الركن المادي لجريمة التقليد لا يتحقق إلا بوجود علامة تجارية أصلية مسجلة مسبقا لدى الجهة المختصة بذلك ، حيث نص المشرع الوطني في المادة 27 فقرة 01 من نفس الأمر على أنه: "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها". وهو نفسه موقف المشرع التونسي في المادة 45 من القانون رقم 36 لسنة 2001 المؤرخ في 17 أبريل 2001 المتعلق بحماية علامات الصنع التجارية.<sup>22</sup>



**الركن المعنوي:** ويتمثل في قصد الاحتيال ، إذ يلزم لقيام هذه الجريمة توافر نية الاحتيال لدى الجاني من منطلق أن جريمة التقليد هي جريمة ذات هدفين يتمثل الأول في الاعتداء على الحق في العلامة بينما يتمثل الهدف الثاني في غش المستهلك وتضليله ، ورغم عدم نص المشرع في المادة 26 سابقة الذكر على عنصر العمد أو النية إلى انه في هذه الجريمة يكون مفترضا يستخلص من جملة دلائل منها أن تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية يفترض علم الجميع به ، ولا يمكن للفاعل أن يتذرع بجهله بهذا التسجيل.<sup>23</sup> وأكثر من ذلك واستثناء من القواعد العامة التي تقضي بأنه لا شروع إلا في الجناية، عمد المشرع إلى تجريم مجرد المحاولة في تقليد العلامة التجارية ، بعدما نص في المادة 28 من نفس الأمر على أنه: "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة ، ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أفعالا توحى بأن تقليدا سيرتكب".

#### المطلب الثاني: عقوبات الجريمة

يتمتع مالك العلامة التجارية المودعة والمسجلة بطريقة قانونية سليمة تستند في ذلك إلى نية حسنة (28) لنوعين من الحماية ، حماية جزائية خاصة تقررت لردع الجرائم التي تقع على الحق في العلامة، والتي يطلق عليها بجريمة التقليد حيث تقوم الجريمة المستوجبة للعقاب بمجرد وقوع سلوك التقليد مع توافر ركنه المعنوي حتى ولو لم يصب مالك العلامة بأي ضرر ، كأن يكون المنتج الذي تغطيه العلامة المقلدة أكثر جودة من ذلك الأصلي أو إذا كان المنتج المغطى بعلامة مقلدة يباع في أسواق غير تلك التي باع فيها المنتج الحامل للعلامة الأصلية. أما الحماية المدنية فتهدف إلى جبر الضرر الذي أصاب صاحب العلامة الأصلية نتيجة لفعل التقليد، وهي حماية تقوم على أساس المسؤولية التقصيرية باعتبار التقليد يشكل بذاته إخلالا بالتزام قانوني عام هو عدم الإضرار بالغير طبقا لما نصت عليه المادة 124 ق م ج ، وتعرف الدعوى التي ترفع في هذا الشأن بدعوى المنافسة غير المشروعة ، والتي ترفع سواء أمام المحكمة المدنية المختصة أو أمام القسم الجزائي أثناء نظره في الدعوى العمومية التي تقوم عن جرم التقليد.

وعلى العموم يعاقب المشرع الجزائري وعلى غرار باقي التشريعات الحديثة على هذه الجريمة بعقوبات الحبس والغرامة أو بإحدى العقوبتين فقط ، وهو ما نص عليه المشرع في المادة 32 من الأمر رقم 06-03- بقوله: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال



بأحكام الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم ، فإن كل من ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة 06 أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من مليونين وخمسمائة ألف 2.500.000 دج إلى عشرة ملايين دينار 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

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

ويقابل هذا النص في التشريع التونسي نص المادة 51 من القانون رقم 36 لسنة 2001 سابق الذكر وهي تعاقب عن جرم التقليد بعقوبة الغرامة فقط والتي تتراوح بين 10.000 دينار و 50.000 دينار وفي حالة العود تعاقب المادة 53 من نفس القانون بعقوبة الحبس التي تتراوح بين شهر وستة أشهر وبضعف الغرامة.<sup>25</sup> وفضلا عن العقوبات الجزائية أعلاه أعطى المشرع للطرف صاحب العلامة الحق في طلب إبطال العلامة المقلدة التي تم تسجيلها بالمخالفة لأحكام الفقرات من 01 إلى 09 من المادة 07 من نفس الأمر، وهو ما نصت عليه المادة 20 فقرة 01 من الأمر 03-06 دائما وطبقا للفقرة الثانية من ذات المادة تتقدم دعوى الإبطال بمرور خمس سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة باستثناء التسجيل الذي تم بسوء نية. (30).

#### خلاصة:

في ختام هذه الدراسة المقتضية حول الحماية القانونية للعلامة التجارية من التقليد ، نخلص إلى أنه ليس لأحد أن ينكر حرص المشرع على توفير الإطار القانوني الكفيل بقمع هذه الجريمة التي استفحلت بشكل كبير عقب تبني خيار الاقتصاد الحر ، وما تبع ذلك من فتح للأسواق الوطنية أمام المنتجات والسلع المستوردة ، وبرغم هذه السياسة التشريعية التي تم تصويبها في اتجاه التنسيق مع الاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر في هذا الشأن وأهمها اتفاقية باريس لسنة 1883، إلا أن ذلك لم يكن كافيا بذاته للحد من هذه الجريمة. وهو ما يستدعي البحث في سبل الوقاية أو الرقابة السابقة بدل الاكتفاء بالعقوبات الجزائية التي ثبت فشلها في مكافحة الجريمة، وهو ما يفسر اتجاه المشرع الحديث إلى تبني نظام الوساطة كوسيلة بديلة لمحاربة الجريمة بدل خيار الدعوى العمومية وذلك في عدة جرائم. وعلى العموم فإن ذلك يتم من خلال تعزيز الدور الرقابي للأجهزة الإدارية المختصة كإدارة الجمارك وأجهزة الرقابة وجمع الغش والمعهد الوطني للملكية الصناعية. يضاف إلى كل ذلك المبادرة بتعديل



نصوص هذه القوانين حتى تواكب ما استجد في الساحة العملية لاسيما ما تعلق بانتشار ظاهرة التجارة الالكترونية التي أصبحت تستقطب الكتلة النقدية الأكبر في الأسواق الأوروبية مثلا ، رغم منع المشرع الصريح لكل معاملة الكترونية تنطوي على مساس بحقوق الملكية الصناعية أو الفكرية لدى نصه في المادة 03 من قانون التجارة الالكترونية سابق الذكر على أنه : " تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية تتعلق بالمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية او الصناعية أو التجارية ."

### الهوامش:

- 1- أنظر، قرموش عبد اللطيف ، بياجي حميد ، إبراهيمي الهاشمي وبوفلجة عبد النور، المستشارين بالمحكمة العليا ، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص -التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي- 2012، ص 61.
- 2- أنظر، د.صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة 2012، ص 254.
- 3- أنظر، بوشعيب البوعمري ، المستشار بالمجلس الأعلى المغربي للعلامة التجارية على ضوء القانون والاجتهاد القضائي بالمغرب، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص- التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي 2012، ص 91.
- 4- الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19-07-2003، جريدة رسمية عدد 44، صادرة في 23 يونيو 2003.
- 5- القانون رقم 05/18 ، المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية ، جريدة رسمية عدد 28 ، صادرة في 16 ماي 2018.
- 6- مجلة المحكمة العليا، عدد خاص 2012، ص 50 أشار إليه جمال ساسي ، الاجتهاد الجزائري في المادة التجارية والبحرية ، الجزء الثالث، منشورات كليك، الطبعة الأولى 2013، ص 1333.
- 7- أنظر، د.محمد سمير الشرقاوي ، القانون التجاري، الجزء الأول ، دار النهضة العربية ، ط7، 1987، ص 529.
- 8- أنظر، د.صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 277.
- 9- قرار المحكمة العليا، أشار إليه جمال ساسي ، المرجع السابق، ص 1319.
- 10- أنظر، مجبر محمد ، المستشار بالمحكمة العليا ، التقليد في مفهوم الاجتهاد القضائي، على ضوء قراءات المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص.. التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، 2012، ص 13.
- 11- أنظر، د. علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، المؤسسة الجامعية مصر، الطبعة الأولى، 2010، ص 285.



- 12- أنظر، د.صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 280.
- 13- أنظر، د.علي نديم الحمصي، المرجع السابق ، ص 285.
- 14- أنظر، د. عبد الرحمن السيد قرمان، الاتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية المشهورة، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2008، ص 130 وما يليها.
- 15- أنظر، بوشعيب البوعميري ، المقال السابق ، ص 99.
- 16- قرار محكمة عليا أشار إليه جمال سايس ، المرجع السابق ، ص 1339.
- 17- Xavier vermandele, la contrefaçon et le piratage: un phenomena Mondial, Revue de la contre du preme-Numéro special- la contrefaçon à la lumière de la loi et de jurisprudence p 43.
- 18- عرفت الاتفاقية عدة تعديلات بدءا بتعديل بروكسل في 14 ديسمبر 1900، واشنطن في 02 جوان 1911، لاهاي في 06 نوفمبر 1925، لندن في 025 جوان 1934، لشبونة في 31 أكتوبر 1958 وستوكهولم في 14 جويلية 1967.
- 19- أنظر قرموش عبد اللطيف، بياجي حميد، الهاشي وبوفلجة عبد النور، المقال السابق، ص 63.
- 20- أنظر مجبر محمد، المقال السابق، ص 98.
- 21- Hennoun Mokrane, L'expérience des douanes algérienne en matière de lutte contre la contrefaçon, Revue de la cour suprême Numéro spécial, la contrefaçon à la lumière de la loi et la jurisprudence 18.
- 22- أنظر، علي كحلون، المستشار بمحكمة التعقيب التونسية ، الملكية الصناعية وجريمة التقليد في التشريع التونسي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي 2012، ص 143.
- 23- أنظر، قرموش عبد اللطيف ، بياجي حميد ، ابراهي الهاشي وبوفلجة عبد النور، المقال السابق ، ص 157.
- 24- أقرت المحكمة العليا هذا المبدأ في قرار لها بتاريخ 04-02-2009 بخصوص نزاع حول العلامة التجارية XAVIER LAURENT بقولها: "إن الأسبقية لا تتحقق إلا عن حسن النية ومن الثابت أن الطاعنة باعترافها أنها كانت تستورد وتقتني بضائعها منها والحاملة نفس العلامة ، فهي على علم بملكية المطعون ضدها لذات العلامة ، وبالتالي فعنصر الغش متوفر والمسؤولية تقصيرية".
- 25- أنظر، علي كحلون ، المقال السابق ، ص 157.
- أنظر بلمهدي عبد الحفيظ، مدير عام المعهد الوطني للملكية الصناعية ، التقليد في العلامة التجارية، أشكاله وطرق الحماية، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص ، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي ، 2012، ص 71.