الحماية الجنائية للعلامة التجارية كوجه من أوجه الحماية القانونية في القانون الجزائري

تاريخ الإرسال: 25-01-2018
تاريخ القبول: 05-03-2018
تاريخ النشر: 03-08-2018

د/ بن جديد فتحي
أستاذ محاضر صنف "أ"
معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي غليزان

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى دراسة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية عن طريق دعوى التقليد التي نظمها قانون 06/03 المتعلق بالعلامات، وكذلك قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وذلك من حيث القيمة القانونية لهذه الدعوى، ومدى كفايتها في حماية العلامة من أنواع التعدي المختلفة، خاصة وأن المساس بالحقوق الاستئثارية لمالك العلامة له العديد من الأشكال والأنماط المختلفة.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، حقوق استئثارية، التقليد، الحماية الجنائية.

Résumé:

Cet article vise à examiner la protection juridique de la marque par la loi 03/06 sur les marques, ainsi que la loi 04/20 pour déterminer les règles applicables aux pratiques commerciales en termes de valeur juridique et l'adéquation de la marque pour protéger la marque contre les types d'infractions. Surtout que la violation des droits exclusifs du titulaire de la marque a de nombreuses formes et modèles différents?

مقدمـة:

إن العلامة التجارية موضوع يحتل أهمية كبيرة في مضمون حقوق الملكية الصناعية، نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في التقدم الاقتصادي والصناعي لأي بلد.

وقد كانت العلامة التجارية موجودة منذ القدم، حيث كانت القبائل العربية تضع الأختام و الوشم على إبلهم لتمييزها، كما استخدم الرومان الكثير من العلامات على المنتجات الفخارية،

أما اليوم فقد شاع استخدام العلامات التجارية حتى غزت عالم الأعمال، فالعلامة لها دور في الحياة الاقتصادية باعتبارها عاملا من عوامل التطور، نظرا لدورها التحفيزي في الإنتاج، وتعتبر اليوم وسيلة قانونية في خدمة إستراتيجية المؤسسات لتوسيع أسواقها، فهي أداة للتعريف بالمنتجات أو الخدمات التي تحملها عبر العالم، كما تعتبر العلامة ذات قيمة مالية تدخل في الذمة المالية لمالكها.

لهذا يعتبر تقليد العلامة ماسا بمصالح صاحب العلامة، ومضرا بحقوقه الاستئثارية، وماسا كذلك بمصالح وصحة المستهلك، باعتبار أن العلامة هي وسيلة للتعرف على المنتجات، فهي رمز للثقة والجودة.

و تقليد العلامة لم يعد مقتصرا على المنتجات عالية الجودة والمشهورة، وإنما امتد ليشمل كل المنتجات ومهما كانت طبيعتها، والحماية الجزائية المقررة لها ترد عليها في حد ذاتها بغض النظر عن القيمة الاقتصادية للسلعة أو الخدمة المرتبطة بها.

ومع تزايد ظاهرة التقليد وتطور الأساليب الاحتيالية في ذلك، يطرح التساؤل دوما حول الحماية الجنائية للعلامة التجارية كوجه من أوجه الحماية القانونية، وهل تعتبر العقوبة المقررة كافية للردع؟

لهذا سأقسم هذه الدراسة إلى مباحث ثلاث، الأول نخصصه لتعريف تقليد العلامة التجارية والثاني نخصصه لشروط الحماية الجزائية للعلامة، أما المبحث الثالث فنتناول فيه العقوبات المقررة لها من التقليد.

المبحث الأول: التعريف بتقليد العلامة التجارية

لا بد علينا أولا أن نعرف العلامة التجارية في المطلب الأول ثم إلى تعرف التقليد في المطلب الثاني.

المطلب الأول تعريف العلامة:

سنتطرق إلى التعريف الفقهي ثم للتعريف الذي جاءت به الاتفاقيات الدولية والقوانين المقارنة.

أولا: التعريف الفقهي للعلامة التجارية.

هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة[1]، فهي إشارة ظاهرة يستعملها أو يرد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره[2]، فالعلامة التجارية تعتبر وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين والتجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية، بحث يتخذ أحد التجار أو المنتجين علامة تجارية أو صناعية معينة تمييزا لبضائعه أو منتجاته، وفي الوقت نفسه يمنع عن غيره من التجار والمنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع مماثلة[3].

وهناك من عرفها بأنها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو خدماته عن مثيلاتها وقد تكون مملوكة لشخص طبيعي أو معنوي وتكون متميزة حينما تتخذ شعارا خاصا بها وتشمل الأسماء أو الكلمات أو الإمضاء أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الألوان أو الرموز أو العناوين أو الأختام أو النقوش أو الإعلانات أو الشكل أو الصور أو أي مزيج من ذلك[4]، وبالرجوع لكل هذه التعريفات نجدها تتقاطع حول فكرة واحدة اختصرها جاك أزيما "Jacques Azéma" بقوله: "كل إشارة توضع على منتوجات أو خدمات مؤسسة قصد تمييزها عن تلك المنافسة لها"[5]

ثانيا: تعريف العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية والقوانين المقارنة.

نصت اتفاقية تريبس في مادتها 1/15 منها أن: "العلامة التجارية هي كل إشارة يمكن أن تشكل علامة شرط أن تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة من تلك

---

[1] - **إيناس مازن فتحي الجبارين**، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، أطروحة دكتوراه في القانون، 2010، جامعة الشرق الأوسط، ص 24، محمل بتاريخ 01/07/ 2017 طريق الانترنت:

https://meu.edu.jo/libraryTheses/58e093e27a511_1.pdf

[2] - **حمدي غالب الجغبيري**، العلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان،2011، ص42

[3] - **محمد حسنين**، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة العمومية للكتاب، الجزائر، 1985، ص197

[4] - **بوبشطولة بسمة**، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، 2015/2014، كلية الحقوق، جامعة سطيف، ص02.

[5] - **وليد كحول**، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات، أطروحة دكتوراه في القانون ص13، نقلا عن **نعيمة علواش**، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص14.

التي تنتجها المنشأة الأخرى صالحة بأن تكون علامة تجارية وتكون هذه العلامات لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية"[1]، أما المشرع الفرنسي فقد عرف العلامة التجارية في المادة 711-1 من قانون الملكية الفكرية بأنها: " علامة قادرة على تمثيل رسومي يستخدم للتمييز بين السلع أو الخدمات لشخص طبيعي أو اعتباري، وعلى وجه الخصوص، قد تشكل هذه العلامة:

(أ) الطوائف بجميع أشكالها مثل: الكلمات، وجمعيات الكلمات، والألقاب والأسماء الجغرافية، والأسماء المستعارة، والحروف، والأرقام، والمختصرات

(ب) الإشارات الصوتية مثل: الأصوات، العبارات الموسيقية؛

(ج) العلامات التصويرية مثل: الرسومات، والملصقات، والأختام، والسلع، والانتصارات، والصور الهولوغرام، والشعارات، والرسومات الحاسوبية؛ ولا سيما منتجات المنتج أو عبواته أو تلك التي تميز الخدمة؛ والترتيبات، تركيبات أو ظلال من الألوان"[2].

والملاحظ على المشرع الفرنسي أنه اعتمد في تعريفه للعلامة على الأشكال التي تتخذها مثلما جاء في اتفاقية تريبس الدولية - وإن نصت على عدة صور من باب الأمثلة لا الحصر- فلم ينص على العلامات المجسمة التي تُرى على شكل السلع نفسها أو كيفية تغليفها.

كما أن هذا التعريف لم يبين الدور الهام للعلامة بالنسبة للصانع والتاجر، بل اكتفى بالاعتراف لكل شخص معنوي أو طبيعي أن يتخذ علامة معينة لمنتجه، وتجاوز أهمية العلامة التي تعتبر أحد أساليب تحديد مصدر السلع والخدمات، فيستطيع من خلالها المستهلك تمييز المنتجات، وهي ضمانة من الغش والخداع الناتج عن استعمال بعض التجار للوسائل الاحتيالية[3].

---

[1]- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، تريبس، المنبثقة عن منظمة التجارة العالمية، 1994، محملة من الانترنت بتاريخ 2017/07/01 عبر الرابط:

www.wipo.int/wipolex/ar/treaties/details

[2] - Article L711-1 Créé par Loi 92-597 1992-07-01 annexe JORF 3 juillet 1992, Code de la propriété intellectuelle sur le site : https://www.legifrance.gouv.fr.

[3]- **بوقيجة نجية**، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراه في القانون، جامعة الجزائر، 2014، ص19.

في حين نجد أن بعض التعاريف أكدت على الدور المرجو من العلامة في تعريفها، مثلما فعل المشرع الأردني في المادة الثانية من القانون الخاص بالعلامات التجارية الأردني فعرف العلامة بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"[1]، وقد وافقه في ذلك القضاء الأردني بالقول أن العلامة هي: "مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة وعلى شكل يكفل تمييز بضائع غيره من الناس"[2].

وقد تجاوز المشرع الجزائري هذه الإشكالية فأخذ بالأمرين معا، حيث عدد بعض الصور التي ترد على العلامة ومن جهة ثانية بين الهدف من إنشاء العلامة في نص المادة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات جاء فيه : "العلامة كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات والإشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أومركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"[3].

المطلب الثاني تعريف التقليد:

التقليد هو اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، فهو الاقتصار على مجرد نقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها نقلا حرفيا مع إجراء بعض الإضافات والتغييرات، فيصعب التفرقة بين الأصلي و المقلد[4].

فالتزييف أو التقليد يتمثل في الاستخدام غير المشروع لعنصر الملكية المحمي، وهي تتميز باستنساخ العناصر الأساسية والمميزة للعلامة التجارية، تصميم أو نموذج يهدف إلى خلق الارتباك في ذهن المستهلك[5].

---

[1]- قانون العلامات التجارية الأردني، رقم 34 لسنة 1999، المنشور على الجريدة الرسمية 4389، للإطلاع عليه عبر النت:
http://www.wipo.int/wipolex/ar/text.jsp?file_id=221223

[2]- محكمة العدل العليا الأردنية قرار 88/49 بتاريخ 1988/12/31، أشار إليه **إيناس مازن فتحي الجبارين**، المرجع السابق، ص26

[3]- المادة الثانية من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر رقم 44.

[4]- وقريبا من هذا المعنى ينظر: **نسرين بلهواري**، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، دار بلقيس الجزائر، ص26

[5]- Edith Lagarde-Bellec ; Contrefaçon de marque : critère d'appréciation du risque de confusion, sur le site : www.lagardebellec-avocats.fr

وهذا ما أخذ به المشرع الفرنسي حين أكد على تعريف التقليد من خلال بيان حالاته ومظاهره، في المادة..... جاء فيها: " ..استنساخ أو استخدام أو تركيب علامة مستنسخة للسلع أو الخدمات المماثلة لتلك المحددة في التسجيل، تقليد العلامة واستخدام العلامة المقلدة"[1].

أما في التشريع الجزائري فنجده قد أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد فنصت المادة 26 منه بأنه: "كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة". فكل فعل أو تصرف يمس بحقوق مالك العلامة التجارية المنصوص عليها في المواد 28 و29 و30 من قانون العلامات يعتبر تقليدا، فتقوم جريمة استعمال علامة مطابقة بمجرد القيام بعملية نقل العلامة التجارية نقلا مطابقا للعلامة الأصلية المحمية، فيكفي لقيام الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية[2]، ووضعها على منتج أو خدمة قصد الاستغلال التجاري، كما يشمل كل التصرفات التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة، وبالتالي يدخل ضمنها تقليد العلامة وتشبيهها، واستعمال العلامة المقلدة أو المشبهة وبيع منتجات عليها علامة مقلدة أو عرض هذه المنتجات للبيع.

المبحث الثاني: شروط الحماية الجزائية للعلامة التجارية:

يشترط لحماية العلامة التجارية جنائيا من التعدي عليها بالتقليد، توفر الأركان الخاصة بنشوء جريمة التقليد لتحريك دعوى التقليد، طبقا للتشريع الخاص بالعلامات التجارية، لكن المشرع اشترط أيضا قيام صاحب العلامة بتسجيلها، واتباع الإجراءات القانونية اللازمة لذلك لدى المصلحة المختصة المتمثلة في المعهد الوطني للملكية الصناعية، فلا تنشأ الحماية الجنائية حتى

[1] -Article L713-3 : « Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public :

a) La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés dans l'enregistrement ;

b) L'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement» Code de la propriété intellectuelle sur le site : https://www.legifrance.gouv.fr

[2]- **مصطفى كمال طه**، القانون التجاري، الأعمال التجارية والتاجر والشركات التجارية والملكية التجارية والصناعية، دار الجامعة للطباعة والنشر، 1982 ، ص754.

تكون العلامة مسجلة بشكل صحيح، مع توفر كل من الركن المعنوي والقانوني والمادي لجريمة التقليد[1].

المطلب الأول: الركن الشرعي والمعنوي.

بالرجوع للمواد 32 و33 من الأمر 06/03 والمادة 38 من القانون 02/04 نجدها كلها تنص على الركن القانوني لجرائم المساس بالعلامات التجارية.

أما العنصر المعنوي فلا يشترط توفر القصد الجنائي الخاص أو توفر سوء النية في مرتكب الفعل، خاصة وأن جريمة تقليد العلامة التجارية من الجرائم المتعددة الأهداف، فمن جانب يكون الاعتداء على الحق المادي والمعنوي لمالك العلامة، ومن جانب آخر يهدف لغش المستهلك وتضليله، لأن واقعة تسجيل العلامة لدى المعهد تعتبر بمثابة قرينة على علم الغير بها، وعلى الأساس تقدير مدى وجود فعل التقليد من عدمه من الأمور الواقعية التي يترك لقاضي الموضوع سلطة تقديرها، كأن يعتمد على مدى التشابه العام فنظر إلى العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك ملاحظتها، فقد اعتبرت المادة 26 من الأمر 06/03 القيام بأي عمل يمس حقوق صاحب العلامة جنحة يعاقب عليها، ولم يشترط النص لقيام الجنحة ضرورة توفر العمد أو سوء النية، وعلى هذا الأساس توصل القضاء إلى وضع معايير لتقدير التشابه[2]:

أولا: العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف.

يجب عند قيام المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة المدعى بتقليدها الاعتداد بأوجه الشبه بينهما لا بأوجه الاختلاف[3] فالتقليد يقوم إذا ما وصل التشابه بين العلامتين إلى حد إيقاع الغير في الغلط والالتباس بصرف النظر عما يوجد بينهما من اختلاف على هذا الأساس قدرت المحاكم الجزائرية أن علامة "Banita" الممنوحة للعطر المسمى بذلك تعد تقليدا لتسمية

---

[1]- **خالد محمد سعد الرشيد**، الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة السعودية، 2003، ص125 وما يليها.

[2]- **مباركي ميلود**، حماية حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، 2017/2016، ص356

[3]- لمزيد من التفصيل ينظر: بوبشطولة بسمة، المرجع السابق، ص42.

"Habanita" أما التقليد الكلي للعلامة التجارية فيعاقب عليه بحد ذاته ولو لم يعرض المستهلك للخلط بين العلامتين الأصلية والمقلدة[1].

ثانيا: العبرة بالمظهر العام للعلامتين.

العبرة عند المقارنة بين العلامة الأصلية والمقلدة بالتشابه بينهما في مظهرهما العام لا في تفاصيلها أو جزئيتها أي مدى المحاكاة الإجمالية التي تدل على السمات البارزة للعلامة الأصلية مثل الكلمات والرسوم والأوان وغيرها[2]، فالعبرة في الصورة العامة التي تطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الصورة أو الرموز مع بعضها، وللشكل الذي تبرز به علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تتركب منها، فالعبرة بتقليد الشكل العام للعلامة في مجموعها والذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية، وقد اعتبر القضاء الجزائري في قضية بين شركة (PIVER) ضد شركة الرياض بالنسبة لعلامة (Rêve d'or) وعلامة (Rêve disére) أن العلامتين متشابهتين لأن المظهر العام يوحي أنهما متشابهتين رغم اختلافهما في الجزئيات[3].

ثالثا: العبرة بالمستهلك المتوسط الحرص.

يتعين أن تكون العبرة عند النظر للعلامة الأصلية والعلامة المدعى بتقليدها عند تقدير توافر التقليد من عدمه على المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، إذ المعيار في هذا الصدد ليس المستهلك الشديد الحرص الذي يكثر من الفحص والتدقيق قبل الشراء[4]، ولا المستهلك الغافل والمتراخي الذي يقتني السلع دون إن يجري الفحص العادي الذي يقضي به العرف، على هذا الأساس اعتبر قضاء محكمة الجزائر انه يمكن للمستهلك أن يقع في غلط بين علامة Singer و Sincer [5].

---

[1]- قرار مجلس قضاء الجزائر الصادر في 30 جانفي 1969، قضية (أ س) وشركة (Molinard) ضد (ق.و شركة الرياض) غير منشور، نقلا عن فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، التهميش، ص261.

[2]- **بوبشطولة بسمة**، المرجع السابق، ص43.

[3]- قرار محكمة الجزائر، القسم التجاري، 3 يونيو 1971، قضية شركة PIVER ضد شركة الرياض، غير منشور، نقلا عن فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، التهميش، ص262.

[4]- **صلاح سليمان الأسمر**، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، بدون دار نشر، طبعة 1986، ص97.

[5]- **مباركي ميلود**، المرجع السابق، ص359.

رابعا: عدم النظر للعلامتين المتجاورتين.

ينبغي عند مقارنة العلامة الأصلية والعلامة المدعى بأنها مقلدة عدم النظر إليهما متجاورتين، بل يجب النظر إليهما الواحدة تلو الأخرى، وذلك أمر طبيعي إذ من المستبعد في الواقع العملي عرض المنتجات التي تحمل علامة مقلدة بشكل مجاور للمنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، خاصة وأن المستهلك عند شرائه للمنتج لا يفحص علامته فحصا دقيقا أو يقارنه بالعلامة الأصلية[1].

المطلب الثاني: الركن المادي.

من بين الأفعال التي تشكل الركن المادي نجد ما نصت عليه المادة السابعة والعشرين من قانون 02/04 جاء فيها: " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون: تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته....."[2]

الا ٔكيد أن تقليد العلامة أو تشويهها هو اعتداء على الحق في العلامة ويسمى بالاعتداء المباشر لأنه يمس موضوع الحماية القانونية، فهو أهم صورة للاعتداء على العلامة، لكن الاعتداء يأخذ صور أخرى غير مباشرة، مثل وضع علامة مشهورة على منتج الغير من طرف التاجر، ولعل الجنح الا ٔكثر انتشار في الجزائر في وقتنا الراهن هي استعمال علامة مزورة وبيع منتج عليه علامة مقلدة أو شبيهة أو عرضها للبيع.

أولا: الاعتداء المباشر على العلامة.

هو ذاك السلوك الإجرامي الايجابي المتمثل في اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، ونقل الأجزاء الرئيسية فيها بحيث تقترب العلامة المزورة جدا من العلامة الأصلية مع التا ٔكيد على الاختلاف الموجود بين فعل التزوير وفعل التقليد، إذ أن مجرد علامة مطابقة مع العلامة الأصلية يقضي بتوفر العنصر المادي لجريمة التزوير، أما مجرد وجود علامة قريبة من العلامة الأصلية بالنقصان أو الزيادة والتحوير فهنا نكون أمام جريمة التقليد[3]، ويمتد المفهوم الموسع للتقليد متى تم عرض سلع تحمل علامة مقلدة أو بيعها أو استيرادها أو تصديرها، وقد

[1]- قريب من هذا المعنى ينظر: حمدي غالب الجغيبير، المرجع السابق، ص538

[2]- قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23 يونيو 2004، ج ر 41

[3]- **وليد كحول**، المرجع السابق، ص78.

وسع القضاء الفرنسي في مجال تشبيه العلامة ليحتمل العديد من المفاهيم كالتشبيه بالقياس والتشبيه بجميع الأفكار والتشبيه بالترادف والتشبيه بحصر المعنى وغيرها من المفاهيم الجديدة[1]

ثانيا: الاعتداء غير مباشر على العلامة.

يمثل اعتداء غير مباشر على العلامة في الحالات التالية.

1- استعمال علامة مزورة و بيع منتج عليه علامة مقلدة أو شبيهة أو عرضها للبيع:

جريمة استعمال علامة مزورة، هي كل من يستعمل علامة تحمل بيانات يقصد بها خداع المشتري على نوع المنتج، وكذلك كل من يبيع أو يقدم عرضا للبيع عن قصد منتجا موسوما بعلامة تتضمن بيانات تخدع المشتري عن نوع المنتج، فهذه الجريمة تستهدف المستهلك.

ولقد أكد المشرع أن تسجيل العلامة يخول صاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة لتلك المسجلة، و يجب أن نميز بين جريمة التقليد وجريمة استعمال العلامة المقلدة التي نصت عليها المادة 28، فجريمة التقليد تقوم على مجرد إعادة صنع العلامة الأصلية كما أشرنا[2]، أما جريمة الاستعمال تقوم عل أساس الاستعمال التجاري للعلامة المقلدة، ولا يشترط لوقوع جريمة استعمال العلامة المزورة أن يتم الاستعمال بوضع علامة على السلع والمنتجات وإنما يكفي مجرد استعمالها بأي طريقة تدل على استعمالها كأن توضع على واجهة المحل التجاري أو بجوار الاسم التجاري وكذلك الحال عند الإعلان عن المنتجات والخدمات التي تحمل العلامات المزورة بواسطة نشرات أو دلائل توزع على الجمهور بقصد ترويج السلع التي تحمل العلامة المقلدة[3].

2- بيع منتج عليه علامة مقلدة أو شبيهة أو عرضها للبيع:

كل من يبيع منتج عليه علامة مقلدة أو مشبهة حتى ولو لم يشارك في صنعها، يعتبر قد

---

[1]- لمزيد من التفصيل ينظر: **حمادي زبير**، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، ص192. كذلك **فرحة زراوي صالح**، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، دار ابن خلدون، وهران، ص262 وما بعدها.

[2]- راشدي سعيدة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني،السنة الثالثة، العدد2012/01، كلية الحقوق، بجاية، مجملة من الانترنت، ص226.

[3]- مزيدا من التفصيل يرجع لـ: مباركي ميلود، المرجع السابق، ص362 وما يليها.

أرتكب مخالفة دون البحث عن توفر القصد الجنائي، فالمشرع الجزائري لا يميز بين عملية البيع وعملية العرض للبيع في الأسواق أو المعارض أو بواسطة الدعاية[1].

فالركن المادي لهذه الجريمة يتمثل في بيع منتجات تحمل علامة مقلدة أو مشبهة من جهة، ومن جهة أخرى عرض هذه المنتجات للبيع[2] مع تأكيد المشرع في قانون الجمارك على حماية السلع المستوردة الحاملة لعلامة دولية مسجلة قانونا على نفس النوع من المنتج فنص في المادة الثاني والعشرين من قانون الجمارك على أنه: " تحظر عند الاستيراد مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه وتخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة "[3]، فيمنع استيراد البضائع التي تحمل بيانات من شأنها أن توحي أنها ذات منشأ جزائري، أو البضائع الأجنبية المزيفة.

المبحث الثالث: العقوبات المقررة لجرائم تقليد العلامات.

كل من استعمل بسوء نية علامة مقلدة أو وضع على منتجاته بسوء قصد علامة تجارية تم تسجيلها طبقا للقانون، أو من باع أو عرض للبيع أو للتداول، أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مقلدة أو موسومة بغير حق مع علمه بذلك، فإنه يتعرض لعقوبات نص عليها القانون وهي:

المطلب الأول: العقوبة الأصلية لجريمة تقليد العلامة.

قد تكون العقوبة الأصلية الحبس وقد تكون غرامة مالية وقد تتجاوز إلى الإتلاف والمصادرة وغيرها من العقوبات التكميلية الأخرى، فقد نصت المادة 32 من الأمر 06/03 على أنه: " إن كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو إحدى هاتين العقوبتين فقط مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ومصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في

[1]- راشدي سعيدة، المرجع السابق، ص227

[2]- خالد محمد سعد الرشيد، ، ص129

[3]- المادة 22 من قانون 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المعدل بناء على القانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 أوت1998، ج ر 61.

المخالفة، واتلاف الأشياء محل المخالفة".

أما المادة 33 من نفس القانون نصت على أنه: " يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص:

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

2-الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة الرابعة من هذا الأمر).

والملاحظ أن المشرع الجزائري قام بتقليص مدة الحبس مخالفا في ذلك الأمر 57/66 الملغى، على الرغم من أن ظاهرة التقليد في تزايد وتكبد أصحابها خسائر طائلة.

وهذا عكس اتفاقية تريبس التي ألزمت جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية بضمان اشتمال قوانينها على عقوبات رادعة لأي تعد على حقوق الملكية الفكرية، ونفس الأمر أخذ به المشرع الفرنسي فقد قرر عقوبة صارمة تصل إلى أربع سنوات حبس لمرتكبي جنحة التقليد المتمثلة في استيراد أو تصدير أو إعادة تصدير أو نقل البضائع الحاملة لعلامة مزيفة، أو إنتاج سلع في إطار علامة تجارية مزيفة[1].

و يعاقب بالحبس لمدة ثلاث سنوات في حالة عرض بيع سلع تحمل علامة تجارية مقلدة، كذلك في حالة استنساخ علامة تجارية مقلدة، بمختلف صورها.

و بمقارنة هذه الأحكام بما جاء به المشرع الجزائري، نجد أن المشرع الفرنسي كان أكثر صرامة وأكثر دقة، فميز بين أنواع الاعتداء الحاصل على العلامة، خاصة في حالة الجرائم المنظمة والمرتكبة على شبكة الانترنت أو عندما تكون الوقائع تتعلق ببضائع خطيرة على صحة الإنسان وسلامته فتصل عقوبة تقليد العلامة إلى سبع سنوات سجن مع مضاعفة الغرامة[2].

[1] - Article L716-9 ; Modifié par LOI n°2016-731 du 3 juin 2016 - art. 44, Code de la propriété intellectuelle. Op.cit

[2] - Article L716-10 ; Op. cit

المطلب الثاني: العقوبات المقررة في قانون 04/02 المعدل.

إذا تم التعدي على حقوق الملكية الفكرية في ظل قانون الممارسات التجارية وفق صور المنافسة غير المشروعة المنصوص عليه في قانون 04-02 فإنه قد نص على المتابعة الجزائية في المادة الثامنة والثلاثين جاء فيها: " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28 و 29 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار إلى خمسة ملايين دينار" هذه المادة جاءت تبين الجزاء المترتب على الممارسات التجارية غير النزيهة، وبالخصوص تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس ونلحظ أنها غير مشددة على مرتكبها عكس جنحة التقليد الواردة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

المطلب الثالث: العقوبات التكميلية.

تتمثل هذه العقوبات في غلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ومصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استغلت في المخالفة وإتلاف الأشياء محل المخالفة.

لكن ما يؤخذ على هذه العقوبة أنها تنطوي تحتها عقوبة أخرى غير معلنة، هي عقوبة طرد العمال و تسريحهم من عملهم بدون وجه حق، خاصة في حالة الغلق النهائي للمؤسسة المرتكبة لجريمة الاعتداء على العلامة التجارية،وقد استدرك المشرع الفرنسي ذلك حين نص على أنه: " لا يمكن أن يؤدي الإغلاق المؤقت إلى توقف أو تعليق عقد العمل، ولا أي ضرر مالي يلحق بالموظفين المعنيين، وعندما يؤدي الإغلاق النهائي إلى فصل الموظفين، فإنه ينشأ إلى جانب التعويض لصاحب العلامة، التعويض وأجر إنهاء الخدمة، للعمال عن الأضرار المنصوص عليها في هذه المادة "[1]

[1] - Article L716-11-1 : « Outre les sanctions prévues aux articles L. 716-9 et L. 716-10, le tribunal peut ordonner la fermeture totale ou partielle, définitive ou temporaire, pour une durée au plus de cinq ans, de l'établissement ayant servi à commettre l'infraction.
La fermeture temporaire ne peut entraîner ni rupture, ni suspension du contrat de travail, ni aucun préjudice pécuniaire à l'encontre des salariés concernés. Lorsque la fermeture définitive entraîne le licenciement du personnel, elle donne lieu, en dehors de l'indemnité de préavis et de l'indemnité de licenciement, aux dommages et intérêts prévus aux articles L. 122-14-4 et L. 122-14-5 du code du travail en cas de rupture de contrat de travail. Le non-paiement de ces indemnités est puni de six mois d'emprisonnement et de 3 750 euros d'amende » Op.cit

هذه العقوبات منصوص عليها في المادة 32 من الأمر 06/03، فقد نص المشرع الجزائري على عقوبة المصادرة كأحد العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقررها، حيث يحكم القاضي بمصادرة المنتجات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة، إن الحكم بمصادرة السلع محل المخالفة كان اختياريا في الأمر السابق وذلك لاستعمال عبارة يجوز في النص القانوني، فالأمر مختلف تماما في الأحكام الراهنة إذ جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة و هنالك عقوبات تكميلية نصت عليها المادة 8 من القانون 08/04 المعدل والمتمم بالقانون 13-06.

أما المشرع الفرنسي فقد منح للمحكمة المختصة في حالة الإدانة في جرائم العلامة التجارية أن تقضي بمصادرة المنتجات والأدوات المستعملة في ارتكاب الجريمة والأمر متروك لتقدير المحكمة. زيادة على المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف نماذج العلامة المقلدة واتلاف الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة وبالرغم من إلغاء عبارة في جميع الأحوال فإنه يجب اعتبار أن الحكم بالإتلاف يعد من التشريع الجزائري وجوبيا، على خلاف المشرع الفرنسي الذي لا يجيز إتلاف البضائع إلا إذا كانت ملحقة بالعلامة ولا يمكن فصلها عليها.

خاتـمة:

مما سبق ذكره نجد أن العلامة التجارية قد وفر لها المشرع الجزائري حماية جنائية من كل أشكال التعدي عليها أو المساس بالحقوق الاستئثارية لمالكها، وان لم يبين نوع التعدي بل ترك الأمر مفتوحا وغير محصور في فعل التقليد بحد ذاته بل بفعل المساس بالحقوق الاستئثارية للعلامة.

فهو لم يميز بين الأفعال التي تشكل مساس بالعلامة في ذاتها والأفعال المتعلقة بالتقليد بالتشبيه أو استعمال العلامة المقلدة، أو بيع منتجات عليها علامة مقلدة، أو عرض هذه المنتجات للبيع أو استيرادها، فكل هذه الأفعال أعتبرها المشرع تدخل ضمن فعل المساس بالعلامة.

لكنه جانب الصواب حين ساوى في العقوبة البدنية والغرامة المالية بينها جميعا، مع

وجود فوارق كثيرة خاصة من حيث تأثيرها على الاقتصاد الوطني من جهة وسوء النية وحسنها من جهة أخرى، ومدى الإضرار بمالك العلامة من جهة ثالثة، وقد رأينا أن المشرع الفرنسي قد حيّن قانونه وقسم عقوبة الاعتداء على العلامة التجارية إلى عدة أقسام تتراوح بين السجن من ثلاث سنوات إلى سبع سنوات.

كما خوّل المشرع لصاحب العلامة الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية، لتمكينه من إثبات التقليد، وساعد في ذلك قانون الجمارك الذي نص على الحجز التحفظي.

قائمة المراجع:

- باللغة العربية

أولا: الكتب

- حمدي غالب الجغيبري، العلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان،2011.
- محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة العمومية للكتاب، الجزائر، 1985.
- نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.
- نسرين بلهواري، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر.
- مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الأعمال التجارية والتاجر والشركات التجارية والملكية التجارية والصناعية، دار الجامعة للطباعة والنشر، 1982.
- خالد محمد سعد الرشيد، الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة السعودية، 2003.
- صلاح سليمان الأسمر، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، بدون دار نشر، طبعة 1986.
- حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، دار ابن خلدون، وهران.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية:

- إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، أطروحة دكتوراه في القانون، 2010، جامعة الشرق الأوسط، ص 24، محمل بتاريخ 07/01/

2017 طريق الانترنت:

https://meu.edu.jo/libraryTheses/58e093e27a511_1.pdf

- بوقميجة نجية، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراه في القانون، جامعة الجزائر، 2014.

- مباركي ميلود، حماية حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، 2017/2016.

- بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة سطيف، 2015/2014.

ثالثا: المقالات

[1]- راشدي سعيدة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، بجاية، السنة الثالثة، العدد 2012/01، محملة من الانترنت.

رابعا: النصوص القانونية:

- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، تريبس، المنبثقة عن منظمة التجارة العالمية، 1994، محملة من الانترنت بتاريخ 2017/07/01 عبر الرابط:

www.wipo.int/wipolex/ar/treaties/details

- قانون 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المعدل بناء على القانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 أوت1998، ج ر 61.

- الأمر 06/03، المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر، رقم 44.

- قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23 يوينو 2004، ج ر 41.

- قانون العلامات التجارية الأردني، رقم 34 لسنة 1999، المنشور على الجريدة الرسمية 4389، للإطلاع عليه عبر النت:

http://www.wipo.int/wipolex/ar/text.jsp?file_id=221223

باللغة الفرنسية:

- Loi 92-597 1992-07-01 annexe JORF 3 juillet 1992, Code de la propriété intellectuelle sur le site : https://www.legifrance.gouv.fr.

- Edith Lagarde-Bellec ; Contrefaçon de marque : critère d'appréciation du risque de confusion, sur le site : www.lagardebellec-avocats.fr
- LOI n°2016-731 du 3 juin 2016 - art. 44, Code de la propriété intellectuelle.