

خصوصية النظام القانوني لعلامات التصديق الجماعية

The specificity of the legal system of collective certification marks

تاريخ النشر: 2020/06/30	تاريخ القبول: 2020/01/04	تاريخ الارسال: 2019/09/14
-------------------------	--------------------------	---------------------------

*د. عدلي محمد عبد الكريم

جامعة زيان عاشور - الجلفة

a.adli@univ-djelfa.dz

ملخص :

علامات التصديق الجماعية هي تلك العلامات التي تسجل لتستعمل جماعيا من قبل عدة منتجين ، وفقا لنظام استعمال معد مسبقا ، وهي بذلك تختلف عن العلامات الجماعية العادية ، فإنها تسعى لضمان جودة المنتج ، ذلك أنه لا يمكن استعمالها إلا بالنسبة للمنتج الذي تتوفر فيهما خصائص صفات معينة تتطابق والمميزات المحددة في نظامها المودع ، وتخضع شأنها شأن العلامات الجماعية للأحكام العامة للعلامات ، مع بعض الخصوصية في إيداعها واستصدارها ، إذ لا يجوز إيداعها إلا من قبل شخص معنوي ليس بصانع منتجات ولا خدمات ولا مستوردها ولا بائع لها ، فالأمر يتعلق بهيئة خارجية محايدة ، تقوم بتحديد المواصفات التي يجب أن يتوفر عليها المنتج ليلبغ درجة الجودة التي تسعى إليها تلك الهيئة ، وتقوم بمراقبة استعمال العلامة عن طريق منح التصديقات إلى من يحترمون الشروط المحددة في نظام الاستعمال ، كما أنه لا يمكن أن تكون علامة التصديق الجماعية محل رهن أو حجز أو أي تدبير من تدابير التنفيذ الجبري. ولعل العلة في هذه الخصوصيات في أن منح حق إنشاء وتأسيس علامات من هذا النوع حصرا لفائدة أجهزة وجهات ذات مصداقية وكفاءة مهنية في نشاطها ، فهي وحدها التي تتقمص شكل الجهات المانحة للتصديق ، وينبغي أن تبقى العلامة التي تنشؤها هاته الجهات لصيقة بها لوحدها .

الكلمات المفتاحية : علامة المطابقة ؛ علامة التصديق الجماعية ؛ العلامة التجارية ؛ حماية المستهلك ؛ العلامات الجماعية .

*المؤلف المرسل : عدلي محمد عبد الكريم

Abstract:

Collective certification marks are those marks that are registered to be used collectively by several producers, according to a pre-established use system, and are therefore different from ordinary collective marks. They seek to ensure the quality of the product, as it can only be used for a product that has certain characteristics that match certain characteristics. The characteristics specified in its filing system, like collective marks, shall be subject to the general provisions of the marks, with certain privacy in their filing and issuance, as they may only be deposited by a legal person who is not a manufacturer of products or services, or their importer or seller. It determines the specifications that the product must meet in order to reach the degree of quality sought by that body, and monitors the use of the mark by granting ratifications to those who respect the conditions specified in the system of use. Measure of forced implementation. Perhaps the reason for these peculiarities is that the granting of the right to establish and establish such marks exclusively for the benefit of credible and professional bodies and bodies in their activities. They alone assume the form of donors for ratification, and the mark created by these bodies should remain strictly on their own.

Keywords: Conformity mark ; collective certification mark; trademark; consumer protection; collective Mark .

مقدمة:

مما لا مرية فيه ولا خلاف أن العلامة هي تلك التسمية أو الشارة التي يعطيها الصانع لمنتجاته ، أو التاجر للسلعة التي يسوقها ، أو صاحب الخدمة للخدمة التي يقدمها ، لتمييزها عن غيرها من المنتجات والسلع والخدمات الأخرى المماثلة لها ، بحيث تصبح مع مرور الوقت دالة على ذلك المنتج أو السلعة أو الخدمة وعلى مستوى جودتها ، فتمكن من جلب الزبائن والمحافظة عليهم¹.

فهي بذلك كل دلالة يضعها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة على سلعه أو خدماته بهدف التعريف بها وجلب المستهلك لها، وعليه فإنّ مناط حماية العلامة هو صفة التميز التي تتمتع بها.

ولذا تعد الوظيفة الأساسية للعلامة هي تمييز السلع والخدمات المتزاحمة في السوق غير أنّها بمناسبة أدائها لوظيفتها القانونية هذه ، فإنّ العلامة تقوم بعدة أدوار اقتصادية فهي تساعد على التعرف على مصدر المنتجات و تساهم في تعزيز المساءلة أمام القضاء حمايةً للمستهلك كما تلعب دورًا استراتيجيًا على مستوى التسويق في الشركات ولذلك يجب أن تحظى بالحماية².

هذا وإن كان المشرع الجزائري قد عرّف العلامة من خلال الأمر 06/03³ على أنها "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام ، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة لسلع أو توظيفها ، والألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره ،..." ، فإن أهم ما يؤخذ عليه وعلى ما يماثله من تعاريف أنه لم يضع تعريفًا للعلامة بقدر ما بيّن لنا أوصاف وأشكال وصور العلامة ، الأمر الذي دفع الفقه إلى تعريفها بالتعريف السابق ذكره الذي يتقاطع مع التعريف التشريعي في الهدف المنوط من العلامة .

وإذا كانت القاعدة أن العلامة إمّا أن تكون علامة صنع أو تجارة أو خدمة – على الرغم من عدم وجود فرق بينهما على مستوى النظام القانوني الحاكم لها – فإن هذا الفرق في التسمية مردّه فقط إلى المحل الذي ترد عليه العلامة ، فإن هذه العلامات بشكل عام تحمل رسالة معينة موجهة إلى المستهلك ، و باختلافها تختلف نوعية الرسائل التي تحملها في طياتها ، كل هذا بعيدا عن تعداد أنواع العلامات المذكور منها قانونًا : علامة

السلعة أو ما يعرف بالعلامة التجارية و علامة الصنع و علامة الخدمة⁴ ، و في خضم تصنيف آخر قد يخضع لمعايير شخص مودعها⁵ ، وذاتية نظامها القانوني أكثر منها على مستوى محلها الموضوعي يفرز تقسيما آخر تظهر من خلاله العلامات الفردية والعلامة الجماعية أو ما يعرف أيضًا بعلامة التصديق الجماعية التي تعرف على أنها "كل علامة تستعمل لإثبات المصدر و المكونات و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها"⁶، و من أمثلة العلامة الجماعية المشتهرة (حتى لا تلتبس بمصطلح العلامة المشهورة الذي له دلالة خاصة) علامة ISO بأنواعها ، و إن كانت العلامة الجماعية تخضع للأحكام العامة للعلامة يضاف إلى ذلك شروط خاصة يتضمنها القانون الأساسي لهذه العلامة⁷.

فالعلامة الفردية تهدف أساسا إلى تجسيد البصمة الشخصية لصاحب المنتج على منتوجه قصد تمييزه عن المنتوجات المشابهة ، في حين تحمل العلامة الجماعية رسالة من نوع آخر ، ذلك أنها توضح للمستهلك أن المنتج الحامل لها هو من صنع منتج ينتهي لجماعة معينة من المنتجين عبارة عن كتلة قانونية ، وأنه انضبط في إنتاجه وخضع لمقاييس ومعايير معينة موضوعة من طرف هاته الجماعة من المنتجين ، و بذلك تجسد علامة التصديق الجماعية حداً أدنى من الجودة في المنتوجات الحاملة لها وبذلك فهي تعتبر خير ضامن لقيمة وجودة المنتج⁸.

وغني عن البيان أن الطبيعة المعنوية* لمحل الحقوق الفكرية تجعل منها ذات طبيعة خاصة و باعتبارها كذلك يصبح لهذه الحقوق خصوصياتها** ، التي تتمثل في نطاق السلطات التي تخولها لصاحب الحق ، فإن كان حق الملكية على الأشياء المادية يخول لصاحبه السلطات الثلاث من استعمال و استغلال و تصرف ، فنظرًا لهذه الخصوصية فإنّ حقوق الملكية الصناعية والفكرية بشكل عام لا تمنح لصاحبها سوى سلطتي الاستغلال و التصرف بل أنّ البعض منها لا يخول لصاحبه سوى سلطة الاستغلال كما هو الشأن في العلامات الجماعية ، و البيانات الجغرافية ، و تسميات المنشأ⁹ و المعارف التقليدية ، و بذلك فإن حقوق الملكية الصناعية بالمفهوم التقليدي لهذا الاصطلاح ولئن عنت أن تفرز ملكية شخص معين لحق من هذه الحقوق بما يحمله مفهوم الملكية من دلالات و آثار مثله في ذلك مثل تملكه لأي مال من الأموال ، وإذا كان من الثابت أن هاته الحقوق يترتب عنها استئثار أصحابها باستغلالها والتصرف فيها كيفما شاؤوا ومنع الغير من

استعمالها دون موافقة منهم ، فإن التنظيم القانوني لعلامات التصديق الجماعية المرتبطة بمصدر وجودة المنتج يفاجئنا بخصوصيات ومفاهيم جديدة قد لا تنسجم والثوابت السالفة الذكر.¹⁰

وعلاوة على هذا فإن مسألة تدخل الإدارة في نشأة الحق الفكري ذلك أن قوانين الملكية الفكرية و خاصة الملكية الصناعية تعد قوانيناً يغلب عليها الطابع التقني و هيمنة الجانب الشكلي و الإجرائي فيها ، و ذلك لكونها تنظم أموالاً معنوية غير مجسدة مادياً و إنّ إثبات وجود هذه الأموال لن يتأتى إلاّ عن طريق تسجيلها و شهرها¹¹ ، يعد أمراً بديهياً كما أن الأجهزة المخولة للقيام باستصدار سندات الحماية واضحة للمبدع و المخترع و المؤلف على حد سواء بتنظيم قانوني لا يمكن الحياد عنه (الديوان الوطني لحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة ، و المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية) . ولعل هذا الأمر يشمل بذلك جميع حقوق الملكية الصناعية بما فيها العلامات العادية ، لكن ذاتية و خصوصية النظام الحاكم لهذه العلامات تتمثل في الجهة المخول لها قانوناً التصديق على المنتجات أو الخدمات باعتبار التصديق وسيلة إسهاد على الجودة العالية و خصائص و مميزات المنتج أو الخدمة و الذي ينبغي أن يصدر عن جهة ذات مصداقية و ثقة عاليتين معترف بها من قبل السلطات الإدارية ، وهذا لا يتأتى إلاّ بمعرفة هيئات متخصصة تختلف عن إدارة حماية الملكية الصناعية ، وهنا مكن التمييز.

وفضلاً عن هذا فإن المعالجة التشريعية القاصرة لعلامات التصديق الجماعية من خلال ما خصصه المشرع الجزائري للعلامات الجماعية في بابه السادس من قانون العلامات السالف الذكر والتي لم يفرق فيها بين نوعي العلامات الجماعية المفترقة عن بعضها البعض و إنّ اجتمعتا على نفس التسمية و اختلفت الثانية عن الأولى وصفاً ، حيث قصر المشرع الجزائري ولم يفرق بين العلامات الجماعية وعلامات التصديق الجماعية فلم يتأس بنظيره المغربي الذي أفلح عندما نظم هذا النوع من العلامات في المواد 133 إلى 165 في الباب الخامس و أدرج ضمنها عنوان الفصل الخامس تحت عنوان "العلامات الجماعية وعلامات التصديق الجماعية" في المواد 166 إلى 175 وهي تلك العلامات التي تستعمل بصفة جماعية من قبل عدة منتجين أو موردي خدمات لتمييز منتجاتهم أو خدماتهم متى توافرت فيها الشروط المقررة في نظام عام مُعدّ مسبقاً.¹²

ولعل أول ما يلاحظ عن التنظيم التشريعي لهذا النوع من العلامات هو عدم تغطيته سوى الجوانب الإجرائية والطابع الاستثنائي لهذه العلامات دون أن يتصدى لتعريف المقصود منها وتمييزه عن غيرها من العلامات العادية أو البسيطة والذي جاء في سياق الباب السادس المعنون بـ " أحكام خاصة بالعلامات الجماعية" * ، والذي تضمن ثلاثة أقسام تضمنت في مجملها مواد لا يتعدى مجموعها أربع مواد فقط ، مما ينم عن عدم الدقة وعدم الكفاية في الإحاطة بالموضوع من جميع جوانبه ، ويبقى المعول عليه هو أن تلعب النصوص الخاصة المنظمة لعلامات التصديق الجماعية في مختلف القطاعات والأنشطة الفلاحية والصناعة الغذائية وغيرهما دورها كاملا وأن تسد النقص الحاصل في التشريع الأم .

كما يضاف إلى هذا النقص في المعالجة التشريعية قلة بينة للمراجع والكتابات الأكاديمية المتخصصة التي تعرضت للموضوع عدا تلك المذكرات والرسائل التي تناولت الموضوع بشكل عام من خلال دراسة دور العلامة في حماية المستهلك ولربما اعتبار الموضوع يقترب من حقل الاقتصاد واعتدادها أحد مواضيع إدارة الجودة الشاملة دون البحث في كيفية معالجته قانونا من خلال قانون العلامات والقوانين المتعلقة بحماية المستهلك والنظر إلى معايير الجودة الشاملة وتوحيد المواصفات نظرة قانونية وربطها بميدان حقوق الملكية الصناعية وبالعلامات على وجه الخصوص ، والبحث في علاقتها بما ينفع المستهلك والمنتج على حد سواء ، ناهيك عن قلة بل ندرة التطبيقات والاجتهادات القضائية له اعتبارا لحدائته التي لم تفرز بعد إشكالات ونزاعات مرتبطة به .

وانطلاقا مما سبق يمكن أن نطرح إشكالات عديدة يمكن إجمالها في الآتي :

- هل تمكن المشرع الجزائري على غرار باقي التشريعات من تعريف وتحديد علامات التصديق الجماعية تحديدا نافيا للجهالة و دَارَةً للاختلاط بما يشابهها من علامات جماعية عادية ؟
- وما هي مظاهر انعكاسات خصوصية هذا المفهوم الخاص لعلامات التصديق الجماعية على مستوى القيود المفروضة من طرف المشرع سواء على مستوى إجراءات استصدارها أو الجهة التي تمنح التصديق على المنتجات أو الخدمات ، أو على مستعملي هذه العلامات خصوصا في ظل نظام قانوني متميز عن النظام الحاكم للعلامات والعلامات الجماعية بالمفهوم العام ؟

وهذا ما سنحاول الإجابة عنه من خلال الخطة التالية :

المبحث الأول : علامة التصديق الجماعية : علامة جماعية ذات مفهوم خاص .

المطلب الأول : تمييزها عن غيرها من العلامات الجماعية .

المطلب الثاني : المقصود بعلامة التصديق الجماعية .

المبحث الثاني : مظاهر خصوصية النظام القانوني الحاكم لها .

المطلب الأول : شخص المودع وإجراءات التسجيل : شخص معنوي مستقل .

المطلب الثاني : على مستوى القيود المفروضة على جواز التصرف في علامة التصديق الجماعية "اللانقلية" .

المطلب الثالث : علامة التصديق الجماعية بين الاختيار وطابع الإلزام .

المبحث الأول : علامة التصديق الجماعية : علامة جماعية ذات مفهوم خاص

إن تنظيم العلامة الجماعية وتخصيصها بالحماية القانونية ليست وليدة العصر الراهن ، ذلك أنها وجدت جذورها في عهد الثورة الصناعية في شكل علامات تُنَشِئُهَا التعاونيات الحرفية والمهنية لتمييز منتوجاتها .¹³

ولعل الهاجس على تنظيم هذه البيانات هو حماية المصلحة الاقتصادية العامة وتطوير الاقتصاد الوطني دون إغفال حماية المستهلكين أولاً وأخيراً ، وذلك بتوفير المناخ القانوني المناسب لضمان حقهم في معرفة جميع التفاصيل والمعطيات المرتبطة بالمنتوجات التي يستهلكونها ، فمن حق المستهلك أن يتعرف على تركيبة هذه المنتوجات وعناصر تركيبها وطرق ووسائل صنعها ومكان إنتاجها ودرجة جودتها الفعلية وهذا ما توفره هذه البيانات بامتياز.¹⁴

المطلب الأول : تمييزها عن غيرها من العلامات الجماعية

قبل أن تكون هذه العلامات تختلف عن العلامات الجماعية العادية فهي بداية علامة تختلف عن غيرها من المسميات ، ولذا توجب علينا أن نميزها أولاً عن غيرها من المفاهيم البعيدة عنها حتى نتوصل لحصرها في زمرة أضيق من العلامات الجماعية ، لنتمكن من فرزها وفصلها عن غيرها من العلامات الجماعية التي تقترب منها .

الفرع الأول : تمييزها باعتبارها علامة تختلف عما سواها من المفاهيم

تتميز العلامة الجماعية عن البيانات التجارية وإن كانت التشريعات قد اختلفت في التسميات فنجد القانون اللبناني ذهب لاستعمال اصطلاح "العلامات الفارقة" للسلع التي تباع في لبنان ، في حين ذهب القانون الأردني لاستعمال اصطلاح "علامات البضائع" بينما أطلق المشرع المصري تعبير "البيانات التجارية" كمرادف لعلامات البضائع والعلامات الفارقة ، فالبيانات التجارية هي الإيضاحات التي يضعها التاجر أو المنتج على بضائعه أو منتجاته للدلالة على عددها أو مقدرها أو مقاسها أو كيلها أو طاقتها أو وزنها أو مصدرها أو طريقة صنعها أو إنتاجها أو عناصر تركيبها أو اسم أو صفات منتجها أو صانعها أو وجود براءة إختراع أو غيرها من حقوق الملكية الصناعية أو أية امتيازات أو جوائز أو مميزات تجارية أو صناعية . وهي تختلف عن علامات التصديق الجماعية باعتبارها تنتهي إلى فئة تمتاز عن العلامات بجميع صورها فردية كانت أو جماعية .

هذا و إن كانت العلامة التجارية تتشابه مع البيانات التجارية من حيث بعض الأماكن التي قد توضع فيها أو عليها ، كوضعها على المنتجات أو أغلفتها ، بغض النظر عن طريق وضعها ، فإن أهم ما يميز العلامة التجارية عن البيانات التجارية هو الغرض الذي يهدف إليه كل منها ، فنجد أن الغرض الذي تهدف إليه علامات البضائع أوسع و أشمل من الغرض الذي تهدف إليه العلامات التجارية ، ففي حين أن هذه الأخيرة تهدف إلى تمييز بضاعة عن بضاعة مماثلة عن طريق بيان مصدرها الشخصي (صانعها أو بائعها) ، فإن أهداف البيانات التجارية تمتد لتشمل بالإضافة إلى ذلك بيان خصائص البضاعة وعددها وكميتها ووزنها ومواد تركيبها وما إلى ذلك¹⁵ .

الفرع الثاني : تمييزها عن العلامات الجماعية البسيطة "العادية"

بداية علامات التصديق الجماعية هي علامات إبتداءً يسري عليها قانون العلامات ، ويطبق عليها التشريع المنظم للعلامات ، بيد أنها تختلف اختلافا كبيرا من حيث المبادئ القانونية العامة للعلامات بشتى أنواعها وصورها ، وهذا ما يجعلها تمتاز عن العلامات مفهوماً و تتباين عن العلامات الجماعية دقةً في الوصف ، وهذا ما سنستعرضه في هذا الفرع من خلال إبراز الفروق الجوهرية بينها وبين العلامات الجماعية .

أولاً : نقاط الاختلاف بين العلامات الجماعية وعلامة التصديق الجماعية

يرى الفقه الحديث أن هناك نوعين من العلامات الجماعية : علامة جماعية بالمعنى الدقيق للعلامة* ، وهي تلك العلامة التي تختلف عن العلامة الشخصية أو الفردية إذ يحق لجمعيات المهن وشركات الصناعة أو الزراعة المرخص لها من الدولة أن تكون حائزة على علامة مشتركة ليصونوا بها جودة صناعتهم أو مصدرها أو منتجاتهم فيحق حينها لأعضاء هذه الشركات وحدهم استعمال هذه العلامة المشتركة بشكل مستقل عن العلامة الشخصية التي يمكن لكل واحد منهم أن يكون حائزاً عليها.¹⁶ وعلامات جماعية تسمى علامات مطابقة ، وهما من ذات الطبيعة القانونية بيد أنهما يختلفان مضموناً : إذ توضع علامة المطابقة عادة على منتج ما لإشهاره على أنه مطابق لمواصفات معينة ، وتهدف إلى إثبات جودة المواد المنتجة محلياً أو المستوردة ومطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية الوطنية والدولية ، أو نفي ذلك .وتبعاً لذلك تتضمن علامة المطابقة على وجه الخصوص المواصفات ، ووحدات القياس ، وشكل المنتجات ، وتركيبها أو أبعادها، وخاصيتها الطبيعية والكيميائية ونوعيتها وتمثيلها الرمزي . أما العلامة العادية فلا تتضمن أي شيء من هذا القبيل .

وغايةً : إذ ترمي علامة المطابقة أساساً إلى حماية المستهلك والمصلحة العامة ، إلى جانب تحسين نوعية المنتجات والخدمات ، فهي تلعب دور ضمان ليس لمصلحة صاحبها فحسب بل للمصلحة العامة ، في حين تعد العلامة العادية ضماناً لصاحبها بالدرجة الأولى من المنافسة غير المشروعة ، وتمييز منتجاته لتفادي اختلاطها بمنتجات مشابهة ، لذا يمكن أن تتضمن المنتجات علامتين : الأولى يختارها صاحبها لتمييز بضاعته ، والثانية تضعها الهيئة المختصة لمراقبة المطابقة ، وهنا ينبغي أن تكون العلامتان منفصلتين عن بعضهما البعض.¹⁷

ويضاف إلى هذين الفرقين فرق آخر من حيث الشروط :

فإذا كان القانون يشترط في العلامة التجارية القدرة على التمييز والجدة وعدم مخالفة النظام العام والآداب العامة ، إلى جانب مباشرة إجراءات إيداعها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، فإن علامة المطابقة تدرج أساساً في نظام التقييس وتخضع لشروط خاصة .

وتوفر الشروط السابقة تصبح العلامة ملكا لصاحبها وله مطلق التصرف فيها ، في حين تعد علامة المطابقة ملكا للجهاز المكلف بالتقييس وهي غير قابلة للتنازل ولا للحجز.¹⁸

ثانيا : ازدواجية العلامات الجماعية في القانون الفرنسي

بصورة أكثر وضوحا مما لم يقدمه قانون 31 كانون الأول 1964 ، فإن نصوص الفصل الخامس من الكتاب السابع لقانون الملكية الفكرية وعنوانه "العلامات الجماعية" والمتضمن المواد 1-715 L حتى 3-715L تميز بين نوعين من العلامات الجماعية : العلامة الجماعية البسيطة والعلامة الجماعية للتصديق الخطي ، ومع ذلك لا يبدو التمييز بعبارات صريحة بالفعل تعطي المادة ق. 1-715- البند الأول تعريفا ليس للعلامة الجماعية البسيطة خلافا لما يقال عادة ، وإنما للعلامة الجماعية بصورة عامة ، "العلامة تدعى جماعية عندما يكون بالإمكان استثمارها من كل شخص يحترم نظام الاستعمال الموضوع من صاحب التسجيل" ، وتبدو العلامة الجماعية للتصديق الخطي الوارد تعريفها في البند الثاني على أنها صورة خاصة للعلامة الجماعية المعرفة في البند الأول فينص على أن " العلامة الجماعية للتصديق الخطي هي مطبقة على الناتج أو الخدمة الذي يظهر بشكل خاص، فيما يتعلق بطبيعته ، وخصائصه وصفاته ، صفات موضحة في نظامها"¹⁹.

ثالثا : استبعاد العلامة الجماعية البسيطة

لا تُظهر العلامة الجماعية البسيطة في الحقيقة أية خصوصية قياسا على علامة القانون العام ، بالرجوع إلى صياغة القانون القديم لعام 1964 ، فالعلامة الجماعية البسيطة هي مستثمرة لتعزيز تطور التجارة والصناعة لأعضاء التجمع صاحب التسجيل ، مثلا في حملات الدعاية فهي لا تؤمن أية وظيفة ضمانٍ لنوعية المنتجات أو الخدمات الموزعة تحت اسم العلامة ، بخلاف العلامة التي تضمن في سبيل المصلحة العامة مطابقة المنتجات أو الخدمات لمطالب ومميزات محددة مسبقا ، فالعلامة الجماعية البسيطة وظيفتها بيان أن المنتجات أو الخدمات صادرة عن مهنيين ينتمون إلى نفس التجمع وأن تميزها في التجارة عن تلك المعروضة من منافسين لا ينتمون إلى هذا التجمع ، وهي تمارس وظيفة علامة عادية لا أكثر ولا أقل²⁰.

فالعلامة الجماعية للتصديق الكتابي المعرفة بأنها تلك "المطبقة على الناتج أو الخدمة اللذين يظهر كل منهما خاصة ، فيما يتعلق بطبيعته ، خصائصه وصفاته ،

مميزات محددة في نظامه (الإستعمالي)" (المادة 715 -1 بند 2) ، و بعكس علامة القانون العام التي - التي لا تشكل العلامة الجماعية البسيطة فيها - كما رأينا - سوى صورة متغيرة لها مباشرة وبصورة قانونية وظيفية تتمثل في ضمان نوعية المنتجات أو الخدمات الموسومة ، عن المنتجات أو الخدمات المنافسة ، فهي تهدف كذلك إلى للزبائن - عن طريق الرقابات المستقلة خاصة - أن المنتج أو الخدمة المحددين تحت العلامة ، يقدم كل منهما بعض الصفات المحددة مسبقا في نظام الاستعمال المودع مع العلامة ، التي تعود مثلا إلى طبيعة ، طريقة صنع ، خصائص وصفات أو كذلك المصدر الجغرافي للمنتجات أو الخدمات ، ترتبط بهذه الصفات حتما بنوعية هذه المنتجات أو الخدمات .

هذا وعلى الرغم من أن هذه الوظيفة التصديقية الغريبة عن وظيفة العلامات العادية ، تبرر نظاما مختلفا يرمي إلى أن تكون هذه الوظيفة محققة تماما ، غير أنها لا تخرج عن قانون العلامات الذي يطبق أيضا عليها.²¹

المطلب الثاني : المقصود بعلامة التصديق الجماعية *

العلامة الجماعية التي تعرف بعلامات الرقابة ، هي تلك العلامات التي تستخدمها عدة مشروعات اقتصادية تباشر نوعا من المنتجات والخدمات ويجمعها إتحاد أو تنظيم عام أو مؤسسة عامة تسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات ، ويتطلب الأمر تنسيق الإنتاج ورقابته وتنظيم البيع ، وتحمل منتجات هذه المشروعات علامة تجارية واحدة ويقتصر دور الهيئة أو الجهة المالكة للعلامة الجماعية على رقابة صفات المنتجات وضمان جودتها دون القيام بنفسها بعملية الإنتاج ، ومن ثمة يكون وضع العلامة على المنتجات دليلا على توافر الجودة ، ولذلك تعرف العلامة بالعلامة الجماعية أو علامة الجودة . وفي هذا الصدد عرفت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 العلامة التجارية الجماعية على أنها : "العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع".

والغرض من العلامة الجماعية هو ضمان حسن إنتاج السلع التي تحمل العلامة ، أو للدلالة على أصلها أو إنتاجها ، ولا يسمح إلا لأعضاء الإتحاد أو المنظمة أو النقابة التي تملك العلامة الجماعية بوضع هذه العلامة على منتجاتهم أو خدماتهم بشكل منفصل عن

العلامات الشخصية الخاصة بكل منهم. وبالتالي فإن العلامة الجماعية هي في حقيقتها علامة عامة لضمان جودة المنتجات أو طبيعتها أو مصدرها ، وفي هذا الصدد ذهب المشرع القطري في المادة 32 من القانون القطري رقم 03 لسنة 1978 في شأن العلامات والبيانات التجارية إلى أنه يجوز بقرار من وزير الاقتصاد والتجارة التصريح بتسجيل علامة جماعية لمن يتولى مراقبة أو فحص بعض المنتجات أو الخدمات من حيث مصدرها ومركباتها أو طريقة صنعها وجودتها وذاتيتها ، أو حيث تتوافر أية خصائص مشتركة أخرى.²²

وقد اعترفت التشريعات المقارنة بالعلامة الجماعية ومن بينها القانون المغربي الذي نظمها بموجب المادة 166 من قانون حماية الملكية الصناعية²³ ، و باستقراء هذه المادة التي انضوت تحت عنوان فصل خامس هو "العلامات الجماعية وعلامات التصديق الجماعية" نجدها تميز علامة التصديق الجماعية عن العلامة الجماعية البسيطة من حيث أن هذه الأخيرة مطبقة على السلع والخدمات التي تتميز بطبيعة أو خصائص أو صفات أو مميزات محددة في نظامها ومن بينها أنظمة الجودة كنظام الإيزو.²⁴

وبهذا نستشف أن التشريع المغربي قد عرف هذه العلامات بشيء من الدقة في التمييز بينها وبين العلامات الجماعية البسيطة فعرّفها بأنها تلك العلامة التي تستعملها مجموعة معينة تلبية لأهداف صناعية أو تجارية عامة أو تطويرا وتشجيعا للصناعة أو التجارة التي تعنى بها تلك المجموعة، وعادة ما يلتزم منتجو هاته الجماعة بالتقيد بنظام الاستعمال وما يتضمنه من مقاييس ومعايير للإنتاج²⁵، وذلك وفقا لمقتضيات الفقرة الأولى من المادة 166 من القانون رقم 17-97 السالف ذكره²⁶.

بينما نجد التشريع الجزائري ومن خلال الأمر 06/03 قد عرف اكتفى بتعريف العلامة الجماعية على أنها "كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها"²⁷ ، ولم يتعرض لتعريفها تعريفا خاصا بها يميزها عن تلك العلامات الجماعية التي تتقاطع معها في جزء من اسمها ومفهومها ولم يوضح الفرق بينهما كما سيأتي بيانه لاحقا .

وإجمالا يمكن اعتبار علامة التصديق علامة تصدرها جهات ذات خبرة في حقلها وتعتمد مقاييس ومعايير في التصديق على منتجات المؤسسات والشركات في مختلف المجالات وتطبيقها على أداء تلك المؤسسات والشركات ومن أمثلة المجالات التي تبرز فيها

علامات التصديق مجال قياس الجودة ، ومجال التوافق مع البيئة ، ومجال اعتماد أسلوب إداري ناجح ، وغير ذلك وخلافا لكثير من العلامات الأخرى لا يجوز التنازل عن علامة التصديق ، ذلك أنها تعتمد في المقام الأول على الخبرة التي تراكمت لدى الجهة التي تصدر فيها علامات التصديق ، وقد تم الاصطلاح على تسميتها باللغة الإنجليزية بـ "Certification Mark"²⁸.

على أن هناك من يرى أن علامات مراقبة المنتج أو جودته هي من علامات الخدمات، وليست من علامات السلع و البضائع وهي تماما تشبه علامات الجهات التي تقدم خدمة معينة كعلامات شركات الطيران ، ووكالات السياحة ، ووكالات تأجير السيارات وشركات الدعاية والإعلان ، واتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لم تشمل الحماية المقررة عن طريقها علامة الخدمة ، بل قاصرة على علامة السلعة²⁹، وقد تم مناقشة إقتراح في مؤتمر لشبونة المنعقد في أكتوبر 1958 يتضمن التوسع في الحماية المقررة في الاتفاقية للعلامة التجارية لتشمل علامة الخدمة من جميع الوجوه ، لكن المؤتمر لم يوافق على هذا الاقتراح ، وقد اقتصر التعديل الذي جاءت به المادة 06 / سادسا التي أضيفت إلى الاتفاقية ، على إلزام دول الاتحاد بحماية علامة الخدمة دون إلزامها بتسجيل تلك العلامة ، ولذلك نصت الفقرة سادسا من نص المادة 06 المذكورة على أنه : "تعهد دول الاتحاد بحماية علامة الخدمة ، ولا تلتزم هذه الدول بأن تكفل التسجيل لتلك العلامات" ، وهذا يعني أن اتفاقية باريس لا تلزم أعضاء الاتحاد بحماية علامة الخدمة وتسجيلها كعلامة تجارية ، بل يكفيها - وفقا لنص المادة 06 / سادسا - حمايتها عن طريق قواعد المنافسة غير المشروعة أو بأية آلية قانونية أخرى ، أو حماية -علامة الخدمة - كعلامة تجارية متى شاءت أي من هذه البلدان.

أما اتفاقية تريبس وحسب الفقرة 01 من المادة 15 فقد تكفلت بحماية العلامة التجارية عن السلع والخدمات بما فيها خدمة مراقبة المنتج والجودة ، مثل منظمة الإيزو التي تراقب جودة المنتج أو الخدمة ولا تقوم بإنتاج سلعة أو بضائع أو خدمات خاصة بهما، بل تراقب الجهات المذكورة ومع ذلك لها علامة تجارية خاصة بها.³⁰

المبحث الثاني : مظاهر خصوصية النظام القانوني الحاكم لها

إن الكلام عن مظاهر القيود المفروضة من طرف المشرع سواء على الجهة أو الجهاز الذي يمنح التصديق على المنتجات أو الخدمات ، أو على المنتجين الراغبين في استعمال هذه العلامات نابع أساسا من تلك الفروق الجوهرية الخارجة عن المألوف في حقوق الملكية الصناعية من حيث تحديد أصحاب الحقوق والمستفيدين منها ، ومن حيث الجهاز المكلف بإصدار سندات الحماية واعتمادها ، ومن حيث حرية التصرف فيها ، في ظل وظيفة تصديقية لمطابقة المنتوجات لمعايير ومقاييس معدة مسبقا ، سعيا نحو تحقيق الجودة المنشودة من قبل صاحب العلامة والمستهلك على حد سواء .

فإذا كانت علامات القانون العام « Marque de Droit commun » (يقصد بها العلامات العادية) بدون وظيفة وقائية لصالح المستهلك ، وإذا لم تكن بطريقة غير مباشرة وبدون نتائج قانونية حقيقية ، تضمن صفة المنتجات أو الخدمات التي تعينها ، فهناك علامات أخرى تمارس في المقابل هذه الوظيفة في سبيل الصالح العام ، تتميز هذه العلامات بخصوصية القدرة على أن تكون مستعملة من كل متدخل أو عامل في السوق تلبي منتجاته أو خدماته بعض الشروط المحددة المتعلقة بصفته ، هي تسمح بتمييز المنتجات أو الخدمات التي تلبي هذه الشروط عن تلك التي لا تلبها ، وكذا إعلام الزبائن بصفة المنتجات أو الخدمات ، وهي العلامة الجماعية للتصديق الخطي ، وتتميز علامات هذا النموذج عن علامات القانون العام كذلك بأنها ليست فعلا موضوعا لحق ملكية لمصلحة من يستثمرها.³¹

فضلا عن هذا و نظرا للخصوصيات الكثيرة لعلامات التصديق الجماعية فقد أخضعها علاوة على الشروط العامة من مشروعية وضرورة طابع التمييز وعدم مخالفة النظام العام ، إلى شروط خاصة لعل أهمها عدم إمكانية إيداعها إلا من طرف شخص معنوي ليس بمنتج ولا مستورد ولا بائع لتلك المنتوجات أو الخدمات ، وكذا إيداع نظام لاستعمالها يحدد شروط الانتاج وتفصيله ، ومراقبة مقاييس الجودة اللازم توافرها في المنتج الحامل لها.³²

المطلب الأول : شخص المودع وإجراءات التسجيل

الفرع الأول : المودع : شخص معنوي مستقل

في سبيل أن تكون العلامة قابلة لأن تحقق وظيفتها في ضمان النوعية ، فلا يمكن أن يقوم بإيداعها أو حيازتها أي شخص ، وفي هذا تنص المادة L 715-1، فقرة 2 على أنه " لا يمكن لعلامة جماعية للتصديق الخطي أن تكون مودعة إلا من شخص معنوي ليس هو صانع ولا مستورد ولا بائع للمنتجات أو الخدمات " ، وتفسر هذه القاعدة بواقع أن مالك العلامة هو الذي يحد شروط الاستعمال على الغير ويقيم الرقابات على مطابقة المنتجات أو الخدمات للمطالبة المصاغة في نظام الاستعمال ، غير أننا إذا أردنا أن تكون هذه الرقابات ناجعة وموضوعية ، فمن الضروري أن تكون منفذة من جهاز مستقل ، لا يتأثر بالصنع ولا بتوزيع المنتجات أو الخدمات ، وليس إلا إذا كان صاحب العلامة في نفس الوقت لا يستعمل حتى تستطيع هذه أن تمارس بطريقة موضوعية وظيفتها الضامنة³³.

كما أن الإجراءات الخاصة التي تميز علامات رقابة الجودة و التي تجعلها نوعا من العلامات تخصص للدلالة على مراقبة منتجات معينة أو فحصها ، وباعتبارها علامة تضعها أشخاص إعتبارية³⁴ ، تتولى في العادة فحص المنتجات أو الخدمات من حيث الجودة أو التركيب أو طريقة الصنع أو أية خاصية أخرى، فإنه لا يحق لهذه الأشخاص صناعة أو إنتاج ما تميزه العلامة التجارية ، ومثالها في الوقت الحالي أن يرخص لأحد رجال الأزهر الشريف أو إحدى إدارته بتسجيل علامة للتصديق على اللحوم والأطعمة الحلال أو يرخص لأحد مكاتب وزارة الصحة بتسجيل علامة مراقبة بعض المأكولات أو الأغذية والتصديق على صلاحيتها للاستهلاك البشري ، كما يجوز بذلك لأي من الجهات المنوط بها القيام بأعمال فحص ومراقبة السلع أو الخدمات .

ونظرا للطبيعة الخاصة لهذه العلامات فقد استلزم المشرع ألا تسجل أو تنقل ملكيتها إلا بموافقة وزير الاقتصاد والتجارة وكذا لا يشترط إعادة تسجيلها في حالة شطبها أو عدم تجديدها لتمييز منتجات أو بضائع أو خدمات إلا بترخيص من الوزير المختص³⁵.

فمن الملاحظ في هذا السياق أن علامات التصديق الجماعية ، وإن اختلفت مع تلك البيانات المرتبطة بمصدر وجود المنتج المتمثلة في بيانات المصدر وتسميات المنشأ ، فإنها تقترب منها في تلك الخصوصية التي تميز هذه البيانات من خلال التدخل المباشر للدولة عبر أجهزتها المختلفة في تفاصيل و جزئيات نشأة هذه البيانات ، وذلك عن طريق وضع دفتر

شروط للتحميلات³⁶ ، أو نظام تقني يحدد مسبقا الشروط الشخصية والموضوعية اللازم توافرها في كل مقبل على استعمال هذه التسميات ، والأكثر من ذلك لقد وصل هذا التطور المسترسل في المفاهيم إلى حد التراجع واستبعاد بعض الثوابت التي كانت إلى حد قريب جوهرية وحاسمة في قانون الملكية الصناعية ، بدليل أنه أصبح ممكنا في ظل هذه المستحدثات نشوء حق من حقوق الملكية الصناعية عبارة عن تسمية منشأ دون ضرورة إيداع طلب للحماية لدى مكتب الملكية الصناعية أي بعيدا عن نظام التسجيل المعمول به في حق الملكية الصناعية ، الأمر الذي يجعلنا نشكك منذ البداية في مدى جدية ودقة تصنيف مثل هذه المؤسسات ضمن خانة حقوق الملكية الصناعية³⁷.

الفرع الثاني : شروط خاصة للتسجيل

تنص المادة L 712-2 فقرة 2 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي على أن "إيداع علامة جماعية للتصديق يجب أن يتضمن نظاما محددًا للشروط التي يكون استعمال العلامة خاضعا لها . " ، عندما تكون هذه العلامة تهدف إلى توفير وظيفة ضمان ، من الضروري أن يكون موضوع هذا الضمان محددًا بصورة مسبقة وأن يأخذ الجمهور علما به وكذا العاملون في السوق المعني ، هذا هو سبب وجود نظام استعمال موضوع من المودع الذي إيداعه مطلوب في القانون ، يحدد هذا النظام المميزات التي يجب أن ترتديها المنتجات أو الخدمات لتكون معينة تحت العلامة : طبيعة ، خصائص أو صفات ، المصدر الجغرافي ، ... إذا كان يجب إيداعه عند طلب التسجيل ، بغية تسهيل وصوله في نفس الوقت إلى المنتجين ومقدمي الخدمات ، الذين يجب أن يعرفوا شروط استعمال العلامة ، وإلى المستهلكين الذين يجب أن يعرفوا المقابل للوعد بالتنوع المصنوعة لهم .

ولا يتضمن مع ذلك القانون أية قاعدة تتعلق بمضمون أو أشكال الإيداع أو شهر نظام الاستعمال ، غير أنه يجب أن يكون موضوعا عند إيداع العلامة وليس لاحقا نظرا لأن المادة L-715-2 من نفس القانون تنص على أن إيداع العلامة يجب أن يحتوي على النظام ، وطلب التسجيل في علامة التصديق يرفض عندما لا يوجد تطابق كامل بين المنتجات أو الخدمات المحددة في النظام وتلك الموجودة عند إيداع العلامة³⁸.

أما إذا طبقت النظام المسبق فمن ثمة يمكن وسم العلامة إما مباشرة من مالكيها و إما من المستعملين تحت رقابته ، كما يمكن القيام بالرقابة على مطابقة خصائص المنتجات أو الخدمات على تعليمات النوعية المبينة في نظام الاستعمال ، قبل استعمال

الجمهور للعلامة ؛ وذلك مع مراعاة أنه يمكن منح تفويض باستغلال علامة التصديق الجماعية للإنتاج اللاحق ، بعد رقابة الإنتاج الأول ، وأمام هذا كله يمكن أخذ عينات لأجل الرقابات المفاجئة دون إغفال مراعاة لمتطلبات النظام³⁹.

المطلب الثاني : على مستوى القيود المفروضة على جواز التصرف

في علامة التصديق الجماعية "اللانقلية"

إن مؤسسات علامات التصديق الجماعية وتسميات المنشأ قد نقلتنا من مفهوم ملكية صاحب الحق لحقه إلى مفهوم آخر هو الطرف المستعمل لهذه البيانات ، وكأنما تم تفجير وانشطار مفهوم الملكية ، وأصبحنا أمام شخص أو جهة مالكة لهذا الحق بالمفهوم الدقيق ، وأشخاص آخرين مخولين حق استعمال تلك التسمية فقط . فالخصوصية التي تعرف هذه العلامات هي المنع القانوني الواضح والجازم تجاه مالكيها وعدم إستعمالها من طرفه ، على خلاف ما تقرّه مبادئ حقوق الملكية بصفة عامة التي تخول صاحبها سلطات استعمال واستغلال الحق والتصرف فيه ، وهي سلطات أصبحت من الثوابت القارة على مستوى القانون المقارن ، وعبر مر العصور⁴⁰، وهذا ما يعكسه ذلك المفهوم الخاص لهذه العلامات ، ويبرر عدم جواز التصرف في علامة التصديق الجماعية الذي يصطلح عليه بـ"اللانقلية" "Intransmissibilite" ن فالخصوصية الأولى في النظام القانوني لعلامة التصديق الجماعية تجعل من القانون وخروجا على القاعدة العامة القاضية بجواز التصرف في العلامة يشير إلى قيد هام يمنع صاحب العلامة الجماعية للتصديق من حرية التصرف بهذه العلامة ، إذ تنص المادة 715-4-فقرة 2 على أن العلامة لا يمكن أن تكون هدفا لأي تنازل ، ولا رهن ولا موضوع أي إجراء تنفيذ جبري ، وهذا الحل مبرر باعتبار وظيفة العلامة والدور الذي يلعبه مالك العلامة ، حيث أن قيمة العلامة الجماعية تكمن في إمكانية الثقة بالرقابة المنفذة من مالك العلامة ، ويجب أن يبقى هذا الأمر دون تغير صاحبها⁴¹، فصرامة الرقابة وقيمة الدور الإعلامي للعلامة لا يمكن بالضرورة أن يبقى قائما ومضمونا ما تحول الحق في العلامة إلى غير مالكيها خاصة إذا تم رهنه أو كان محلا للحجز كإجراء لتنفيذ جبري وبالتالي فعلاصة التصديق الجماعية هي مؤسسة للضبط المهني أكثر مما هي مال خاص والتي يجب أن تبقى مرتبطة وبشكل نهائي بمالكها ، إلا إذا كان الشخص المعنوي مالك العلامة محل حل وهنا يجب تحويل الحق في العلامة لأن هذا الحل سيؤدي حتما إلى انقضائها⁴².

فلا غرابة إذن إذا كنا بصدد تحليل علامات التصديق الجماعية – أن نستكشف أن مالك هذه العلامة الخاصة لا يسوغ له مطلقا استعمالها وممارسة السلطات العادية التي يخولها له حق الملكية في مواجهتها ، وذلك بصريح نص المادة 24 من الأمر 06/03 السالف الذكر: "لا يمكن أن تكون العلامة الجماعية محل انتقال أو تنازل أو رهن ولا يمكن أن تكون تحت طائلة أي حكم تنفيذ جبري". والتي تقابلها المادة 173 من قانون حماية الملكية الصناعية المغربي إذ تنص: "لا يمكن أن تكون علامة التصديق الجماعية محل تفويت أو رهن أو أي تديير من تدابير التنفيذ الجبري...".

ولعل هذا هذا المفهوم الجديد للملكية في معرض الكلام عن العلامات الجماعية للتصديق يؤكد وبشكل جازم ، أنه إذا كان من الثابت أيضا أن المالك يبقى مبدئيا صاحب الحق في أية لحظة وحين بالتصرف في ملكه ببيعه أو رهنه أو إنجاز أي تصرف ناقل للملكية بشأنه ، فإن مالك علامة التصديق الجماعية ممنوع بصريح نص القانون .

وتكمن العلة في هذه الخصوصيات في كون المشرع قد منح حق إنشاء وتأسيس علامات من هذا النوع حصرا لفائدة أجهزة وجهات ذات مصداقية وكفاءة مهنية في النشاط الذي تمارسه ، فهي وحدها التي تتقمص شكل الجهات المانحة للتصديق ، وارتباطا بهذه الاعتبارات الذاتية اعتبر المشرع أن العلامة التي تنشؤها هاته الجهات ينبغي أن تبقى لصيقة بها لوحدها وبالتالي فإن أي تفويت لها للغير قد يجعل تلك الشروط غير متوفرة تماما.⁴³

أما الغاية من عدم إمكانية استعمال هذه الجهة لنفس العلامة المملوكة لها ، فهي أنه لا ينبغي أن تجتمع فيها صفة الجهاز المانح للتصديق من جهة وصفة الطرف المستفيد منه من جهة ثانية ، فتصديق الشخص على منتوجاته الشخصية لن تتسم بالضرورة الموضوعية والجدية اللازمين .

وطالما أن المشرع حسم في شأن منع مالك العلامة من استعمالها ، واعتبارا إلى أن العلامات بصفة عامة ما وجدت إلا لكي تستعمل وتستغل ، فإننا سنصبح بالضرورة أمام عدة مستعملين لعلامات التصديق الجماعية مختلفين تماما عن مالكيها ، فمالك العلامة مقيد بالالتزام بدءاً بإنجاز دفتر شروط يثبت من خلال مضمونه أنه يتوفر على العديد من الإمكانيات البشرية والمالية والتقنية ، وكذا معرفته العملية ومصداقيته في مجال النشاط الذي يعنى به ، والكل قصد إحراز ثقة الجهات الرسمية ومنحه صفة جهاز مكلف بمنح

التصديق على منتوجاته وخدمات غيره. فإذا تجاوز المالك هذا القيد ، وضع نظام لاستعمال علامته للتصديق ليستعملها كل راغب فيها .

أما مستعملو هذه العلامات فيبقون مقيدين بضرورة الخضوع للشروط والمقاييس المحددة في نظام الاستعمال المرتبطة بكيفية الانتاج أو أساليبه أو جودته ، كما أنهم ملزمون بالالتزام الضوابط المتعلقة بنظام المراقبة الذاتية وكذا اللاحقة . وبذا نلاحظ أننا أمام تقييدات صارمة من نوع خاص لا نجدها في باقي حقوق الملكية الصناعية ، والمؤكد أن هذه الصرامة ما وُجدت إلا لخدمة المستهلك بالدرجة الأولى⁴⁴ .

المطلب الثالث : علامة التصديق الجماعية بين الاختيار وطابع الإلزام

منذ أول قانون فرنسي للعلامات الصادر في 23 حزيران 1857 كانت الصفة الاختيارية ملازمة للعلامة ، كما نوه إلى ذلك قانون 31 كانون الأول لعام 1964 صراحة في مادته الأولى ، لكن النصوص الحالية لم تعتن بالتذكير بهذه الصفة الاختيارية ، حيث أن العلامات الطائفية المهنية كانت إلزامية آنذاك ، من أجل إمساك التنظيمات المهنية بالحياة الاقتصادية وضمان نوعية المنتجات ، وإذا كان مبدأ الصفة الاختيارية للعلامة بشكل أولي يعني أن المهني ليس ملزماً بأن يقترح على الجمهور منتجات أو خدمات تحت علامة مميزة خاصة ، حتى ولو كان مقبولاً بأن المستهلكين يفضلون المنتجات الموضوع عليها علامات ، فإن بعض المنتجات تباع بدون علامة ، وهذا المبدأ يستدعي أيضاً أن تكون العلامة المسجلة باسم شخص ما ليس من الضروري والحتي أن تحملها كل منتجاته ، لكن لأسباب ودواع تتعلق بالنظام العام والتي عادة ما تكون لأجل حماية الصحة العامة يُفرض الاستخدام الإلزامي للعلامة ، وفي هذا تفرض مثلاً المادة 2-1-511L من قانون الصحة العامة أن تكون نوعية صيدلانية معينة موضوعة في السوق تنضوي تحت تسمية خاصة بصانعها ، أن تأخذ الشكل المتصل بالتسمية المتداولة أو العملية للنوعية الخاصة المرفقة باسم أو علامة الصانع ، لكن دون أن تفرض هذه النصوص أن تكون هذه التسمية الخاصة علامة بالمعنى القانوني⁴⁵ .

فالعلامة باعتبارها مجرد أداة للمنافسة تتميز بطابعها الاختياري ، ولقد أكد المشرع المغربي في ذلك في نص المادة 139 من قانون الملكية الصناعية المغربي صراحة⁴⁶ على خلاف ما ذهب إليه المشرع الجزائري في المادة من الأمر المتعلق بالعلامات حيث تنص المادة 03 في فقرتها الأولى منه على أنه : " تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل

سلعة أو خدمة مقدمة ، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني ... " وهذا يعني أن المنتجين والمسوقين وموردي الخدمات أحرار في اتخاذ علامة لتمييز منتجاتهم أو عدم اتخاذها في ظل التشريع المغربي على خلاف التشريع الجزائري.

وفيما يتعلق بعلامات التصديق الجماعية فإنه يجدر بنا التنويه والتأكيد على أن الأمر اختياري بالنسبة للمنتج والصانع في استعمال علامات التصديق الجماعية على منتوجاته من عدمه - إبتداءً - ، أي أنه حرٌّ في توضيح وتبيان عناصر جودة منتوجه وخصائصه ومميزاته ، إلا أنه إذا ما اختار استعمال هذه العلامات الخاصة فإنه يصبح ملزماً بالتقيّد بضوابطها وقواعدها والتقييدات المختلفة التي تفرزها⁴⁷.

الخاتمة:

إن تحليلاً معمقاً لمفهوم العلامات الجماعية ، وعلى وجه الخصوص علامات التصديق الجماعية ، يبين هاجس حماية مصالح المستهلك ربما يعتبر هو أساس وعماد الحماية القانونية عن طريق هاته العلامات ، فقد أجمعت القوانين الحديثة في هذا الشأن على وضع التزامات قانونية على عاتق المنتجين بإلزامهم بتحديد تركيبة المنتج وعناصره ومواده وجميع البيانات المرتبطة بصنعه ، والكل خدمة لمصالح المستهلك حتى يُقبل على استهلاك المنتج وهو على بينة من كل هذه الأمور .

ففي ظل اقتصاد معولم يكون المخاطب الرئيسي فيه المستهلك علماً بحقوقه من جهة ومصرأ على تعامله مع منتجات ذات جودة عالية ، فإن غزارة الإنتاج في حد ذاته لم يعد كافياً بل أصبح من الضروري الاهتمام بكسب ثقة المستهلك وتفضيله للمنتج الذي يرى فيه مواصفات لا تتوفر في غيره ثمناً ومُثمناً⁴⁸ وهذا لن يتأتى بإعمال نظام قانوني يحمي الملكية الفكرية لصاحب العلامة على حساب المستهلك ، ولن يحصل إلا من خلال تفعيل نظام قانوني خاص تخضع له علامات التصديق الجماعية التي تعد بحق باعتباره وسيلة إشهاد على الجودة العالية وخصائص ومميزات المنتج أو الخدمة ، ولعل ما يجسد هذا تلك الجهة المخول لها قانوناً التصديق على المنتجات أو الخدمات ، هذا التصديق الذي ينبغي أن يكتسي طابع الإلزام وأن يصدر عن جهة ذات مصداقية وثقة عاليتين و معترف بها على الصعيد الداخلي والعالمي .

الهوامش :

¹ معلال فؤاد ، الملكية الصناعية والتجارية ، دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية ، الطبعة الأولى ، منشورات مركز قانون الالتزامات والعقود ، كلية الحقوق بفاس ، دار الأفاق المغربية للنشر والتوزيع ، الدار البيضاء ، المغرب ، 2009 ، ص 412 .

² جدي نجا ، الحماية القانونية للملكية الفكرية وفق مقتضيات التنمية المستدامة ، رسالة دكتوراه في القانون الخاص ، جامعة الجزائر 1 ، بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2019 ، ص 63 .

³ أنظر الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 ، يتعلق بالعلامات، ج ر العدد 44 ، مؤرخ في 2003/07/23 .

⁴ Haroun Ali , *La protection de la marque au Maghreb , contribution à l'étude de la propriété industrielle en Algérie , en Tunisie et au Maroc , o.p.u , Alger , Algérie , 1979 , p 32 .*

⁵ تنقسم العلامة التجارية من حيث أشخاص مالكيها إلى علامة فردية وعلامة جماعية . أنظر في ذلك : بن طالب حاج شعيب فاطمة الزهرة ، دور العلامة في حماية المستهلك ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير في القانون ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الأردنية ، 2011 ، ص 100 .

⁶ أنظر المادة 02 فقرة 02 من الأمر 06/03 السالف ذكره .

⁷ أنظر المادة 23 من الأمر 06/03 السالف ذكره .

⁸ مداوي خالد ، حقوق الملكية الصناعية في القانون الجديد 97-17 ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع ، الرباط ، المغرب ، 2005 ، ص 113 .

* فإذا كانت الملكية المعنوية أو الفكرية ترد على أشياء غير مادية، ذلك أن الحقوق كلها غير مادية. فالحق العيني أو الشخصي يقع كل منها على شيء مادي، أما الحق فهو دائما معنوي، ولا يمكن أن يكون ماديا ، ويقصد بأن الحق غير مادي، أي أنه لا يدرك إلا بالفكر، فهو ليس له جسم محسوس، وأن أكثر الأشياء غير المادية هي إنتاج الذهن وتسمى الحقوق التي ترد عليها بالحقوق الذهنية. أنظر في ذلك : السهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني ، الطبعة الثالثة ، الجزء الثامن ، حق الملكية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، 2011 ، ص 274 .

* فضلا عن الصفة المعنوية فإن هذه الحقوق تتميز بصفة التأقيت والذي تقوم عليه روح هذه الحقوق والمقصود بها كفالة الاستثناء بالحقوق الفكرية مدة محددة من الزمن- باستثناء الحق في العلامة الذي تتجدد بتجديد تسجيلها - و تصبح بعدها مالا مشاعا ذو طبيعة عمومية يجوز لأي شخص استغلالها دون إذن مسبق من صاحبها.

⁹ معلال فؤاد ، مرجع سابق ، ص 13 .

¹⁰ مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص 112 .

¹¹ باستثناء الملكية الأدبية والفنية في البلاد ذات التقاليد اللاتينية ومن حذا حذوها. انظر في ذلك : جدي نجا ، مرجع سابق ، ص 56 .

¹² معلال فؤاد ، مرجع سابق ، ص 413 .

* والذي تضمن القسم الأول بعنوان : ملكية العلامات الجماعية واستعمالها والقسم الثاني بعنوان الانتقال والرهن والتنفيذ الجبري للعلامة الجماعية ، في حين تطرق القسم الثالث لإلغاء العلامة الجماعية ، والتي جاءت نصوص المواد 22 ، 23 و 24 و 25 على التوالي لتوضيح أحكامها دون أن نغفل عن نص المادة الثانية سالف الذكر التي عرفت المقصود بالعلامة الجماعية .

¹³ مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص 113 .

¹⁴ مداوي خالد ، المرجع السابق ، ص 112 .

¹⁵ حمدي غالب الجغبير ، العلامات التجارية ، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، 2012 ، ص ص 63 ، 64 .

* وهي التي يؤثر الفقه اللبناني تسميتها بالعلامة المشتركة بدلا عن الجماعية ، وإن كانت التسمية غير دقيقة ، فهي ترجمة سقيمة للمصطلح الفرنسي "Collective" وأثر مصطلح العلامة الشخصية بدلا عن الفردية وهي أيضا اصطلاح غير دقيق ، فالأصح فردية وهي التي تقابلها جماعية وتكون ترجمة دقيقة لمصطلح "Individuelle" عوضا عن مصطلح "personnelle" الذي يقابل مصطلح "شخصية".

¹⁶ الحمصي علي نديم ، الملكية التجارية والصناعية ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان ، 2010 ، ص 284 .

¹⁷ حمادي زوير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، 2012 ، ص ص 40 ، 41 .

¹⁸ حمادي زوير ، المرجع السابق ، ص ص 41 ، 42 .

¹⁹ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، حق الملكية الصناعية ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان ، 2015 ، ص 717 .

Et voir également : Jean-Christophe Galloux, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, 2000, pp 438, 439.

²⁰ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، مرجع سابق ، ص 718 .

²¹ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، المرجع السابق ، ص 720 .

* يصطلح أيضا على هذه العلامات بعلامات المطابقة ، وعلامات الجماعية للتصديق الخطي ، وعلامات التصديق الجماعية

Marque » collective de certification .»

²² حمدي غالب الجغبير ، مرجع سابق ، ص ص 99 ، 100 .

²³ أنظر القانون رقم 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية المعدل والمتمم بموجب القانون 31/05 الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1/05/90 المؤرخ في 14 فبراير 2006 . والتي تنص على : "تعتبر العلامة جماعية عندما يمكن استغلالها من لدن أي شخص يتقيد بنظام استعمال أعده صاحب التسجيل .

تطبق علامة التصديق الجماعية على المنتج أو الخدمة التي تكون لها ولا سيما من حيث طبيعتها أو خصائصها أو صفاتها المميزات المحددة في نظامها ."

²⁴ عجة الجبالي ، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها ، دراسة مقارنة لتشريعات الجزائر ، تونس ، المغرب ، مصر ، الأردن والتشريع الفرنسي ، الأمريكي والاتفاقيات الدولية موسوعة حقوق الملكية الفكرية ، منشورات زين الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، 2015 ، ص 42 .

²⁵ Voir : Haroun Ali , op.cit, p134 .

²⁶ مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص 113 .

²⁷ أنظر المادة 02 فقرة 02 من الأمر 06/03 السالف ذكره .

²⁸ أبوغزالة طلال ، معجم الملكية الفكرية ، بدون دار نشر ، بدون تاريخ نشر ، ص 89 .

²⁹ حجازي عبد الفتاح بيومي ، الملكية الصناعية في القانون المقارن ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، مصر ، 2008 ، ص 148 .

³⁰ حجازي عبد الفتاح بيومي ، المرجع السابق ، ص 149 .

³¹ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، مرجع سابق ، ص 716 .

³² مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص 116 .

³³ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، مرجع سابق ، ص 721 .

- ³⁴ أحمد الحميدي أحلام ، الحق في ملكية العلامة الجماعية ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات الفقهية والقانونية ، جامعة آل البيت ، الأردن ، 2010 ، ص 108 .
- ³⁵ حجازي عبد الفتاح بيومي ، مرجع سابق ، ص 146 . وأنظر أيضا : أحلام أحمد الحميدي ، مرجع سابق ، ص 97 وما يليها .
- ³⁶ لقد جاء هذا المصطلح في التشريع المغربي كترجمة لمصطلح "Cahier de charges" ، والذي يقابلها في الفقه الجزائري دفتر أعباء أو دفتر شروط .
- ³⁷ مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص 111 .
- ³⁸ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، مرجع سابق ، ص ص 723 ، 724 .
- ³⁹ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، المرجع السابق ، ص 732 .
- ⁴⁰ مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص ص 111 ، 112 .
- ⁴¹ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، مرجع سابق ، ص 728 .
- ⁴² *La rigueur du contrôle, et la valeur informative de la marque , ne seraient plus nécessairement garanties si le droit de la marque était transféré , en particulier à la suite d'une gage ou d'une mesure d'exécution forcée . Il importe par conséquent que la marque collective de certification , qui est davantage « une institution de police professionnelle qu' un bien privé » , soit liée à son titulaire . Voir : Jérôme Passa , Droit de la propriété industrielle , tome 1 , Marques et autre signes distinctifs dessins et modèles , 2^e édition , L.G. D.J , édition point Delta , Beyrouth , Liban , 2010 , p753 .*
- ⁴³ مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص 120 .
- ⁴⁴ مداوي خالد ، المرجع السابق ، ص 121 .
- ⁴⁵ جيروم باسا ، ترجمة عبد الأمير إبراهيم شمس الدين ، مرجع سابق ، ص ص 67 ، 68 .
- ⁴⁶ معلال فؤاد ، مرجع سابق ، ص 421 .
- ⁴⁷ مداوي خالد ، مرجع سابق ، ص 117 .
- ⁴⁸ مداوي خالد ، المرجع السابق ، ص 223 .