

الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الأنترنت في القانون الجزائري

The penal protection of the trademark from imitation online in algerian law

• حمادي محمد رضا، طالب دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أدرار، قانون أعمال،
hamadi.adel44@gmail.com

• د.يوسفات علي هاشم، استاذ محاضر-أ- رئيس قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم
السياسية جامعة أدرار، القانون الخاص، yousfatali@yahoo.com

- Received date: 10/01/2018
- Accepted date: 09/11/2018
- Publication date: 20 /12/2018

الملخص :

حاولنا من خلال هذه الورقة معالجة إشكالية الحد من ظاهرة تقليد العلامات التجارية عبر الأنترنت حيث تعد العلامة التجارية أداة للتمييز والتفريق بين السلع والمنتجات والخدمات وتعتبر همزة وصل بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة، إلا أن العلامة يقع عليها التعدي بالتقليد إما عاديا أو بطريق إلكتروني هذا الأخير يعتبر أحد أكثر صور الاعتداء التي تتزايد انتشارا بسبب التطور التكنولوجي الكبير مما يطرح لدينا العديد من الإشكالات خصوصاً القانونية منها، كموقف المشرع من هذه الظاهرة؟، وكذا الإجراءات الرامية للحد منها؟، مما يفرض على الدول الإسراع في تقديم الحلول الضامنة للحد من هذه الظاهرة، وذلك عن طريق سن التشريعات التي تكفل الحماية الشاملة للعلامة التجارية في البيئة الرقمية .

الكلمات المفتاحية : التقليد الإلكتروني، العلامة التجارية، الحماية الجزائية، العقوبات المقررة.

Abstract:

In this paper we tried to address the problem of reducing the phenomenon of imitation of trademarks over the Internet, where the trademark is a tool for distinguishing between goods and products and services and is a link between the owner of the mark and the consumer of goods, but the mark is infringed by imitation either ordinary or electronic Is one of the most widespread forms of attack because of

the great technological development, which raises many legal problems, such as the legislator's position on this phenomenon, and measures to limit it ?, which imposes on States to accelerate the provision of And for the guarantor to reduce this phenomenon, through the enactment of legislation to ensure comprehensive protection of the brand in the digital environment.

Keywords: electronic tradition, trademark, penal protection, penalties.

مقدمة :

تعرف التجارة الالكترونية بأنها عملية بيع أو شراء السلع والخدمات من خلال شبكة الأنترنت باعتبارها شبكة عالمية تربط شبكة حواسيب آلية، فقد أدى تسابق العديد من المنتجين ومقدمي الخدمات إلى عرض منتجاتهم وخدماتهم عبر هذه الوسيلة .

أهمية الموضوع: إن موضوع العلامات التجارية ماله من أهمية بالغة يفرض نفسه بسبب استمرارا ظاهرة التعدي على العلامات التجارية وظهور طرق وأشكال جديدة لهذا التعدي والمتمثلة في تقليد العلامات التجارية عبر الحاسوب من خلال تنزيلها وتحميلها على أقراص مدمجة تمهيدا لاستغلالها استغلالاً غير مشروع، أو تقليدها مباشرة عن طريق الأنترنت، بحيث أصبحت جرائم العلامات التجارية واحدة من موضوعات الجرائم الحديثة والتي اصطلح على تسميتها بجرائم المعلوماتية .

هدف الموضوع: وللحد من هذه الظاهرة تهدف أغلبية التشريعات الى وضع مجموعة من الآليات القانونية لمحاربة هذه الظاهرة، وحماية العلامة التجارية من الجرائم الواقعة عليها، وبالتالي حماية المستهلكين الالكترونيين.

المنهج المتبع: و قصد الإستفاضة في الموضوع وتحليله، فقد تم اعتماد المنهج التحليلي للنصوص القانونية والمقارنة أحياناً.

إشكالية الدراسة: ومن خلال ما تقدم طرح الإشكال الذي مفاده: إلى أي مدى كانت نصوص القانون الجزائري كفيلة بحماية العلامة التجارية من التقليد الإلكتروني عموماً؟، وهل حققت هذه الحماية في الواقع أم لا؟.

المخطط المعتمد: وبناء على ما سبق، سنتناول تعريف تقليد العلامة التجارية وأساس تقديره (المطلب الأول)

والحماية الجزائية من التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية (المطلب الثاني)
المطلب الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية وآثاره

سنتناول من خلال هذا المطلب ماهية تقليد العلامة التجارية (الفرع الأول)، بينما سنتعرض لآثار التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

من أجل إعطاء مفهوم متكامل للتقليد لا بد من تعريف التقليد في صورته العادية (أولاً)، وكذا تعريف التقليد الإلكتروني باعتباره صورة حديثة من صور التقليد الذي يتخذ من التكنولوجيا الحديثة أساساً لها (ثانياً)، كل ذلك بعد تبيان المفهوم اللغوي للتقليد.

أولاً: تعريف التقليد العادي للعلامة التجارية

يقال في اللغة قَلَدَ الشيء - قَلَدًا: لواه، يقال قَلَدَ الحديد رققها ولواها على شيء، ويقال قَلَدَ فلان فلاناً أتبعه فيما يقول أو يفعل، من غير حجة ولا دليل، وحاكاه. يقال قَلَدَ القرد الإنسان¹.

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004، ص 754.

بينما عرف الفقه تقليد العلامة بأنه اصطناع علامة مطابقة تمام التطابق للعلامة التجارية حتى ولو أضاف لها المقلد ألفاظاً أو صفة أو نوع أو صنف، وتوسع آخرون في إطلاق معنى التقليد على كل اصطناع أو محاكاة لعلامة تماثل في مجموعها العلامة الأصلية، تماثلاً من شأنه أن يخدع الجمهور ويضلل بخصوص مصدر البضاعة التي تحمل العلامة المقلدة، أي أن التقليد يكون بوضع علامة مشابهة، أو قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى، بحيث يصعب التفرقة بينهما أو تمييز إحداها عن الأخرى، لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يضل جمهور المستهلكين¹.

ومما لا شك فيه أن التوسع في مفهوم التقليد يوفر أكثر حماية للعلامة التجارية فلا يقصرها على مجرد الحالات الصعبة التي يكون إثبات التقليد فيها شبه مستحيل، فيكفي أن تكون العلامة المقلدة قادرة على جعل الشخص العادي يتوهم صحتها.

وبالرجوع إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات² نجده أنه أكد في المادة 26 على أنه: "يعد مرتكباً جنحة تقليد لعلامة مسجله كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة".

وعليه لم يقدم المشرع الجزائري تعريفاً للتقليد، ولم يحدد الأشكال التي يتخذها المساس بالحقوق الإستثنائية لصاحب العلامة رغم تجريمه للفعل، مفسحاً بذلك المجال أمام الفقه، وقد أحسن بذلك صنعاً، لأن التقليد يتخذ عدة

¹ المختار بن قوية، دور العلامة في حماية المستهلك، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، بدون سنة، ص 229-230.

² الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

صور يصعب في غالب الأحيان حصرها وهي تتزايد بمرور الزمن وتتطور بالتطور التكنولوجي.

ثانيا : تعريف التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

تُعتبر الجريمة المعلوماتية من بين الجرائم التي تباينت تسمياتها عبر المراحل الزمنية لتطورها التي ارتبطت بتقنية المعلومات، فقد اصطلح على تسميتها بداية بإساءة استخدام الكمبيوتر، ثم احتيال الكمبيوتر، فالجريمة المعلوماتية، بعدها جرائم الكمبيوتر والجريمة المرتبطة بالكمبيوتر، ثم جرائم التقنية العالية، إلى جرائم الهاكر، فجرائم الأنترنت، وأخيراً السببركرايم.¹ وعليه لمعرفة الجريمة المعلوماتية لابد من معرفة عناصرها وهي:

1. الحاسب الإلكتروني: مجموعة من الكيانات التي تسمح بدخول المعلومات ومعالجتها وتخزينها واستشارتها أو استرجاعها عند الطلب.²
2. الأنترنت: وهي ترابط بين الشبكات، حيث تتكون الأنترنت من عدد كبير من شبكات الحاسب المترابطة والمتناثرة في أنحاء كثيرة من العالم.³

وبما أنه يمكن استعمال العلامة بوضعها على صفحات الموقع، هذا الأخير قابل لوصول الجميع إليه من قبل جميع مستخدمي الأنترنت في العالم وعليه يمكن الاعتداء على العلامة من خلاله عن طريق التقليد.¹

¹ دحمان صبايحية خديجة، جرائم السرقة والإحتيال عبر الأنترنت دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم الإسلامية، 2013، ص 22.

² المرجع نفسه، ص 22.

³ نورة هارون، الحماية القانونية للمصنفات المنشورة على شبكة الأنترنت، ملتقى وطني حول: " الملكية الفكرية بين مقتضيات العولمة وتحديات العولمة"، جامعة بجاية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، يومي 28 و29 أبريل 2013، ص 301.

وعليه يمكن تعريف التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية بأنه: "كل محاكاة لعلامة تجارية تماثل في مجموعها العلامة الأصلية باستعمال الحاسب الإلكتروني ومن خلال الاتصال بالانترنت، بحيث يترتب على ذلك إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور من مستخدمي الأنترنت في العالم".

ثالثاً : أسس تقدير تقليد العلامة التجارية

لتقدير تقليد العلامة التجارية فإن الأمر يقتضي مقارنة الأفعال المجرمة مع الحق الاستثنائي المدعى الاعتداء عليه، لذا فإن تقدير وجود التقليد لا يطرح أي إشكال حينما يكون النسخ حرفياً أو كلياً، لأنه من السهل التعرف على الأصل والتقليد، في حين يصعب الجزم بوجود التقليد حينما يلجأ المقلد إلى إخفاء التقليد وراء اختلافات ثانوية يصعب كشفها².

لهذا أوجد القضاء والفقهاء مجموعة من الأسس يمكن من خلالها معرفة أن الفعل المتابع يشكل تقليداً أم لا، وتتمثل في : أن تقدير التقليد يقوم على الأخذ بأوجه الشبه دون أوجه الاختلاف (الأساس الأول) مع الأخذ في الحسبان معيار المستهلك العادي (الأساس الثاني)، العبرة بعدم النظر إلى العلامتين المتجاورتين بل يجب النظر إلى الواحدة تلو الأخرى (الأساس الثالث)، العبرة بنوعيه البضاعة التي تحملها العلامة (الأساس الرابع)، العبرة بالجزء العام للعلامة التجارية (الأساس الخامس).

¹ سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 15، بدون مكان نشر، جوان 2016، ص 391.

² GALLOUX Jean-Christophe, Droit de la propriété industrielle, 2e édition, Dalloz, Paris , p 195.

الأساس الأول : العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف

لقد استقر القضاء على أن واقعة تقليد العلامة التجارية من عدمه هي من سلطة قاضي الموضوع دون رقابة عليه من المحكمة العليا، والعبرة عند تقدير تقليد العلامة ليس النظر إلى أوجه الاختلاف بين العلامتين، وإنما العبرة بأوجه الشبه بينهما، فإذا كان هنالك تشابه بين العلامتين في العناصر الجوهرية المميزة فلا يعتد بعد ذلك بما بينهما من فروق جزئية، حيث أن العبرة في التشابه وهو التشابه الإجمالي في الطابع أو المظهر العام لمجموع العلامتين لا في التفصيل، لأن هذا هو الأثر الذي تحدثه العلامة بذهن الجمهور¹.

فلا يشترط لقيام جريمة التقليد أن يكون التقليد متطابقا بشكل تام، بل يكفي النظر إلى العلامة في مجموعها لا في كل عنصر من العناصر التي تتركب منها، وهذا ما قضت به محكمة النقض المصرية في قولها: " من المقرر أن تقليد العلامة التجارية يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والتقليد²، وأن العبرة بمحاكاة الشكل العام للعلامة في مجموعها، والذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية، ومن ثم فإنه يتعين على المحكمة أن تورد في حكمها وصف العلامة الصحيحة والعلامة المقلدة وأوجه المشابهة بينهما"³.

¹ خليصة شريفي، حماية الملكية الصناعية والتجارية من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة باتنة 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016، ص 54.

² مجبر محمد، التقليد في مفهوم الاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، مقالة منشورة في مجلة المحكمة العميا، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، عدد خاص، 2012، ص 10، أما القرار فهو منشور في نفس المجلة، ص 25 .

³ قرار محكمة النقض المصرية رقم 1173 السنة 59 في جلسة 26 - 03 - 1991، ذكره المختار بن قوية، المرجع السابق، ص 235.

الأساس الثاني : العبرة بتقدير المستهلك العادي

إن التقليد الذي ينتج أثره في دعوى التقليد، هو الذي من شأنه تضليل المستهلكين، وإحداث الخلط واللبس بين المنتجات، والمعيار المعتمد في تقدير ذلك هو ما يندفع به المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، وليس المستهلك الغافل المهمل الذي يفتني السلعة دون فحص عادي، أو المستهلك شديد الحرص اليقظ الذي يكثر الفحص والتدقيق قبل الاقتناء¹.

وقد قضت المحكمة العليا في قرارها المؤرخ في 05-02-2002، برفض دعوى تقليد علامة تجارية بين علامة برانس " Prince " وبرانساس "Princesse"، على أساس عم وجود تشابه بين العلامتين وأن اللبس الذي يقصده المشرع هو ذلك اللبس الذي يجعل المستهلك متوسط الانتباه يخلط بين المنتجين. وبأن مجموع الخصائص بكتابة كل علامة وكذا النطق بها لا يشكل أي تشابه يمكن أن يحدث الخلط واللبس لدى المستهلك متوسط الانتباه.²

الأساس الثالث : العبرة بعدم النظر إلى العلامتين المتجاورتين بل يجب

النظر الى الواحدة تلوا الأخرى

وفق هذا الأساس يجب النظر إلى العلامتين المتجاورتين معاً تبعاً البدء بالعلامة الأولى وتباحتها وتفحصها، ثم الانتقال إلى العلامة المصنعة الثانية وتفحصها والتثبت في معالمها، ثم المقارنة بين العلامتين وتثبيت أي العلامتين أوثق وأسبق من الأخرى، كل ذلك لتحديد الأصيلة من المقلدة.

¹ المختار بن قوية، المرجع نفسه، ص 235.

² القرار الصادر عن الغرفة التجارية بالمحكمة العليا، 05-02-2002، الحامل رقم 02/261209، المنشور بالمجلة القضائية للمحكمة العليا، العدد الأول، 2003، ص 265.

الأساس الرابع : العبرة بنوعيه البضاعة التي تحملها العلامة

حيث من هذا المنطلق فان العبرة بنوعيه البضاعة التي تحملها العلامة فادا كانت العلامة التجارية مهمة وذات قيمة سوقية كبيرة، أجاز القضاء التدخل وإذا كانت غير مهمة فالعكس.

الأساس الخامس : العبرة بالجزء العام للعلامة التجارية

العبرة من خلال هذا الأساس بالجزء العام للعلامتين التجاريتين، أي بين الأصليه والمقلدة، وذلك بإبراز العلامات الأصليه من المقلدة، وعليه يجب الاشارة إلى الوجه العام لا إلى الخاص.

وهذا ما أكدته المحكمة العليا في قرار صادر عن الغرفة التجارية والبحرية بتاريخ 5 مارس 2002 المتعلقة بمعامل الجبن "بال" ضد معمل الجبن "ديليس الغرب" بأن التقليد لا ينظر إليه بالاعتماد على الفروق وإنما بالاعتماد على أوجه الشبه الإجمالية¹.

وعموماً فإن التقليد إما أن يكون اصطناعاً لعلامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصليه، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية²، بحيث أنه يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً من أنها العلامة الأصليه، لأن المظهر العام يوحي أنهما متشابهان رغم اختلافهما في الجزئيات³. وهذه الصورة الأخيرة هي الأكثر شيوعاً في الواقع العملي.

¹ أنظر : الملحق المرفق بمقالة مجبر محمد، المرجع السابق، ص 24-25 .

² HAROUN Ali, La protection des marques au Maghreb, OPU, Alger, 1979, p 413 .

³ وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، بدون سنة نشر، ص 481.

الفرع الثاني: آثار التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

إن للتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية وأن لتزايديه بفعل التطورات الحديثة آثارا سلبية عامة تمس الاقتصاد الوطني في مجموعه (أولاً)، وأخرى خاصة تلحق الضرر بصاحب العلامة وجماعة المستهلكين (ثانياً).

أولاً : الآثار العامة للتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

إن للتقليد آثاراً سلبية على الاقتصاد الوطني عموماً، فالبضائع المقلدة تدخل الأسواق الوطنية عن طريق التهريب والطرق غير المشروعة، وتباع بدون فاتورة على أساس أنه تم إدخالها بدون أداء الضرائب الجمركية المستحقة كلها أو بعضها، وبالتالي تكون مخالفة للنظم المعمول به وتعد من قبيل البضائع الممنوعة.

ومما لا شك فيه أن الضرائب الجمركية أداة من أدوات الدولة المالية، تحوز أهمية خاصة بين الضرائب التي تفرض على الواردات لدورها الهام في تمويل الخزينة العامة، وحماية الاقتصاد الوطني، وتحقيق العدالة الاجتماعية وتنظيم علاقات التجارة الخارجية. وعلى ذلك فإنه بازدياد التقليد تتأثر جباية الخزينة العامة¹.

كما يؤثر التقليد سلباً على المؤسسات الوطنية كونه يمثل مساساً بحقوق ملكيتها للعلامة التجارية الأصلية ويضر بسمعتها فهو يعتبر منافسة غير مشروعة تؤدي إلى خسائر معتبرة لهذه المؤسسات بانخفاض رقم أعمالها

¹ حواس مولود، أثر التغليب على سلوك المستهلك (دراسة حالة المعمل الجزائري الجديد للمصبرات)، مذكرة ماجستير، فرع التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص130.

وفقدتها لحصصها السوقية¹، وذلك عن طريق التقليل من بيع المنتجات الأصلية وزيادة بيع المنتجات المقلدة .

علاوة على ما سبق فإن للتقليد أثره السلبي على الاستثمار، فهو يؤدي إلى عرقلة العملية الاستثمارية².

وكثيرا ما يطال التقليد البرامج الإلكترونية على شبكة الأنترنت بسهولة ذلك نسبياً مقارنةً بالمنتجات الاستهلاكية العادية، الأمر الذي يكون له بالغ الأثر على الملاك الحقيقيين لهذه المنتجات.

ثانياً : الآثار الخاصة للتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

يمس التقليد صاحب الحق في العلامة بحيث يؤثر سلباً على مصالحه، والأمر الذي يزيد من ذلك هو سعي المستهلك وراء المنتجات المقلدة والحصول عليها بأي طريقة غير مهتم بمصدرها ومدى مشروعيتها، فتصاب بذلك منتجات صاحب العلامة بالكساد وتفقد قيمتها وجودتها ونوعيتها.

وكوسيلة للتصدي لهذه الوضعية يلجأ المنتج إلى استخدام علامات متعددة لمنتجات متماثلة، أو منتجات من نفس النوع أو الجودة، ويقوم بإنتاجها باسم جديد حتى يتم بيعها في السوق، وذلك رغبة منه في مواجهة منافسة أحد الأصناف الأقل سعراً، فبدلاً من أن يلجأ إلى تخفيض أسعار منتجاته، مما يؤدي إلى حدوث انطباع سيء لدى المستهلك، فإنه يقدم نفس السلعة باسم جديد، فيقع بدوره في التقليد دون أن يشعر .

¹ سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2016/2017، ص 19 .

² نادية زواني، الاعتداء على حق الملكية الفكرية - التقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 1، 2003، ص 72-73، 76.

وبالإضافة إلى مساس التقليد بالحق الإستثنائي لصاحب الحق في العلامة فإنه يمس أيضاً بالمستهلك الذي تتضرر صحته من المنتجات ذات الجودة الرديئة، كما أن التقليد يفسد ذوق المستهلك فظهور وسائل الاستتساخ الآلي والنشر الإلكتروني أفسح المجال أمام المقلدين الذين أغرقوا السوق بالمبيعات التجارية دون ترخيص من أصحابها، ومما لا شك فيه أن هذه المنتجات المقفلة تكون رديئة الأمر الذي يؤدي إلى فساد ذوق المستهلك عن طريق اقتنائه لهذه المنتجات¹.

المطلب الثاني : الحماية الجزائية من التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

نتناول من خلال هذا المطلب أركان جريمة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية (الفرع الأول) وندرس العقوبات المقررة لجريمة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية (الفرع الثاني)، وفي (الفرع الثالث) نتناول صعوبة إثبات وقوع جريمة تقليد العلامة التجارية إلكترونياً.

الفرع الأول : أركان جريمة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

يعتمد المشرع الجزائري على معيار تسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة² كأساس لنيل العلامة التجارية للحماية الجزائية، وهذا طبقاً لنص المادة 27 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وذلك بقولها : " لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة للحقوق المرتبطة بها، غير أنه

¹ أنظر، نادية زواني، المرجع السابق، ص 87-85.

² حدد المشرع الجزائري المصلحة المختصة لتسجيل العلامة التجارية وهي المعهد الوطني للملكية الصناعية الذي أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21/02/1998، ج . ر . 11 المؤرخة في

. 1998/03/01

يمكن متابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه".

إذ لا يمكن اعتبار تقليد العلامة التجارية جريمة إلا إذا توافرت أركانها المتمثلة في الركن الشرعي (أولاً) والركن المادي (ثانياً) والركن المعنوي (ثالثاً) .

أولاً : الركن الشرعي

يعد الركن الشرعي في أي جريمة هو النص الواجب التطبيق على الفعل، أو بعبارة أخرى هو النص القانوني الذي يبين الفعل المكون للجريمة ويحدد العقاب الذي يفرضه على مرتكبيها¹.

وبالرجوع إلى الأمر المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري قد نص صراحة على تجريم فعل تقليد العلامة في نص المادة 26 بقوله : " مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة .

يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه ."

من خلال هذا النص نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يفرق بين التقليد العادي والتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية، حيث اكتفى بالنص على أن التقليد هو: " كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة "، وهو بهذا قد أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد إذ يقصد به كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهداراً لحقوق

¹ لشخم رضوان، العلامة وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2014/2013، ص 85 .

صاحب العلامة مهما كانت الوسيلة المستعملة سواء باستعمال الحاسب الإلكتروني ومن خلال الاتصال بالانترنت، أو من خلال التقليد العادي .
كما يتبين أن ظاهرة التقليد انتشرت ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة، إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة ومنح هيئات المراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة، وهذا ما يلاحظ في التشريع الفرنسي إذ تدخل المشرع من أجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جنحة التقليد¹، وجعل العقوبة مختلفة حسب فعل التقليد، سواء 4 سنوات حبس و400.000€ تعويض أو عقوبة الحبس 3 سنوات والغرامة إلى 300.000 €، كما جاء المشرع بعقوبة خاصة في حالة ارتكاب جنحة التقليد من طرف عصابة منظمة، إذ أصبحت عقوبة السجن 5 سنوات والغرامة 500.000 €².

ثانيا : الركن المادي

يظهر الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية إلكترونياً في واقعة التماثل أو التقارب بين العلامة الأصلية والمقلدة وذلك بنقل العناصر الأساسية المكونة للعلامة التجارية مع إضافة شيء عليه وذلك باستعمال البرامج المتطورة وبدقة عالية، بحيث يصعب التمييز والتفريق بين العلامتين الأصلية والمقلدة، والذي من شأنه أن يخدع ويضلل المستهلك الإلكتروني .

¹ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري - حقوق الفكرية -، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2006، ص 259 .

² Patrick Tafforeau, Droit de la Propriété Intellectuelle, 2e édition, Gualino éditeur, paris, 2007,p 418.

وإذا انتقى هذا الشبه انتقى التقليد ومن ثمة فلا جريمة، وعليه لا تقوم جريمة تقليد العلامة التجارية إذا كانت المنتجات الحاملة للعلامة المقلدة تختلف عن المنتجات الحاملة للعلامة الأصلية¹.

لقد اورد المشرع الجزائري مصطلح تقليد العلامة التجارية إلكترونياً بوجه عام، الا ان المشرع الفرنسي فرق بين التقليد الكلي والجزئي للعلامات التجارية، كما تجدر الاشارة أن المشرع الجزائري فرق من حيث العقوبة بين التقليد الكلي والجزئي للعلامة التجارية، وعليه فإن المقلد لا يستطيع أن يحتج بحسن النية الا اذا كان الأمر وفقاً نص المادة 2 من الأمر 06/03.

وتعتبر جريمة التقليد جريمة وقتية تتم بمجرد تقليد العلامة بغض النظر عما إذا كان الشخص الذي قلدها قد استعملها أم لا، إذ أن الاستعمال يأتي لاحقا عن التقليد وهو بطبيعته جريمة مستمرة².

ثالثا : الركن المعنوي

يتمثل الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة إلكترونياً في قصد الاحتيال، إذ لا بد لقيامها أن تتوفر لدى الفاعل نية الاحتيال خاصة وأن هذه الجريمة لها هدفين هما :

-الاعتداء على الحق في العلامة .

-غش وتضليل جمهور المستهلكين الالكترونيين عبر العالم، سواء كان التضليل مؤكداً أو محققاً .

¹ آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2011، ص 138 .

² معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، الطبعة الرابعة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1998، ص 344 .

إذ أن المشرع الجزائري افترض سوء نية مرتكب جريمة التقليد وافترض فيه علمه بأن العلامة الأصلية مسجلة ولا يمكن الاحتجاج بجهله لها، ومن ثم فإنه لا يمكنه أن يدفع بحسن نيته¹.

ويمكن استخلاص تلك النية من جملة من الدلائل، إذ يعتبر الشخص مزورا لعلامة تجارية إذا صنع تلك العلامة أو أية علامة أخرى مشابهة لها، بحيث تؤدي إلى الخداع ودون موافقة صاحبها، هذا فضلا عن أن فعل التزوير أو التقليد لا يمكن اعتبارهما من باب المصادفة البحتة أو التوافق البريء²، ومن ثم تقام قرينة قانونية على سوء نية المتهم بالتقليد لكنها قرينة قانونية بسيطة يمكن إثبات عكسها، أي نفي الجريمة بإقامة الدليل على أحد الأمرين : الأول أن فعله قد تم بموافقة صاحب العلامة (مالك العلامة)، والثاني أن فعله لم يؤدي إلى انخداع وتضليل الجمهور³.

إلا أنه عمليا لا يمكن أن تتم الجريمة إلا بتوفر الركن المعنوي المتمثل في القصد الجنائي، إل يمكن تصور الركن المعنوي مفترض لا داعي لإثباته، لأن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يتولى نشر كل العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة، وبالتالي لا عذر بجهل

¹ بن قوية المختار، المرجع السابق، ص 242 - 245 .

² صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2006، ص 403 .

³ بويشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2، 2014/2015، ص 41 .

القانون، حيث تُعد هاته النشرة بمثابة إعلام للجمهور يحول دون التذرع بالجهالة من قبل المعني¹.

الفرع الثاني : العقوبات المقررة لجريمة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

إن جرائم التقليد الواقعة على العلامات التجارية لا يؤثر سلباً على العلامة التجارية وصاحبها فحسب وإنما امتدت آثارها السلبية إلى تهديد أمن وصحة جمهور المستهلكين الإلكترونيين مما جعل الكثير من الدول تُعطي أهمية كبيرة في سن القوانين لحماية المستهلك والعلامة من جرائم التقليد الإلكتروني لذلك سنتناول العقوبات المقررة في قانون العقوبات (أولاً)، وكذلك العقوبات المقررة في قانون العلامات (ثانياً) .

أولاً : في قانون العقوبات

نص المشرع الجزائري في قانون العقوبات² على الحماية القانونية المقررة للعلامات التجارية من التقليد وذلك بصفة غير مباشرة وحمى المستهلك من الأفعال المؤدية إلى المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات والتي يمكن إدراج تحتها جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الأنترنت وهذا ما جاء به القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10/11/2004 المعدل والمتمم لقانون العقوبات³ في الفصل الثالث من الباب الثاني من الكتاب الثالث .

¹ حمادي زوبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري : ازدواجية في التجريم والعقاب ؟ أم ازدواجية في المعنى ؟، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، العدد الأول، 2010، ص 120 .

² الأمر 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات، ج.ر، عدد 49، الصادرة في 11 يونيو 1966، المعدل والمتمم .

³ القانون 04-15 المؤرخ في 10/11/2004 الذي يعدل قانون العقوبات ج.ر العدد 71 الصادرة في 2004/11/10 .

فقد نص في المادة 394 مكرر منه: " يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50.000 دج إلى 100.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك .

وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة " .

هذا إذا تبين أن القائم بجريمة التقليد قد دخل للمنظومة الآلية للمعطيات أو حاول ذلك أو بقي هناك دون أن يقوم بأي فعل جرمي آخر .
وتضاعف العقوبة إذا قام المقلد بتعديل المعطيات بحذف علامة تجارية بطريق الغش مملوكة للغير بغية تضليل المستهلك¹ .

وإذا كان التعديل والتغيير بالإضافة عن طريق الغش فإن العقوبة تشدد حسب نص المادة 394 مكرر 01 إلى الحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج .

وإذا كان القائم بالتقليد أو آخرين لهم علاقة بالفعل الإجرامي السابق ولم يتوقفوا عند التقليد بل قاموا بالاتجار بالمعطيات المخزنة والتي ارتكب بصدها تقليد العلامة التجارية فإنه يعاقب وفقا للمادة 394 مكرر 02 من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 1.000.000 دج إلى 5.000.000 دج كل من يقوم عمدا بذلك وعن طريق الغش، ويعاقب بالعقوبة ذاتها إذا كان هناك استعمالا للعلامة التجارية الموضوعية بطريق الغش والتقليد وذلك طبقا للفقرة الثانية من نفس المادة .

¹ وهيبية لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، مصر، 2015، ص 169 .

ثانيا : في القانون المتعلق بالعلامات

نص المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على جريمة تقليد العلامة التي تعتبر أهم الاعتداءات التي يمكن أن تقع على العلامة التجارية .

وقد تناول المشرع الجزائري العقوبات المقررة لجنحة تقليد العلامة في المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التي تنص على ما يلي :
... كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى العقوبتين فقط مع :

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

وما يستنتج من خلال هذا النص أن العقوبتين المقررتين لجنحة تقليد العلامة التجارية تتمثلان في الحبس والغرامة وهما عقوبتين أصليتين، زيادة على ذلك أقر المشرع عقوبات تكميلية تتمثل في غلق المؤسسة والمصادرة والإتلاف .

و تجدر الملاحظة إلى أن المشرع الجزائري لم يترك أي سلطة تقديرية للقاضي في اتخاذ العقوبات التكميلية بل يجب على القاضي الحكم بها على مرتكب جنحة تقليد العلامة إلى جانب الحبس والغرامة أو بإحدهما¹ .

¹ حمادي زويبر، تقليد العلامات في القانون الجزائري : ازدواجية في التجريم والعقاب ؟ أم ازدواجية في المعنى ؟، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، العدد الأول، 2010، ص

ما نخلص إليه أن المشرع الجزائري لم ينظم مجال حماية العلامة التجارية على الانترنت.

الفرع الثالث: صعوبة إثبات وقوع جريمة تقليد العلامة التجارية إلكترونيا

الفاعل الإجرامي تختلف وقائعه وطرق تنفيذه من وسط إلى آخر ففي الوسط التقليدي الملموس فصل القانون في إطلاق هذا الفعل على فاعله وكذلك سهولة توجيه التهمة إذا توافرت الأدلة عن ذلك، لكن الجريمة الالكترونية وتحديدًا على شبكة الأنترنت صعبة الإثبات وذلك لما ينفرد به الوسط الافتراضي من مميزات انعكست سلباً على مجال التحقيق في مثل هذه الجرائم التي يرتكبها نوابغ المعلوماتية (الهاكرز) .

و من الأسباب التي جعلت إثبات مثل هذه الجرائم صعبا هو نقص المعرفة التقنية والخبرة الكافية لدى سلطات الاستدلال (أولا)، كذلك سهولة إخفاء وتدمير الجاني لدليل الإدانة في ثواني معدودة (ثانيا)، كما أن هذه الجرائم متعدية لحدود الدولة الواحدة مما يثير عدة إشكالات (ثالثا) .

أولا : نقص المعرفة التقنية والخبرة الكافية لدى سلطات الاستدلال

تلعب سلطات الاستدلال دورا مهما في تطبيق القانون، وذلك عبر التحري والبحث عن مرتكبي الجرائم في إطار الجريمة التقليدية، إلا أن الأمر يختلف في إطار الجرائم الاعتداء على نظم المعالجة الآلية للمعطيات، إذ يتطلب الكشف على هذه الجرائم إتباع استراتيجيات خاصة تتعلق باكتسابهم مهارات خاصة وهو ما تقتقر إليه سلطات الاستدلال في الواقع المادي .

تواجه عملية استخلاص الدليل في الجريمة المرتكبة عبر الانترنت نقص الخبرة لدى رجال أجهزة الأمن بصفة عامة، ذلك فيما يتعلق بثقافة الحاسب الآلي والإلمام بعناصر الجرائم المرتكبة عبر الأنترنت¹ .

في هذا الصدد صدر القانون رقم 09-04 المؤرخ في 05 أوت 2009 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها .

"جاء هذا القانون بقواعد للوقاية من الجرائم الافتراضية ودعم وسائل مكافحتها من خلال ترتيبات تسمح برصدها المبكر وجمع الأدلة عنها " .
وتضمن إجراءات وقائية جد مهمة نذكر منها في النقاط التالية:

1- وضع قواعد خاصة تجهز مراقبة الاتصالات الالكترونية (المادتين 03 و04) .

2- إلزام مقدمي الخدمات بمساعدة السلطات المكلفة بإجراء التحريات القضائية (المادة 10) .

3- قواعد تلزم مقدمي الخدمات بحفظ المعطيات الخاصة بحركة السير للرجوع إليها إذا اقتضت التحريات ذلك .

4- إنشاء هيئة وطنية لتنشيط وتنسيق عمل السلطات المكلفة بمكافحة الجريمة الافتراضية² ومدتها بالمساعدة والاستشارية اللازمة (المادتين 13 و 14) .

¹ نايت أمر علي، الملكية الفكرية في إطار التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، كلية الحقوق، 2013/2014، ص 90 .
² حقا صونية، حماية الملكية الفكرية الأدبية والفنية في البيئة الرقمية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص المعلومات الإلكترونية الافتراضية وإستراتيجية البحث عن المعلومات، جامعة الإخوة منتوري - قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2011/2012، ص 55.

وقد أنشأت هذه الهيئة بموجب المرسوم الرئاسي رقم 15-261 المؤرخ في 08/10/2015 الذي يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفيات سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها التي تساعد سلطات الاستدلال في البحث والتحري عن مرتكبي جرائم المعلوماتية والتي من ضمنها جرائم تقليد العلامات التجارية إلكترونياً وذلك من خلال نص المادة 04 من المرسوم السالف الذكر .

إلا أن هذه اللجنة لم يتم تنصيبها إلى غاية يومنا هذا .

ثانيا : سهولة إخفاء الدليل

تعد متابعة واكتشاف وقائع الجريمة التي تحدث في الفضاء الإلكتروني صعبة جدا وذلك أنها لا تترك أثر مادي كون أن مرتكب جريمة التقليد إلكترونياً يمكنه إخفاء وتدمير الدليل في ثوان معدودة، وهذا من الصعوبات التي تعترض عملية الإثبات في مجال جرائم الانترنت كون أن المتعدي يتملص من المسؤولية بإرجاعه حسب ما تشهد به وقائع عديدة إلى خطأ في نظام الحاسوب أو الشبكة أو الأجهزة .

ما يزيد من خطورة تدمير الأدلة وضمحلها أن الجناة يمكنهم تعديل وتدمير الأدلة بسهولة لمهارتهم وخبرتهم الكبيرة في مجال التقنية، كما أنهم يعتمدون على الخداع والتضليل في ارتكابهم لجرائمهم وبالتالي يصعب التعرف على مرتكبها .

ثالثا : جرائم متعدية الحدود

تعتبر الجرائم المرتكبة عبر شبكة الانترنت جرائم عالمية أي لا تعترف بالحدود بين الدول ولا حتى بين القارات وهذا ما يثير مشكلات عديدة مثل تتبع الاتصالات الإلكترونية عن طريق سلطات التحقيق لإقامة الدليل على مرتكبي

هذه الجرائم، كما أن اختلاف التشريعات فيما بينها فيما يتعلق بشروط قبولها للأدلة وتنفيذ بعض الإجراءات مثل التفتيش والمعاينة عبر الحدود يثير إشكالات عديدة قد تعيق اتخاذ الإجراءات اللازمة لضبط هذا النوع من الجرائم. فالجريمة المرتكبة عبر الانترنت تتميز باتساع البعد الجغرافي لها، فيتم الإبلاغ عن جريمة في مكان معين بينما توجد الأدلة الجنائية في دولة أخرى، مما يتطلب إخضاع إجراءات التحقيق للقوانين الجنائية السارية في هذه الدول¹. فالمشرع الجزائري قد نص في القانون 09-04 السالف الذكر الذي وسع من الولاية القضائية للمحاكم الجزائرية لتختص بالنظر في الجرائم المرتكبة خارج الإقليم الوطني (المادة 15) .

كما نص على مبادئ المساعدة القضائية الدولية المتبادلة وكيفيات تبادل المعلومات واتخاذ الإجراءات التحفظية لجمع الأدلة (المادتين 16 و 17) مع إخضاع التعاون الدولي لقيود عدم المساس بالسيادة الوطنية والنظام العام وجواز التعاون بشرط المحافظة على سرية المعلومات المبلغة (المادة 18) .

الخاتمة:

وفي نهاية هذه الورقة البحثية يمكن القول بأن المشرع الجزائري كغيره من التشريعات الأخرى أقام نظاماً قانونياً شبه متكامل، لبسط حماية قانونية وافية وكافية للحد من الآثار الوخيمة التي تتسبب فيها تقليد العلامات التجارية، من خسائر على الأشخاص والدولة، وكذا الاقتصاد الوطني، خصوصاً في ظل الأزمة الاقتصادية التي تعيشها بلادنا حالياً، إن هذا ما دفع بالمشرع الجزائري إلى الإسراع في مساندة المشرع الفرنسي، وذلك بوضع حلول دقيقة و ضمانات كافية لحماية المستثمرين من آثار تقليد العلامات التجارية إلكترونياً، وأكد على

¹ نايت أعمرعلي، المرجع السابق، ص 92 .

تفعيل كل ما من شأنه عدم المساس بحقوق صاحب العلامة الأصلية، وأعتبر المساس بها جريمة، وقبض لها اشد العقوبات ضمن نصوص الامر 05/03، مما دفع بالمشرع إلى اعتبار أن جريمة التقليد قائمة بمجرد قيام الركن المادي للجريمة فقط مفترضا وجود الركن المعنوي تلقائياً، كوسيلة ضامنة لحق صاحب العلامة الأصلي، ومن خلال العرض السابق نخلص إلى النتائج والتوصيات التالية :

أولاً : النتائج

- المشرع الجزائري لم يعرف التقليد الالكتروني للعلامة التجارية بل جاء النص عاما بحيث يمكن اعتبار التقليد الالكتروني للعلامة التجارية متى تم بواسطة الحاسب الآلي وعبر الانترنت .
- أن للتقليد الالكتروني أضراره على المستوى العام من خلال مساسه بالاقتصاد الوطني في دولة وعلى المستوى الخاص بإضرار صاحب العلامة والمستهلك معا .
- جرم المشرع الجزائري تقليد العلامة التجارية بوجه عام بموجب المادة 26 الفقرة 01 من قانون العلامات الساري المفعول على أنها جنحة وأقر لها عقوبات بموجب المادة 32 من نفس القانون .
- أن التقليد الالكتروني للعلامة التجارية يجد أساسه في قانون العقوبات من خلال المواد من 394 مكرر إلى 394 مكرر 2 المضافة بالقانون 04-15 المؤرخ في 10/11/2004 هذا الأخير الذي جرم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات مهما كان شكل هذا المساس ومما لاشك فيه أن تقليد العلامة التجارية إلكترونيا يعد أحد أبرز صور المعالجة الآلية للمعطيات .

• رغم وجود آليات قانونية لمكافحة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية إلا أنها تظل قاصرة على مكافحة هذا النوع المستحدث من التقليد .

ثانياً: التوصيات :

دعوة المشرع الجزائري لتعديل قانون العلامات بإضافة مواد تنص على:

- تعريف التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية بحيث يحدد بشكل دقيق أدوات هذا التقليد وعناصره الأساسية .
- النص صراحة على عقوبة مشددة لكل تقليد يتم بطريقة إلكترونية وذلك على اعتبار أن هذا النوع من التقليد يكون من السهولة بما كان مقارنة بما هو عليه الحال بالنسبة للتقليد العادي.
- ضرورة الإسراع في تنصيب الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها المنشئة بموجب المرسوم الرئاسي 15-261 .

قائمة المراجع المعتمدة في البحث :

أولاً: النصوص القانونية

1. الأمر 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات، ج.ر، عدد 49، الصادرة في 11 يونيو 1966، المعدل والمتمم .
2. الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، ج ر، العدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.
3. القانون 04-15 المؤرخ في 10/11/2004 الذي يعدل قانون العقوبات ج.ر العدد 71 الصادرة في 10/11/2004 .
4. المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21/02/1998 الذي أنشأ المعهد الوطني للملكية الصناعية، ج ر 11 المؤرخة في 01/03/1998 .

ثانياً: المؤلفات

1. أمّنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2011 .
2. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2006 .
3. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري - حقوق الفكرية -، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2006.
4. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004 .
5. معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، الطبعة الرابعة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1998 .
6. وهيبه لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2015 .

ثالثاً: الرسائل والمذكرات

1. المختار بن قوية، دور العلامة في حماية المستهلك، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بدون سنة .
2. بويشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2، 2015/2014 .
3. حقاص صونية، حماية الملكية الفكرية الأدبية والفنية في البيئة الرقمية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص المعلومات الإلكترونية الافتراضية وإستراتيجية البحث عن المعلومات، جامعة الإخوة منتوري - قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2012/2011 .
4. خليصة شريفي، حماية الملكية الصناعية والتجارية من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة باتنة 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016 .

5. دحمان صبايحية خديجة، جرائم السرقة والاحتيال عبر الأنترنت دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم الإسلامية، 2013 .
6. لشخم رضوان، العلامة وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2014/2013.
7. نادية زواني، الاعتداء على حق الملكية الفكرية - التقليد والقرصنة -، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، 2003 .
8. نايت أممر علي، الملكية الفكرية في إطار التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، كلية الحقوق، 2014/2013 .
9. سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2017/2016 .
10. حواس مولود، أثر التغليف على سلوك المستهلك (دراسة حالة المعمل الجزائري الجديد للمصبرات)، مذكرة ماجستير، فرع التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

رابعاً: المقالات والمدخلات

1. حمادي زوبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري : ازدواجية في التجريم والعقاب ؟ أم ازدواجية في المعنى ؟، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، العدد الأول، 2010 .
2. سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 15، جوان 2016 .
3. نورة هارون، الحماية القانونية للمصنفات المنشورة على شبكة الأنترنت، ملتقى وطني حول: " الملكية الفكرية بين مقتضيات العولمة وتحديات العولمة"، جامعة بجاية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، يومي 28 و 29 أبريل 2013 .
4. وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة .

خامساً: المراجع باللغة الأجنبية

1. HAROUN ALI, LA PROTECTION DES MARQUES AU MAGHREB, OPU, ALGER, 1979.
2. GALLOUX JEAN-CHRISTOPHE, DROIT DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE, 2E EDITION, DALLOZ, PARIS.
3. PATRICK TAFFOREAU, DROIT DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE, 2^{EME} EDITION, GUALINO EDITEUR, PARIS, 2007.