

## الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد

# The Penal Protection of the Brand from Imitation Crime

أ. صامت أمّنت

أستاذة مساعدة قسم « أ » كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة الشلف -

a.sameut@univ-chlef.dz

### ملخص

تعد الحماية الجنائية للعلامة التجارية بمثابة الحماية الفعالة و الناجعة التي تكفل لمالك العلامة منع الاعتداءات التي تقع على علامته، والتي يرتكبها منافسوه في إطار المنافسة غير المشروعة. ذلك أن المشرع و هو بصدد تقرير هذه الحماية لم يقتصر على تجريم المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مستعملة دون حق أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع، و ذلك من أجل فرض حماية شاملة للعلامة التجارية . وتظهر الأهمية البالغة لموضوع العلامات التجارية من خلال ارتباطه الوثيق باقتصاد الدولة ، حيث تشكل الجرائم الواقعة على العلامات التجارية اعتداء على المقومات الاقتصادية للدولة ، والتي تعتبر من المواضيع الشائكة التي شغلت و لا تزال تشغل فكر فقهاء القانون الجنائي، و لعل خير دليل على ذلك كثرة المؤتمرات الدولية و الاتفاقيات التي عقدت.

**الكلمات الدالة:** الحماية الجزائية ، العلامة التجارية ، جريمة التقليد ، المسؤولية الجزائية.

### Abstract

The criminal protection of trademark is considered as an effective and efficient protection to ensure the owner of the brand to prevent the attacks, which lies on his brand, and which Committed by rivals within the framework of illegal competition.

So that the legislature is going to report this protection is not limited to the prohibition Products marked with forged or imitated or used without the right or offering for sale, trading or possession of the intention of selling, in order to impose an extensive protection of the brand .

And the critical importance of the brand's matter is shown through its close link to the state's economy, that where crimes constitute assault against trademark on economic constituents and that of the state, which is one of the thorny issues that have held and still hold the thought of jurists of criminal law, and the best proof of that is the large number of international conferences and conventions held

**Keywords:** Penal protection, Brand, Imitation crime, Penal liability.

### مقدمة

إمكانية وتطوير أسلوب تسويق منتجاته وخدماته ، وهذا ما يحتم توفير كافة الوسائل المتاحة لحمايتها والتصدي لكل من تسول له نفسه الاعتداء عليها ، فموضوع حماية العلامة جزائيا موضوع حيوي لا يمس المستهلك وحده بل يتعلق بالتطور الاقتصادي ، سيما وأنا نخوض تجربة الاحتواء في اقتصاد السوق ، الأمر الذي يزيد من حرية المنافسة الداخلية أو الخارجية الذي كثيرا ما تكون ضد مصلحة المستهلك بسبب التعدد والتنوع في السلع والخدمات المعروضة عليه والاهتمام بجانب الربح على حساب صحة وسلامة المستهلك عن طريق

أمام السيطرة العلمية والتكنولوجية التي تسود الاقتصاد العالمي الحالي والتزايد الهائل في المعاملات التجارية وزيادة التنافس على تسويق المنتجات والخدمات في السوق ، ازدادت أهمية العلامة التجارية حيث أصبحت تلعب دورا مهما في سرعة تنفيذ هذه المعاملات ، وأصبح الاهتمام بالحملات الترويجية للعلامة عن طريق الإشهار التجاري وبالتجارة الالكترونية عبر الانترنت أمر لا بد من استغلاله حتى يتمكن كل متنافس من فرض نفسه أمام المشروعات المنافسة وإبراز

الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة...»<sup>(4)</sup>.

لم يتوقف انتهاك العلامة التجارية على الأساليب التقليدية فقط ولكن كان لتفاعل ثورة الاتصالات مع العولمة الاقتصادية وما نتج عنه من بروز التجارة الإلكترونية وما أفرزته من وسائل جديدة وحديثة لانتهاك العلامات التجارية على شبكات الانترنت وهو ما يعرف بالقرصنة الإلكترونية أو تقليد العلامات التجارية عبر الانترنت .

ولقد تعرض المشرع الأمريكي لتعريف ظاهرة القرصنة الإلكترونية بأنها تسجيل وتعقب وبيع أو استخدام العنوان الإلكتروني بنية الترويج من شهرة علامة تجارية مملوكة لمشروع ما وتظهر نية الترويج في قيام القرصان بمحاولات بيع العنوان إلى المالك الأصلي للعلامة التجارية للحصول على ربح تجاري .

كما عرف الفقه التقليد الإلكتروني أو السطو الإلكتروني للعلامات التجارية بأنه : « قيام شخص لا يمتلك أي حقوق على العلامة بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت بقصد الإضرار بمالك هذه العلامة أو بقصد بيعه (العنوان الإلكتروني) إلى مالك العلامة التجارية بثمن مغالى فيه ».

إلا أن هذه التشريعات لم تحدد أركان هذه الجريمة ، مما يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد أركانها والمتمثلة فيما يلي :

#### المطلب الأول : الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية

##### أولاً - جريمة تقليد العلامة التجارية بالأساليب التقليدية :

تعد جريمة تقليد العلامة التجارية هي الأساس في الجرائم الواقعة على الحق في العلامة ، كما يطلق جانب من الفقه<sup>(5)</sup> على جميع صور التعدي على العلامة التجارية لفظ «جرائم التقليد».

و العنصر المادي هنا يتمثل في فعل التقليد ، حيث لم تتعرض قوانين العلامات التجارية إلى تعريف يبين ماهية التقليد المتصور في نطاق هذه الجرائم ، لذا فقد عرفه غالبية الفقه<sup>(6)</sup> بأنه اصطلاح ختم أو دمغة أو علامة مزيفة تقليدا للأشياء الصحيحة ، أي مشابهة لها في شكلها سواء أكان التقليد متقنا أم غير متقن ، بل كل ما يشترط فيه أن يكون كافيا لخداع الجمهور عن حقيقتها الزائفة . وقد يكون التقليد باصطناع الختم أو الدمغة أو العلامة ، أي الآلة المحدثه لهذه الأشياء ، أو الأثر والطابع المأخوذ منها .

فالركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية يكون بنقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها مع إضافة شيء عليه ، بحيث يصعب على المستهلك العادي التفرقة بينهما في ذلك الشبه لما فيها من خداع وتضليل .

وإن اختلاف الوسائل المستخدمة للوصول إلى تقليد العلامة لا يؤثر في قيامها ، إذ يستوي أن يتم التقليد باقتباس رسم مشابه

عمليات الغش والاحتيال الممارسة من طرف المتدخل . في هذا الصدد تضمن قانون العقوبات جزاءات توقع على كل شخص يستغل المستهلك بصفة غير شرعية عن طريق الغش أو التحايل أو المنافسة غير المشروعة ، إلا أن قواعد قانون العقوبات لم تكن كافية لتوفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية مما دفع المشرع للتدخل لسن الأمر رقم 2003 - 06 والمتعلق بالعلامات التجارية ، نظم به أحكام خاصة بالعلامة التجارية كما حدد أشكال الانتهاكات الواقعة عليها و الجزاءات المناسبة لها .

وفي هذا السياق تطرح التساؤلات التالية :

في ظل الانتهاكات الموجودة في مجال الملكية الفكرية والصناعية والتي تعد من أبرز الجرائم المستجدة التي تجاوزت في السنوات الأخيرة قدرات الحكومات والمنظمات الدولية و شكلت تهديدا حقيقيا على اقتصاد الوطن، كيف يتم حماية العلامات التجارية ؟

وما مدى فعالية الدور التشريعي في الحد من جريمة التقليد الواقعة على العلامة التجارية؟

هذه التساؤلات تطرح موضوعا مهما للغاية، للإجابة عليها يتطلع هذا البحث إلى تقديم إجابات محددة وبسيطة، وبالنسبة لعناصر البحث فقد قمنا بتقسيمها كالتالي :

#### المبحث الأول : أركان جريمة تقليد العلامة التجارية المبحث الثاني : العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة التجارية

##### المبحث الأول : أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

تناولت جميع تشريعات العلامة التجارية جريمة التقليد كإحدى صور التعدي على العلامة التجارية ، وحددت لها الجزاء المناسب<sup>(1)</sup> . ولقيام جريمة تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة المقلدة مستوفية لشروطها القانونية ، وأن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة ، ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي أسبغها المشرع الجنائي على ملكية العلامة ، وهنا قضت محكمة النقض المصرية<sup>(2)</sup> بأن تسجيل العلامة ركن في جريمة تقليدها أو استعمالها بسوء قصد ومن ثم يتعين على الحكم استظهاره ، وإلا كان قاصرا في بيان الواقعة المستوجبة للعقاب . وذهبت هذه المحكمة إلى القول بأن تسجيل العلامة التجارية هو مناط الحماية التي أسبغها القانون على ملكيتها بتأثير تقليدها أو استعمالها من غير مالكةا ، وبذلك لا يستفيد مالك العلامة من الحماية الجنائية إلا إذا كانت مسجلة .

كذلك اشترط المشرع الفرنسي في القانون الصادر في سنة 1964 الخاص بالعلامات التجارية وجوب تسجيل العلامة ، وقرر أن حق الملكية لا يكون نهائيا ولا يحتج به في مواجهة الغير إلا بعد التسجيل الذي يعقب الإيداع<sup>(3)</sup> .

كما نص المشرع الجزائري على هذا الشرط حيث قال : « ... يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق

وهكذا يلاحظ أن المشرع الجزائري بتبنيه المفهوم الواسع للتقليد عند إصداره للأمر رقم 06-2003، يكون قد سلك مسلك المشرع الفرنسي .

إنّ جنحة التقليد تكتشف عادة بسبب استعمال العلامة، وتعدّ الجنحة مرتكبة اعتباراً من تاريخ نقل العلامة الأصلية؛ و ينجر عن ذلك أن عملية الإيداع كافية في حد ذاتها لإثبات وجود التقليد طالما كان الإيداع متعلقاً بعلامة هي في الحقيقة نقل لعلامة الغير. ويلاحظ أنّ النقل عنصر كاف لبيان وجود التقليد، ولا يهم إذا كانت هذه العلامة قد استعملت فعلاً أم لا، كما لا يهم إذا كانت قد استعملت كعلامة أو بالعكس كإسم تجاري أو شعار، أو إذا وضعت بالفعل على المنتجات. أما في مجال العطور فقد سمحت الحياة العملية حتى في الجزائر اللجوء إلى «لوائح المطابقة» (Tableaux de concordance) لتجنب الحظر القانوني، ويتعلق الأمر بصنع عطور لبيعها تحت تسمية عادية أو تحت رقم، مع بيان في اللائحة العلامة المشهورة التي تقابلها وبالرغم من أن بعض المحاكم الفرنسية اعتبرت أن هذا التصرف يكون جنحة «استعمال علامة»، إلا أنه يجب وصفه «كجنحة تقليد علامة»، لأنه لا يشترط لارتكاب هذه الأخيرة وضع العلامة على المنتجات .

إنّ تقليد العلامة يعاقب عليه جزائياً في حد ذاته، أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية<sup>(15)</sup>.

وبالرجوع إلى الأحكام الراهنة نلاحظ أن المشرع الجزائري استبعد التمييز بين التقليد بحصر المعنى والتشبيه، إذ نص على أنه يعدّ جنحة تقليد لعلامة ما مسجلة كل عمل يقوم به الغير إضراراً بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، وعند تحديده للرموز المستبعدة من التسجيل ولتعزيز موقفه، استعمل بصورة متساوية العبارتين «المماثلة (المطابقة) أو المتشابهة»، وهذا دليل على أن التشبيه يكون تقليداً ويخضع لنفس العقوبة .

كما تعرض القضاء الجزائري لجريمة تقليد العلامة التجارية، حيث قضت المحكمة العليا بالجزائر أنه: «يعدّ تطبيقاً سليماً وصحيحاً للقانون القضاء برفض دعوى تقليد علامة تجارية لنفس المنتج على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين (لنفس المنتج) من شأنه إحداث لبس وخلط عند المستهلك متوسط الانتباه»<sup>(16)</sup>.

كما صرح القضاء الفرنسي<sup>(17)</sup> بأنه في غالب الأحيان لا يكون التقليد عبارة عن استنساخ للعلامة، ولكن قد يكون جزئياً أو مع بعض الإضافات مثلاً: علامة «kendo» تم إيداعها وهي تستخدم للملابس، وتقليد هذه العلامة هي «kenzo»<sup>(18)</sup>. وكذلك الاستنساخ الجزئي ممكن أن يكون تقليداً لها، هذا عندما ينفصل عنصر معزول عن الجميع ويعرض الصفة المهمة والمميزة<sup>(19)</sup>.

وقد اشترط المشرع الفرنسي أن يكون ذلك بقصد الغش، كما أنه عدّد الطرق التي تقع بها الجريمة، بالحذف والتحريف

أو مجموعة ألوان أو أغلفة مشابهة أو باتخاذ نفس التسمية مع إضافة كلمة أخرى كأسلوب أو صبغة على شكل أو نوع أو طريقة، ويستوي في ذلك أن يتم التقليد بواسطة النسخ الذي يتم بموجبه أخذ عناصر من العلامة دون أن يتم إنتاجها تماماً بحيث يؤدي ذلك إلى تضليل المستهلك<sup>(7)</sup>.

ويشترط في جريمة تقليد العلامة التجارية أن يكون غش المستهلك وتضليله ناشئاً عن وجود تشابه بين العلامتين الأصليّة والمقلدة، بحيث يصعب عليه التمييز بين العلامتين، وبالتالي إذا انتفى هذا التشابه انتفت حالة الغش أو التضليل، ومن ثم فلا جريمة<sup>(8)</sup>.

وعليه لا تقوم جريمة تقليد العلامة التجارية إذا كانت المنتجات الحاملة للعلامة المقلدة تختلف عن المنتجات الحاملة للعلامة الأصلية بصورة واضحة، كأن تكون من نوع مختلف أو من صنف آخر وذلك لانقضاء علة تطبيق النص الذي يفترض وقوع المستهلك في الغش والتضليل، إذ بدون ذلك يتخلف ركن من أركان الجريمة .

ولا يشترط أن يقع الخلط والتضليل فعلاً لتحقق جريمة تقليد العلامة التجارية، بل يكفي أن يكون ذلك ممكناً ومحتمل الوقوع<sup>(9)</sup>.

والأمثلة الدالة على هذا كثيرة، فمثلاً مسحوق الغسيل «إريال» يرتبط في ذهن الجمهور برسم يطلق عليه في هذا المجال الورد الخضراء أو الزرقاء، ومن ثم فإن المستهلك يلتقط المسحوق الذي يحمل هذا الرسم دون أن يدقق ويتحقق من كلمة «إريال» في حد ذاتها للتحقق من أنها العلامة التي يقصدها<sup>(10)</sup>.

ولم يكن المشرع الجزائري يحدد في ظل الأمر رقم 66-57 (11) مفهوم التقليد، إلا أنه تدارك هذا الفراغ ونص عليه في المادة (26) أولاً من الأمر رقم 06 - 2003 والمتعلق بالعلامات التجارية: «يعدّ جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة».

ولقد تبنى المشرع الجزائري بهذه الأحكام المفهوم الواسع للتقليد، إذ يقصد به عامة كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهداراً لحقوق صاحب البراءة، أي كل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه الشرعية<sup>(12)</sup>.

لكن من المعلوم أن لعبارة التقليد معنا ضيقاً كذلك وهو «اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية»، أما التشبيه فهو «اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين».

إنّ التعديلات التي عرفها التشريع الفرنسي في السنوات الأخيرة، خاصة بعد التوجيه الأوروبي رقم 104/89 المؤرخة في 21 ديسمبر 1988<sup>(13)</sup>، أدت إلى جمع كافة الاعتداءات الواقعة على العلامة تحت مصطلح التقليد الذي أصبح يشمل التقليد بالنقل (La contrefaçon par reproduction)؛ والتقليد بالتشبيه<sup>(14)</sup> (La contrefaçon par imitation)

كما اعتبر تقليدا كل استعمال قينيات ، أي زجاجات لها نفس الشكل<sup>(27)</sup>.

أما المحاكم الفرنسية ، فهي تعاقب على التقليد الشامل للعلامة حتى إذا لم يعرض المستهلك للخلط بين العلامتين الأصلية وغير الأصلية<sup>(28)</sup> ، ويعاقب على التقليد الجزئي شريطة أن يكون الجزء المقلد مميزا ومحما . و اعتبر كذلك تقليدا حذف عنصر من العلامة الأصلية المركبة إذا كانت العناصر الباقية هي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة الأصلية<sup>(29)</sup> غير أن القضاء الفرنسي كان قد استبعد جنحة التقليد كلما كان العنصر المقلد المأخوذ من علامة مركبة (marque complexe) قد فقد فرديته وطابعه المميز نظرا لاندماجه في مجموعة ما غير قابلة للتجزئة ، وبالعكس يعتبر تقليدا إضافة بيانات مبتدلة . تبعا لهذا يكون جنحة التقليد كل تصرف يتمثل في أخذ علامة الغير ولو أضيف إليها الاسم الشخصي للتاجر ، لأن هذه العملية تهدف قبل كل شيء إلى خداع الجمهور .

ويعتبر التقليد في ذاته جريمة ، ولو لم تستعمل العلامة المقلدة ، لأن القانون فصل بين التقليد من جهة واستعمال العلامة المقلدة من جهة أخرى ، وأقام من كل هذه الأفعال جريمة قائمة بذاتها .

وعلى هذا الأساس ، توقع العقوبة على من قام بعمل العلامة المقلدة ، سواء أصنعها لحسابه أو لحساب غيره ، وعلى من أمر أو أوصى بتقليد العلامة ، فإذا أوصى تاجر صاحب مطبعة بتقليد علامة منافس وطبعها ، اعتبر كل من التاجر وصاحب المطبعة مرتكبا لجريمة التقليد<sup>(30)</sup>.

### ثانيا - جريمة تقليد العلامات التجارية عبر الإنترنت

يتمثل الركن المادي في القرصنة الإلكترونية للعلامات التجارية في قيام شخص سواء كان طبيعيا أو معنويا لا يمتلك أي حقوق على العلامة بتسجيلها في صورة عنوان إلكتروني على شبكة الإنترنت .

**المطلب الثاني : الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية**

#### أولا - جريمة تقليد العلامة التجارية بالأساليب التقليدية

إن تقليد العلامة يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته ، أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية ، فلا يشترط توافر العنصر المعنوي ، فالعنصر المادي كاف . وهكذا فإن القصد ليس شرطا لازما لإثبات وجود الجنحة ، أي لا يفرض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار ، حسنة كانت أو سيئة . ولا تتضمن الأحكام القانونية عبارة «التدليس» أو «القصد» بالنسبة لجنحة التقليد<sup>(31)</sup>.

أما في مصر فقد اختلفت الآراء في هذا الخصوص حول ما إذا كانت سوء نية الفاعل شرطا من شروط توافر الجريمة أم لا . فذهب البعض<sup>(32)</sup> وهذا ما تؤيده إلى أن التقليد يعاقب عليه بمجرد وقوعه ولو انتفى القصد الجنائي ، أو لو كان مرتكب

والتعديل وعدد أيضا الأشياء الواقع عليها الجرم وحتى الأسماء والإمضاءات والمختصرات والخطابات والأرقام والرموز أو العلامات أيا كان نوعها .

وزيادة في الحرص على مصلحة المستهلكين خرج المشرع الفرنسي على القواعد العامة وقرر عقاب شركاء الفاعل الأصلي بذات عقوبات الفاعل الأصلي<sup>(20)</sup>.

وقد ذهبت محكمة النقض المصرية إلى تعريف التقليد في جرائم العلامات التجارية ، حيث صرحت بأنه : « من المقرر أن تقليد العلامة التجارية يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والتقليد ، وأن العبرة بمحاكاة الشكل العام للعلامة في مجموعها والذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية ... »<sup>(21)</sup>.

### - موقف القضاء من سلطة القاضي في تقدير مدى توافر جريمة تقليد العلامة التجارية :

يعتبر القضاء مستقرا على أن واقعة تقليد العلامة التجارية من سلطة قاضي الموضوع دون رقابة عليه من محكمة النقض . ومن الأفضل للقاضي أن يسترشد وهو يقدر التقليد بمقاييس ، وهنا استقر القضاء المصري على ما يلي<sup>(22)</sup> :

1- العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الخلاف ، فقد تتضمن العلامة متى قورنت بالعلامة الحقيقية فروقا كثيرة ، ومع ذلك فإنها تظل في مجموعها شبيهة بالعلامة الحقيقية إلى حد أن يكون من المحتمل الخلط بينهما<sup>(23)</sup> . كما يجب ألا تتم المقارنة بدراسة أوجه الشبه لكل جزئية من جزئيات العلامة بل ينظر إلى التشابه العام ، أي تشابه العلامة في مجموعها مع العلامة الحقيقية<sup>(24)</sup>.

2- يحسن بالقاضي ألا ينظر إلى العلامتين في وقت واحد ، وإنما ينظر إليهما تباعا ، فيبدأ بالعلامة الحقيقية ثم يرفعها وينظر إلى العلامة المقلدة ، فإذا كانت الصورة التي تتركها العلامة الثانية في ذهنه تذكره بالصورة التي تركتها العلامة الأولى ، فالتقليد قائم .

3- العبرة بالمستهلك المتوسط الحرص والانتباه ، فعلى القاضي أن يسأل نفسه : هل من شأن الشبه القائم بين العلامتين التضليل بهذا المستهلك وحمله على الخلط بينهما ؟ فإذا كان الجواب إيجابا ، فالتقليد قائم . وإذا كان سلبا ، فلا تقليد .

4- يكفي أن يكون من شأن التقليد تضليل الجمهور ووقوعه في الخطأ . فلا يشترط إذن أن يقع التضليل فعلا ، وإنما يكفي باحتمال وقوعه . إذ لا يقصد المشرع من سن العقوبة على التقليد حماية مالك العلامة فحسب ، وإنما يهدف أيضا إلى حماية المستهلكين وتلافي وقوعهم في الخطأ<sup>(25)</sup>.

ويلاحظ أن المحاكم الجزائرية كانت قد قدرت التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي ، أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية ، أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها . فمثلا تسمية «Banita» المنوطة لعطر معين اعتبرت تقليدا لتسمية «Habanita»<sup>(26)</sup>

الغرامة إلى 300.000 يورو . كما جاء المشرع الفرنسي خاصة في حالة ارتكاب جنح التقليد من قبل عصابة منظمة ، إذ تصبح عقوبة الحبس خمس سنوات والغرامة 500.000 يورو<sup>(34)</sup>.

### المطلب الثاني : العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية فيما يخص العقوبات التكميلية أو التبعية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية ، حيث تتمثل هذه العقوبات في المصادرة والإتلاف والإغلاق . وهذا ما سنتطرق إليه بمزيد من التفصيل على النحو الآتي :

#### أولاً - المصادرة ( La confiscation )

وقد نص المشرع الجزائري في المادة (32) من الأمر رقم 03-06 على عقوبة المصادرة كإحدى العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقررها ، حيث يحكم القاضي بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة<sup>(35)</sup> . ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت<sup>(36)</sup> . فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم بالمصادرة لكونها اختيارية ، وذلك لاستعمال عبارة « يجوز » في النص القانوني<sup>(37)</sup> ، فالأمر يختلف 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 . فلا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية .

كما نصت المادة (82) من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري على مصادرة المنتجات و الأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المادة التاسعة والستون (69).

وأما في التشريع الفرنسي فقد أعطى المشرع الفرنسي الحق للمحكمة في حال الإدانة في جرائم العلامة التجارية أن تقضي بمصادرة المنتجات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة ، والأمر هنا متروك لتقدير المحكمة ، ويتضح هذا من عبارة « ... للمحكمة أن تنطق بمصادرة المنتجات ... » ، وبالتالي فإن الحكم بالمصادرة وفق التشريع الفرنسي هو أمر جوازي<sup>(38)</sup>.

#### ثانياً - الإتلاف ( La destruction ) :

زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأختام (الكليشيات) ونماذج العلامة ، أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة . وبالرغم من إلغاء عبارة « في جميع الحالات »<sup>(39)</sup> ، فإنه يجب اعتبار أن الحكم بالإتلاف يعد في التشريع الجزائري وعلى خلاف التشريع الفرنسي أمراً إلزامياً نظراً لصياغة النص القانوني . والحكمة من وراء هذه العقوبة حماية الصحة العمومية للمستهلكين من تناول سلع حاملة لعلامات مقلدة قد تكون مضرّة بصحتهم أو تحتوي على مواد خطيرة<sup>(40)</sup>.

الفضل حسن النية في إحداث اللبس بين العلامتين ولو لم يقصد تضليل جمهور المستهلكين.

والأساس الذي يستند عليه هذا الرأي هو أنه من الواجب على كل تاجر أن يلجأ إلى سجل العلامات التجارية حتى يتأكد قبل صنعه علامة تجارية لتمييز بضائعه ، من أن علامته لا تختلط أو تتشابه مع علامة أخرى لتمييز ذات النوع من البضاعة ، كما أنه من النادر أن يقع التطابق أو التشابه مصادفة ودون قصد<sup>(33)</sup>.

### ثانياً - جريمة تقليد العلامات التجارية عبر الإنترنت

وتكتمل الجريمة بالقصد الجنائي المتمثل في نية الإضرار بمالك العلامة أي بنية التربح من شهرة علامة تجارية مملوكة لمشروع ما ، وذلك ببيع العنوان إلى المالك الأصلي للعلامة التجارية للحصول على ربح تجاري.

### المبحث الثاني : العقوبات المقررة لجرائم التي تقع على العلامة التجارية

وتشمل العقوبات بحق مرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة التجارية نوعين من العقوبات هما العقوبات الأصلية والتكميلية ، لذا سيتم تناول العقوبات الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية أولاً ، والعقوبات التكميلية والتبعية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية ثانياً . وذلك للوقوف على مدى توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية من خلال العقوبات ، على النحو الآتي :

#### المطلب الأول : العقوبات الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية حسب ما قررتها التشريعات المقارنة والأمر الجزائري رقم 03-06 تشمل عقوبتي الحبس والغرامة ، ولمعرفة مدى نجاعة هاتين العقوبتين في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية فإنه سيتم تناولهما على النحو الآتي :

ذهب المشرع الجزائري في المادة (32) من الأمر رقم 03-06 إلى النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب شخص لأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية ، حيث جعل العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وأقرنها بعقوبة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج ) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.00 دج)، وكذلك أجاز المشرع الجزائري في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين .

وتشدد العقوبة حسب المادة التاسعة والستون (69) من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري ، لترفع إلى خمس (5) سنوات حبسا وغرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف (500.000) دينار جزائري .

أما المشرع الفرنسي فقد تدخل مؤخراً من أجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جرائم التعدي على العلامة التجارية وبالتالي أصبحت عقوبة الحبس ثلاث سنوات ، وارتفعت

## ثالثا - الإغلاق

بشكل مقلق في الجزائر في السنوات الأخيرة بعد انتهاجها لسياسة السوق المفتوحة، وكشف مدير محاربة الغش على مستوى إدارة الجمارك الجزائرية، أن حجم المنتجات المقلدة المحجوزة من قبل مصالحه، تتوزع 66 في المائة منها على السجائر، و27 في المائة قطع غيار سيارات، إضافة إلى الأجهزة الكهرومنزلية ومنتجات التجميل علاوة على حجم قليل من المنتجات الصيدلانية المقلدة .

مع العلم أن انتشار المنتجات الحاملة للعلامات المقلدة في الجزائر مبعثه آسيا بـ 55 في المائة، تحديداً الصين (52 في المائة)، و36 في المائة من إمارة دبي، إضافة إلى 35 في المائة من أوروبا و10 في المائة من الشرق الأوسط و حوض المتوسط، وتنافس المنتجات الحاملة للعلامات المقلدة المتكونة خصوصاً من قطع الغيار والمنتجات الكهربائية المنزلية والمواد الغذائية ومستحضرات التجميل والعلطور السوق القانونية بنسبة 35 في المائة، مع الإشارة إلى أن الثلاث سنوات الأخيرة شهدت بداية رواج المنتجات الحاملة للعلامات المقلدة القادمة من إيطاليا وتركيا، هذه القرصنة جعلت الجزائر تتواجد في المرتبة السابعة عالمياً في مجال إنتاج البرمجيات المقلدة بنسبة 83 في المائة .

وهنا يرى خبير جزائري: أن ظاهرة «تقليد العلامات التجارية» كانت لها ولا تزال تأثيرات سلبية على مسار انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية، وهي الخطوة المتعثرة منذ سنوات طويلة، بسبب فرض الطرف الأوروبي التعامل مع الجزائر، وفق قواعد صارمة في مجال حماية الملكية الفكرية والنسب العالية للقرصنة، وتتمثل النسب المقبولة على الصعيد الأوروبي في 16 بالمائة بالنسبة للقطاع السمعي والبصري و26 بالمائة لأشرطة الفيديو المستنسخة.

ومن جهتها، تركّز المديرية العامة للمعهد الجزائري للملكية الصناعية، الفجوة الحاصلة إلى هزال وثقل الإجراءات القانونية والقضائية، مستدلة بكون القضاء الجزائري لم يصدر سوى 43 حكماً فحسب ضد المقلدين والقرصنة منذ حوالي 37 سنة، من مجموع مائة متابعَة قضائية جرى تحريكها ضد هؤلاء<sup>(44)</sup>.

وكان المشاركون في الندوة الدولية حول العلامات التجارية المزورة التي احتضنتها الجزائر قبل أشهر، حذروا من النتائج السلبية المترتبة عن ظاهرة تدفق المنتجات المزورة والمغشوشة، ودعوا إلى صياغة منظومة قانونية متكاملة لمعالجة هذه الظاهرة التي بدأت تتفاقم بتزايد نشاط الشركات الأجنبية في مختلف البلدان.

وأكدت ندوة الجزائر أن تطويق هذه المشكلة يقتضي تعاوناً دولياً جاداً يتجاوز في أبعاده وأهدافه البرامج الوطنية التي عجزت باعتراف الخبراء عن إيقاف زحف هذه الكارثة الاقتصادية، بينما طرح مختصون قضائية تعزيز مراقبة الحدود البرية والمطارات والموانئ<sup>(45)</sup> وتشديد عمليات التفتيش بخصوص السلع والمنتجات المستوردة والتي كثيرا ما تكون مغشوشة وذلك باستعمال كل الوسائل العلمية والتكنولوجية المتاحة .

وتبعاً لما سبق بيانه ، فقد خلصت هذه الدراسة إلى بعض

وينص المشرع الجزائري على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة<sup>(41)</sup> ، وفي حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية ، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة ، ويعد هذا القرار اختيارياً في التشريع الفرنسي . لكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتاً كان أو نهائياً، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت.

## رابعا - نشر الحكم الصادر بالإدانة

كان التشريع الجزائري السابق ينص على عقوبة الإعلان ، بحيث كان يجوز للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها ونشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه . غير أن الأحكام الراهنة لا تتضمن ذكر «إعلان الحكم» كعقوبة تكميلية . كما أنه لا يمكن للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم بأكمله أو مستخرج منه في جريدة أو تعليقه في أماكن معينة إلا في «الحالات التي يحددها القانون»<sup>(42)</sup>.

وفي هذا الشأن نعتقد بضرورة وجود عقوبة نشر الحكم الصادر بالإدانة في جرائم العلامة التجارية لما ينطوي عليه من فوائد أهمها كشف أمر المتهم للجمهور وتحذيره من التعامل مع مرتكب الجريمة ، كما أن النشر ينطوي على تعويض معنوي لمالك العلامة عن الأضرار الأدبية التي نالت شهرة العلامة التجارية . لهذا نقترح أن ينص المشرع الجزائري على هذه العقوبة في نص المادة (32) من الأمر رقم 03-06، وذلك كله في سبيل تحقيق أقصى درجات الحماية الجنائية للعلامة التجارية .

ورغم أن التشريع الجزائري لم ينص على جريمة السطو الإلكتروني للعلامات التجارية صراحة<sup>(43)</sup> ، إلا أن عباءة الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية تسع حماية هذه العلامات ومواجهة كافة الانتهاكات التي قد تتعرض لها ، ومن ثم يمكن تطبيق نص المادة (32) من الأمر 03-06 على جريمة القرصنة الإلكترونية للعلامات التجارية .

## خاتمة

وأخيراً يمكن القول أنه قد اتسعت دائرة المخاوف في الجزائر إزاء تفاقم ظاهرة « تقليد العلامات التجارية» حيث ارتفعت هذه الأخيرة بما يعادل 41 في المائة من العلامات التجارية المحلية وفق تقارير رسمية، ما يكبد الاقتصاد الجزائري خسائر تربو عن خمسة عشر مليون دولار كل عام، علماً بأن الجزائر شرعت منذ عام 1997 في مكافحة ظاهرة التقليد والقرصنة على الأعمال الفكرية ، إلا أن الخبراء يجمعون على أن الجزائر مازالت متأخرة من حيث ترسانتها القانونية والعقابية لمواجهة المنتجات المغشوشة التي يسميها الجزائريون (سلع تاوان).

كما أن ظاهرة «السلع الحاملة للعلامات المقلدة» تتنامى

الأبيض، بحوث التزييف و التزوير بين الحقيقة والقانون، الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، 2006، ص 500.

3- Albert Chavanne, Jean-Jacques Burst, Droit de la propriété industrielle, 5e éd, Dolloz Delta, paris, 1998. Propriété intellectuelle, législation, la semaine juridique entreprise et affaires, JCP, n° 36 - 6 septembre 2001, p. 1353. Catherine Vernert, évolution jurisprudentielle en matière d'appréciation de la contrefaçon de marque, la semaine juridique entreprise et affaires, JCP, n° 12- 22 mars 2001, p.485.

4- راجع: المادة (26) من الأمر رقم 2003-06 السابق الذكر.

5- محمد منصور أحمد، جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية، القاهرة، دار الرياض للطبع والنشر، أول يوليو 1955، ص 126.

6- د/ رؤوف عبيد، جرائم التزييف والتزوير، الطبعة الخامسة، 2007، ص 82. راجع في هذا المعنى: فرج علواني هليل، جرائم التزييف والتزوير والظعن بالتزوير وإجراءاته، الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، 2005، ص 170. د/ نبيل محمد صبيح، حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري في ظل اتفاقية الجات، القاهرة، دار النهضة العربية، 1999، ص 91. د/ فتوح عبد الله الشاذلي، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، 2010، ص 366.

7- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي والفرنسي، دار وائل للنشر، ص 341 - 343. راجع كذلك: المادة (03) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري رقم 03-09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430: 25، فبراير 2009، الجريدة الرسمية، العدد 15، ص 12.

8- إدوارد غالي الذهبي، الجرائم المخلة بالثقة العامة في قانون العقوبات الليبي، الطبعة الأولى، ليبيا، المكتبة الوطنية، 1972، ص 99. لمزيد من التفصيل في هذا الخصوص راجع: د/ محمد حافظ الرهوان، دور الشرطة في مواجهة التقليد والغش التجاري، مجلة كلية الدراسات العليا متخصصة في علوم الشرطة، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن، القاهرة، العدد الخامس عشر، يوليو 2006 م - جماد آخر 1427 هـ، ص 160.

9- انظر: إلياس ناصيف، الكامل في قانون التجارة، المؤسسة التجارية، الطبعة الثانية، بيروت، منشورات البحر المتوسط و عويدات، 1985، الجزء الأول، ص 258. راجع: عزت عبد القادر، جرائم التزييف والتزوير، الطبعة الثالثة، دار أسامة الخولي للنشر والتوزيع، 2002، ص 15. رياض فتح الله بصل، حدود الإثبات العلمي في قضايا التزييف والتزوير، دراسة في المفاهيم والأساليب والإجراءات، دار نوبار للطباعة، 2001، ص 15.

10- رجائي الدقي، مختار سعد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، الإسكندرية، مطبعة الإسكندرية، 2000، ص 71 وما بعدها.

11- الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، الجريدة الرسمية، 22 مارس 1966، عدد 23، ص 262.

12- د/ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري - الحقوق الفكرية -، وهران، نشر وتوزيع ابن خلدون، 2003، ص 259.

13- Pour une étude comparative de cette directive (art. 51-) et du droit français (arts. L. 7132- et L. 7133- C. Fr. Propr. Intell ). J. Daleau. Propriété intellectuelle. Recueil dalloz, n° 192008- p. 1274

14- Cour de cassation, com, 8 avr, 2008 - 06 - 10. 961.

15- د / فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري،

التوصيات التي قد يؤدي الأخذ بها إلى سداد نواحي القصور القانونية في تشريعات العلامات وحل بعض المشكلات العملية التي تثيرها جريمة تقليد على العلامة التجارية، وهي كالاتي:

### - أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة

1- نوصي المشرع الجزائري بإتباع سياسة جنائية رشيدة لمواجهة جرائم الاعتداء على العلامات التجارية تركز على محورين: أولهما محور علاجي، وذلك بتفعيل العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية لتناسب مع جسامتها. ثانيهما: محور وقائي، وذلك بالعمل على منع جرائم الاعتداء على العلامة قبل وقوعها، وذلك لمنع أضرارها ويأتي ذلك عن طريق تفعيل دور الجمعيات الأهلية وجمعيات حماية المستهلك وإعطائها السلطات والصلاحيات التي تمكنها من ممارسة رقابتها.

2- ندعو المشرع الجزائري إلى النص صراحة في نصوص العلامات التجارية على أحكام المسؤولية الجنائية والمساهمة الجنائية عن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

3- كان أولى بالمشرع الجزائري في هذا المجال أن يضع نصا عاما فيما يتعلق بالتمسك بحقوق العلامات التجارية بقرره به مسؤولية الشخص المعنوي إذا ما ثبت ارتكابه للفعل المجرم، ويحدد الجزاءات التي تناسب وطبيعة الشخص المعنوي كالحل أو وقف النشاط أو سحب الترخيص أو غلق المنشأة.

4- كما نقترح تعيين خبير مختص في الملكية الصناعية لتقدير التعويض المستحق عن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

5- أثبتت هذه الدراسة أيضا ضرورة الرقابة في الإعلان عن العلامة التجارية بحيث لا يتم الإعلان عنها إلا بعد تقديم الوثائق المؤيد لصحة وصدق الإعلان، وإلا تعتبر الجهة المعلنه شريكة في المسؤولية عن الإعلان عن علامة محل الاعتداء.

6- نوصي أن يكون هناك تخصص قضائي في قضايا الملكية الفكرية، ونأمل في هذا الصدد إنشاء محاكم متخصصة بالملكية الفكرية، لما في ذلك من دور هام في توفير حماية جنائية لعناصر الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية.

7- نحث المشرع الجزائري النص على جريمة السطو الإلكتروني للعلامات التجارية صراحة، وذلك في سبيل تحقيق أقصى درجات الحماية الجنائية للعلامة التجارية من جانب، وتماشيا مع مقتضيات التجارة من جانب آخر.

### الهوامش

1- راجع: المادة (32) من الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية، الجزائر، عدد 67، 5 نوفمبر 2003، ص 4. المادة (113) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري.

V. art. L. 7169- (mod. Par la loi № 2007- 1544 du 29 octobre 2007) C. Fr. propr. intell. et art. L. 71610- (mod. par la loi № 2007- 1786 du 19 decembre 2007) du meme code.

2- طعن جنائي 05/23 / 1966، مجموعة أحكام النقض، السنة 36 ق، رقم 887، ص 686. مشار إليه كذلك في مؤلف: د/ يوسف

26- مجلس قضاء الجزائر 30 يناير 1969، قضية (أ.س) وشركة «Molinar» ضد (ق. شركة الرياض)، غير منشور. مشار إليه في مؤلف: د/ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص 261.

27- محكمة الجزائر، القسم التجاري 3 يونيو 1971، قضية شركة «Piver» ضد (ق. شركة الرياض)، بالنسبة للعلامات «Rève d'or» و «désire Rève»، غير منشور. مشار إليه في: د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 262.

28- En ce sens: V. A. Chavanne. La contrefaçon de marque et le danger de confusion en droit français, mélange R. Roblot. L.G.D.J. 1984, p 129: « La contrefaçon de marque existe indépendamment de tout risque de confusion ». V. Aussi, com. 26 juin 1973, D. 1974, p 558 et com. 30 octobre 1973, D. 1974, I.R. p5.

29- V: La marque « Nuptia-cortège » pour désigner des robes de mariées a été considérée comme une contrefaçon de la marque « Pronuptia ». V. Rouen, 28 mai 1984, RTD, com et éco. N°1, janvier - mars 1985, p111.

30- V. Cass. Com 30 mai 2007. 0614.842- Arrêt N° 788 <http://www.coursupreme.dz/?p=jurisprudence>

31- راجع: المادة (26) من الأمر رقم 2003-06 السابق الذكر.

32- د/ محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحله التجاري، القاهرة، دار النهضة العربية، 1971، ص 262.

33- د/ عمر محمد بن يونس، الاتهام في جرائم الملكية الفكرية في القانون الأمريكي، العدوان التقليدي والعدوان باستخدام الحاسوب والإنترنت، ترجمة وعرض للمرشد الفيدرالي الأمريكي للاتهام في جرائم الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005، ص 49. وقد يستخدم الكمبيوتر كأداة في الجريمة، وذلك بتقليد أو تزوير علامة تجارية عبر الإنترنت. وفي هذا راجع: د/ محمد إبراهيم زيد، مقدمة في علم الإجرام وعلم العقاب، الإسكندرية، دار الهدى للطبوعات، 2007-2008، ص 266.

34- V. arts. L. 716- 9 et 716- 10 al 2 C. Fr. propr. Intell.

35- لا يمكن الحكم ببعض العقوبات التكميلية كمصادرة الأشياء التي استعملت أو كانت ستستعمل في تنفيذ جنحة « إلا إذا نص القانون صراحة على ذلك ». انظر المادة (15 / 3) ق.ع. جزائري. راجع كذلك: د/ أحمد فتحي سرور، الوسيط في قانون الإجراءات الجنائية، القاهرة، دار النهضة العربية، ص 153.

36- انظر: محكمة الجزائر. القسم الجنائي، 17 يوليو 1967. مشار إليه في مؤلف: د/ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص 281.

37- انظر: المادة (36) من الأمر رقم 66. 57.

38- En ce sens. v. Art. L. 71614- al. 1C. Fr. Propr. Intell. )

39- راجع: المادة (35) من الأمر رقم 66. 57 السابق الذكر، وفي هذا الموضوع انظر: محكمة الجزائر، القسم الجنائي، 30 أبريل 1969:

« Sur la destruction des clichés et la publication dans les journaux, attendu que la demande est fondée, qu'il y a lieu d'ordonner ces 2 mesures.

ومحكمة وهران. القسم التجاري. 22 نوفمبر 2004: « الحكم على المدعى عليها بالتوقف الصوري عن كل إنتاج أو توزيع لمنتجاتها الحاملة لعلامة » سينيا « مع إتلاف كل الكميات المخزونة من هذا المنتج والوثائق التي تظهر

Jean-Christophe Galloux. Apropos de l'application dans le temps de la loi de lutte contre la contrefaçon. Recueil dalloz. n° 5. 31 janvier 2008, p.303.

16- القضية رقم 261209 المؤرخة في 05 / 02 / 2002، المجلة القضائية، العدد الأول، 2002، ص 265.

17- V: J. Azéma et J-C. Galloux. Droit de la propriété industrielle. Dalloz, 6e éd. 2006. n° 1365. J. Passa. Droit de la propriété industrielle, t.1, LGDJ, 2006. n° 53.p.701.

V: <http://publications.wcoomd.org/images/upload/pdf/omdActus.pdf>.

18- Joanna Schmidt - Szalewski et Jean Luc Pierre. Droit de la propriété industrielle, 4 édition. Litec, Paris, 2007, p 250. V: Paris, 21 avr 1988: Ann. Propr. ind 1989, p 268. Cass. Com. 19 oct 1999: PIBD 1999. 688. III, 542. « kendo » ne contrefait pas « kenzo ». Paris, 29 oct 1984: Ann. Propr. Ind. 1984, p 194: La dénomination « West Jean 's » est la contrefaçon de la marque « Jeans west » désignant des pantalons. Paris, 27 mai 1992: D. 1992. inf. rap. P 240: « Page Jeunes » est la contrefaçon de « Pages Jaunes » désignant un service d'annonces. Cass. Com. 10 juillet 2007. 05571.18- Arrêt N° 967.v: <http://www.couredecassation.fr>

19- Paris, 14 juin 2000: PIBD 2000. 706. III, 478. Versailles, 5 mai 1993: PIBD 1993. 554. III, 654: « Coca » contrefait « Coca cola ». Cass. com. 27 févr 2001: PIBD 2001. 720. III, 265. « Ston valley » contrefait « Sun valley ».

20- راجع: المادة (217 / 2) من المدونة الاستهلاكية الفرنسية:

Article L2172- Code de la consommation : Modifié par art. 71 Loi n°2003239- du 18 mars 2003 - JORF 19 mars 2003

21- نقض جنائي 03/05/1994، مجموعة أحكام النقض، السنة 61، ق، رقم 13954، ص 605. راجع أيضا: نقض جنائي 26/11/1990، مجموعة أحكام النقض، السنة 58، ق، رقم 8061، ص 1055.

22- طعن 18/04/2000، المجموعة المدنية، السنة 62، ق، رقم 6611. مشار إليه في مؤلف: د/ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة السابعة، القاهرة، دار النهضة العربية، 2008.

23- د/ محسن شفيق، القانون التجاري المصري، القاهرة، دار الثقافة للنشر، 1949، الجزء الأول، ص 544.

24- طعن 14/11/1982، مجموعة أحكام النقض، السنة 52، ق، رقم 5288، ص 87. حيث قضت المحكمة بتشابه العلامتين « نيدو » و « ميدو » . كما قضت محكمة النقض بتطبيق أحكام الحماية الجنائية عند تقليد العلامة سواء كانت العلامة مملوكة للقطاع العام أو الخاص دون تمييز بينهما. طعن 29/12/1969، مجموعة أحكام النقض، السنة 39، ق، رقم 950، ص 1467. راجع أيضا: قرار محكمة النقض المصرية في الطعن الجنائي 04/05/1954، السنة 22، ق، رقم 1297. مشار إليه في مؤلف: د/ معوض عبد النواب، الوسيط في جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، الطبعة السادسة، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، 2002، ص 454.

V: W. R.Cornish. Intellectual property, patents, copyright, trade marks and allied rights. London, 1999, p 444.

25- د/ محسن شفيق، القانون التجاري المصري، القاهرة، دار الثقافة



44- لمزيد من التفصيل راجع: كامل الشيرازي، اتساع المخاوف الجزائرية إزاء تفاقم «تزيير العلامات التجارية»، جريدة إيلاف، العدد 3035، الإثنين 14 يناير 2008. راجع كذلك: كامل الشيرازي، الجزائر تحضر قانونا لقمع الغش، جريدة إيلاف، العدد 3034، الأربعاء 28 مايو 2008. هذا الموضوع منشور يوم 12 سبتمبر 2009 على موقع: <http://www.elaph.com>

45- راجع: المادة (22) من قانون الجمارك رقم 07-79 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق لـ 21 يوليو 1979 معدل و متمم بقانون رقم 10-98 المؤرخ في 22 أوت 1998، جريدة رسمية رقم 61، العدد 30، ص 682.

عليها هذه العلامة». وفي هذا راجع مؤلف: د/ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص 282.

40- سليمان بارش، شرح قانون الإجراءات الجزائرية، الجزائر، دار الهدى، ص 82.

41- راجع: المادة (32) من الأمر رقم 2003-06. V. Art. L. 7161-11- al. 1 C. Fr. Propr. Intell.

42- راجع: المادة (18) ق.ع. جزائري.

43- د/ خالد ممدوح إبراهيم، جرائم التعدي على حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2010، ص 29.