



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج
بوعرييج



كلية الحقوق و العلوم السياسية

عنوان المذكرة :

حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد

مذكرة مقدمة استكمالاً لنييل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص قانون أعمال

* تحت إشراف الأستاذ :

* عبد الله ذواوي

* من إعداد الطالبان :

* مخلوفي كمال عبد النور

* لعجايي بدر الدين

لجنة المناقشة

* الدكتور رفاف لخضر استاذ محاضر أ رئيساً

* الأستاذ ذواوي عبد الله استاذ مساعد أ مشرفاً و مقرراً

* الدكتور بكيس عبد الحفيظ استاذ محاضر أ ممتحناً

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر و تقدير

الحمد لله وحده لا شريك له

كل الشكر و التقدير إلى أستاذنا الفاضل المشرف على هذا البحث

الأستاذ ذوادي عبد الله

الذي لم يبخل بنصائحه و توجيهاته إلى غاية إنهاء هذه الدراسة

نصل الشكر و التقدير لأساتذة لجنة المناقشة الذين قرأوا و فحصوا

المذكرة

كل الشكر إلى كل أساتذتنا بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة

محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعمريج

إهداء

بِسْمِ اللَّهِ وَحَدِّهِ وَالصَّلَاةِ وَالسَّلَامِ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ

وَسَلَّمَ

أهدى عملي هذا إلى الوالدين الكريمين فبعد الله سبحانه يعود لهما

الفضل في كل علم تلقيته و كل خير نلته .

إلى كل أساتذتي بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد البشير

الإبراهيمي - برج بوخريريح

إلى كل زملائي في الدراسة

إلى كل زملائي في العمل وفاق الدرجة .

إلى كل الأصدقاء و الأحبة .

لكل من ساندنا

حَدَّثَنَا

مقدمة :

مع تطور التجارة الدولية و كذلك الداخلية تزايد الاهتمام بالملكية الصناعية و التجارية التي تعد العلامة التجارية من أهم عناصرها ، و وجود العلامة التجارية موضوع دراسة الحال يتماشى مع فطرة الإنسان في حب التملك و ليس وليد العصر الحديث بل اكتشف استعمالها عند الرومان لكن ليس بالمفهوم الحديث و تطورت في العصور الوسطى و تكسرت مع الثورة الصناعية و بدأ سن قوانين خاصة بها في العصر الحديث مع ظهور اتفاقيات دولية تؤكد على ضرورة العناية بها خاصة مع تطور الظروف الاقتصادية و الصناعية خصوصا ثم الخدماتية أيضا إلى التطور الالكتروني و الانترنت.

ونظرا لما تؤديه العلامة التجارية من دور في تحقيق النمو الاقتصادي فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها ، و تخطر تعدي هو تقليد العلامة التجارية الذي كثر مع التطور التجاري و اكتساب العديد من العلامات التجارية شهرة كبيرة و سمعة حسنة في ذهن البشرية ، وهو ما جعلها عرضة للتعدي ، خاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية الأمر الذي تطلب ضرورة مكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية و بالأخص التقليد .

والجزائر كغيرها من الدول فإنها حاولت التماسي مع العلامة التجارية مباشرة بعد نهاية الحقبة الاستعمارية أين كان يطبق القانون الفرنسي فجاء المشرع بالأمر رقم 57_66 المتعلق بعلامات المصانع و العلامات التجارية الملغى بالأمر 06_03 المتعلق بالعلامات التجارية والذي تضمن أحكام جديدة في مجال حماية العلامة حيث أجاز الترخيص الكلي أو الجزئي للسلع والخدمات للغير، ومنح للمرخص له حق حماية العلامة و إمكانية اتخاذ كل تدبير من شأنه حمايتها، بما فيها الحماية المدنية أو الجزائية مما قد تتعرض له العلامة من جرم التقليد وموضوعنا هو حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد .

مقدمة

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد يرجع إلى أسباب موضوعية لمعرفة تساير المشرع الجزائري مع حماية العلامة التجارية خاصة مع أهميتها في النشاط و الحركية التجارية الحالية ، و كذلك أسباب ذاتية تتعلق برغبة أي طالب حقوق للمعرفة في ظل عدم وجود مفاهيم مكتملة ضمن المجال العلمي او العملي خاصة مع انعدام التخصص ضمن المجال القضائي بجهازه أو بمساعدة العدالة رغم أن الموضوع مطروح في العديد من الخصومات .

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية دراسة العلامة التجارية أو بالأحرى حمايتها من جريمة التقليد لتزايد الجريمة في حد ذاتها مع تزايد الحركة التجارية الداخلية و الدولية مع ما تؤثره هذه الجريمة على الاقتصاد و المنافسة المشروعة من جهة و كذلك على امن و سلامة و صحة المستهلك .

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى تحديد مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية و بيان اشكال ، طرق و اركان التقليد و تحديد الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية من التقليد .

الإشكالية:

من خلال تعريف الموضوع و أسباب اختياره و أهمية و أهداف هذه الدراسة تبرز الإشكالية الأساسية لهذا البحث و المتعلقة بضرورة البحث في التساؤل الرئيسي الآتي : ما مدى فعالية القواعد القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية من التقليد ؟

مقدمة

المنهج المتبع :

موضوع الحال كأغلب المواضيع القانونية مراعاة لطبيعته تم الاعتماد على النصوص الفقهية و القانونية المتوفرة حسب المنهج التحليلي من جهة ، كما انه تم الاعتماد على المنهج الاستقرائي من جهة أخرى من خلال تتبع جزئيات الموضوع لاستخراج ما اعتمده المشرع الجزائري و الاتفاقيات الدولية .

الدراسات السابقة:

رغم توسع المكتبة العربية أو الأعجمية بالمواضيع التي تعنى بالعلامة التجارية إلا أن المكتبة الجزائرية لا تزال في حاجة ماسة في معالجة هذا الموضوع خاصة من جانب حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد و أول ما شد انتباهي من مراجع لدراسة هذا الموضوع هي مذكرات لنيل شهادة الماستر عبر مختلف الجامعات الوطنية ، أهمها مذكرة سميحة لعجال جامعة محمد بوضياف المسيلة بعنوان جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري ، و كذلك مذكرة الطالبتين شعنان نعيمة و سايع نبيلة عن جامعة مولود معمري تيزي وزو بعنوان حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري ، و عن جامعة العربي بن مهدي أم البواقي مذكرة الطالبة فتيحة لعلام بعنوان حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري ، و تختلف دراستي عن هذه الدراسات من حيث تحديدي لمفهوم جريمة التقليد كاملة ثم تخصيص وسائل لحمايتها من طرف المشرع الجزائري فقط.

الصعوبات :

أهم ما واجهتنا من عراقيل لإعداد هذا البحث هو سعة الموضوع و تشعبه من جهة و ضيق الوقت الممنوح لطالب الماستر من اجل إعداد مذكرة تتعلق بمثل هذا الموضوع .

مقدمة

الخطة المتبعة:

بعد هذه المقدمة تم تقسيم البحث إلى فصلين كما يلي :

الفصل الأول : ماهية تقليد للعلامة التجارية

و قسمناه إلى ثلاث مباحث تناولنا في المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية.و في المبحث الثاني مفهوم جريمة التقليد ، أما المبحث الثالث فلدراسة أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

الفصل الثاني : الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد .

و قسمناه إلى ثلاث مباحث تناولنا المبحث الأول دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية وفي المبحث الثاني الدعوى العمومية كوسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية و عرجنا في المبحث ثالث على الآليات الوطنية المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد علامة التجارية.

و انهينا البحث بخاتمة تتضمن الرد على الإشكالية و مختلف ما توصلنا إليه من توصيات .

الفصل الأول

ماهية تقليد العلامة التجارية

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

تلعب العلامة التجارية دورا كبيرا في النشاط الاقتصادي والتجاري لكونها تعتبر أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على جودة و نوع المنتجات و مصدرها صانع أو تاجر بعينه دون غيره من الصناع والتجار و زاد الاهتمام بها في ظل التغيرات الاقتصادية الحالية مما جعلها عرضة للاعتداء عليها بالتقليد و من اجل بيان ماهية تقليد العلامة التجارية نعالج هذا الفصل في ثلاث مباحث الأول يتعلق بمفهوم العلامة التجارية و المبحث الثاني يعنى بمفهوم جريمة التقليد أما المبحث الثالث فيناقش أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.

المبحث الأول

مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي أداة تستخدم لتمييز المنتجات أو الخدمات الخاصة بإحدى المنشآت عن غيرها من المنتجات أو الخدمات الأخرى و العلامة هي كلمة أو شعار أو اسم أو مجموعة من الأحرف أو رمز أو تصميم أو صورة .

و تكاد تكون الوسيلة الوحيدة التي تمكن المستهلك من التفريق بين سلعة وغيرها من مثيلاتها كما أنها أهم وسيلة للإعلان والدعاية للمنتجات و الخدمات .

و قد لعبت العلامة التجارية والصناعية دورا متقدما في اقتصاد العولمة¹، وفي التجارة الداخلية والدولية، باعتبار أنها تمثل أحد أهم عناصر الملكية الصناعية، خاصة أنها تمثل حقوقا استثنائية واحتكارية لمالكيها القانونيين.

وسنقوم بدراسة المبحث في ثلاث مطالب نتناول في المطلب الأول تعريف العلامة التجارية و خصائصها و في المطلب الثاني أشكال العلامة التجارية و في المطلب الثالث الشروط الواجب توافرها لحماية العلامة التجارية .

المطلب الأول

تعريف العلامة التجارية و خصائصها

لتوضيح مدلول العلامة التجارية و تبسيطها خاصة لأهميتها من الناحيتين النظرية أو العملية لذلك نتطرق لتعريف العلامة التجارية ثم خصائصها.

¹ نعيم مغنبيغ، الماركات التجارية والصناعية دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان 2005، ص 7.

الفرع الأول

تعريف العلامة التجارية

ل للوصول إلى تعريف شامل للعلامة التجارية العلامة التجارية يجب فهم تعريفها من الناحية اللغوية و الفقهية، و القانونية .

أولاً- تعريف العلامة التجارية لغة:

للعلامة عدة مفاهيم في اللغة، قد يقصد بها الأثر في الشيء للدلالة عليه و تعريفه و تمييزه عن غيره و هي مشتقة من العلم، بمعنى المعرفة و مثل ذلك علم الدولة للدلالة عليها و تمييزها، و قد يقال عن العلامة أنها عبارة عن خطين متقاطعين يستعاض بهما عن الإمضاء أحيانا لمن لا يستطيع الإمضاء¹ مثلما ذكره رفيق شاوش في مذكرة لنيل شهادة ماجستير بعنوان الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع المقارن و لها عدة مفاهيم أخرى تتعلق بالتقييم مثلا .

ثانياً- تعريف العلامة التجارية فقها:

تناول غالبية فقهاء القانون التجاري التعريف بالعلامة التجارية، لاسيما الذين تناولوا بالبحث الملكية الفكرية و الصناعية.

ف نجد مثلا سميحة قلوبوي عرفتها على أنها إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو وضعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة².

¹رفيق شاوش. الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع المقارن. تحت إشراف العيد سعادنة. مذكرة لنيل شهادة ماجستير. جامعة عباس لغرور خنشلة. دون تاريخ مناقشة. 2010-2011، ص 45.
²سميحة القلوبوي. الملكية الصناعية. الطبعة الرابعة. دار النهضة العربية. مصر. 2003. ص 249.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

كما عرفها محمد حسين إسماعيل على أنها أداة مميزة تخص تاجر أو صانع لتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها و قد تكون رمزا، رسما، حرف، ... تستهدف التديل على أصل السلعة و ضمان مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة و عملائه، و تمكنه من الاستئثار بثقتهم¹.

إذا فالعلامة التجارية هي السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري و هي إضافة لدالتها على السلع و المنتجات تبين مميزاتها و خصائصها ، و قد تتدخل بشكل غير مباشر لتحديد ملامح الإنسان و ترسم شخصيته ، و بذلك مثلما ذكر ادريس فاضلي فهي إذا من أهم الوسائل لجذب الزبائن و العملاء لما تسهله عليهم من يسر في التعريف على ما يفضلونه من سلع فهي وسيلة من وسائل المنافسة غير المشروعة بين المنتجين و التجار.²

ثالثا-تعريف العلامة التجارية قانونا:

عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية من الأمر 03-06³، من خلال المادة 1/2 بأنها كرمز يمنح للسلعة أو المنتج أو الخدمة لتمييزها عن غيرها، إذ تنص على أن: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"، و هذا التعريف مقتبس كالعادة من القانون الفرنسي المتعلق بالعلامات الفرنسي الصادر في 1991/01/04 ، حيث جاء فيه أن: "علامة الصنع أو التجارة، أو الخدمة، هي رمز قابل للتمثيل الخطي تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما طبيعي كان أو معنوي .

¹محمد حسين إسماعيل. الحماية الدولية للعلامات لتجارية. كلية الحقوق. مذكرة لنيل درجة الدكتوراه. جامعة القاهرة. دون تاريخ مناقشة. 1978. ص46.

²إدريس فاضلي. المدخل إلى الملكية الفكرية. دون طبعة. دار هومة. الجزائر. 2003. ص283.

³أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جمادى الأولى. عام 1424 الموافق ل 19 يوليو سنة 2003. المتعلق بالعلامات. الجريدة الرسمية. عدد 44. مؤرخ في 2003/07/23.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

و ملخص التعريفين القانونيين السابقين المشرعان الجزائري و الفرنسي فإن الرموز التي تصلح أن تكون علامة، هي تلك التي يمكن تمثيلها خطيا و التي يمكنها تمييز السلع و الخدمات المتماثلة عن بعضها، حتى لا يقع المستهلك في لبس أو خطأ عندما تعرض عليه¹.

الفرع الثاني

خصائص العلامة التجارية

للعلامة التجارية خصائص عامة (أولا) و خصائص خاصة (ثانيا).

أولا : الخصائص العامة للعلامة التجارية.

باعتبار العلامة تستخدم لتمييز المنتجات و الخدمات فهل الصانع و مقدم الخدمة ملزم باتخاذها.

أ - العلامة التجارية مال منقول معنوي:

العلامة التجارية هي مال منقول و هي أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري

ب - الطابع الإلزامي للعلامة التجارية:

نصت المادة الثالثة من الأمر 03-06 على أن العلامة التجارية علامة إلزامية رغم انها كانت اختيارية في الأمر الملغى رقم 66-57 .

د - الطابع الفردي:

حسب اتفاقية باريس (1) لحماية الملكية الصناعية و كذلك الأمر 03-06 الجزائري، باعتبار العلامة التجارية فان العلامة التجارية ذات طابع فردي لأنه يمكن تملكها من شخص واحد

7. فتحة لعلام ،حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري . مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر شعبة الحقوق

،جامعة العربي بن مهدي ام البواقي الجزائر 2013/2014 م.ص7

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

طبيعي أو معنوي بغض النظر عن إمكانية الاشتراك فنعود لأحكام الملكية الشائعة حسب النصوص العامة .

ج - استقلالية العلامة التجارية عن المنتج أو الخدمة:

فحسب المادة الثامنة من الأمر 06/03 أنه : "لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال عائقا أمام تسجيل تلك العلامة" و قد كتب محمد حسين في الوجيز في الملكية ان مالك العلامة الواردة على المنتج غير مشروع، يمكنه أن يرفع دعوى تقليد مادام حقه على العلامة مقبول¹. أي ان العلامة مستقلة عن المنتج أو الخدمة المطلقة عليها.

ثانيا: الخصائص الخاصة للعلامة التجارية.

كل تاجر أو صانع يود ان تلقى علامته القبول من المستهلكين و لأجل ذلك يجب أن تكون واضحة و دقيقة لتساهم في ترويج المنتج أو الخدمة، حسب ما يتناسب مع النشاط المرغوب فيه لذا نجد انه من أهم خصائصها الخاصة أنها :

- بسيطة التصميم؛
- بسيطة الحجم؛
- سهلة النطق؛
- بسيطة الشكل و تكون قابلة للتسجيل و لا تحمل عناصر محظورة لتسجيلها.²

¹ محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، ج1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص. 540.

² المرجع نفسه، ص. 540.

المطلب الثاني

أشكال العلامة التجارية

تتعدد أشكال العلامات التجارية غير أننا نتناول في دراستنا العلامات التجارية الأكثر شيوعاً و هي الواردة في نص المادة (2/02) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات و لا نذكر العلامات الغير معترف بها من المشرع الجزائري كالعلامة الصوتية أو الشمية .

الفرع الأول

العلامة الاسمية

العلامة الاسمية هي كل كلمة أو لفظ يختارها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعه أو خدماته بحيث يكون قادراً على إثارة انتباه من يراه أو من يتردد على سمعه، و يجب أن يكون الاسم شكله مميزاً، وتتمثل العلامة الاسمية في:

أ- **المصطلحات المبتكرة:** قد تكون ذات معنى وموجودة أصلاً مثل ORANGE وهي تعني برتقالة، وقد يكون بدون معنى مثل YACCO لزيوت السيارات¹، لكن يجب أن تكون الأسماء غير مبهمه.

ب - **الحروف و الأرقام لمختصرات الكلمات :** يجوز أن تتخذ الحروف والأرقام والمختصرات كعلامة تجارية لتمييز منتجات أو خدمات، كما يمنع من التاجر والمنتجين استعمال هذه الأرقام في تمييز سلع مماثلة أو حروف مشابهة تثير الخلط وعليه قد تكون العلامة مكونة من أرقام أو حروف.

¹عدنان غسان برانيو، التنظيم القانوني للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط 1، 2012، ص

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

ت - الأسماء العائلية: فالأسماء العائلية يمكن إيداعها كعلامة تجارية بشرط أن تكون مميزة فقد يكون الاسم لصاحب العلامة التجارية أو الغير، وفي حالة وفاة الشخص يجب طلب الإذن من حق من الحقوق الشخصية .

ج - الأسماء الجغرافية : و قد أخذ بها المشرع الجزائري اذ يمكن للأسماء الجغرافية أن تكون علامة تجارية بشرط أن يكون هذا ذو طابع مميز و لا يشكل خلط مع تسميات المنشأ و بيانات المصدر وهذا بشرط أن.

الفرع الثاني

العلامة التصويرية (الشكلية)

العلامة التصويرية (الشكلية) وهي علامات ترميزية موجهة إلى البصر وتتمثل في ما يلي:

أ- العلامة الرمزية: وهي الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو غيرها ، كما يجب أن يتبع الاسم الرمز وهذا من أجل تجنب اللبس في حالة ما إذا استعمل شخص الرمز وآخر الاسم وحتى يكتسب الرمز صفة العلامة يجب أن يكون مميزا.

ب - الرسوم او الصور : يمكن ان تكون العلامة صورة من الصور، أو رسما فنيا يصل بالخيال إلى شكل ما، يعطي الصفة المميزة للسلع والخدمات التي تستعمل فيها .

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

الفرع الثالث

علامة الألوان

علامة الألوان يمكن أن تتخذ العلامة التجارية شكلها من تركيب و ترتيب الألوان كالاتي : يقصد بترتيب الألوان جمع عدة ألوان أو خلطها مما يشكل مظهراً يميزها عن غيرها¹، أما التركيب هو طريقة تنسيق الألوان بشكل يضيفي عليها طابعاً مميزاً و يجوز احتكارها كعلامة، كما نجد المشرع الجزائري قد أجازها كعلامة تجارية.

الفرع الرابع

العلامة ثلاثية الأبعاد

العلامة ثلاثية الأبعاد: من العلامات المستحدثة العلامة التي تكون في شكل مجسم² ، و هي يمكن تسجيلها و حمايتها.

المطلب الثالث

الشروط الواجب توافرها لحماية العلامة التجارية

حتى تتمتع العلامة بحماية القانون يجب أن تستجيب لمجموعة من الشروط لتعد صحيحة في نظر القانون و تحظى بحمايته، و تتمثل هذه الشروط في الشروط الموضوعية (الفرع الأول) و الشروط الشكلية (الفرع الثاني).

¹ نعيم مغيغب، المرجع السابق، ص 40.

² نعيم مغيغب، المرجع نفسه، ص 47.

الفرع الأول

الشروط الموضوعية

تتعلق الشروط الموضوعية للعلامة التجارية بموضوع العلامة في حد ذاتها، فيجب أن تكون العلامة جديدة (أولا) و قادرة على تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المشابهة لها (ثانيا) و أخيرا يجب ألا تكون مخالفة للنظام العام و الآداب العامة (ثالثا).

أولا : أن تكون العلامة جديدة.

تطرقت المادة 9 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة إلى أن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام إذا لم يسبق استعمالها داخل الدولة من قبل على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من قبل شخص آخر .¹

و تعتبر العلامة التجارية جديدة إذا كانت في إحدى عناصرها مميزة عن غيرها و هو ما يعني عدم ضرورة أن تكون جديدة في كل عناصرها بل يكفي لاعتبارها جديدة أن تفرق عن غيرها من العلامات في جانب معين من جوانبها حتى و لو كانت مستعملة أو من المنوي استعمالها على نفس الفئات و المنتجات المستعملة من قبل العلامة الأخرى، فالعبرة في تحديد مدى جدية العلامة التجارية هو اختلافها و تمييزها عن غيرها في أي عنصر من عناصرها و ليس في اختلافها و تمييز ما في كافة عناصرها حيث يكفي أن تتميز في عنصر واحد فقط من عناصرها عن

¹ شعنان نعيمة و سايف نبيلة ، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون العون الاقتصادي ، جامعة مولود معمري تيزي وزو .الجزائر 2016 / 2017 ، ص10

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

غيرها من العلامات حتى تعتبر جديدة و بالتالي محلا للقبول و التسجيل حتى و لو اشتركت مع غيرها من العلامات في بقية العناصر¹.

ثانيا : أن تكون العلامة مميزة.

لا تكون العلامة محلا للحماية القانونية إلا إذا كانت ذات صفة مميزة، و هذا ما نص عليه صراحة المشرع الجزائري في المادة 2 الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة، و لقد استبعد المشرع الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة منصفة التمييز، و لا يقصد من اشترط تمييز العلامة أن تتخذ شكلا مبتكرا كما هو مطلوب مثلا بالنسبة للرسوم و النماذج الصناعية، و إنما كلما يقصد هو تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلعة لمنع حصول اللبس لدى المستهلك العادي و بناء على ذلك لا تتمتع بالحماية العلامات التي من كلمات أو الرسم الشائعة التي تستعمل بصورة عادية في التجارة للدلالة على نوعية المنتجات أو مصادرها كعلامة.

كما يمنع المشرع الجزائري استعمال كافة الرموز المطابقة أو المشابهة التي تحدث لبس أو تمس حقوق سابقة، كاستعمال علامة سابقة مسجلة أو علامة مشهورة أو اسم تجاري².

ثالثا : أن تكون العلامة مشروعة.

يقصد بمشروعية العلامة التجارية ألا يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني و الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر و قد أعتبر الأمر 03/06 في الفقرة 4 و 5 من المادة 7 أن الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة...

-الرموز المخالفة للنظام العام و الآداب العامة و الرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.

¹ عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية - دراسة تحليلية تأملية مزودة و مدعمة بالاجتهادات القضائية، دار

الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص 34

² شعنان نعيمة، سايبغ نبيلة . المرجع السابق ص 15 .

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

-الرموز التي تحمل من بين عناصرها ثقلا أو تقليد الشعارات رسمية أن أعلام شعارات أخرى، أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة و الضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا رخصت لها سلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك.

-الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع و الخدمات و الخصائص الأخرى المتصلة بها.

-الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، و في حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعمالها .

- العلامة التي من شأنها أن تظلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات و كذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مخل بالحياء، و عليه تكون العلامة التجارية غير مشروع إذا ما خالفت أي نص قانوني أمر سواء ورد النص في قانون العلامات .

مما سبق فإن الشروط اللازم توافرها في العلامة التجارية هي أن تكون مميزة و جديدة و مشروعة، فإذا لم تتوفر إحدى هذه الشروط فإنها لا تعتبر علامة تجارية وفقا للقانون و تعتبر باطلة سواء تم تسجيلها أو لم يتم و يجوز للمصلحة المختصة أو للغير إبعادها.

الفرع الثاني

الشروط الشكلية

و يعني انه يجب مراعاة الإجراءات الخاصة بالإيداع (أولا) والتسجيل (ثانيا) والنشر (ثالثا).

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

أولاً : الإيداع.

يتمثل في عملية وضع الملف إلى المصلحة المختصة بالتسجيل من طرف صاحب العلامة أو من يمثله أمام المصلحة المختصة و يوجه الطلب بواسطة رسالة موصي عليها مع العلم بالوصول أو أية وسيلة تثبت الاستلام و يتضمن طلب تسجيل العلامة ما يلي:

-طلب تسجيلي قدم في استمارة خاصة يتضمن اسم المودع و عنوانه الكامل.

-صورة من العلامة لا تتجاوز مقياسها الإطار المحدد في الاستمارة.

-قائمة للسلع و الخدمات المراد تسجيل العلامة من جها.

-وصل يثبت دفع الرسوم في حالة تمثيل المودع من قبل وكيل يجب أن يرفق طلب التسجيل بنسخة من الوكالة¹,

عند تقديم طلب الإيداع أمام المصلحة المختصة يتم فحصه من الناحية الشكلية. عبر عدة مراحل كالآتي :

1- عند عدم استقاء الإيداع لهذه الشروط تطلب المصلحة المختصة من صاحب الإيداع تسوية طلب في أجل شهرين أو رفض طلبه،

2- أما في حالة قبول الطلب من الناحية الشكلية تنتقل المصلحة المختصة إلى فحص الإيداع من الناحية الموضوعية حول مدى تطابق العلامة مع القانون و أنها غير مستثنية من التسجيل للأسباب المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06-03 المؤرخ في 19/07/2003 أي فحص مدى توافر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية .

¹- المرسوم التنفيذي رقم 346/08 المؤرخ في 26 شوال 1429 هـ الموافق لـ 27/10/2008 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في 26 جمادى الثانية 1429 هـ الموافق لـ 02/08/2009 الذي يحدد كيفية تحديد العلامات وتسجيلها.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

- 3- فإذا تبين للمصلحة المختصة عدم توافر أحد الشروط الموضوعية فإنها ترفض الطلب و تبلغ هذا الرفض للمعني بالأمر تطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل شهرين ابتداء من تاريخ التبليغ، و يمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب من صاحب المصلحة،
- 4- لا يعتبر رفض المصلحة المختصة قرار نهائي إلا بعد سماع المعني و إبداء ملاحظاته،
- 5- أما إذا أصدرت الإدارة على الرفض و أصدرت قرار نهائي بالرفض فإنه يحق للمعني بالأمر أن يطعن في قرارها أمام القضاء الإداري.

ثانيا : التسجيل . و يكون دراسته على أجزاء كالآتي :

يقصد به القرار الذي تتخذه المصلحة المختصة (المركز الوطني للملكية الصناعية) بعد عملية فحص طلب الإيداع عندما يتم قيد العلامة في الفهرس العمومي لدى المصلحة المختصة الذي يذكر فيه كل البيانات و العمليات المتعلقة بالعلامة حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج بها في مواجهة الغير بعدها تسلم للمودع أو وكيله شهادة تسجيل عن كل علامة مسجلة،

- كما يمكن للغير بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة.

- كما يمكن تجديد سجل العلامة التجارية على اعتبار أن المشرع الجزائري يحدد ملكية حقوق العلامة التجارية بعشرة سنوات من تاريخ إيداع الطلب، إلا أنه أجازت جديد تسجيل العلامة التجارية من حين إلى آخر كلما انتهت مدة الحماية و ذلك في مهلة ستة(6) أشهر التي تلي انقضاء التسجيل، و يرفق طلب التجديد بكل الوسائل التي تثبت بأن العلامة استعملت استعمالا جديا خلال السنة التي سبقت انقضاء التسجيل مع مراعاة أحكام المادة 11 من الأمر 06-03 المؤرخ في 19/07/2003، و لذلك يمكن لصاحب العلامة الاحتفاظ بعلامته لمدد أخرى متلاحقة

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

قد تصل إلى ما لا نهاية إذا ما رغب في ذلك¹، و لا يمكن تجديد العلامة التجارية إلا إذا توافرت الشروط التالية:

- ألا يتضمن طلب التمديد تغيير جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات.

- دفع رسوما لتجديد في مهلة ستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل.

- تقديم إثبات بأن العلامة استعملت خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل حسب نص للمادة 11 من الامر 03-06.

يترتب على تسجيل العلامة التجارية أنه يخول لصاحبها حق ملكيتها يخصص استغلالها و منع الغير من استغلال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع وخدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

ثالثا : النشر: و المقصود به انه توجد على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية النشرة الرسمية للعلامات تدون فيه كل ما يتعلق بالعلامات من تسجيلات أو تجديدات للعلامة، كما تسجل كإلغاء أو إبطال للعلامة التجارية، فهو يعد بذلك بمثابة شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات من أجل إعلام الجمهور عن العلامات المسجلة و لكي يتسنى له تقديم الاعتراض على طلب التسجيل.

و النشر لا ينشأ حقا، إنما هو مجرد وسيلة لإثبات حق موجود من قبل عن طريق الإيداع السابق، و من ثمة فتاريخ الاعتراض على العلامة التجارية من تاريخ التسجيل و ليس من تاريخ النشر.

¹راشدي سعيدة، عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال (النظام القانوني الاستثماري)، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2013. ص29-31.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

أما عن تاريخ تسجيل و إيداع العلامات الدولية في الجزائر، فإنها تخضع لنفس الشروط الموضوعية و الشكلية اللازمة توافرها في العلامة الوطنية مع وجود شرط هو أن يكون مقدم طلب التسجيل من رعايا إحدى الدول المرتبطة باتفاقية دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامة التجارية المسجلة.¹

¹ شعنان نعيمة، سايف نبيلة . المرجع السابق ص19.

المبحث الثاني

مفهوم جريمة التقليد

لتحديد جريمة تقليد العلامة التجارية نتناول في مطلب أول تعريف التقليد ثم تعريف جريمة التقليد في مطلب ثانٍ و نتطرق في مطلب ثالث لصور التقليد و طرقه كالآتي :

المطلب الأول

تعريف التقليد لغة و اصطلاحا

الفرع الأول

تعريف التقليد لغة

الكلمة مشتقة من الفعل الثلاثي قلد، كقلد اللبن في السقاء و الماء في الحوض و يقلده قلدا جعله فيه، و قد قلده قلداً و تقلدها و منه التقليد في الدين و تقليد الولاة الأعمال و جاء في التعريفات للجرجاني أن التقليد هو إتباع الإنسان غيره فيما يقول ويفعل معتقدا للأحقية فيه، من غير نظر وتأمل في الدليل، ، كأن هذا المتبع جعل قول الغير أو فعله قلادة في عنقه، وقيل أيضا بأن التقليد هو قبول قول الغير بلا حجة ولا دليل.

الفرع الثاني

التعريف التقليد اصطلاحا

عرف التقليد لدى رجال القانون بأنه : "كل فعل إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة، ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع، أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها، أو ثمنها بشرط عدم علم المتعامل الآخر به أو كما وصفته بلهوارى نسرین

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

بأن التقليد بمعناه الموسع هو تصنيع لمنتوج بالشكل الذي يجعله شبيها في ظاهره لمنتوج أصلي وذلك بنية خداع المستهلك.¹

المطلب الثاني

تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية

بعد التطرق إلى معنى التقليد بصفة عامة سيتم بيان المراد بجريمة تقليد العلامة التجارية كما يلي:

الفرع الأول

تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية في الفقه

عرف معوض عبد التواب جريمة تقليد العلامة التجارية بأنها: "المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور و العبرة في استظهارها هي بأوجه الشبه بين العلامتين الأصلية و المقلدة دون أوجه الاختلاف".²

يمكن القول أن تعريف التقليد انصب على مصطلح المحاكاة -الذي يعني التشبيه أو التمثيل- بين الأصل و التقليد، و بالتالي التعريف اقتصر على تعريف تقليد العلامة التجارية بالتشبيه، كما أن المشرع الجزائري لم يأخذ بهذا المصطلح.

ويعرفها عبد الحميد الشواربي بقوله: "التقليد هو ذلك الاعتداء الذي يقع على العلامة التجارية، والعبرة فيه بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف وأن المعيار في أوجه الشبه هو بما ينخدع

¹ بلهوارى نسرين، النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد، مذكرة ماجستير في القانون غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص 7.

² معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، د م ، ط 6، 2001، ص 458.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

به المستهلك المتوسط الحرص والانتباه"¹. هذا التعريف يبدو أشمل من سابقه إذ تطرق إلى صور التقليد المعروفة.

الفرع الثاني

تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون

لم يتطرق المشرع الجزائري في الأمر رقم 57/66، المؤرخ 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية الملغى بموجب الأمر 03-06. إلى تعريف التقليد بل اكتفى بذكر العقوبات المخصصة للتقليد، غير أنه تدارك ذلك في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وأشار إلى تقليد العلامة في المادة (26) منه بأنه: " تعد حجة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة قام به الغير حرفاً لحقوق صاحب العلامة"². والملاحظ أن المشرع الجزائري اعتبر تقليد العلامة بصفة عالمية جنحة، كما أنه لم يفرق بين الأفعال التي تعد اعتداء مباشر على العلامة والتي تعتبر اعتداء غير مباشر، ويلاحظ أن القانون الجزائري بعرض الحماية القانونية على العلامة المسجلة فقط المادة (27) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.³

¹ عبد الحميد الشواربي، الجرائم المالية والتجارية، جرائم التهريب الجمركي، الشركات، جرائم الضرائب، جرائم الكسب غير مشروع، جرائم البنوك والائتمان، جرائم الإفلاس، الشيك، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، د ط، 1996، ص 618.

² الأمر 06/03، المرجع السابق

³ سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2016/2017 ص 18.

المطلب الثالث

صور التقليد و طرقه

الفرع الأول

صور التقليد

صور التقليد تنص المادة 26 فقرة 01 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات¹ على أنه: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام بها لغير خرق الحقوق صاحب العلامة".

إن المشرع الجزائري اعتبر أن جميع الاعتداءات التي يمكن أن تمس العلامة و ملكية صاحبها فعلا من أفعال التقليد دون أن يحدد صور هذه الاعتداءات مكتفيا بعبارة "الحقوق الإستثنائية".

غير أنه بالرجوع إلى الفقه نجد أن هذه الاعتداءات لا تخرج عن أفعال هي: التقليد بالنسخ والتقليد بالتشبيه.

أولا: التقليد بالنسخ: يتمثل العنصر المادي في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تام العلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بإعادة اصطناع جانبها الأساسي والمميز بشكل يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور و جذب المستهلك، حيث يعتبر نقلا لعلامة عنصر كافل وجود التقليد بغض النظر عن كل استعمال لها لأن التقليد قائم بموجب التصنيع المادي للعلامة² و قد سار القضاء الجزائري على نفس النهج .

¹ الأمر رقم 06/03 المرجع نفسه

² نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 103.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

ثانياً: التقليد بالتشبيه يتمثل العنصر المادي للتقليد بالتشبيه في التغيير في العلامة الأصلية أو الإضافة للعلامة الحقيقة بكاملها أو جزء منها بحيث يظن المستهلك أنها العلامة الأصلية¹، و ذلك عن طريق المحاكاة التدليسية، أو التشبيه التدليسي، حيث يؤخذ بعين الاعتبار في جنحة تشبيه العلامة التشبيهات الإجمالية التي تؤدي بالمستهلك العادي إلى الخلط بين العلامتين، الأمر الذي قد يؤدي إلى المساس بحقوق المستهلك الذي قد يستعمل منتجاً لا يتلاءم مع ما يرغب فيه كما قد يمس بمصداقية المنتج الأصلي و نجد ذلك أكثر خطورة في حالة تقليد علامة الدواء حيث نكون أمام مشاكل الصحة العامة، كما قد يؤثر على الاقتصاد الوطني لأنه لا يساعد على الابتكار،

فالتقليد وفق الاجتهاد المحكمة العليا يكمن في التشابه الموجود بين علامتين موضوعتين على نفس المنتج و من شأن هذا التشابه أن يحدث لبساً أو خلط عند المستهلك متوسط الانتباه

الفرع الثاني

طرق التقليد

و حسب سارة بن صالح طرق التقليد نقصد بها التغييرات التي يمكن أن يحدثها المقلد في العلامة التجارية و ذلك قد يكون إما عن طريق زيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله بحرف آخر محاولين تبيان رأي الاجتهاد القضائي في ذلك، كما سنحاول التطرق على صورة أخرى أصبحت حديث الساعة لكونها تتعلق بالتقليد عبر الشبكة العنكبوتية²، و هذا من خلال الفرعين التاليين:

¹ قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، قسم الوثائق، 2012، ص 62.

² سارة بن صالح جريمة تقليد العلامة التجارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة . دفاثر السياسة و القانون العدد الخامس عشر، جوان 2016 ص388-389

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

أولاً : التقليد بالزيادة أو النقصان في الحروف أو إستبدالها:

من أهم القرارات القضائية التي صدرت عن المحكمة العليا بخصوص التقليد بزيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله ما جاء في القرار رقم 399796 حيث رفضت المحكمة العليا طعنا بالنقض بقرار ألغى الحكم المستأنف و من جديد تصدى بإلزام المستأنف عليها (ملبنة الصومام) بالكف عن استعمال كلمة دليس (DELICES) على أغلفة منتوجها من مادة الياغورت و التعويض لشركة دليس (DELICES).

أسس المجلس قراره على أن الهدف من العلامة التجارية لكل منتوجه و جلب انتباه الزبون على ألا يكون وصف البضاعة ظاهر أكثر من الأصلية، فكتابة DELICES بالحجم الكبير مرتين على إسم الملبنة (صومام) يؤدي إلى إبهام المستهلكين على أنهم مقبلون على شراء منتج مقابلتها (DELICE دون حرف S في الأخير)، و بالتالي يمكن أن يقع تداخل في الأسماء " مما يعد تعديا على اسمه التجاري.¹

ثانياً: التقليد عبر مواقع الأنترنت.

لا تقتصر عملية استعمال علامة عبر شبكة إنترنت على استعمالها من خلال تضمينها اسم المجال الخاص بموقع ويب، إذ يمكن استعمال العلامة بوضعها على صفحات الموقع هذا الأخير قابل للوصول إليه من قبل جميع مستخدمي الأنترنت في العالم و عليه يمكن الاعتداء على العلامة من خلاله عن طريق التقليد.

و قد عالج المشرع الجزائري الجرائم التي يمكن أن تمس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات بصورة عامة من خلال القانون رقم 15/04 المعدل و المتمم لقانون العقوبات و ذلك في نص المادة 394 مكرر منه و التي جاء فيها: "يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة و بغرامة من 50000 دج إلى 100000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من

¹قرار رقم 399796 صادر بتاريخ 2007/04/04، مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء صدور القانون والاجتهاد القضائي)، 2012، ص 16 - 17.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية.....

منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاو لذلك¹ و تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة².

فمن خلال نص المادة أعلاه يمكننا إدراج جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الأنترنت ضمن جرائم المعالجة الآلية للمعطيات متى قام الفاعل بالتغيير في العلامة سواء بزيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله أو حتى إذا كان التغيير يخص ميزة أساسية للعلامة الأصلية كاللون، فعبرة "تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة" يستنتج من خلالها أن كل مساس بالعلامة التجارية عبر الأنترنت بالحذف أو التغيير في العلامة يؤدي إلى مضاعفة العقوبة المقررة على هذه الجنحة باعتبارها فعل من أفعال التقليد الماسة بالعلامة.

أما بالرجوع إلى الاجتهاد القضائي فنجده يكاد ينعدم في مجال التقليد عبر الأنترنت في الجزائر رغم أنها وضعت أول تنظيم قانوني خاص بشروط و كفاءات إقامة خدمات أنترنت و استغلالها و المتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 257/98³ إلا أنها تبقى تعاني من افتقار النصوص الجزائية لهذا النوع من الجرائم.

¹عدنان غسان برانيو: المرجع السابق، ص 619 – 620.

²القانون رقم 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات، جريدة الرسمية صادرة بتاريخ 2004/11/10، عدد 71.

³مرسوم تنفيذي رقم 257-98 المؤرخ في 1998/08/25 المتعلق بشروط وكفاءات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها.

المبحث الثالث

أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

على غرار كل الجرائم فإننا لتحليل جريمة تقليد العلامة التجارية، يجب دراسة أركانها من خلال ثلاث مطالب، نتناول في الأول الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية (المطلب الأول)، ثم الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية (المطلب الثاني)، ثم الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية (المطلب الثالث).

المطلب الأول

الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية

الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية يستمد مشروعيته من قانون العقوبات الجزائري والأمر 06/03 المتعلق بالعلامة التجارية والاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر، وبناء عليه سنتطرق إلى الركن الشرعي لجريمة تقليد العلامة التجارية من خلال ثلاث نقاط، نتناول في النقطة الأولى، الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في قانون العقوبات الجزائري (الفرع الأول)، وفي النقطة الثانية، الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في قانون العلامة التجارية الجزائري (الفرع الثاني)، وفي النقطة الثالثة، الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في الاتفاقيات (الفرع الثالث).

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية.....

الفرع الأول

الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في قانون العقوبات الجزائري

نصت المادة(429)ق.ع. ج أنه : "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

-سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

-سواء في نوعها أو مصدرها.

-سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن على لمرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.¹

الملاحظ انخداع المتعاقد بواسطة تغيير يلحق بالسلعة في مواصفاتها الجوهرية قد يكون جريمة تقليد العلامة التجارية، أو جريمة عدم مطابقة السلعة للمواصفات المقررة، أو إخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المشتري². أي أن المشرع الجزائري استخدم مصطلحات عامة³.

¹ قانون رقم 06-23 مؤرخ في 29 ذي القعدة 1427 هـ الموافق لـ 20 ديسمبر 2006م، معدل ومتمم بالأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ الموافق لـ 8 يونيو 1966م، المتضمن قانون العقوبات، ج ر ج، ع 84، س 43، 4 ذو الحجة 1385 هـ الموافق لـ 24 ديسمبر 2006م.

² وليد كحول، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المفكر، صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ع 11، د ت، ص 485 .

³ سميحة لعجال المرجع السابق ص22.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

ونص المشرع الجزائري في المادة (394) مكرر ق. ع. ج أنه: "يعاقب بالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى سنة (1) وبغرامة من 50.000 دج إلى 200.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك.

تضاعف العقوبة إذا ترتب عن ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة".¹

يمكن من خلال المادة أعلاه إدراج لجنة تقليد العلامة التجارية عبر الإنترنت ضمن جرائم المعالجة الآلية للمعطيات، متى قام الفاعل بالتغيير في العلامة سواء بزيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله، أو حتى إن كان التغيير يمس ميزة للعلامة الأصلية كاللون مثلا. مع ذلك فإن الأمر يحتاج إلى وجود نص صريح يتناول جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الإنترنت.

الفرع الثاني

الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات

جرم تقليد العلامة التجارية في المادة (26) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي جاء فيها أنه: ".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".²

¹قانون رقم 23/06، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المرجع السابق.

² الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص 26.

الفرع الثالث

الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في الاتفاقيات

نصت اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لعام 1883، على بعض التدابير لمواجهة التعديات على العلامات التجارية و تقليدها في المادتين (06/ثانيا) و(09) من الاتفاقية¹، تاركة أمر أمور التحريم والعقاب لكل دولة من دول الاتحاد عن طريق تشريعاتها الداخلية، واكتفت فقط بإبرام تعهد بين جميع دول الاتحاد برفض تسجيل العلامة التجارية وحظر الانتفاع بها إذا كانت تشكل صورة مستنسخة أو تقليداً من شأنه خلق التباس مع علامة تجارية أخرى.²

كذلك نصت اتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لعام 1891م، في المادة(01)على مايلي:كل السلع والبضائع التي تحمل بياناً زائفاً وكاذباً عن مصدرها يذكر فيه مباشرة أو غير مباشرة أحد البلدان المتحدة أو مكان واقع في أحدها هو المكان أو البلد الأصلي لها يجب حجزها عند الاستيراد ضبطها في البلدان المذكورة أو حظر استيرادها أو اتخاذ التدابير أو العقوبات الأخرى في هذا الشأن".³

¹ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883، والمعدلة في بروكسل 14 ديسمبر 1900، و واشنطن 1911، و لاهاي 06 نوفمبر 1925، و لندن 02 جوان 1934، و لشبونة 31 أكتوبر 1958، وستوكهولم 14 جوان 1967، منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية www.wipo.int.

² وهيبه لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، اسكندرية، ط1، ص 105.

³ اتفاق مدريد، المتعلقة بقمع مصدر السلع الزائفة أو المضللة، الموقعة في 14 أبريل 1891، أعيد النظر فيها في لشبونة، بتاريخ 31 أكتوبر 1958، تم بوثيقة أستوكهولم بتاريخ 14 جويلية 1967، وهي منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

والملاحظ من نص المادة أنها تحظر استيراد كل بيانات الدعاية التي قد تخدع الجمهور فيما يخص مصدر السلع كل بلد من عند بيعها أو عرضها للبيع.¹

إضافة إلى أن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (ترييس) لعام 1994م (لم تصادق عليها الجزائر)، عالجت إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في الجزء الثالث منها في المواد من (41) إلى (61)، إذ تناولت وسائل جديدة لصيانة هذه الحقوق من التعدي وحمايتها من الغش والتقليد ومنها العلامات، وتضمنت هذه المواد الالتزامات العامة المادة(41)، الإجراءات والجزاءات المدنية والإدارية في المواد من (42) إلى (49)، التدابير الوقائية المادة (50)، التدابير الحدودية المواد من (51) إلى (61)²، والإجراءات الجنائية في المادة(61)(2). من خلال نصوص هذه الاتفاقية جدها نصت على توفير الحماية للعلامة التجارية من جريمة تقليدها.

المطلب الثاني

الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية

لكل جريمة مادياتها والتي تتمثل في المظهر الخارجي الذي يكشف عن ارتكابها، فقانون العقوبات لا يعاقب على الأفكار رغم قباحتها، ولا على النوايا رغم سوءها، ما لم تظهر إلى العالم الخارجي بفعل أو عمل³. ويتكون الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية من ثلاث عناصر وهذا ما سيتم التطرق إليه من خلال ثلاث نقاط، نتناول في النقطة الأولى، السلوك

سميحة لعجال المرجع السابق ص 22.¹

²اتفاقية ترييس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، لسنة 1994، الملحق 1 ج منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية www.wipo.int.

³ أمين مصطفى محمد، قانون العقوبات القسم العام (نظرية الجريمة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط 1، 2010م، ص 223.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

الإجرامي (الفرع الأول)، وفي النقطة الثانية، النتيجة الإجرامية(الفرع الثاني)، و في النقطة الثالثة، العلاقة السببية (الفرع الثالث).

الفرع الأول

السلوك الإجرامي

السلوك الإجرامي هو الفعل أو المظهر الخارجي للجريمة و قد يكون السلوك الإجرامي إيجابياً يتمثل في الإقدام على الفعل ينهى القانون على ارتكابه، وقد يكون السلوك الإجرامي سلبياً يتمثل في الامتناع عن فعل بأمر القانون بإقدام عليه. وجريمة تقليد العلامة التجارية تتطلب سلوكاً إجرامياً إيجابياً¹، يتمثل في فعل التقليد عن . طريق إضافة أو إنقاص عنصر من عناصر العلامة الأصلية وهي تعني التغير الذي يحدثه كأثر للسلوك الإجرامي الذي قام به الجاني². وتتفق التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامة على عدم اشتراط وجود تطابق تام بين العلامتين الأصلية والمقلدة، بل يكفي لقيام حركة تقليد العلامة التجارية وجود غش للمستهلك وتضليله، نتيجة وجود تشابه بين العلامتين، فإذا انتفى التشابه انتفت حالة الغش والتضليل وبالتالي انتفت جريمة تقليد العلامة .

الفرع الثاني

النتيجة الإجرامية

النتيجة في جريمة تقليد العلامة التجارية لديها مدلولين مادي وقانوني، فالمدلول المادي يتجسد في الأثر الطبيعي لجريمة تقليد العلامة التجارية وهو وقوع المستهلك في خلط يؤدي به إلى شراء منتج غير حقيقي، أما المدلول القانوني في جريمة تقليد العلامة التجارية يتمثل في الحق المراد حمايته وهو حق ملكية العلامة في إطار المنافسة المشروعة.

¹ وليد لكحول، المرجع السابق، ص 486.

² وهيبه لعوارم بن احمد، المرجع السابق، ص 133.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية.....

الفرع الثالث

العلاقة السببية

إن العلاقة السرية بين السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية في جريمة تقليد العلامة التجارية لا تشكل أي إشكال لأنها تعود إلى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، حيث يقوم بتقدير التقليد بالمقارنة بين أوجه التشبيه المتواجدة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة والتي من شأنها توقيح المستهلك في اللبس والغموض بين العلامتين.

و يستنتج من كل ما سبق أن القاضي يقوم بإسناد الجريمة إلى فاعلها بشرط قيام الرابطة السببية مباشرة بين الفعل والجريمة لإسناد الفعل إلى الجاني.

المطلب الثالث

الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية

يتمثل الركن المعنوي في القصد الجنائي الواجب توفره في الجرائم بشكل عام وهو يختلف من جريمة إلى أخرى، وقد اكتفى المشرع الجزائري بالنص في الجرائم على العمد، ومنه يستخلص القصد الجنائي من الأصول النفسية المرتبطة بماديات الجريمة و نفسية فاعلها¹. سيتم التطرق إلى الركن المعنوي من خلال نقطتين نتناول في النقطة الأولى القصد الجنائي العام (الفرع الأول)، وفي النقطة الثانية القصد الجنائي الخاص (الفرع الثاني).

¹ عبد اللطيف مجناح، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة ماستر قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2016/2015، ص 110.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية.....

الفرع الأول

القصد الجنائي العام

إن جريمة تقليد العلامة التجارية تتطلب توافر القصد الجنائي العام، لأن التقليد يعتبر جريمة عمدية و القصد الجنائي يتحقق بالعلم والإرادة لدى الفاعل.

فالعلم هو أن يحيط الجاني علماً بجميع العناصر القانونية للجريمة، وهو العلم بأن العلامة المراد تقليدها في ملك للغير و محمية قانوناً من خلال تسجيلها، أما الإرادة هي نشاط نفسي يتجه إلى تحقيق غرض غير مشروع و هو إحداث الخلط واللبس في ذهن المستهلك لاقتناء سلعة أو الإقبال على خدمة تحمل علامة مقلدة.

وينتفي العلم في جريمة تقليد العلامة التجارية بسبب الجهل والغلط وتنتفي الإرادة الحرة بسبب وجود مانع من موانع المسؤولية الجزائية كحالة الصبي دون سن التمييز أو المجنون¹، ومنه فجريمة تقليد العلامة التجارية تحتاج إلى سن البلوغ و تحتاج أيضاً إلى الذكاء، كما أن القصد الجنائي العام لا يكفي مما يستدعي الأمر إلى إضافة قصد جنائي خاص.

الفرع الثاني

القصد الجنائي الخاص

إن القصد الجنائي الخاص في جريمة تقليد العلامة التجارية هو كذلك ينطوي على العلم و الإرادة، إلا أنهما لا ينصرفان إلى أركان الجريمة و إنما إلى وقائع أخرى لا تدخل ضمن عناصر الجريمة، فهو الباعث أو الغاية التي يقصدها الجاني من ارتكاب الجريمة لتحقيق نتيجة معينة، فضلا عن إرادته الواعية لمخالفة القانون الجزائي.

¹ حليلة بن دريس، جريمة تقليد العلامة التجارية، مذكرة ماجستير قانون خاص غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2007/2008م، ص 22.

الفصل الأول: ماهية تقليد العلامة التجارية

وعليه فإن القصد الجنائي الخاص لجريمة تقليد العلامة التجارية يتمثل في التقليد مع وجود نية إيهام المستهلكين على أنها العلامة الأصلية.

نخلص للقول أن فعل التقليد يستبعد منه حسن النية فلا يمكن تصور أن يكون الجاني حسن

النية عند قيامه بتقليد العلامة التجارية.¹

¹ سميحة لعجال المرجع السابق ص25.

الفصل الثاني

الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة

التقليد

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

بعد معالجة ماهية جريمة التقليد في الفصل الاول من خلال تحديد مفهوم العلامة و مفهوم التقليد و أركان جريمة التقليد يتعين في الفصل الثاني تحديد الوسائل التي أوضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية و هذه الدراسة تتطلب ثلاث مباحث يتمثل المبحث الأول في دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية أما المبحث الثاني فيتعلق الدعوى العمومية كوسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية أما في المبحث ثالث فنناقش الآليات التي وضعها المشرع لمكافحة جريمة تقليد علامة التجارية.

المبحث الأول

دعوى المنافسة غير المشروعة وسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية

للعلامة التجارية حماية مدنية كغيرها من الحقوق وفقا للقواعد العامة في المسؤولية، و هذه الحماية مكفولة لكل من وقع تعد على حقه فيمكنه أن يرفع دعوى مدنية على المتسبب في ذلك الاعتداء طالبا إياه بالتعويض، تأسيسا على دعوى المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها.¹ ونتخصص بالمنافسة الغير مشروعة في حالة تقليد العلامة التجارية و لذلك يستلزم التعريف بدعوى المنافسة غير المشروعة وبيان أساسها القانوني والوقوف على شروط مباشرتها (المطلب الأول) وتوضيح إجراءاتها من خلال اطرافها و كذلك الجهة القضائية المختصة (المطلب الثاني) وأخيرا آثار هذه الدعوى (المطلب الثالث).

المطلب الأول

مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

يقوم المجال التجاري على المنافسة التي تعتبر هامة للحياة الاقتصادية غير أنه يجب أن تمارس في حدودها المشروعة ، أما إذا انحرفت عن ذلك فإنه ينتج عنها آثار سلبية كتقليد العلامة التجارية و أضرار ذلك لذا سنتناول في هذا المطلب دعوى المنافسة الغير مشروعة المتعلقة بتقليد العلامة التجارية من حيث تعريفها و أساسها القانوني .²

¹ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارة، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 385.

² راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مذكرة لنيل ش هادة دكتوراه في العلوم ،تخصص قانون، كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2014، ص 267

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

الفرع الأول

تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

مثلا يحق لكل فرد الحرية في استخدام الإمكانيات المتاحة له لتطوير أرباحه إلا انه يبق مقيد بعدم الاعتداء على حقوق الآخرين ففي المجال الاقتصادي يجب عليه عدم استعمال أو تقليد علامة الغير دون وجه حق لان هذا يعد منافسة غير المشروعة التي سنتناول لتعريفها الفقهي (أولا) و ثم التشريعي (ثانيا)

أولا : التعريف الفقهي.

تناول غالبية الفقهاء و دارسي القانون المنافسة غير المشروعة بتعريفها على انها تدل على استخدام أساليب غير سليمة بقصد التأثير على العالم واجتتابهم".¹

وهناك من عرفها بالاستناد إلى الوسيلة المستعملة بأنها: " استخدام الشخص لطرق و وسائل منافية للقانون أو العرف أو العادات أو الشرف."

كما ذهب البعض الآخر على أنها: " ارتكاب مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات، إذا قصد بهذه الأعمال إحداث لبس بين منشأتين تجاريين أو إيجاد اضطراب بإحدهما متى كان من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى، أو صرف عملاء المنشأة عنها".²

ثانيا : التعريف التشريعي.

عرف المشرع الجزائري المنافسة الغير مشروعة في نص المادة 27 من قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وقد اعتبرها في مجال العلامات بأنها: "تعتبر

¹ شابي عائشة، مروة بن سيرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 39

² راشدي سعيدة، المرجع السابق، ص 266 - 269.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يلي:

- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس لنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته.

-تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك¹...."

كما عرفتها اتفاقية " باريس " لحماية الملكية الصناعية المشار إليها سابقا و التي صادقت عليها الجزائر في المادة 10 ف2 من الاتفاقية على أنها" تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية، وتعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة حسب الفقرة الثالثة من نفس المادة الأفعال التالية:

-كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأي وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه التجاري أو الصناعي.²

-الإدعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه التجاري أو الصناعي ؛

- البيانات أو الإدعاءات التي تكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلعة أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.

¹ القانون 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، رقم 41 صدر بتاريخ، 2003/06/27.

² شعنان نعيمة ،سايبغ نبيلة نفس المرجع ص 33.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

الفرع الثاني

الأساس القانوني لمنافسة غير المشروعة و شروطها

تبين مما سبق أن المنافسة غير المشروعة تكمن في القيام بتصرفات وأفعال مخالفة للعادات والممارسات الشرعية في التجارة والصناعة، كما هو الأساس القانوني الذي تستند إليه (أولا) وما هي أركان قيامها (ثانيا).

أولا : الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة.

تنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري على أن " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض " كما تنص المادة 29 من الأمر رقم 06/03: "إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية و تأمر بوقف أعمال التقليد و تربط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال. ويمكن أن تتخذ الجهة القضائية المختصة عند الاقتضاء كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30¹.

و عليه فدعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على أساس النظرية القانونية القائلة بأن " كل إضرار بالغير يلزم فاعله بجبر الضرر ؛ ذلك أن قواعد القانون تنهي عن الإضرار بالغير، فعلى الأشخاص بذل العناية اللازمة ، فإن صدر عنهم فعل يجرمه القانون " أو "عمل غير مشروع"، عموما لزمهم ضمان (تعويضا) الضرر الذي أصاب المضرور من جراء ذلك الفعل أو العمل، إذ يصبح من حق المضرور مقاضاة من صدر عنه الفعل أو العمل غير المشروع. طالبا منه جبر

¹ الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص 25

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

الضرر الذي لحق به جراء ذلك الفعل أو العمل، وكذلك مقاضاة كل من شارك فيه ومنعهم من الاستمرار في التعدي.¹

ثانيا : أركان قيام المنافسة غير المشروعة.

لاعتبار عمل انه المنافسة غير المشروعة يجب توافر الخطأ والضرر وعلاقة السببية بين الخطأ والضرر و هي نفسها الأركان القائمة هي ذات شروط دعوى المسؤولية عن الفعل غير المشروع.

أ- الخطأ: إن الخطأ في تقليد العلامة التجارية مفترض بخلاف الخطأ في باقي المسؤوليات اذ يكفي تقليد علامة مسجلة و لا يشترط إثبات العمدية، بل يكفي إثبات التقليد مثلما تم شرحه في الفصل الأول ضمن أشكال التقليد و صورته .

والخطأ كما استقر عليه الفقه و القضاء هو: " الإخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك لذلك الواجب "، ويتضح من هذا التعريف أن الخطأ يتكون من عنصرين: الأول موضوعي يتمثل في الإخلال بواجب قانوني، والثاني شخصي يتمثل في توافر التمييز لدى المخل بهذا الواجب.

أما في دعوى المنافسة غير المشروعة فان للخطأ معنى خاص يختلف عن معناه في دعوى المسؤولية عن الفعل غير المشروع، فالتعرف على معنى الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يتطلب أن تكون هناك منافسة بين شخصين أو يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء حدث ذلك عن عمد أو بمجرد إهمال وعدم تبصر، أي سواء توافر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير وسوء النية، أو كان الخطأ غير عمدي منبعه الإهمال بحقيقة المنافس.²

¹ شعنان نعيمة ،سايب نبيلة نفس المرجع ص 35.

² شعنان نعيمة ،سايب نبيلة نفس المرجع ص 36.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

ب- الضرر: على عكس القواعد العامة فان الضرر في موضوع تقليد العلامة التجارية مختلف اذ انه ثابت بمجرد التقليد و هنا يكمن الاختلاف عن القواعد العامة إذ أن التقليد في حد ذاته ضرر ثابت.

كما أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر على تعويض الضرر إذا وجد، وإنما تهدف إلى حماية التجارة من أعمال المنافسة غير المشروعة بالنسبة للمستقبل، فيجوز رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ولو لم يكن هناك أي ضرر أصاب التاجر ان كان يخشى من وقوع هذا الضرر في المستقبل، وبالتالي فلدعوى المنافسة غير المشروعة وظيفة وقائية إضافة لوظيفتها الأصلية المتعلقة بتعويض الضرر، لذا يمكن الحكم بالكف عن الاستمرار في الأعمال غير المشروعة ولكن لا يجوز رفع دعوى طلب تعويضات استنادا للمنافسة غير المشروعة إذا ثبت أن ضررا ما قد أصابه بالقدر اللازم لجبر الضرر.¹

ج- العلاقة السببية:

كما تم شرحه أعلاه فان العلاقة السببية في التقليد تختلف عنها في القواعد العامة اذ تقوم المسؤولية بمجرد إثبات الرابطة بين تقليد العلامة و الفاعل و هنا تقوم المسؤولية عن أعمال التقليد أما القواعد العامة فانه يشترط لصحة دعوى المسؤولية المدنية وجود خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهم وبما أن الأساس الذي تسند عليه دعوى المنافسة غير المشروعة هو ذات الأساس في المسؤولية المدنية فلا بد من توافر الرابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب التاجر المتضرر.²

إن واقعة إثبات العلاقة بين فعل المنافسة والضرر الذي من شأنه التأثير على حرية اختيار العملاء لا تستند إلى عوامل ثابتة وسهلة التقويم نظرا إلى طبيعة عنصر الزبائن، ولذلك فإن إثبات

¹ عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص124

² نفس المرجع، ص 125.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

العلاقة السببية يقتضي الاعتماد في الغالب من الأحيان إلى قرائن بسيطة. أما في حالة الضرر المحتمل أو المستقبلي فلا وجود لرابطة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة والضرر، باعتبار أن هذا الأخير لم يتحقق بعد، وهنا يقتصر طلب المدعي من المحكمة وقف فعل المنافسة غير المشروعة ولا يمتد ذلك إلى طلب التعويض لأن الضرر لم يتحقق. و استخلاص الرابطة السببية بين الفعل والضرر هي من مسائل الواقع التي تختص بها محكمة الموضوع.¹

المطلب الثاني

إجراءات دعوى المنافسة غير المشروعة

إن إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هي تلك المتبعة لرفع أي دعوى ما دامت هذه الأخيرة مؤسسة على المسؤولية التقصيرية، وبالتالي تخضع للقواعد العامة وعليه سنبين: المحكمة المختصة للنظر في دعوى المنافسة (الفرع الأول)، ثم في فرع ثاني سنبين أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الجهة القضائية المختصة للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة

إن المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوي المنافسة غير المشروعة والاختصاص على شكلين : اختصاص نوعي واختصاص محلي.

¹ راشدي سعيدة، المرجع السابق، ص 281

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

أولا : الاختصاص النوعي.

إن المشرع الجزائري قد بسط التنظيم القضائي بجعل المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل المنازعات ما عدا ما استثني بنص خاص، إذ تعتبر المادة الأولى من قانون الإجراءات المدنية أن المحاكم هي الجهات القضائية الخاصة بالقانون العام، وهي تفصل في جميع القضايا المدنية والتجارية أو دعاوي الشركات التي تختص بها محليا، وباعتبار أن المنافسة غير المشروعة تدخل ضمن القضايا التجارية، فإن المحاكم التجارية هي صاحبة الاختصاص الا ان المشرع لم يحدد أي اختصاص نوعي للمحاكم في هذا الشأن، وبعبارة أخرى لم يضع المشرع الجزائري محاكم متخصصة للفصل في المنازعات الناتجة عن التصدي أو الإساءة إلى سمعة العلامات التجارية بطرق غير مشروعة، إذ كل ما في الأمر أنه يمكن للمحكمة أن تحتوي على قسم تجاري ولكن اختصاصه لا يعد من النظام العام وإنما مجرد تنظيم داخلي للمحكمة، والسبب في ذلك يرجع إلى أنه قد لا نجد لقسم معين غرفة تقابله على مستوى المجلس القضائي، وهذا عكس النظام الفرنسي الذي يعرف تعدد المحاكم ذات الدرجة الأولى، إذ يؤول اختصاص النزاعات الناتجة عن العلامات التجارية إلى المحاكم التجارية أو محاكم المرافعة الكبرى التي يعد اختصاصها في مثل هذه القضايا نوعيا.

ثانيا : الاختصاص المحلي

يمكن القول انه ينقسم بين الاختصاص العام و الخاص كما يلي :

1 - الاختصاص الخاص و هو ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 40 فقرة 04 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية اذ حدد انه يؤول الاختصاص الإقليمي في مواد الملكية الفكرية للمحكمة المنعقدة في مقر المجلس القضائي الموجود في دائرة اختصاصه موطن المدعى عليه و هذا يعد تخصيصا و خروجا عن المبادئ العامة المذكورة في نصوص المواد 37 و 38 و 46 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية .

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

و مفهوم هذا النص انه في حالة ما اذا تم تقليد علامة تجارية في مكان ما و كان موطن المدعى عليه في مكان آخر فان الدعوى ترفع امام محكمة مقر مجلس موطن المدعى عليه و ليس محكمة موطن المدعى عليه و لا محكمة مكان ضبط البضاعة او اكتشاف التقليد .

- 2 الاختصاص العام ينص المشرع الجزائري على قاعدة خاصة للاختصاص المحلي، فالأصل أن تكون المحكمة التي يقع في دائرتها موطن المدعى عليه هي المختصة وإن لم يكن للمدعى عليه موطن معروف فان الاختصاص يعود للمحكمة التي يقع في دائرتها محل إقامته، أما إذا لم يكن له محل إقامة معروف فيكون الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرتها آخر موطن له.

وتبعا لهذا يكون اختصاص المحكمة عادة المحكمة الواقعة بذات المكان الذي يمارس فيه الشخص تجارته وحرفته، وعلى هذا الأساس يجوز لكل من تضرر من جراء أعمال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى إلى محكمة موطن المنافس منافسة غير مشروعة إذا كان شخصا طبيعيا، وإلى محكمة مقر الشركة إذا تعلق الأمر بشخص معنوي.

كما يمكن لكل تاجر أو صانع يستعمل علامة معينة لتمييز منتجاته عن مثيلاتها في السوق، أن يلجأ إلى محكمة موطن المدعى عليه لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة متى قام المدعى عليه بأعمال أو طرق غير مشروعة للمساس بالعلامة التجارية كالإساءة إلى سمعتها مثلا فإن حدث وإن تمت الإساءة إلى سمعة العلامة التجارية يحق لكل من له مصلحة أن يرفع هذه الدعوى.

الفرع الثاني

أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة

إن أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة هم المتضررون منها (أولا)، أما الطرف الآخر فهو المنافس الذي ارتكب الفعل الغير مشروع (ثانيا).

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

أولا : المتضرر من المنافسة الغير المشروعة.

هو كل شخص لحقه ضرر من عمل المنافسة غير المشروعة وفي حالة تعدد المتضررين يمكن رفع هذه الدعوى من طرف مجموع هؤلاء الأشخاص، إذا كانت تجمع بينهم مصلحة مشتركة، ومن هنا يحق للمضرور من هذا العمل إقامة دعوى ضد منافسه وشريكه، ويكون ذلك بإتباع طرق رفع الدعوى المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

ثانيا :القائم بالمنافسة الغير المشروعة هو كل شخص مرتكب للفعل الضار أو مسؤول عنه، وقد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا وفي حالة التعدد يمكن توجيه دعوى المنافسة غير المشروعة ضدهم جميعا بصفة تضامنية، وبالرجوع إلى قانون الإجراءات المدنية والإدارية، فإنه يجب أن يكلف المدعى عليه بالحضور.¹

المطلب الثالث

آثار حماية العلامة عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة

بطبيعة الحال اذا وقع التقليد تتحقق اركان دعوى المنافسة الغير مشروعة و منها يجوز للتاجر المضرور للمطالبة بالتعويض (الفرع الأول)، ووقف قيام الأعمال التي تعد منافسة غير مشروعة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعويض

نص المشرع صراحة بأن الجهة المختصة تقضي بالتعويضات المدنية إذ أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب.² وهذا ما تضمنه الأمر 03-06 بان للقاضي أن يحكم

¹ شاببي عائشة، مروة بن سيرة، المرجع السابق، ص 56 و57

² راشدي سعيدة ، المرجع السابق، ص 253

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

بمنح تعويضات للمدعي إذا أصابه ضرر من جراء المنافسة الغير المشروعة وهذا طبقا للمادة 29 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

ويعتمد الاجتهاد القضائي على العموم لتقييم الأضرار على العناصر الآتية:

- التقليد في حد ذاته اضرار كبير بصاحب العلامة .
- الضرر التجاري الناجم عن تخفيض قيمة العلامة بفعل المنتجات الأقل جودة ؛
- مصاريف مراقبة ومتابعة المقلدين.

الفرع الثاني

وقف المنافسة غير المشروعة

فقد يطلب صاحب المصلحة وقف استخدام علامة تجارية مشابهة لعلامته ووقف إنتاج البضائع التي تحملها أو وقف بيع المنتجات التي تحدث لبسا أو وقف بيع البضائع التي تحمل أداءات غير صحيحة وبيانات من شأنها تضليل الجمهور .

ولعل في ما سبق ما يثير مشكلة كبيرة وهي أن الدعوى الموضوعية سوف يتم تأسيسها على وجود منافسة غير مشروعة، وسوف يضطر لإثبات وجود المنافسة غير المشروعة وحصول الأفعال التي تشكلها، فكيف يمكن لقاضي الأمور المستعجلة سواء رفع إليه الطلب قبل رفع الدعوى أو معها، وكيف يمكن لقاضي الموضوع الذي ينظر الطلب المستعجل في دعواه، أن يقضي بوقف الممارسة دون الدخول في أصل الموضوع ودون المساس بأصل الحق الأمر الذي يخالف الأصول القانونية المنظمة للقضاء المستعجل خاصة وأنه من أهم شروط القضاء المستعجل توافر حالة الاستعجال مع عدم المساس بأصل الحق¹.

¹ عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، ط1 ، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان 2012 ، ص 128-

المبحث الثاني

الدعوى العمومية وسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية

يمكن لصاحب العلامة المطالبة بمتابعة المعتدي جزائياً، وعليه سيتم التطرق إلى ذلك من خلال نقطتين، حيث نتناول المتابعة الجزائية في (مطلب الأول) والعقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامة التجارية في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

المتابعة الجزائية

سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى أساس المتابعة الجزائية ومن لهم الحق في المتابعة ومن هم الأشخاص المتابعون و الجهة القضائية المختصة وهذا كما يلي:

الفرع الأول

أساس المتابعة الجزائية

ان المتابعة في جريمة تقليد العلامة التجارية تتم بناء على نص المادة (429) ق.ع.ج، وكذا المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وقد كيفت جريمة التقليد بأنها جنحة، ولكي تتم المتابعة الجزائية لابد من تحقق جملة من الشروط هي:

1- حصر دعوى التقليد على العلامة المسجلة: ويقصد بذلك أن يكون صاحب العلامة قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة، فالتسجيل شرط أساسي لتمتع العلامة بالحماية الجزائية دون أن يتم استعمالها على السلع أو الخدمات ولا يكتسب التسجيل الحجية في مواجهة الغير إلا من تاريخ النشر، وبالتالي فإن الأفعال التي تسبق التسجيل

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

والنشر لا تعد اعتداء على تلك العلامة طبقا لنص المادة (27) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.¹

2- دعوى التقليد تنصب على ذات الحق في العلامة:

إن دعوى التقليد باعتبارها تلك الدعوى التي من شأنها الحفاظ على حق الملكية للعلامة التجارية فهي تساهم بشكل كبير في حماية العلامة من خلال حمايتها من أي اعتداء قد يصيبها، خاصة التقليد، إذ أن الحماية الجزائية مقررة لحماية الحق في العلامة ذاتها، بصرف النظر عن قيمة السلع أو البضائع أو الخدمات التي تستخدم في تمييزها عن غيرها، لذا لا ينفي مرتكب الفعل المعاقب عليه كل كسب أو ربح، إذ يعاقب المعتدي سواء حقق ربحا أو لحقته خسارة.²

كما أنه لا عبرة في كون سلع أو منتجات أو خدمات المعتدي أقل أو أكثر جودة من السلع و البضائع والخدمات التي وقع الاعتداء على العلامة التي تستعمل لتمييزها ، بالإضافة الى ان الحماية الجزائية للعلامة التجارية تقوم سواء وقع الاعتداء على العلامة التجارية كلها أو جزء منها فقط، أي أنه سواء كان الاعتداء على كل العلامة بكافة عناصرها مثلا: الألوان أو الحروف أو الأرقام الخاصة بها أو واحدة منها فقط.

وكذلك لا عبرة إذا لحق بالمعتدي على ملكية علامته التجارية المسجلة ضرر فالهدف هو منع الاعتداء على الحق في العلامة التجارية المسجلة، وليس وقوع الضرر على الحق، بحيث أن عدم حصول الضرر لا يؤثر على وقوع الفعل المكون للجريمة ولا مقدار العقوبة، بعكس الحال في دعوى المنافسة غير المشروعة فترفع من المضرور بسبب تقليد العلامة التجارية كالتاجر بالتجزئة أو المستهلكين.

¹ الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص 24.

² سميحة لعجال ، المرجع السابق ص 28.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

ما نخلص إليه في الأخير أنه من خصائص دعوى التقليد أنها ليست محصورة في حماية العلامة في حد ذاتها فقط، وإنما تمتد لتشمل الحق في العلامة، أي الحق في التصرف فيها واستعمالها كما يمكن التنازل عنها أو السماح للغير باستعمالها، و ذلك بترخيص من صاحبها.

3- الحماية تقتصر على السلع أو علامات المعينة لها: يجب على طالب تسجيل العلامة أن يحدد نوع السلع والخدمات التي يرغب في تسجيلها ، وهذا ما نستشفه من نص المادة (09) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي تنص على أنه: " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها"¹ الملاحظ من نص المادة أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية لا تمتد على جميع أنواع السلع والخدمات الأخرى التي لم يعينها لها.

4- الحماية مقيدة من حيث الزمان و المكان: تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية من حيث الزمان لمدة (10 سنوات) قابلة للتجديد لفترات متتالية، تسري بأثر رجعي من تاريخ الإيداع و هذا حسب نص المادة (05) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، أما من حيث المكان فتقتصر على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة مع عدم الإخلال بالاتفاقيات التي انضمت إليها الجزائر وهذا ما يستشف من نص المادة (13) من المرسوم التنفيذي 277/05 (الذي يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها)². ويمكن القول أن الحماية الجزائية للعلامة مقيدة من حيث الزمان وذلك بفترة التسجيل والتجديد، ومقيدة من حيث المكان وذلك حسب الحدود الجغرافية للبلد المسجلة فيه.

¹الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص25

²المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ 26 جمادى الثانية 1426 الموافق لـ 02 اوت 2005 الذي يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها، جريدة رسمية عدد 54 الصادرة 07 اوت 2005

الفرع الثاني

أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية

وفي هذا الصدد نجد طرفين يباشران دعوى التقليد وهم:

1- مالك العلامة: هو الشخص الذي قام بتسجيل العلامة أولاً ويعتبر ضحية، ويحق له رفع دعوى عمومية و هذا ما يستشف من نص المادة(28) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، بقولها أنه يحق لصاحب تسجيل العلامة رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليداً للعلامة المسجلة.¹

و يختلف المالك عن المرخص له بالاستعمال اذ يرى البعض أن المرخص له باستعمال العلامة بمقتضى ترخيص الاستغلال ليس من حقه تحريك الدعوى الجزائية لأن حقه في استعمال العلامة يقتصر على مجرد حق شخصي من قبل مالك العلامة بتمكينه من استعمال العلامة، وهو شبيه بحق المستأجر في عقد الإيجار، وليس للمرخص له حق احتكار العلامة، فلا يستطيع الاحتجاج بحقه قبل الكافة، وأنه لا يجوز لأي تاجر مباشرة دعوى التقليد ولو كانت له مصلحة مادية فيها، لأن الحق في ذلك يقتصر على مالك العلامة التجارية وحده.²

2- النيابة العامة: للنيابة العامة سلطة الملائمة في مباشرة الدعوى أولاً إثر تلقيها محاضر الضبطية القضائية التي تعين الجرائم أو شكاوي أصحابها.³ وهي المخول لها لتحريك الدعوى العمومية ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نتيجة لجريمة ترتكب قد ينشأ عنها ضرر عام.

¹الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص 24

² سميحة لعجال ، المرجع السابق ص 30.

³وهيبة لعوارم بن احمد، المرجع السابق، ص 252.

الفرع الثالث

الأشخاص المتابعون جزائياً

ترفع دعوى التقليد ضد مرتكب جريمة تقليد بحيث يكون فعل هذا الأخير تاماً، ذلك أن المحاولة أو الشروع لم ينص عليها القانون الخاص بالعلامات صراحة، والأشخاص المتابعون هم المقلد (الفاعل الأصلي) والشريك.

1- المقلد: هو الفاعل الأصلي لجريمة تقليد العلامة التجارية لقيامه باستنساخ العلامة التجارية استنساخاً كلياً أو جزئياً للعناصر الأساسية المكونة لها، فلا يمكن رفع دعوى التقليد على الفاعل الأصلي لوحده إذا كان له شريك أو عدة شركاء.

2- الشريك: لم يتطرق قانون العلامات 06/ 03 إلى النص على الشريك، تاركاً الأمر إلى القواعد العامة للاشتراك (قانون العقوبات الجزائري)، ويعتبر شريكاً في جريمة التقليد عند اتفاق عدة أشخاص على القيام بفعل واحد، حيث يساهم كل واحد منهم بدور في تنفيذها، ويشترط كذلك الرابطة المادية للجريمة لأن مجموع عمل هؤلاء الأشخاص يؤدي إلى تحقيق واقعة إجرامية واحدة¹، ومنه فإن الشريك يشترط فيه العلم بأن العلامة المقلدة أو العلامة المراد تقليدها مسجلة.

وبالرجوع إلى نص المادة (42) ق. ع. ج نجدها اعتبرت الشريك كل شخص ساعد أو عاون الفاعل الأصلي على ارتكاب الأفعال، كما اعتبرت المادة (43) ق. ع. ج الشخص الذي يقدم مسكنه أو ملجئه لاجتماع الأشرار الذين يمارسون الجرائم يأخذ حكم الشريك، وجاء في المادة (44) ق. ع. ج أن الشريك له نفس العقوبة المقررة للجاني أي الفاعل الأصلي.

¹ عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام (الجريمة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1998، ج1، ص 156، 157.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

الفرع الرابع

المحكمة المختصة بنظر الدعوى

نصت المادة (329) ق.إ.ج.ج على أن المحكمة المختصة بنظر الجنحة هي المحكمة محل الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين، أو شركائهم، أو محل القبض عليهم وإن كان هذا القبض قد تم لسبب آخر.

وبالتالي طبقاً للقاعدة العامة فإن المحكمة المختصة بنظر جنحة تقليد العلامة التجارية هي محكمة مكان ارتكاب الجريمة، أي مكان وقوع الفعل الضار، أو مكان إلقاء القبض على أحد المتهمين، وإذا ارتكبت الجريمة في مكان وظهرت نتائجها في عدة أماكن فإن المحكمة المختصة بنظرها محكمة مكان تقليد أحد عناصر الملكية الصناعية أو الملكية الأدبية والفنية.

المطلب الثاني

العقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامة التجارية

نص المشرع الجزائري على عقوبات سالبة للحرية والمالية في حالة تقليد العلامة التجارية، وعلى عقوبات مدنية، تتمثل أساساً فيما يلي:

الفرع الأول

العقوبات الأصلية

تتمثل العقوبات الأصلية في الحبس والغرامة المالية :

1- الحبس: يعاقب بها كل شخص سواء كان تاجراً أو صانعاً أو مقدم خدمات ارتكب جنحة التقليد. وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري في المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث اعتبر الحبس عقوبة أصلية في حالة التقليد تتراوح ما بين ستة (06) أشهر إلى

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

سنتين، ونص في المادة(33) من نفس الأمر على استثناء في عقوبة الحبس التي تتراوح ما بين شهر إلى سنة بالنسبة للأشخاص الذين لم يقوموا بوضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامته، ونفس العقوبة بالنسبة للأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها¹، وإلى جانب هذه العقوبة نص المشرع على عقوبة الغرامة المالية.

2 - الغرامة المالية: تتمثل هذه العقوبة في دفع المحكوم عليه مبلغ من المال لصالح خزينة الدولة والتي يحددها القاضي بمقدار يرسمه القانون. وقد حددها المشرع في المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بمليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.000) دج، كما أشار إلى استثناء في الغرامة المالية وهذا طبقا للمادة (32) حيث خفض من مقدار الغرامة بوضع خمسمائة ألف دينار جزائري (500.000 دج) كحد أدنى ومليون دينار جزائري (2.000.000) دج كحد أقصى². ومن كل ما سبق يكن القول أن للقاضي السلطة التقديرية في معاقبة الجاني المقلد بالحبس والغرامة معاً، أو بإحدى العقوبتين، كما نجد المشرع في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لم يتطرق إلى حالة العود أي تكرار ارتكاب جريمة تقليد العلامة التجارية. كما نجد أنه رفع قيمة الغرامة وهذا ربما نظرا للعائدات الكبيرة التي تعود على المقلدين.

الفرع الثاني

العقوبات التكميلية

يقصد بها كل عقوبة ترتبط بالجريمة ذاتها دون العقوبات الأصلية، ولقد أجاز المشرع الجزائري للمحكمة المختصة فرض عقوبات تكميلية أو تبعية المقررة لجريمة تقليد العلامة وذلك

¹الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص 27.

²الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص 27.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

في نص المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وهي تتمثل في عقوبة الغلق والمصادرة والإتلاف¹، حيث نتطرق إلى شرح كل واحد على حدة.

1- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة: هي عقوبة جوازية تستهدف غلق المؤسسة أو الشركة أو المحل الذي يستغله المقلد أو شركاؤه، وذلك للحد من التقليد ويكون مؤقت أو نهائي بحسب جسامة الاعتداء و الأضرار الناتجة عنه و يكون الغلق في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية.²

والملاحظ من نص المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أن المشرع لم يحدد مدة الغلق المؤقت، و كذلك لم يحدد مصير العمال في حالة غلق المؤسسات والمحلات والشركات التي تمارس فيها هذه الجريمة.

2- المصادرة: يحق للمحكمة أن تأمر بمصادرة كل البضائع والأشياء والأدوات المستخدمة في ارتكاب جريمة التقليد حتى ولو تم ذلك قبل انتهاء محاكمة المتهم، إذ يساعد ذلك في إنقاذ سمعة العلامة³، ولا يمكن النطق بحكم المصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية.

3- الإتلاف: زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأشياء محل المخالفة، أي المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة والأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب جريمة التقليد وتعتبر إلزامية⁴، ومنه تعتبر عقوبة الإتلاف في نظر القانون إلزامية لأنها تحمي صحة المستهلك من تناول السلع التي تحمل علامات مقلدة والتي قد تكون تحتوي على مواد خطيرة، ويؤخذ على المشرع الجزائري عدم نصه على النشر رغم أهميته.

¹الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص 27.

² آمنة صامت، الحماية الجنائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة الشلف، ع 13، جانفي 2015م، ص 92.

³سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، دفاثر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، ع 15، جوان 2016م، ص 394.

⁴ وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 349.

المبحث ثالث

الآليات الوطنية المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد علامة تجارية

قد سعى المشرع الجزائري إلى إنشاء مؤسسات وطنية ومراكز متخصصة لتوفير حماية للعلامة التجارية نتناول في النقطة الأولى، المعهد الوطني للملكية الصناعية (الفرع الأول) وفي النقطة الثانية، إدارة الجمارك (الفرع الثاني)، وفي النقطة الثالثة، مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش (الفرع الثالث)، وفي النقطة الرابعة، المصالح الأمنية (الفرع الرابع).

المطلب الأول

المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

عرفته المادة (1) من المرسوم التنفيذي 68/98 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية (I.N.A.P.I) وتحديد قانونه الأساسي والتي جاء في مضمونها أنه مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري لها شخصية معنوية واستقلال مالي¹ ، وسيتم التطرق إلى كل ما يتعلق به كما يلي:

أولا : تنظيم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وصلاحياته

سيتم بيان تنظيم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وصلاحياته كما يلي:

1- تنظيم المعهد: يتكون من تنظيم إداري وتنظيم مالي، مثلما جاء في مضمون المادتين (11) و (20) من المرسوم التنفيذي 68/98 المتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية وتحديد قانونه الأساسي، ينظمه كل من المدير العام الذي يمثل قانونا و يكون مسؤولا عن سيره العام ،

¹ المرسوم التنفيذي 68/98، المؤرخ في 24 شوال 1418هـ الموافق لـ 21 فيفري 1998م، المتضمن إنشاء المعهد الوطني

الجزائري للملكية الصناعية وتحديد قانونه الأساسي ، ج ر ج ، ع 11، س 53، الصادر في 2 ذو القعدة عام 1418هـ الموافق لـ 01 مارس 1998م، ص 21.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

يساعده مجلس الإدارة المكلف بدراسة كل تدبير يتعلق بتنظيم المعهد وسيره إذ يداول ويفصل طبقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها، ويعين باقتراح من الوزير و تنتهي مهامه بنفس الطريقة ويمكن أن يساعده مدير عام مساعد، أما بخصوص التنظيم المالي فالمعني به هو محافظ الحسابات المعني بمراقبة حسابات المعهد، الذي يكون حضوره في شكل استشاري، كما يقوم بإعلام مجلس الإدارة بإرسال نتائج المراقبة وتقاريره الخاصة بالحساب في نهاية كل سنة مالية.¹

2- صلاحيات المعهد: نصت على صلاحياته المادة (6) من المرسوم التنفيذي 68/98 السالف الذكر، ويمكن إجمالها فيما يأتي:²

- توفير حماية الحقوق في الملكية الصناعية.

- حفر ودعم القدرة الإبداعية و الابتكارية، لاسيما تلك التي تتلاءم وضرورة التقنية للمواطنين وذلك باتخاذ الإجراءات التشجيعية المادية والمعنوية.

- تسهيل الوصول إلى المعلومات التقنية الموجودة في وثائق البراءات بانتقائها وتوفيرها والتي تمثل حلولا بديلة لتقنية معينة يبحث عنها المستعملون من المواطنين والصناعيين ومؤسسات البحث والتطوير والجامعات...

- تحسين ظروف استيراد التقنيات الأجنبية إلى الجزائر بالتحليل والرقابة وتحديد مسار انتقاء التقنيات الأجنبية مع مراعاة حقوق الملكية الصناعية ودفع أتاوى هذه الحقوق في الخارج.

¹ لياس آيت شعلال، حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة ماجستير قانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمور، تيزي وزو، الجزائر، 2016م، ص 98.

² المرسوم التنفيذي 68/98، المتضمن إنشاء المعهد الوطني للعلامة التجارية للملكية الصناعية وتحديد قانونه الأساسي، المرجع السابق، ص 22.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

-ترقية وتنمية قدرة المؤسسات الجزائرية لتسهيل العلاقات التجارية البعيدة عن المنافسة غير المشروعة مع حماية وإعلام الجمهور ضد الملبسات حول مصدر السلع والخدمات والمؤسسات المتاجرة التي من شأنها توقيعه في المغالطة.

بالإضافة إلى ذلك فإن المعهد يضع في متناول الجمهور كل الوثائق والمعلومات المتصلة بميدان اختصاصه وهذا طبقا للمادة (8) من المرسوم التنفيذي 68/98 السالف الذكر، والمتمثلة فيما يلي:

-دراسة طلبات حماية الاختراعات وتسجيلها وعند الاقتضاء نشرها ومنح سندات الحماية طبقا للتنظيم.

-دراسة طلبات إيداع العلامات والرسومات والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ثم نشرها.

-تسجيل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية وعقود الترخيص وعقود بيع هذه الحقوق.

-تنفيذ أي إجراء يهدف إلى تحقيق الرقابة على نحو التقنيات وإدماجها في جوانبها المتعلقة بالملكية الصناعية.

-تطبيق أحكام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية في ميدان الملكية الصناعية التي تكون الجزائر طرفا فيها، و عند الاقتضاء المشاركة في أشغالها¹.

المطلب الثاني

إدارة الجمارك الجزائرية

سيتم التطرق إلى تعريف إدارة الجمارك أولا ثم دورها في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، و ذلك كما يلي:

¹ سميحة لعجال ، المرجع السابق ص 45.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

أولاً : تعريف إدارة الجمارك

تعتبر إدارة الجمارك أهم أجهزة الرقابة التي تعتمد عليها الدولة في محاربة تقليد العلامة التجارية في الحدود الإقليمية للدولة الجزائرية ، فهي مصلحة عمومية ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة المالية ولها إطار واسع بالنسبة لعملها عند تدخلها في كل العمليات الخارجية وذلك بمراقبة الصادرات والواردات، تقوم بعدة مسؤوليات من خلال نظامها المتمثل في القوانين واللوائح والقرارات والمنشورات المحددة لأهدافها التي تعد في حد ذاتها أهداف الدولة التي تتشدها من وراء وجود الجهاز الجمركي¹.

ثانياً: دور إدارة الجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

يكمن دورها في حماية المجال الاقتصادي ومراقبة السلع المقلدة ومنع تدفقها إلى الأسواق الوطنية وذلك عن طريق فرض الضرائب والرسوم والتحديد الكمي للبضائع وتحسين رصيد الخزينة العمومية، كما تقوم بحجز البضائع المقلدة عند الاستيراد والتصدير وهذا ما جاء في مضمون المادة (22) من قانون الجمارك².

وتقع الجريمة الجمركية في حدود جغرافية معينة كأصل عام، لأن القانون الجمركي يكون ساري المفعول في الحدود الجغرافية فإذا اجتازت البضائع الحدود فإنها لا تصبح محلاً للمتابعة، كما نجد المادة (51) من قانون الجمارك ألزمت المصدر والمستورد بإحضار البضائع أمام مكتب الجمارك المختص قصد المراقبة، ويكون عند وصول البضائع إلى الإقليم الجمركي، وحتى يتحقق الاختصاص الإقليمي لإدارة الجمارك لمعاينة السلع المقلدة لابد من توافر أربع شروط هي:

¹ نادية زواني، الاعتداء على حق الملكية الفكرية والتقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003/2002، ص 122.

² قانون 10/98 المؤرخ في 29 ربيع الثاني 1419هـ الموافق لـ 22 أوت 1998م، يعدل ويتم القانون 07/79 المؤرخ في 26 شعبان 1939هـ الموافق لـ 21 جويلية 1979م، المتضمن قانون الجمارك، ج ر ج، ع 61، س 35، صادرة بتاريخ أول جمادى الأول 1419هـ، الموافق لـ 23 غشت 1998م، ص 193.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

-وجود السلع المشكوك في أنها سلع مقلدة داخل الإقليم الجمركي.

- أن تكون السلع مقلدة مصرح بها قصد وضعها للاستهلاك.

-اكتشاف السلع المزيفة بمناسبة رقابة أجريت داخل المكتب الجمركي.

-وضع السلع المقلدة تحت نظام جمركي اقتصادي.

والملاحظ هنا أن إدارة الجمارك يسهل دورها في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية عند الحدود الجغرافية للدولة الجزائرية في حين تصعب مهمتهم عند دخول السلع المقلدة وانتشارها عبر التراب الوطني.

المطلب الثالث

مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش

يتمحور محتوى الفرع الثالث في بيان تدخل مصالح مكافحة الغش أولا ثم الأساس القانوني الذي يدعمها ثانيا، وأخيرا جهود هذه المصلحة في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

أولا : تعريف مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش

هي مصلحة عمومية لها طابع إداري تحت وصاية وزارة التجارة، يتجلى عملها حول عمليات التجارة سواء الداخلية أو الخارجية عن طريق فرض رقابة على السلع والمنتجات ومدى مطابقتها¹، وذلك قصد تفادي المخاطر المهددة لصحة المستهلك وأمنه وكذا مصالحه المادية.

¹نادية زواني، المرجع السابق، ص 126.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

ثانيا : الأساس القانوني لتدخل أعوان مراقبة الجودة وقمع الغش

يستمد أعوان مراقبة الجودة وقمع الغش أساسه القانوني من قانون حماية المستهلك، وكذا قانون مراقبة الجودة و قمع الغش.

1-قانون حماية المستهلك: بالرجوع إلى القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك و في مادته (15) منه تمنح للأعوان المكلفين بالرقابة صلاحية التدخل في أي وقت وأي مكان لرقابة مدى مطابقة المنتجات للقوانين¹، وتعتبر المحاضر التي يحررها الأعوان موثوق بها حتى يثبت العكس.

2-قانون مراقبة الجودة وقمع الغش: نصت المادة (05) من المرسوم التنفيذي 315/01 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، على الصلاحيات الأساسية المخولة للأعوان المكلفين بالرقابة بأن يطلعوا على المنتجات و الخدمات واكتشاف عدم المطابقة للمقاييس المعتمدة أو المواصفات القانونية والتنظيمية التي يجب أن تتميز بها²، و هذا المرسوم أجاز للأعوان تنفيذ الحجز بدون إذن قضائي في حالة التقليد.

ثانيا: جهود مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

تتمثل جهود مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش في مواجهة جريمة تقليد العلامة التجارية فيما يأتي:

¹ قانون 02/89 المؤرخ في 01 رجب 1409 هـ الموافق لـ 07 فيفري 1989م، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر ج، ع 6، س 26، 2 رجب 1409 هـ الموافق لـ 08 فيفري 1989م، ص 156.

² المرسوم التنفيذي 315/01 المؤرخ في 28 رجب 1422 هـ الموافق لـ 16 أكتوبر 2001م، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 3 رجب 1410 هـ الموافق لـ 30 جانفي 1990م، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج ر ج، ع 61 س 38، صادرة بتاريخ 4 شعبان 1422 هـ الموافق لـ 21 أكتوبر 2001م.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

1- ممارسة الرقابة: تكون بالمعاينة المباشرة والفحص البصري للوثائق والمستندات وكذلك الاستماع إلى الأشخاص المسؤولين أو بأخذ العينات¹، وتتم المعاينة عن طريق اقتطاع عينات من المنتجات وتحليلها.

2- التدابير الإدارية: في حالة عدم تطابق العينة للمواصفات الواجب توافرها في البضائع، فيجب على السلطة الإدارية المختصة أن تتخذ التدابير التحفظية أو الوقائية من أجل حماية المستهلك²، وتتمثل هذه التدابير في الحبس المؤقت أو النهائي للمنتجات، وكذلك الحجز والإتلاف، وهذا في حالة عدم تطابق المنتج للمقاييس.

المطلب الرابع

دور المصالح الأمنية في مكافحة تقليد العلامة التجارية

تتدخل المصالح الأمنية في محاربة الجريمة المنظمة بمختلف أشكالها، ومن هذه الجرائم نجد جريمة تقليد العلامة التجارية، حيث سيتم التركيز في دراستنا هذه على المديرية العامة للأمن الوطني والدرك الوطني³.

أولا : المديرية العامة للأمن الوطني

تسهر مصالح الأمن الوطني على تكوين فرق لمحاربة جريمة تقليد العلامة والمتمثلة في إنشاء فرع تابع لمديرية الأمن الوطني يتمركز في نقاط الحدود التي تتمركز بها حركة مرور البضائع والأشخاص من وإلى الخارج، ويبرز دور المديرية العامة للأمن الوطني في مكافحة جريمة تقليد العلامة من خلال:

¹ نسرین بلهوارى، المرجع السابق، ص 186، 187.

² نادية زواني، المرجع السابق، ص 129.

³ سميحة لعجال، المرجع السابق ص 47.

الفصل الثاني:.....الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

- تحديد عناوين المخالفين والمدانين قضائيا إثر ارتكابهم لمخالفات جمركية معينة.
- حجز السلع المقلدة قبل انتشارها.
- معاقبة المجرمين سواء كانوا فاعلين أصليين أو شركاء في مثل هذه الجرائم.¹

ثانيا: الدرك الوطني

يساهم الدرك الوطني بفرعيه (حراس الحدود وفرق الدرك الوطني) في محاربة جريمة التقليد لاسيما الحدود كون نشاط حراس الحدود يمتد على طول الشريط الحدودي، ويظهر دوره في مكافحة جريمة التقليد من خلال تكوين فرق لمكافحة التهريب، لأن هذا الأخير غالبا ما يشكل قناة معينة لإدخال البضائع المقلدة إلى التراب الوطني.²

وخلاصة القول أن المصالح الأمنية باختلاف أنواعها ورغم المجهودات التي بذلتها ولازالت تبذلها إلا أنها تبقى محدودة نوعا ما نظرا لضعف تكوين هذه المصالح في مجال الملكية الفكرية، غير أن هذا لا ينقص من تلك المجهودات خاصة في جريمة تقليد العلامة التجارية.

¹ نسرين بلهوارى، المرجع السابق، ص 154.

² المرجع نفسه، ص 155، 156.

الخصائص

الخاتمة

الخاتمة:

بعد دراسة ماهية تقليد للعلامة التجارية في الفصل الأول ، و تطرقنا لتحديد مفهوم العلامة التجارية و ثم محاولة تبيان مفهوم جريمة التقليد للعلامة التجارية و تبيان أركانها ، حاولنا في الفصل الثاني تحديد الوسائل التي أوضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية ، من خلال دراسة دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية ، ثم الدعوى العمومية كوسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية و حاولنا في المبحث الثالث تحديد الآليات التي وضعها المشرع لمكافحة جريمة تقليد علامة التجارية خلصنا إلى انه و بالرغم من الجهود المبذولة من طرف المشرع الجزائري إلا أن ظاهرة التعدي بالتقليد على العلامات التجارية تبقى منتشرة و تتزايد أكثر مع الحركة الاقتصادية ومن خلال دراستنا توصلنا إلى أهم نتائج كما يلي:

- أن المشرع اقترح اختصاص محلي خاص بمحكمة مقر مجلس المدعى عليه بالنسبة للدعايات المدنية و كل مكان يكتشف فيه التقليد او السلعة المقلدة حسب الدعاوى العمومية.

- أن المشرع لم ينشأ فرق خاصة لمثل هذه الجرائم و بقي الدور منوط برجال الجمارك و الضبطية القضائية و وحدات قمع الغش ككل الجرائم التي لا تحتاج تكوين خاص .

- أن المشرع لم يحذف اشتراط القصد الجنائي صراحة لقيام الجرم رغم أنها جريمة مادية بحتة يفترض فيها القصد بمجرد اكتشاف التقليد .

من خلال ما سبق ارتأينا تقديم التوصيات الآتية :

- يجب على المشرع تشديد العقوبات على الشخص الطبيعي أو المعنوي .

- يجب على المشرع إصدار نصوص تعطي السرعة المثالية للفصل في هذه القضايا و ان تختلف على القضاء العام .

الخاتمة

- يجب على المشرع تدارك النقائص المتعلقة بأفعال الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد و خاصة منها ما يتعلق بكون الضرر و القصد الجنائي مفترضان .

- إنشاء هيئات خاصة بمثل هذه الجرائم و كذلك إعطاء تكوين خاص للهيئات المتواجدة و كذلك القضائية

و أخير نخلص إلى أن مكافحة ظاهرة تقليد العلامة التجارية مسؤولية الجميع بما فيها لمستهلك .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

- نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان 2005.
- سميحة القليوبي. الملكية الصناعية. الطبعة الرابعة. دار النهضة العربية. مصر. 2003 .
- محمد حسين إسماعيل. الحماية الدولية للعلامات لتجارية. كلية الحقوق. مذكرة لنيل درجة الدكتوراه. جامعة القاهرة. دون تاريخ مناقشة. 1978 .
- إدريس فاضلي. المدخل إلى الملكية الفكرية. دون طبعة. دار هومة. الجزائر. 2003 .
- محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، ج 1 ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985 .
- عدنان غسان برانيو، التنظيم القانوني للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط 1، 2012.
- عامر محمود الكسواني ،التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية - دراسة تحليلية تأملية مزودة و مدعمة بالاجتهاداتالقضائية،دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان، 2010 .
- معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، د م ، ط 6، 2001.
- عبد الحميد الشواربي، الجرائم المالية والتجارية، جرائم التهريب الجمركي، الشركات، جرائم الضرائب، جرائم الكسب غير مشروع، جرائم البنوك والائتمان، جرائم الإفلاس، الشيك، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، د ط، 1996.
- نورة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
- قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي ، قسم الوثائق، 2012.

قائمة المراجع

- وهيبه لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، ط1.

- أمين مصطفى محمد، قانون العقوبات القسم العام (نظرية الجريمة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط 1، 2010م.

- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارة، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010 .

- عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012 .

- عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام (الجريمة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1998، ج 1 .

- آمنة صامت، الحماية الجنائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة الشلف، ع 13، جانفي 2015م.

المذكرات

- راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2014.

- فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري . مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر شعبة الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي الجزائر 2014/2013 م

- لياس آيت شعلال، حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة ماجستير قانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2016م.

- نادية زواني، الاعتداء على حق الملكية الفكرية والتقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003/2002.

قائمة المراجع

- راشدي سعيدة، عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال (النظام القانوني الاستثماري)، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2013. 2014.

- بلهوارى نسرين، النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد، مذكرة ماجستير في القانون غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008.

¹ عبد اللطيف مجناح، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة ماستر قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2016/2015.

- حليلة بن دريس، جريمة تقليد العلامة التجارية، مذكرة ماجستير قانون خاص غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2008/2007م.

- رفيق شاوش. الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع المقارن. تحت إشراف العيد سعادنة. مذكرة لنيل شهادة ماجستير. جامعة عباس لغرور خنشلة. دون تاريخ مناقشة. 2011-2010.

- شعنان نعيمة و سايج نبيلة ، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون العون الاقتصادي ، جامعة مولود معمري تيزي وزو .الجزائر 2017/ 2016

- سميحة لعجال ،جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري ، مذكرة مقدمة لنيل ،شهادة الماستر أكاديمي،تخصص قانون أعمال ،جامعة محمد بوضياف ، المسيلة 2017/2016

المجلات:

- وليد كحول، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المفكر، صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ع 11، د ت.

- سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، دفا تر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، ع 15، جوان 2016م

قائمة المراجع

الأوامر و القوانين:

- قانون 02/89 المؤرخ في 01 رجب 1409 هـ الموافق لـ 07 فيفري 1989م، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر ج، ع 6، س 26، 2 رجب 1409 هـ الموافق لـ 08 فيفري 1989م.

- قانون 10/98 المؤرخ في 29 ربيع الثاني 1419 هـ الموافق لـ 22 أوت 1998م، يعدل ويتمم القانون 07/79 المؤرخ في 26 شعبان 1939 هـ الموافق لـ 21 جويلية 1979م، المتضمن قانون الجمارك، ج ر ج، ع 61، س 35، صادرة بتاريخ أول جمادى الأول 1419 هـ، الموافق لـ 23 غشت 1998م.

- أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جمادى الأول. عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003. المتعلق بالعلامات. الجريدة الرسمية. عدد 44. مؤرخ في 23/07/2003.

- قانون 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، رقم 41 صدر بتاريخ، 27/06/2003.

- قانون رقم 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات، جريدة الرسمية صادرة بتاريخ 10/11/2004.

- قانون رقم 06-23 مؤرخ في 29 ذي القعدة 1427 هـ الموافق لـ 20 ديسمبر 2006م، معدل ومتمم بالأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ الموافق لـ 8 يونيو 1966م، المتضمن قانون العقوبات، ج ر ج، ع 84، س 43، 4 ذو الحجة 1385 هـ الموافق لـ 24 ديسمبر 2006م.

- مرسوم تنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25/08/1998 المتعلق بشروط و كفايات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها.

قائمة المراجع

- المرسوم التنفيذي 68/98، المؤرخ في 24 شوال 1418 هـ الموافق لـ 21 فيفري 1998م، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتحديد قانونه الأساسي، ج ر ج، ع 11، س 53، الصادر في 2 ذو القعدة عام 1418 هـ الموافق لـ 01 مارس 1998م.
- المرسوم التنفيذي 315/01 المؤرخ في 28 رجب 1422 هـ الموافق لـ 16 أكتوبر 2001م، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 3 رجب 1410 هـ الموافق لـ 30 جانفي 1990م، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج ر ج، ع 61 س 38، صادرة بتاريخ 4 شعبان 1422 هـ الموافق لـ 21 أكتوبر 2001م.
- المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ 26 جمادى الثانية 1426 الموافق لـ 02 اوت 2005 الذي يحدد كفاءات إيداع العلامات وتسجيلها، جريدة رسمية عدد 54 الصادرة 07 اوت 2005
- المرسوم التنفيذي رقم 346/08 المؤرخ في 26 شوال 1429 هـ الموافق لـ 27/10/2008م يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في 26 جمادى الثانية 1429 هـ الموافق لـ 02/08/2009م الذي يحدد كيفية تحديد العلامات وتسجيلها.

الاتفاقيات الدولية

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883، والمعدلة في بروكسل 14 ديسمبر 1900، و واشنطن 1911، و لاهاي 06 نوفمبر 1925، و لندن 02 جوان 1934، و لشبونة 31 أكتوبر 1958، وستوكهولم 14 جوان 1967، منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية www.wipo.int.
- اتفاق مدريد، المتعلقة بجمع مصدر السلع الزائفة أو المضللة، الموقعة في 14 أبريل 1891، أعيد النظر فيها في لشبونة، بتاريخ 31 أكتوبر 1958، تم بوثيقة أستوكهولم بتاريخ 14 جويلية 1967، وهي منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية www.wipo.int

قائمة المراجع

- اتفاقية تريس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، لسنة 1994، الملحق 1 ج منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية www.wipo.int.

الاجتهادات القضائية

- قرار رقم 399796 صادر بتاريخ 2007/04/04، مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء صدور القانون والاجتهاد القضائي)، 2012، ص 16 - 17.

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

1	مقدمة :
الفصل الاول: ماهية تقليد العلامة التجارية	
7	المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية
7	المطلب الأول تعريف العلامة التجارية و خصائصها
8	الفرع الأول تعريف العلامة التجارية
10	الفرع الثاني خصائص العلامة التجارية
12	المطلب الثاني أشكال العلامة التجارية
12	الفرع الأول العلامة الاسمية
13	الفرع الثاني العلامة التصويرية (الشكلية)
14	الفرع الثالث علامة الألوان
14	الفرع الرابع العلامة ثلاثية الأبعاد
14	المطلب الثالث الشروط الواجب توافرها لحماية العلامة التجارية
15	الفرع الأول الشروط الموضوعية
17	الفرع الثاني الشروط الشكلية
22	المبحث الثاني مفهوم جريمة التقليد
22	المطلب الأول تعريف التقليد لغة و اصطلاحا
22	الفرع الأول تعريف التقليد لغة
22	الفرع الثاني التعريف التقليد اصطلاحا
23	المطلب الثاني تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية
23	الفرع الأول تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية في الفقه
24	الفرع الثاني تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون

- 25.....المطلب الثالث صور التقليد و طرقه
- 25.....الفرع الأول صور التقليد
- 26.....الفرع الثاني طرق التقليد
- 29.....المبحث الثالث أركان جريمة تقليد العلامة التجارية
- 29.....المطلب الأول الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية
- 30.....الفرع الأول الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في قانون العقوبات الجزائري
- 31.....الفرع الثاني الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات
- 32.....الفرع الثالث الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في الاتفاقيات
- 33.....المطلب الثاني الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية
- 34.....الفرع الأول السلوك الإجرامي
- 34.....الفرع الثاني النتيجة الإجرامية
- 35.....الفرع الثالث العلاقة السببية
- 35.....المطلب الثالث الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية
- 36.....الفرع الأول القصد الجنائي العام
- 36.....الفرع الثاني القصد الجنائي الخاص

الفصل الثاني: الحماية المقررة للعلامة التجارية من جريمة التقليد

- 40.....المبحث الأول دعوى المنافسة غير المشروعة وسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية
- 40.....المطلب الأول مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة
- 41.....الفرع الأول تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة
- 43.....الفرع الثاني الأساس القانوني لمنافسة غير المشروعة و شروطها
- 46.....المطلب الثاني إجراءات دعوى المنافسة غير المشروعة
- 46.....الفرع الأول الجهة القضائية المختصة للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة

48.....	الفرع الثاني أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة.....
49.....	المطلب الثالث آثار حماية العلامة عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.....
49.....	الفرع الأول التعويض.....
50.....	الفرع الثاني وقف المنافسة غير المشروعة.....
51.....	المبحث الثاني الدعوى العمومية وسيلة قانونية لحماية العلامة التجارية.....
51.....	المطلب الأول المتابعة الجزائية.....
51.....	الفرع الأول أساس المتابعة الجزائية.....
54.....	الفرع الثاني أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية.....
55.....	الفرع الثالث الأشخاص المتابعون جزائياً.....
56.....	الفرع الرابع المحكمة المختصة بنظر الدعوى.....
56.....	المطلب الثاني العقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامة التجارية.....
56.....	الفرع الأول العقوبات الأصلية.....
57.....	الفرع الثاني العقوبات التكميلية.....
59.....	المبحث ثالث الآليات الوطنية المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد علامة تجارية.....
59.....	المطلب الأول المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.....
61.....	المطلب الثاني إدارة الجمارك الجزائرية.....
63.....	المطلب الثالث مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش.....
65.....	المطلب الرابع دور المصالح الأمنية في مكافحة تقليد العلامة التجارية.....
68.....	الخاتمة:.....
71.....	قائمة المراجع:.....
78.....	فهرس المحتويات.....