

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية: الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مذكرة بعنوان:

جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري

مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في تخصص قانون الاعمال

تحت إشراف: د/ حسين أحمد

من إعداد الطلبة:

- بونواله لطفي

- مراقب محمد الإسلام

لجنة المناقشة:

| | | | |
|---------------|----------------------------------|------------------|---------------|
| رئيسا | جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف | أستاذ محاضر - ب- | فارس مازوزي |
| مشرفا و مقررا | جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف | أستاذ محاضر - أ- | حسين أحمد |
| ممتحننا | جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف | أستاذ محاضر - أ- | بويحيواي أمال |

السنة الجامعية: 2022/ 2023 م

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Minister de L'enseignement Supérieur

Et de La Recherche Scientifique

Université el tarf

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

Département de Droit



جامعة الشاذلي بن جديد

UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

المرجع: القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة): بونوالية لطيف

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 12.1457637

الصادرة بتاريخ: 2021.10.04

عن دائرة: بوئاليجة

المسجل بقسم: الحقوق تخمض: قانون أعمال

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنوانها:

جريمة "تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري"

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023.06.18

إمضاء المعني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Minister de L'enseignement Supérieur

Et de La Recherche Scientifique

Université el tarf

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

Département de Droit



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENJEDID

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

المرجع: القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة) : **مراقب محمد اسلام**

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: **15859429**

الصادرة بتاريخ: **19/10/20**

عن دائرة: **بو شاذلي**

المسجل بقسم : **الحقوق**

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنوانها:

..... **جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري**

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: **2020/06/13**

إمضاء المعني



إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى أُمي الفاضلة التي كابدت شظف الحياة من أجل تربيّتنا وتعليمنا

إلى جدتي فقيدة قلبي " رحمها الله "

إلى عمّتي، التي حشّني على طلب العلم والعلا إلى آخر رمق في حياتي.

إلى كل الذين علموني ولو حرفاً في المدرسة وفي الجامعة وما كنت بغير ما علموني شيئاً مذكورا

إلى كل من آمن بي وانتظر نجاحي وقدم لي دعمه



مراقب محمد إسلام

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي لا إله إلا هو الواحد الأحد الفرد الصمد، الذي لم يلد ولم يولد، ولم يكن له كفؤاً أحد.


أهدي ثمرة جهدي لأبي الغالي رحمه الله، الذي كان نور دربي، وإلى أُمي الفاضلة منبع الحنان والسعادة حفظها الله

إلى رفيقة دربي في الحياة، زوجتي الغالية

إلى أبنائي الأعتز "أروى" و "محمد عبد المعز" حفظهما الله

إلى إخوتي وأخواتي، وجميع أقاربي.

بونوالة لطفي



شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

نعبد الله ونشكره إلى يوم الدين، وله الفضل والمنة على نعمة العلم التي أنعمنا بها


نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة الحقوق والعلوم السياسية لجامعة الشاذلي بن جديد

-الطارف-

وبالأخص الدكتور حسين أحمد.

إلى زملائنا وزميلاتنا في الدراسة، الذين لم نعرفهم منهم إلا الودّ والاحترام.

إلى كل من وسعتم قلوبنا.....، ولم تسعهم هذه الورقة.....



قائمة المختصرات:

- ط: الطبعة
- د ط: دون طبعة
- د ت ن: دون تاريخ النشر
- د م: دون مكان التاريخ
- ص: صفحة
- ج ر ج: الجريدة الرسمية الجزائرية
- ع: العدد
- س: السنة
- د س ن: دون سنة نشر
- ج: جزء

مقدمة

مقدمة:

تعتبر العلامة التجارية من أهم الوسائل التي تحقق للتجار وأصحاب المشروعات ما يصبون إليه من تميّز وتضمن لسلعهم وخدماتهم رواجاً وأسعاراً تتمثل في القدرة على الوصول إلى علم المستهلكين بهذه المنتجات وإقبالهم عليها، وهذا ما يدعو التجار والصنّاع وأصحاب المشاريع إلى بذل الجهد الكبير من أجل تحسين ما ينتجونه من سلع أو ما يقدمونه من خدمات و وضعه في رموز وإشارات خاصة بما تميّزها عن غيرها من المنتجات المماثلة لهما، مما يسهل على المستهلك معرفة سلع التاجر أو الصانع وخدماته عن غيرها المقلّدة لها بمجرد النظر إلى علامتها المميزة لها، التي تحدد لديه مقدار جودتها ومدى ملائمتها له.

ومن ثم أصبحت العلامة التجارية أهم عناصر الملكية الصناعية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة الداخلية والخارجية، حيث اقتصر مجالها في البداية على السلع ثم امتد هذا المجال إلى الخدمات.

وفي الوقت الراهن أصبح للعلامة التجارية أدواراً أخرى غير تمييز السلع والخدمات بل أضحت عنصراً هاماً ومباشراً في رواج السلعة أو الخدمة ووسيلة مثلى لجذب العملاء لدرجة أنها أصبحت اليوم في كثير من الحالات من أكبر عناصر المحل التجاري قيمة على الإطلاق تفوق قيمتها أحياناً قيمة السلعة أو الخدمة في حد ذاتها.

ونظراً لما تحظى به العلامات التجارية من أهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، فقد أصبح هناك من يقلد أو يستخدم علامة غيره من أجل الوصول إلى ترويج سريه لسلعة أو خدماته في السوق منتهكاً الحقوق التي خوّها القانون لمالك العلامة ضاراً باستقرار النشاط التجاري ومهدداً لسلامة جمهور المستهلكين وضاراً بالدولة كذلك من خلال إضعاف فرص الاستثمار وخاصة الأجنبية مما يضر بالاقتصاد القومي.

وهو ما أوجب على المشرّع التدخل للحد من هذه الممارسات الضارة بالجمهور ومالك العلامة من خلال إصداره الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية.

وفي هذا الإطار يأتي موضوع هذا البحث بعنوان " جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري "

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

— من الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع كمحل للدراسة هي:

- أسباب ذاتية:

- تتمثل في الميول والرغبة الملحة لتوسيع مداركنا حول هذه الجريمة بالإضافة إلى كوننا مستهلكين كثيرا ما كنا ضحية علامات تجارية مقلدة.

- أسباب موضوعية:

- تتمثل في الرغبة في الوقوف على صور تقليد العلامات التجارية لا سيما مع تطور الاعتداء وطرق ارتكاب هاته الجريمة، ومعرفة ما اقتره المشرع الجزائري من حماية قانونية للعلامة التجارية.
- ارتباط الموضوع ومساسه بأمن وصحة المستهلك، والاقتصاد الوطني والدولي كحد سواء.

ثالثا: أهمية الموضوع:

تحتل العلامة التجارية بأهمية ودور كبير في زيادة التنافس على تسويق المنتجات والسلع في السوق بل إنها ذات صلة مباشرة بالتجارة والاقتصاد وأضححت سمة مميزة لأي مشروع تجاري أو خدماتي وكان من الطبيعي أن تتعرض العلامات التجارية إلى الاعتداء بالتقليد مما يشكل خطورة على حقوق الملكية لصاحب العلامة وعلى المستهلك والاقتصاد الوطني، وهو ما يجعل هذا الموضوع يستحق البحث والدراسة والاهتمام.

رابعا: أهداف الدراسة:

إن غاية هذه الدراسة هي:

تسليط الضوء على العلامة التجارية بتعريفها وصورها وأنواعها، ثم نعرض بعدها لجريمة تقليد العلامة التجارية بتعريفها وإيضاح صور تقليدها ونتائج ذلك، ثم تحديد أركان هذه الجريمة وكذا إبراز الآليات التي كرسها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية في ميدان مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

خامسا: الإشكالية:

على ضوء ما سبق فإن الإشكالية الأساسية لهذا البحث تكمن في الإجابة على السؤال الآتي:

ما هي الآليات التي وضعها وكرسها المشرع الجزائري لمكافحة جريمة تقليد العلامة

التجارية وما مدى نجاعتها؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات التالية:

* ما مفهوم العلامة التجارية وما هي شروط تسجيلها؟

* ما مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية وصورها؟

* ما هي الآثار الناجمة على جريمة تقليد العلامة التجارية؟

سادسا: المنهج المتبع:

في سبيل الإجابة عن إشكالية الدراسة، وسعيا لتحقيق الأهداف المذكورة وأخذا بعين الاعتبار طبيعة موضوع البحث، فقد إعتدنا على المنهج التحليلي، وذلك من خلال تحليل الآراء الفقهية والنصوص القانونية، واعتمدنا كذلك على المنهج الوصفي الذي يظهر من خلال دراستنا للحماية التي أقرها المشرع الجزائري للعلامة التجارية .

سابعا: الدراسات السابقة:

هناك دراسات تطرقت إلى موضوع جريمة تقليد العلامة التجارية نذكر منها:

* كتاب للأستاذة وهيبة لعوارم بن أحمد تحت عنوان جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، حيث تختلف عن دراستنا للموضوع، بحيث تناولنا بعض المسائل التي لم تتطرق إليها وهي: دور الأجهزة الوطنية والدولية المختصة في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

*مذكرة لنيل شهادة الماستر للطالبة: بسيسة خديجة بعنوان " الحماية القانونية للعلامة التجارية " وفقا للأمر 06/03 بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد بوضياف المسيلة.

*مذكرة ماجستير لزيير جوامع عن " حماية العلامة التجارية من التقليد في التشريع الجزائري " .

*بالإضافة لكتاب: لفرحة زاوي صالح بعنوان " الكامل في القانون التجاري الجزائري " – الملكية الفكرية_، والذي تعرض فيه للعلامة التجارية حيث بيّن تعريفها وشروطها وأركانها بالإضافة إلى تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية وأركانها والعقوبة المقررة لها.

الصعوبات:

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا في هذا البحث تشعب الموضوع، فكل جزئية من الجزئيات تحتاج إلى تحليل وشرح وتعمق.

بالرغم من أن بحث جريمة التقليد العلامة التجارية يتضح بأنه ميسور الدراسة إلا أن عند الخوض فيه سيّضح تشعب الموضوع وصعوبته، وأهم عائق واجهنا هو ندرة المراجع الخاصة بالموضوع، وخاصة المراجع التي تتناول الأجهزة الوطنية والدولية التي تتولى مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، وكذلك ضيق الوقت الممنوح لإنجاز المذكرة لم يسمح لنا بالاطلاع على كمية معتبرة من المراجع.

الخطة المتبعة:

قسّمنا موضوع هذه الدراسة إلى فصلين كما يلي:

الفصل الأول: ماهية جريمة تقليد العلامة التجارية.

قسّمناه إلى مبحثين تناولنا في المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية، وفي المبحث الثاني تناولنا مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية.

الفصل الثاني: جهود مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري.

وقد قسمناه إلى مبحثين، تناولنا في المبحث الأول الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية، وخصّصنا المبحث الثاني لجهود الأجهزة المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

الفصل الأول: ماهية جريمة تقليد العلامة التجارية

تمهيد:

تعد العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة الداخلية والدولية، حيث اقتصر مجالها في البداية على السلع والمنتجات وامتد إلى الخدمات المقدمة في كافة المجالات ثم انتقل ليشمل التجارة الإلكترونية التي أصبحت عصب التجارة المعاصرة. كما تعتبر العلامة التجارية عنصراً مهماً من عناصر نجاح المشروع التجاري حيث تكاد قيمتها أن تحتل في المرتبة العليا من بين العناصر التي يعتمد عليها ذلك المشروع في نجاحه وارتقائه.¹ كما اعتبرها المشرع الجزائري إحدى أهم العناصر المعنوية المكونة للمحل التجاري.²

وأمام أهمية العلامة التجارية وما تلعبه من دور في المجال الاقتصادي والتجاري فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها ومن ذلك تقليدها، الأمر الذي تطلب ضرورة تدخل المشرع ومكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية وبسط الحماية القانونية اللازمة لها، وهو ما يظهر من خلال الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية.³

ولكن قبل التطرق إلى الحماية التي وفرها المشرع ينبغي أولاً بيان المراد بالعلامة التجارية وأنواعها وأشكالها وصور التقليد وأركان جريمة التقليد وعليه تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كما يلي:

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية.

المبحث الثاني: مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية.

1 - محمد محبوب، النظام القانوني للعلامات، دار أبي رقاد للطباعة والنشر، الرباط، ط1، 2007 ض 25.

2- تنص المادة 78، من الأمر 95/75، المؤرخ في 26/09/1975، والمتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم على أنه: "تعد جزءاً من المحل التجاري، الأموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري، يشمل المحل التجاري إلزامياً عملائه وشهرته." كما يشمل أيضاً سائر الأموال الأخرى اللازمة لاستغلال المحل التجاري، كعنوان المحل والاسم التجاري، والحق في الإيجار، والمعدات والآلات والبضائع، وحق الملكية الصناعية والتجارية، كل ذلك ما لم ينص على خلاف ذلك.

3 - الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1924هـ، الموافق لـ 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية ج ج، ع44، س40، 23 جمادى الأولى 1424هـ، الموافق لـ 23 جويلية 2033.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية:

لدراسة ماهية العلامة التجارية ينبغي أولاً التطرق إلى تعريفها وتمييزها عن غيرها من عناصر الملكية الصناعية (المطلب الأول)، ثم بيان أنواع وأشكال العلامات التجارية التي أوجدتها الحياة العملية ونصت عليها التشريعات المختلفة (المطلب الثاني)، وشروط تسجيل العلامة التجارية (مطلب ثالث).

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن يشابهها:

يقتضي الأمر التطرق أولاً إلى مختلف التعاريف المنصبة حول العلامة التجارية (الفرع الأول)، ثم تمييزها وتفريقها عما سواها من المفاهيم والمصطلحات المتداخلة معها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

نظراً لما تلعبه العلامة التجارية من دوراً كبيراً في المجال الاقتصادي والتجاري، كان لابد من التوسع في مفهومها وإعطائها تعريفاً شاملاً، لهذا سنحاول أن نعرفها لغويًا وفقهياً ثم نتطرق إلى موقف المشرع الجزائري.

أولاً: تعريف العلامة التجارية لغة:**1_ تعريف العلامة لغة:**

هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، مشتقه من العلم بمعنى المعرفة ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها.¹

2_ تعريف التجارة لغة:

1 - ابن منظور، "لسان العرب"، طبعة الأولى، مراجعة وتدقيق يوسف القاعي وآخرون، دار المتوسط للنشر والتوزيع 2005 ج3، ص 2744، 2748.

أصل الكلمة من الفعل الثلاثي تجر، يتجر، وتجارة، أي مارس البيع والشراء واشتغل بالتجارة.¹ والتجارة حرفة التاجر الذي يمارس الأعمال التجارية على وجه الاحتراف.²

ثانياً: العلامة التجارية فقهاً:

تناول العديد من الفقهاء وشراح القانون التجاري في مؤلفاتهم تعريف للعلامة التجارية وسيتم التطرق إلى بعض هاته التعاريف على النحو التالي:

1- عرفت العلامة التجارية على أنها: "السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها قصد تمييزها عن المنتجات المشابهة لها والمعروضة في السوق كما هي السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم الخدمات لتشخيص الخدمات المقدمة"³.

2- كما عرفت أيضاً على أنها: «كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة».⁴

3- وعرفت أيضاً: "كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة وجديدة مبتكرة وغير مخالفة للنظام العام والأداب العامة، أيا كان تمثيل الرمز سواء كان ممثلاً في كلمات أو أسماء أو أشخاص أو أحرف أو أرقام أو رسومات أو صور أو توضيب لسلع أو الألوان المفردة أو المركبة أو الأصوات المميزة أو الرائحة التي تتميز بها السلعة."⁵

4- ويعرفها الأستاذ حمادي زبير على أنها: "كل إشارة أو صوت قابل للتمييز يضعها كل شخص طبيعي أو معنوي على سلعته التجارية أو منتجات الصناعية أو خدماته المعنوية بغرض التعرف عليها وتمييزها عن السلع والخدمات المماثلة أو المشابهة التي ينتجها أو يقدمها أشخاص آخرون ولها من القدرة

1 - أمنة صامت "الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية" دراسة مقارنة، الطبعة الأولى 2011، ريم* للنشر والتوزيع ص 23.

2 - مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز (الميسر) دار الكتاب الحديث، الكويت، 1993م، ص 364.

3 - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (الحقوق الفكرية)، دار خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2066، ص 201

4 - سميحة القيولي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، ص 220

5 - أمنة صامت، المرجع السابق، ص 30

لجذب المستهلك على اقتناء السلعة التي تميزها وأي مساس بها أو استعمالها دون رضا صاحبها يرتب مسؤولية سواء مدنية أو جزائية.¹

وما يلاحظ على التعاريف التي جاء بها الفقه، أنها تدور حول معنى واحد من حيث أن هذه التعريفات تبين وظيفة العلامة التجارية في تمييز المنتجات والسلع وأنها وسيلة لجذب العملاء بالإضافة إلى دورها الفعال في حماية صاحبها من المنافسة غير المشروعة.

ثالثاً: التعريف التشريعي للعلامة التجارية:

اختلفت التشريعات في تعريفها للعلامة التجارية بحسب زاوية و وجهة نظر كل منها، أما عن المشرّع الجزائري فلم يتطرق إلى تعريفها في الأمر الملغى رقم 57/66.² المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية وإنما سرد وبإسهاب الأشكال التي يمكن أن تتخذ علامة تجارية، وهو نفس موقف نظيره المشرّع المصري، إلا أنه تراجع عن ذلك وعرفها في المادة 2 الفقرة الأولى من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية والتي جاء فيها على أن العلامة التجارية هي: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والأشكال المميزة للسلع والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع وخدمات شخص طبيعي عن السلع وخدمات غيره." ³

ومن خلال هذا التعريف نلاحظ أن المشرّع الجزائري عرف العلامة بأنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي كالأسماء والأحرف والأرقام، وكل الرموز التي لا يمكن تمثيلها خطياً لا تعد علامة حسب نص المادة الأولى.

1 - حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012، ص 30

2 - الأمر رقم 57/66، المؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد 23، لتاريخ 22 مارس 1966.

3_ الأمر رقم 06/03، المرجع السابق.

ويلاحظ على تعريف المشرع الجزائري أنه وباعتماده على التمثيل الخطي يكون قد أغفل على بعض العلامات المعروفة في التشريعات المقارنة كشارة اللبس و الشم... إلخ.¹

ويعرّفها المشرع الفرنسي في المادة الأولى من القانون 07/91 على أن العلامة التجارية هي: " كل إشارة قابلة للتمثيل البياني بتمييز المنتجات أو الخدمات المقدمة من كل شخص طبيعي أو معنوي ".² ويستخلص من هذه التعريفات، سواء كانت الفقهية أو القانونية بأنه لا يمكن تحديد تعريف شامل ودقيق للعلامات التجارية، نظراً للتغيرات التي تطرأ على العلامات التجارية والتطور في الميدان الاقتصادي.

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن ما يشابهها:

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية والتجارية لهذا قد يقع الخلط بينها وبين باقي العناصر الأخرى وعليه سنتطرق في هذا الفرع إلى تمييزها وفك الغموض وتوضيح الفرق بينها وبين باقي عناصر الملكية الصناعية التي قد تحدث خلطاً في ذهن المستهلك.

أولاً: تمييز العلامة التجارية الاسم التجاري والعنوان التجاري:

1_ تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري:

يعد الاسم التجاري عنصراً من العناصر المعنوية للمحل التجاري، مثله مثل العلامة التجارية، وهو تعبير يستعمل لتمييز المحل التجاري عن باقي المحلات الأخرى، فإذا كان الاسم التجاري والعلامة التجارية يتفقان في كونهما أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري، إلا أنّهما يختلفان فيما يلي:

__ الاسم التجاري يستعمل لتمييز المحل التجاري عن المحلات المشابهة له، في حين تستعمل العلامة التجارية لتمييز المنتجات عما يشابهها في السوق.

1 - بن صالح سارة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018 /

2019، ص 18

2- القانون رقم 07/91، المؤرخ في 4 جانفي، 1991 المتعلق بعلامات المصنع وعلامات الخدمة، عن حمادي زويير، المرجع السابق ص 24.

__ العلامة التجارية لها العديد من الصور والأشكال، فقد تكون عبارة عن أرقام مكتوبة أو حروف موضوعة بشكل معيّن أو أسماء أو صور أو نقوش... إلخ، أما الاسم التجاري فله دائماً تسمية معينة محصورة في شكل معيّن ألا وهو الاسم والكنية.

__ يعتبر الاسم التجاري إلزامياً وملكيته تعود للأسبقية في استعماله، إلا أن العلامة تعود أسبقيتها إلى تسجيلها، وحماتها تكون مدنية وجزائية على كافة التراب الوطني بينما الاسم التجاري حمايته مقتصرة على النطاق المكاني.¹

2_ تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري:

يعرّف العنوان التجاري على أنه تسمية أو شارة تميّز المحل التجاري عن غيره، كما يقصد به المكان الذي يزاول فيه التاجر نشاطه التجاري. ويوضع عادة على المحل بواسطة لافتة حتى يجلب انتباه الزبائن، ويخضع العنوان التجاري لنفس شروط العلامة من حيث الجدة والمشروعية لكنه يختلف عن العلامة في:

__ إن اتخاذ التاجر علامة تجارية هو أمر جوازي له فيمكن التاجر اتخاذها أو التخلي عنها، عكس العنوان التجاري الذي هو أمر إجباري. وكذلك يتمتع العنوان التجاري بحماية مدنية فقط تتمثل في دعوة المنافسة غير المشروعة، أما العلامة التجارية فتتمتع بحماية مدنية وجزائية.

__ يحمي المشرّع العلامة التجارية إلا إذا كانت مسجلة، أما العنوان التجاري فتقرّر له حماية ولو لم يكن مسجلاً.

ثانياً: تمييز العلامة التجارية عن براءة الاختراع وتسمية المنشأ:

1- بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 24.

1_ تمييز العلامة التجارية عن براءة الاختراع:

تعد براءة الاختراع أحد عناصر الملكية الصناعية وتتمثل في وثيقة إدارية أو شهادة يسلمها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، إلى صاحب الاختراع أو الاكتشاف يستطيع هذا الأخير بمقتضى هذه الشهادة حماية واحتكار واستغلال اختراعه،¹ ونظّم المشرع الجزائري أحكام براءة الاختراع بموجب المرسوم التشريعي رقم 17/93 المتعلق بحماية الاختراعات.²

وبالرغم من أن براءة الاختراع والعلامة التجارية كلاهما عنصراً من عناصر الملكية الصناعية إلا أنّهما يختلفان في:

__ الغرض الأساسي من العلامة هو تمييز المنتجات والخدمات عما يماثلها، في حين أن الغرض من براءة الاختراع هو إنشاء أو إعطاء الحماية القانونية اللازمة للاختراع عن طريق منح المخترع شهادة الاختراع.

__ يعد الحق في براءة الاختراع حقاً مطلقاً يخوّل لصاحبه احتكاراً كاملاً بدون منافسة من أحد، وينقضي هذا الحق بانقضاء مدة الحماية، عكس الحق في العلامة فهو حق دائم ونسبي.³

2_ تمييز العلامة التجارية عن تسمية المنشأ:

ويقصد بتسمية المنشأ الإسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمّى، ومن شأنه أن يعيّن منتجاً ناشئاً فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميّزاته منسوبة حصراً أو أساساً لبيئة جغرافية تشمل العوامل الطبيعية والبشرية.⁴

1 - وهيبه لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، الناشر مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، 2015، ص 45.

2 - المرسوم التشريعي، رقم 17/93 المؤرخ في ديسمبر 1993 المتعلق بحماية الإختراعات.

3 - حماد ي زوير، مرجع سابق ص 32.

4 - المادة الأولى، من الأمر رقم 65/76 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ.

وتختلف تسمية المنشأ عن العلامة التجارية في كون هذه الأخيرة يتمثل دورها الأساسي في تمييز المنتجات و الخدمات عن ما يشابهها، في حين أن تسمية المنشأ دورها هو تحديد المكان الجغرافي للمنتج، لا سيما إذا كانت هذه المنطقة أو المكان تتمتع بخصائص وعوامل طبيعية وبشرية تساعد على ترويج المنتج، وجلب العملاء الذين يولون اهتماما كبيرا بالمنتجات الصادرة عن مناطق معينة، كما أن استغلال تسمية المنشأ لا يكون حكراً على الشخص معين، إذ يجوز لكل من يتواجد في تلك المنطقة وينتج فيها سلعاً أن يستفيد من تسمية تلك المنطقة، عكس العلامة التي تكون حكراً على مالكها فقط.¹

ثالثاً: تمييز العلامة التجارية عن الرسوم والنماذج الصناعية:

نظم المشرع الجزائري أحكام الرسوم والنماذج الصناعية بموجب الأمر رقم 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، حيث تنص المادة الأولى منه على ما يلي: " يعتبر رسماً كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاصاً لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية ويعتبر نموذجاً كل شكل قابل لتشكيل ومركب بألوان... إلخ " ².

وقد سبق وأن عرّفنا العلامة التجارية على أنها تهدف إلى تمييز منتجات وخدمات متشابهة، بينما الرسم والنموذج الصناعي فيمثلان أساساً المظهر الخارجي للسلعة، حيث يؤثران على المستهلك من خلال حاسة البصر لديه وبالتالي جذبه لشراء هذه السلعة ومثال ذلك البقرة الموسومة على علبة الجبن " La vache qui rit"³، وعليه فالهدف من الرسم والنموذج الصناعي هو إعطاء السلعة رونقاً وشكلاً جذاباً وإبراز مظهرها العالمي.

1 - حماد ي زوبير، مرجع سابق ص 38.

2 - الأمر رقم 86/66 المؤرخ في 1966/4/28 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية.

3 - بن صالح سارة، مرجع سابق ص 32.

وإضافة إلى ذلك يكمن الفرق بين العلامة والرسم والنموذج الصناعيين من حيث نطاق الحق، فنجد أن الحق في العلامة هو حق نسبي، بينما الحق في الرسم والنموذج الصناعيين هو حق مطلق باعتبارها إبتكاراً جديداً يقوم في مواجهة الكافة دون استثناء.

المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامات التجارية:

بعد تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن بعض المفاهيم المشابهة لها، سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى أنواع العلامات التجارية مع الإشارة إلى الأنواع التي نصّ عليها المشرع الجزائري، وكذلك الأمر بالنسبة إلى أشكال العلامة، وعليه سيتم تناول هذا الأمر من خلال نقطتين في النقطة الأولى، أنواع العلامات التجارية (الفرع الأول) وفي النقطة الثانية، أشكال العلامات (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أنواع العلامات التجارية:

يقسّم الفقه العلامات إلى نوعين رئيسيين، نوع ينظر فيه لموضوع العلامة التجارية، ونوع آخر ينظر فيه إلى الغاية من استعمال العلامة:

أولاً: أنواع العلامات التجارية بالنظر إلى موضوعها: وتنقسم إلى:

1_ علامة المصنع: وهي كل إشارة يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وبذلك فهي تشير إلى مصدر الإنتاج وتعتبر إلزامية ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه.¹

2_ العلامة التجارية: ويقصد بها تلك الإشارة أو الدلالة التي يستخدمها التجار لتمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة، بغض النظر عن مصدر الإنتاج فهي تشير إلى مصدر البيع.

1 - فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2013، ص 164.

3_ علامة الخدمة: ويقصد بها تلك السمة التي يستخدمها مقدموا الخدمات لتمييز خدماتهم عن غيرها التي يقدمونها، وقد نصّ عليها المشرّع الجزائري في المادة 03 من الأمر 06/03 متعلق بالخدمات واعتبارها إلزامية.

ثانيا: أنواع العلامات التجارية حسب الغاية من استعمالها: وتنقسم إلى:

1_ العلامة الأصلية: ويقصد بها تلك العلامة التي يقوم مالكيها بتسجيلها واستغلالها فعلا ومن حق صاحبها إضافة أي تعديل أو تحسين عليها.¹

2_ العلامة المانعة: وهي العلامة التي يسجلها صاحب المشروع بقصد منع غيره من استعمالها فقط، ويحدث ذلك عندما يتخذ صاحب المشروع علامة مميّزة لمنتجاته، ويسجلها ويستعملها فعلاً، إلا أنه يخشى من أن يسجّل شخصاً آخر علامة مشابهة لها فيعمد إلى تسجيل عدّة علامات متقاربة بقصد احتكار استعمالها،²

إلا أن هذه العلامة معرضة للسقوط بسبب احتمال فوات مدة معينة دون استغلالها.³

3_ العلامة الاحتياطية: وهي علامة ذات الهدف الاحتياطي المتمثل في الاحتياط لحماية السلع أو الخدمات أو المنتجات التي لم يصنعها التاجر بعد، ويحتفظ بها لاستعمالها على منتجات أخرى، أي مدّخرة احتياطياً للمستقبل.⁴

1 - حمادي زويير، المرجع السابق، ص 42.

2 - ناصر عبد الحليم السلامات، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، د ط، دار النهضة العربية، مصر، 2008، ص 36.

3 - حيث جاء في الفقرة الثانية من المادة 05 من الأمر 06/03 كما يلي " ... تحدد مدة تسجيل العلامة بعشرة (10) سنوات، تسري بأثر رجعي ابتداءً من تاريخ إيداع الطلب. "

4 - محمود أحمد عبد الحميد مبارك، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، نابل، فلسطين، 2006، ص 10.

الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية:

نصّت المادة 02 من الفقرة الأولى من الأمر 06/03 على صور عديدة يمكن أن تتخذ شكلاً مميزاً للعلامة التجارية بقولها: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام أو الصور والأشكال... إلخ"، وقد احتوى نص هاته المادة على مجموعة من العناصر التي يجوز اتخاذها كعلامة تجارية، وقد جاء هذا تعداد على سبيل المثال لا على سبيل الحصر، وستتناول فيما يلي أشكال وصور العلامات التجارية.

أولاً: الألفاظ والأسماء:

وتدخل ضمن الألفاظ والأسماء، التسميات والأسماء العائلية والحروف والأرقام وستتناول كل واحدة على حدة:

1_ الأسماء: ويقصد بالأسماء أسماء الصناع أو التجّار أو مقدّمي الخدمات وأسماء منشآتهم أو الجهة الموجودة بها المنشئة، فيجوز استخدام الأسماء سابقة الذكر كعلامة تجارية شريطة أن يصبح للاسم شكل مميز (بمعنى أن يكتب بطريقة هندسية).¹

ومن أمثلة العلامات التجارية التي تتكوّن من أسماء شخصية للتجّار في الجزائر نجد علامة «عمر بن عمر» للمصبرات والعجائن، وعلامة مجّمع "الخليفة" للطيار سابقاً، ونجد في فرنسا علامة "بيجو" للسيارات.

2_ الحروف والأرقام:

يمكن للتاجر أو الصانع أن يتخذ من الحروف والأرقام كعلامة تجارية أو صناعية شرط أن تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً كما هو الحال في علامة (B.M.W) "للدلالة على من السيارات، ورقم " 555 " للتمييز نوع من العطور، كذلك بالنسبة للمشروب الغازي " 7up ".²

1 - أوشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص 24.

2 - محمود عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 15.

ثانياً: الرسوم والتمثيل:

ويمكن أن يدخل ضمن هذا الصنف الرسوم والرموز والتصاوير والألوان.

1_ الرسوم والصور والنقوش:

قد يستخدم التاجر أو المنتج رسماً أو رمزاً معيناً كعلامة تجارية لتمييز منتجاته وقد يكون هذا الرمز أو الرسم مستمداً من الطبيعة كشكل شجرة أو زهرة أو شكل حيوان، وقد تكون صورة معينة أو نقوش مثل استخدام صورة لأحد الأشخاص كعلامة تجارية شرط، استئذان صاحب الصورة في حياته أو الورثة في حالة وفاته، أما النقوش تستعمل كالزخرفة في الأقمشة ومواد البناء الحجرية شرط تسجيلها.¹

2_ الألوان:

لم ينص عليها المشرع الفرنسي في القانون المؤرخ في 23 جوان 1857 المتعلق بالعلامات التجارية، غير أن الحياة العملية وتدخل القضاء الذي استقر على إمكانية اتخاذ الألوان كعلامة تجارية مادام تنسيقها يضيف عليها طابع مميز، الأمر الذي أدى بالمشرع الفرنسي إلى تغيير موقفه من خلال إصدار القانون 1360/64، أما المشرع الجزائري فقد أكد على إمكانية اتخاذ الألوان كعلامة تجارية، وهو ما يظهر من خلال المادة 02 الفقرة الأولى من الأمر 06/03.²

ثالثاً: الأصوات والروائح:

لم ينص المشرع الجزائري على هذه الأشكال في المادة 02 من الأمر 06/03، فقد استعمل عبارة "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي"، إلا أن الأصوات والروائح لا تعتبر رموزاً قابلة للتمثيل الخطي، لذا على المشرع الجزائري التدخل وتعديل نص المادة وجعله أكثر تماشياً مع التطورات الراهنة في المجال الاقتصادي

1 - فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص 167.

2 - لمزيد أكثر، أنظر حمادي زويير، المرجع السابق، 57، 58.

والصناعي، فقد أصبحت الروائح والنغمات الصوتية لها دور فعال، كاستخدامها مثلاً لتمييز العطور أو لتمييز الحصص الإذاعية والتلفزيونية.

المطلب الثالث: الشروط القانونية للعلامة التجارية:

تشتتر معظم القوانين والتشريعات توافر شروط موضوعية معينة في العلامة التجارية حتى يمكن لها من تمييز السلع والخدمات عما يشابهها، وقد حذا المشرع الجزائري حذوهم في نص ال مادة 02 فقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث جاء في مضمونها أنه يجب أن تكون العلامة ذات صفة مميزة، كما اشترط ألا تكون العلامة قد استعملت من طرف شخص آخر وهو ما يسمّى بشرط الجدة، إضافة إلى شرط أن تكون العلامة المراد استعمال مشروعها، وهذا ما سيتم التطرق إليه من خلال (الفرع الأول)، بالإضافة إلى الشروط الموضوعية لابد من توافر شروط شكلية لتسجيل العلامة بدءاً بطلب التسجيل، دراسة ملف الإيداع ووصولاً إلى مرحلة نشر العلامة المسجلة من خلال (الفرع الثاني) كما يلي:

الفرع الأول، الشروط الموضوعية:

يستنتج من المادة 02 في فقرتيها الأولى والثانية، وكذلك من المادة 07 في فقرتها الرابعة، من التشريع الجزائري المتعلق بالعلامات إلى الشروط الواجب توافرها في العلامة والمتمثلة في:

أن تكون مميزة، جديدة، وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

أولاً: الصفة المميزة للعلامة التجارية:

حتى تستفيد العلامة من الحماية القانونية يجب أن يكون لها طابع مميزاً، أي أن تكون للعلامة سمات مادية تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات، وهو ما نص عليه المشرع في المادة 02 فقرة 01 من الأمر 06/03، و يجب أن تكون ذات شكل مميز خاص بها، بمعنى تتّصف بطبيعة ذاتية تمنع الخلط مع غيرها وتجعل من اليسير معرفتها، وتكون العلامة مميزة متى تم وضعها بطريقة هندسية معينة كأن تتخذ

شكلاً دائرياً أو مربعاً أو متى تمّ رسمها بشكل زخرفي معين، أو تمت كتابتها بحروف مختلفة مميّزة،¹ وإستثنى المشرّع الجزائري عدّة أشكال للعلامات، لا يمكن أن تتخذ كعلامة تجارية كالرموز التي من شأنها تظليل الجمهور والرموز الخاصة بالملك العام المجرّدة من كل تمييز.

ثانياً: شرط الجودة:

يعد هذا الشرط من أهم الشروط توافرها في أي شكل يتّخذه التاجر أو الصانع كعلامة تجارية، ويقصد بشرط الجودة عدم استعمال ذات العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلع مماثلة، ولم يرد ذكر هذا الشرط بنص صريح بل هو مستنبط من أحكام التشريع.

ثالثاً: المشروعية:

يشترط في العلامة ألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنة وإلا كانت باطلة وتعتبر العامة غير مشروعة إذا خالفت أحكام الفقرة 04 الرابعة من المادة 07 من الأمر 06/03 التي أوردت تحريم استعمال العلامات التالية:

- كل العلامات والرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة.
- الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدول.
- الدمغات الرسمية وضمائم المعادن الثمينة وتقليد العلامات المتعلقة بشعارات الأشراف.
- شعارات وصلبان وأهلة المنظمات الدولية.

الفرع الثاني: شروط الشكلية للعلامة التجارية:

إضافة إلى الشروط الموضوعية، يجب توافر الشروط الشكلية حتى تصبح العلامة متمتعة بالحق في الحماية القانونية، وتتمثل في:

1 - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 277.

أولاً: إيداع طلب التسجيل:

يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة، ويتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو يرسل إليه عن طريق البريد أو بأية طريقة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع.¹

تنص المادة 04 من الأمر 06/03: " لا يمكن استعمال علامة لسلعة أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة ".

ويجب أن يحرر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة المختصة، ويشترط أن يحتوي على بيانات إجبارية من بينها خاصة اسم المودع، عنوانه، وبيان السلع أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة، ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة للطلب المذكور.²

ثانياً: فحص الإيداع:

يلعب الإيداع دوراً مهماً في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون، فإذا كان الفحص إيجابياً من الناحيتين، يعدّ الطلب مقبولاً،³ وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع

1 - المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، جريدة رسمية صادرة في 07 أوت 2005.

2 - المادة 03 من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، المرجع السابق.

3 - ونوغي نبيل، شروط منح العلامة التجارية وفقاً للتشريع الجزائري، مجلة آفاق العلوم، العدد 15 جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص 143.

ساعته ومكانه وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم، ونظراً للبيانات المدرجة فيها، تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين،¹ ونصّت المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المتعلق بكيفية إيداع العلامات وتسجيلها على أنه " تفحص المصلحة المختصة ما إذا كان الإيداع مستوفي الشروط المحددة في المواد من 04 إلى 07 أعلاه، عند عدم استيفاء الإيداع لهذه الشروط ... إلخ ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل ".²

ثالثاً: التسجيل والنشر:

ويقصد بالتسجيل ذلك القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، والذي يؤدّي إلى قيد العلامة في سجل خاص يمسكه المعهد، والذي يقيّد فيه العلامات وكافة العقود الأخرى التي نصّ عليها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.²

بعد عملية التسجيل، يتم النشر على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية في النشرة الرسمية للعلامات التجارية، تدوّن فيه كل ما يتعلّق بالعلامات التجارية، والهدف من ذلك ليتمّ إعلام أو حتى الصناع التجّار وبالعلامة المسجّلة واحتكارها من طرف صاحبها الذي يحظى بحماية قانونية بعدد تسجيلها وتأكيد ملكيتها.

المبحث الثاني: مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية:

إن ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية هي ظاهرة شائعة في الوسط التجاري والصناعي، غير أن التفتح على الأسواق العالمية أدّى إلى شيوعتها، بارتفاع القدرة الشرائية للمستهلك، وهذا ما جعل البعض يستعمل الزيادة في القدرة الشرائية للحصول على ربح سريع بشقّي الأساليب المتاحة حتى وإن كانت مخالفة للقانون، وذلك باللجوء للغش والتقليد.

1 - فرحة زراوي، المرجع السابق، ص 235.

2 - رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى، العدد 05، بسكرة، دون سنة، ص 39.

إن مشكل التقليد قد تفشى في جميع الميادين بدءاً من الألبسة إلى المواد الإلكترونية إلى المواد الصيدلانية وإلى المواد الاستهلاكية وهذا ما يؤدي لآثار سلبية على أصحاب العلامة الأصلية من خسائر مادية وتأثير على قيمة المواد المصنّعة من حيث النوعية والجودة وعدم إتباع المعايير قياسية عالمية، في حين تقوم الشركات أصحاب المواد الأصلية بإنفاق أموال ضخمة على منتجاتها بينما الشركات المقلدة فتتفق أموال قليلة لإنتاج سلع ذات مواصفات رديئة من شأنها الإضرار بالمستهلك، وقد تؤدي في بعض الأحيان إلى حد هلاك هؤلاء المستهلكين.

وستتطرق في هذا المبحث لبيان مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية من خلال وضع تعريف لجريمة التقليد وتمييزها عن بعض الجرائم المشابهة، وصور تقليد العلامة التجارية وآثاره، ثم بيان أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.

المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية وتمييزها عن الجرائم المشابهة:

سنتطرق في هذا المطلب لمفهوم تقليد العلامة التجارية ويكون ذلك من خلال التعريف اللغوي والفقهني والقانوني، ثم بيان أوجه الاختلاف بين جريمة التقليد والجرائم المشابهة لها.

الفرع الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية:

من أجل الحصول على تعريف ملم لتقليد العلامة التجارية سنتطرق للتعريف اللغوي والتعاريف التي جاء بها الفقه، وأخيراً التعريف القانوني الذي وضعه المشرع الجزائري.

أولاً: تعريف التقليد لغة:

إن التقليد لغة هو اسم مشتق انطلاقاً من طريقة "Façon" من الفعل "Contrefaire" عن اللاتينية "Contre face"، زيف قلده.¹

1 - جيزار كورنو، معجم المصطلحات القانونية، ترجمة منصور القاضي، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 1998، ص 539.

إن تقليد لغة هو عبارة عن إتباع الإنسان غيره بقوله أو بفعل أو معتقداً الحقيقة فيه من غير نظرٍ أو تأمل، كأن هذا المتبع جعل قول الغير أو فعله قلادةً في عنقه، فالتقليد بوجه عام هو عكس الابتكار، إذ هو محاكاة لشيء ما، والمقلد ناقل عن المبتكر، والتقليد في الأصل لا يشكل جريمة لكنه يصبح كذلك إذا كان فيه تعدي على حقوق تتمتع بحماية القانون، كما هو الشأن في حقوق صاحب العلامة التجارية.¹

ثانياً: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية فقهاً:

لا يوجد تعريف فقهي موحد لجريمة تقليد العلامة التجارية بسبب تشعب مواضيعه ومظاهره، فالتقليد هو اصطناع العلامة التجارية نفسها أي النقل الحرفي للعلامة التجارية نقلاً كاملاً أو للأجزاء الرئيسية منها إلى درجة أنه يصعب التفرقة بين كل منهما.

وترى الدكتورة سميحة القيلوبي بأن المقصود بالتقليد هو النقل الحرفي والتام بحيث تصبح العلامة المقلدة صورة طبق للأصل من العلامة الحقيقية.²

كما عرف الدكتور معوض عبد التواب جريمة تقليد العلامة التجارية بأنها: " المحاكاة التي تدعو إلى تظليل الجمهور والعبارة في استظهارها هي بأوجه الشبه بين العلامتين الأصلية والمقلدة دون أوجه اختلاف ".³

كما تعرف بأنها " النقل الذي يرافقه تغيير أو تعديل ويؤدي إلى تشابه بين العلامتين ".⁴

وتعرف أيضاً على أنها: " إتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية مما قد يؤدي إلى تظليل الجمهور أو خداعه لظنه أن العلامة أصلية ".⁵

1 - جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، باب (قلد)، د ط، دار الفكر، لبنان، 1992، ص 367.

2 - سميحة القيلوبي، المرجع السابق، ص 309.

3 - معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحية الجنائية والمدنية، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، ط6، 2001، ص458.

4 - عبد الله حسين خشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2005، ص 209.

5 - محمود عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 11.

رغم الاختلاف في التعريفات يمكن أن نستخلص ونستنتج بأن الجميع اتفقوا على اعتبار التقليد هو نقل واستنساخ جزئي أو كلي لشيء أصلي بطريقة تدليسية قصد غش وتظليل الغير وجعله يخلط بين الأصلي والمقلد.

ثالثاً: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية قانوناً:

نص المشرع الجزائري في قانون العلامات في مادته 26 الفقرة الأولى على أنه: " تعد جنحة تقليد علامة مسجلة، كل عمل يمس الحقوق الإستثنائية قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة " ¹.
وهنا نلاحظ بأن المشرع قد أدرج عبارات لديها معنى شامل ولم يحدد الأفعال والتصرفات التي يمكن أن تعد تقليداً للعلامة، فهذا المعنى جاء عاماً يمتثل العديد من الأوصاف، إذ يعد جرم التقليد مقتصرًا على وضع علامة مشابهة ².

الفرع الثاني: تمييز جريمة تقليد العلامة عن غيرها من الجرائم المشابهة لها:

بما أن التقليد جريمة تتداخل مع كثير من الجرائم الأخرى، والتي يمكن أن تؤدي إلى لبس وخط، وبالتالي سيتم التفرقة بين هذه الجريمة وبعض الجرائم المشابهة لها، وهي كل من التزوير والغش والتشبيه التديسي.

أولاً: تمييز جريمة تقليد العلامة التجارية عن جريمة التزوير:

تتداخل جريمة تقليد العلامة مع جريمة التزوير التي يكون لبها وضع المستهلك محل لبس وتظليله بين السلعة الأصلية والمقلدة، فغايتها غش المستهلك وخداعه، أما التزوير فهو النقل الحرفي للعلامة التجارية

1 - المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات،

2 - فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم بواقي، 2013_2014، ص 18.

بحيث يكون هذا النقل كاملاً مطابقاً للأصل، مما يجعل العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية إلى حد كبير دون وقوع على عملية النقل أي تعديل أو إضافة، في حين أن التقليد هو وضع علامة

مشابهة للعلامة الحقيقية، إلا أنه يوجد خلاف بينهما يوقع المستهلك في الخلط بينهما، فيزيد أو يزيل أجزاء منها ليوهم الغير بإدخال بعض التعديلات على العلامة الحقيقية.¹

أما التقليد فهو وضع علامة مشابهة في مجموعها للعلامة الحقيقية، إلا أنه يوجد اختلاف بينهما يوقع المستهلك في الخلط بينهما، فيزيل أجزاءً منها أو يغير حروفها ليغلط الغير بإدخال تعديلات على العلامة الحقيقية.

ومن هنا فالتزوير يقوم على ركن مادي ومعنوي في حين أن جريمة التقليد تتحقق بغض النظر عن وجود أو عدم وجود سوء نية لأن القصد عنصر مفترض في التقليد.

ثانياً: تمييز جريمة تقليد العلامة التجارية عن جريمة الغش:

إن جريمة الغش هو الترويج لسلعة ذات علامة تجارية بما يخالف حقيقتها بأي طريقة كانت مثل: وضع ملصقات أو توزيع إعلانات في إحدى وسائل الإعلام، أو أي عمل آخر يخفي حقيقة السلعة. أو هو عمل تجاري يتم بشكل مختلف ومنافي للقانون وينجر عليه ضرر للغير ملزم لمن يرتكبه بالتعويض وليس لإصلاحه فحسب، ولكن لمنع وقوعه مستقبلاً.²

فالغش يختلف عن التقليد الذي هو مجرد نقل العناصر الرئيسية للعلامة الأصلية، أو وضع علامة مشابهة للعلامة الحقيقية، فعناصر جريمة التقليد تختلف عن الغش من حيث الأركان، فالركن المادي في التقليد

1 - فتيحة لعالم، مرجع سابق، ص 20.

2 - زوبر جوامع، حماية العلامة التجارية من التقليد في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير جامعة 20 أوت 1955، كلية الحقوق، د ت م، 2012، ص 30.

يتمثل في إثبات فعل عن أفعال التقليد ووضعها على منتجات بسوء نية أو عرضها للبيع، بينما الركن المادي في جريمة الغش يرتكز في فعل الخداع وإلباس أمر من الأمور مظهراً يخالف ما هو عليه.

ثالثاً: تمييز جريمة تقليد العلامة التجارية عن التشبيه التديليسي:

يعد مرتكب الجنحة التشبيه التديليسي لعلامة كل من اصطنع علامة مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية، ومن هنا تختلف هذه الجنحة عن التقليد، لأنها تفترض وجود عنصرين، العنصر المادي الذي يعتمد على التشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي إلى الخلط بين العلامتين، والعنصر المعنوي إذ يلزم أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد لخداع المستهلك.¹

وإذا كان المشرع الجزائري لم ينص على التشبيه التديليسي في قانون العلامات، إلا أن المادة 29 من الأمر 57/66 نصت بوضوح على أنه يجب أن يكون التشبيه التديليسي من شأنه أن يخدع المشتري.² وعليه فجنحة التشبيه تحدد بحسب الصفات الإجمالية للعلامة، وبحسب المستهلك العادي أو ذي الثقافة البسيطة، فضلاً عن هذا المشتري لا يجد أمامه عند عملية الشراء للعلامتين مجال لمقارنتهما. إذا فالتشبيه التديليسي يكون خلافاً لجنحة التقليد، مبنياً على مسؤولية المعني بالأمر الذي يهدف قبل كل شيء إلى خداع الجمهور.

المطلب الثاني: صور التقليد وآثاره:

سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى فرعين، الفرع الأول سنتناول فيه أهم صور التقليد، أما الفرع الثاني فسنطرق فيه إلى جملة من آثار تقليد العلامة التجارية.

1 - فرحة زراوي، مرجع سابق، ص 263.

2 - المادة 29 من الأمر الملغى، رقم 57/66، المتعلق بالعلامات، السابق الذكر.

الفرع الأول: صور التقليد:

يرجع السبب الأساسي من العلامة التجارية إلى إمكانية تمييز المنتجات والسلع عن بعضها البعض، غير أن الرغبة في التحصيل على أكبر ربح ممكن من هذه العلامة، يؤدي إلى الإضرار بالهدف من ورائها بالاعتداء عليها وذلك بالتقليد، والذي أبدع المقلدون في وسائله وصوره، والذي قد يكون بإضافة أو تعديل أو زيادة أو حذف وحتى عن طريق الكمبيوتر والإنترنت، وسيتم التطرق إليها فيما يلي:

أولاً: التقليد الجزئي للعلامة:

ويكون هذا النوع من التقليد بإجراء تغيير أو تعديل طفيف على العلامة الأصلية، وذلك بغرض تظليل المستهلك وتغليله، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث أن العلامة الجديدة يمكن أن تظلل المستهلك وتجذبه إليها،¹ وهذا لإحتمال وقوع المستهلك في خلط لوجود تشابه بين العلامتين. ويمكن أن يكون التقليد الجزئي بإضافة عنصر أو حرف للعلامة الأصلية حتى لا يظهر هناك فرق بين كل من العلامة الأصلية والمقلدة.

ومن أمثلة التقليد بإضافة حرف ما جاء به حكم قضاء فرنسا في هذا الموضوع، في قضية بوجود تقليد بين علامة " MARINI " و " MARTINI " من خلال إضافة حرف " T "، وكذلك في قضية مواد التنظيف بين علامة " NET " وعلامة « O NET » واعتبر أن علامة " O NET " هي تقليد للعلامة التجارية « NET » وذلك من خلال إضافة حرف " O " .²

كما قد يقع الخلط على العلامة بإضافة حرفين أو أكثر مثال ذلك ما قضى به مجلس قضاء الجزائر، إذ أكد في قرار بتاريخ 1989/01/30، والذي أقر فيه بوجود تقليد بين كل من علامة " BANITA "

1 - سعيدة راشدي، حماية العلامة التجارية من التقليد في القانون الجزائري، مجلة البحث القانوني، ع1، 2012، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، د ط، ص 224.

2 - Ali haron , La protection de la marque au maghreb edit par l'office des publication universitaire, alger, 1979, p 194.

" و " HABANITA "، حيث أن العلامة المقلدة أضافت حرفين هما " HA " إلى العلامة الأصلية تمثل تسمية العطر¹

كما يحتمل وقوع التقليد بحذف حرف أو أكثر من العلامة الأصلية أو إنقاص عنصر منها، وفي هذا الأساس قضت محكمة بيروت في حكم لها صادر بتاريخ 1958/10/23 والذي أقرت فيه بوجود تقليد بين العلامة " أنتيكار " و " أنيكار " وهما علامتين للساعات، فالعلامة المقلدة قامت بإنقاص حرف " التاء "، وكذلك بالنسبة لعلامة " CARTIER " و " CARTER "، والتي قامت الأخيرة بحذف حرف " أ " .²

ثانياً: التقليد الكلي:

إن جنحة التقليد الكلي للعلامة هي اصطناع علامة مطابقة تطابقاً كلياً للعلامة الأصلية في شكلها الكلي، حيث يتبادر في ذهن المستهلك أنه أمام العلامة الأصلية، لعدم وجود اختلاف واضح وجلي بين العلامتين، حيث أن العلامة المقلدة تحمل نفس شكل القارورة أو العلبة ولها نفس اللون ونفس الكتابة ونفس الاسم، وحتى المكونات المكتوبة على العلبة نجد أنها نفسها، ولها نفس طريقة الاستعمال. ويبقى الاختلاف الوحيد بين العلامتين، في المكونات داخل العلبة ودرجة الجودة التي تحملها العلامة الأصلية، ونجد أن هذا النوع من التقليد بكثرة في مواد التجميل والمواد الإلكترونية وكذلك الألبسة. وبالنسبة لهذا النوع من التقليد فإن جنحة التقليد تتحقق والجريمة تعد قائمة، حتى وإن لم يتم استعمالها، إذ لا يهم إن كانت هذه العلامة تم استعمالها أم لا، كما يشترط سوء النية في هذه الجريمة، فالركن المعنوي مفترض ويبقى تحقق الركن المادي كفيلاً بتوقيع الجزاء على مرتكب الفعل.

1 - قرار مجلس قضاء الجزائر، 1989/01/30، قضية عطر " BANITA " ضد شركة " HABANITA "، منشور بالمجلة

القضائية، حماية الشيك، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المحكمة العليا، قسم الوثائق، ص 62.

2 - سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص 224.

ثالثاً: التقليد عبر الإنترنت:

تعرف التجارة الإلكترونية بأنها عملية بيع أو شراء للسلع من خلال الشبكات الحاسوبية المفتوحة كالإنترنت باعتبارها شبكة عالمية تربط شبكات حواسيب آلية متعددة، فقد أدى تسابق العديد من المنتجين إلى عرض منتجاتهم عبر هذه الوسيلة، وهذا باتخاذ إسم شركة في شبكة الإنترنت وعنوانها الإلكتروني الذي بواسطته يمكننا الدخول عليها ومتابعة آخر المستجدات بخصوصها وهو ما سمي " اسم

الدومين "، " NOM DE DOMINE "، وهو ما أدى إلى ظهور عدة نزاعات في هذا المجال حول إمكانية اعتبار اسم الدومين علامة تجارية تستعمل عبر الإنترنت لترويج وعرض مختلف المنتجات.¹

ويمكننا تعريف التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية بأنه: " كل محاكاة لعلامة تجارية تماثل في مجموعها العلامة الأصلية باستعمال الحاسب الإلكتروني ومن خلال الإتصال بالإنترنت، بحيث يترتب على ذلك إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور من مستخدمي الإنترنت في العالم.²

وإن المساس بهذه المواقع على أساس استعمال علامة تجارية كإسم " دومين " بناءً على فعل منافسة غير مشروعة، فقد جرمه المشرع من خلال القانون 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات،³ حيث جرم الأفعال المؤدية للمساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، وهذا ما جاء في المادة 394 مكرر وما يليها.

ومن أشهر القضايا: قضية "SONY" صاحبة اسم الدومين وموقع "sony.fr" برفع دعوى ضد شخص قام بتسجيل العشرات من أسماء الدومين من بينها: «sony.fr.com» و "sony.prance.com" لشركة "Sony" ادعت على شركة "sony.prance.com" بتعرضها للخسارة وتخفيض شهرة علامتها وحرمانها من تسجيل علامتها باسم دومين نوعي.

1 - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 161.

2 - حمادي محمد رضا، " الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الإنترنت في القانون الجزائري"، مجلة الحقيقة، مجلد 17، عدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أدرار، الجزائر، 2018، ص 25_26.

3 - قانون رقم 15/04 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، يعدل ويتمم الأمر رقم 156/66 يونيو 1966 متضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية، ع 71، صادرة 10 نوفمبر 2004.

الفرع الثاني: آثار تقليد العلامة التجارية:

يترتب عن تقليد العلامة التجارية جملة من الآثار سيتم تناولها من خلال هذا الفرع في ثلاث نقاط: حيث نتناول في النقطة الأولى آثار تقليد العلامة التجارية على العلامة نفسها والمؤسسة "كضحية". وفي النقطة الثانية آثار تقليد العلامة التجارية على المستهلك. وفي النقطة الثالثة آثار تقليد العلامة التجارية بالنسبة للدولة.

أولاً: آثار تقليد العلامة التجارية على العلامة نفسها والمؤسسة "كضحية":

إذ المؤسسة المنتجة هي التي تكون في صدارة المتضررين من التقليد قبل المستهلك على أساس أنها المعنية الأولى بانتهاك جهدها والتعدي على علامتها؛ وعلى أساس أنها صاحبة المصلحة الأولى؛ فحماية الشركات من التقليد للسلع لا تقل أهمية عن حماية المستهلك؛ بل هي في صميم حماية المستهلك ذلك أن أصحاب الحقوق ملاك العلامات التجارية يعانون خسائر كبيرة في السمعة والمبيعات نتيجة تقليد ولا يحق الاعتقاد أن أي مالك لعلامة تجارية يرحب بالتقليد أو يشكل دعاية له بل على العكس فإن التقليد يسبب خسائر فادحة لأعماله.¹

إلى جانب أن التقليد هو جنحة ويعتبر كذلك عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة يفقد المؤسسة حصتها في السوق؛ فانتشار السلع المقلدة الرخيصة التي تؤدي إلى انخفاض الطلب على المنتوجات الأصلية ومن هنا إنخفاض رقم أعمال المؤسسات المصنعة لمنتجات أصلية وارتفاع التكاليف الثابتة كما يعتبر التقليد سرقة لحقوق الملكية الفكرية للمؤسسة وتشويه لسمعتها.

ويؤثر التقليد على العلامة من خلال فقد الثقة فيها من طرف المستهلك؛ كما يمتد أثره للمؤسسة وذلك بانخفاض رقم أعمالها وحصصها السوقية التي جاهدت على طول السنين لتكوينها.

1 - سامية حساين، تقليد العلامة التجارية ووسائل مكافحتها، مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد 16، كلية الحقوق جامعة احمد بوقرة بومرداس الجزائر، جوان 2017، ص 163

ثانيا: آثار تقليد العلامة التجارية على المستهلك:

إن أي شكل من أشكال تقليد العلامة التجارية يؤثر على المستهلك الذي تدور به جملة من المخاطر تمس كل حواسه وحياته المادية؛ وتعد أخطارا مباشرة عليه عندما لا يعرف ما إذا كانت تلك السلعة المقلدة وتباع له أنها أصلية؛ فأضرار كبيرة تضرر بالمستهلك؛ فضلا عن خسارته الأموال.¹

والمستهلك هو أول ضحايا التقليد لأن هذه المنتجات المقلدة تشكل خطر على أمنه وصحته؛ وهذا بسبب عدم قدرة المستهلك على معرفة السلع الأصلية عن السلع المقلدة.

فالمستهلك هو أي وحدة اقتصادية تطلب سلعا وخدمات استهلاكية وقد تكون هذه الوحدة الاقتصادية فردا وهو المشتري؛ كما قد يكون جماعة ما يعرف بالمستهلك الصناعي والذي يقوم بشراء سلع ذات طابع خاص تستخدم إما في التصنيع أو الاستعمال أو إعادة البيع؛ وهذا عادة ما يكون مؤسسة أو شركة تجارية.²

يمتد الخطر على المستهلك بسبب تقليد العلامة التجارية إلى سلامة وأمن المستهلك البدنية والعقلية كما يلحق الضرر بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلك؛ ويرتبط هذا الخطر بالنظر للمنتج المقلد؛ فالمواد الصيدلانية مقلدة المصدر مثلا خطر للمستهلكين حينما يتلاعب بمقادير صنعها أو الإفراط في وضع المواد الفعالة.

والتقليد لمواد التجميل حيث تنتشر في الأسواق مساحيق التجميل رخيصة الثمن والتي تحمل أسماء لماركات العالمية، تخلق الكثير من المشاكل الجلدية عند كل من استخدمها؛ بل وقد تؤدي لأمراض لا يحمد عقبائها.³

ثالثا: آثار تقليد العلامة التجارية بالنسبة للدولة:

1 - سامية حساين، مرجع نفسه، ص162 .

2 - لزه دربالي، جريمة تقليد في الملكية الصناعية واليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر 2016، ص47.

3 - سامية حساين، مرجع سابق، ص162 .

يعد التقليد ظاهرة خطيرة يتعدى ضررها إلى الدولة، وإلى جانب المستهلك والمؤسسة صاحبة الحق في الاستئثار في العلامة التجارية نجد الدولة أيضا تعاني من الخسائر التي يفتعلها أصحاب التقليد سواء كان ذلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة، فتكون الأضرار بصورة مباشرة من خلال التأثير على الخزينة العمومية بسبب التهرب الضريبي ففي عدة أحيان ينطوي التقليد على تهريب البضائع مما يشكل جريمة التهرب الجمركي وهذا ما يترك انعكاسات سلبية لعدم تحكم الدولة في حدودها الجغرافية التي تحكمها. ويؤثر التقليد على الاقتصاد الوطني بجرمان الدولة من تحصيل العملة الصعبة الأجنبية وكذلك تعرض العمال للمخاطر.¹

وتعتبر الصين أكبر مقلد للعلامات التجارية في العالم فقد أشار مركز التجارة الدولي في دراسة له إلى أن انتهاك الصين لحقوق الملكية الأمريكية كلف الاقتصاد الأمريكي عام 2009 نحو مليون وظيفة وخسارة نحو 48,2 مليار دولار في صورة نقص المبيعات من السلع المقلدة وخسائر حقوق الملكية ورسوم التراخيص وفي دراسة حديثة للجنة حقوق الملكية الفكرية الأمريكية قدرت هذه الخسائر نحو 320 مليار دولار سنويا، فالخسائر ضخمة تلحق بالاقتصاديات التي تشكل فيه حقوق الملكية دورا مهما.² فجريمة التقليد تؤدي إلى نتيجة حتمية هي كبح وشل الاستثمار وخلق جو من المنافسة غير المشروعة ولهذا يطلق على السلع المقلدة بالاقتصاد الأسود.

ومن ثمة التأثير على منحنى الاستثمار والاستهلاك ما يؤدي إلى انخفاض مكونات الطلب الكلي الفاعل في تحقيق مستوى أعلى للنتائج القوم.³

المطلب الثالث: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية:

- 1 - عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط2012، ص1، ص71.
- 2 - سميحة العجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017، ص20.
- 3 - سامية حساين، مرجع سابق، ص164.

التقليد كما تحدثنا عليه من قبل: هو نقل العناصر الأساسية للعلامة الأصلية أو نقل بعضها نقلا حرفيا مع إضافة شيء في العلامة لتصبح قريبة الشبه من علامة أخرى وهذا ما يجعل المستهلك متوسط الحرص محل خطأ ولبس وعدم قدرة على التمييز لوجود خلط بينهما.

ولقيام جريمة تقليد العلامة التجارية؛ لا بد من توافر أركانها المتمثلة في كل من الركن الشرعي والركن المادي وأخيرا الركن المعنوي؛ وقبل توافر هذه الأركان لا بد أن تكون العلامة التجارية التي وقع عليها فعل التقليد مسجلة في سجل العلامات التجارية؛ إذ لا حماية جزائية للعلامات التجارية غير المسجلة.¹

وبناء على هذا؛ فإن التقليد إنما يتطلب لتكوينه عنصرا شرعيا وهو النص القانوني الذي يعاقب على هذا الفعل؛ وعنصرا ماديا والمتمثل في التشابه بين العلامات والذي يفرض ازدواجية الاستعمال فلا يشترط التطابق في العلامات وإنما مجرد التماثل بينهما؛ وعنصرا معنويا هو قصد الغش والذي يقصد به غش المستهلك العادي؛ وهي الأركان التي سنتطرق لها فيما يلي:

الفرع الأول: الركن الشرعي:

إن الركن الشرعي للجريمة هو الصفة غير المشروعة للفعل؛ فهو في جوهره تكييف قانوني للفعل والمرجع في تحديده هو قواعد قانون العقوبات؛ وفحواه حكم قانوني على علامة معينة بين الواقعة المرتكبة والمصالح المحمية بالقواعد الجنائية.² فلا يمكن معاقبة الشخص إلا بوجود نص قانوني يقرر تلك العقوبة وهو ما يسمى بمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات؛ حيث قضى بذلك نص المادة 01 من قانون العقوبات والتي جاء فيها "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون".

لقد تناول المشرع الجزائري أحكام الحماية للعلامة التجارية؛ من خلال أحكام تنظيمية تتعلق بالتسجيل وإجراءاته وبتعريف العلامة وأشكالها وصورها؛ ثم عزز هذه القواعد بنصوص جزائية تضمنت عقوبات جزائية وتدابير لأي تعدي على العلامة.

1 - صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 182.

2 - عبد الله سليمان - شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998 - ص 69.

فقد ذهب المشرع الجزائري في قانون العلامات التجارية في المادة 26 منه إلى تعريف جريمة التقليد وإعطائها وصف الجنحة؛ كما بين الأفعال غير مشروعة حتى يعتبر الفعل جريمة معاقب عليها؛ وهي كل عمل يمس بحقوق إستثنائية لعلامة مسجلة، حيث تنص على أنه " ... يعد جنحة تقليد العلامة المسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ".¹

وكذلك نص المادة 28 على أنه: " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة. ويستعمل نفس الحق اتجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توهي بأن تقليدا سيرتكب ".²

ومن هنا فلا يمكن معاقبة شخص إلا بوجود نص قانوني يقرر تلك العقوبة ويجرم الفعل المرتكب وهذا ما يسمى " مبدأ شرعية الجرائم والعقوبات " .

الفرع الثاني: الركن المادي

كما هو متعارف عليه أن للجريمة ركن مادي لا تقوم دونه؛ وإن كان هذا الأخير يشمل كل ما يتعلق بماديات الجريمة من سلوك إجرامي وعلاقة سببية بينهما بالإضافة إلى ذلك قد يشترط القانون توفر عناصر لتحقيق الركن المادي للجريمة كاشتراط صفة معينة في الضحية أو ضرورة ارتكاب الجريمة في زمان ومكان معينين.

ويشترط لقيام جريمة الاعتداء على العلامة التجارية توفر ثلاث عناصر رئيسية هي: السلوك والنتيجة والعلاقة السببية. ومن هنا يمكن تقسيم هذا الفرع إلى ثلاث نقاط وهي: الفعل الإجرامي والنتيجة الإجرامية والعلاقة السببية.

أولا: الفعل الإجرامي:

1 - المادة 26 من الأمر 03 / 06 المتعلق بالعلامات السالف الذكر .

2 - المادة 28 من الأمر 03 / 06 المتعلق بالعلامات السالف الذكر .

إنّ السلوك الإجرامي هو الفعل أو المظهر الخارجي للجريمة؛ وقد يكون السلوك الإجرامي إيجابياً يتمثل في الإقدام على الفعل الذي ينهي القانون عن ارتكابه وقد يكون الفعل الإجرامي سلبياً يتمثل في الامتناع عن فعل يأمر القانون بالإقدام عليه؛ وجريمة تقليد العلامة التجارية تتطلب سلوكاً إجرامياً إيجابياً.¹ يتمثل في فعل التقليد عن طريق زيادة أو إنقاص عنصر من عناصر العلامة الأصلية وهي تعني التغيير الذي يحدث كأثر للسلوك الإجرامي الذي قام به الجاني²

وتتفق الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية المرتبطة بحماية العلامة على شرط عدم وجود تطابق تام بين العلامتين الأصلية والمقلدة بل يكفي جريمة تقليد وجود غش للمستهلك؛ نتيجة وجود تشابه بين العلامتين فإنّ عدم وجود التشابه لا توجد حالة غش وبالتالي تنتفي جريمة تقليد العلامة.

ثانياً: النتيجة الإجرامية:

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

ثالثاً: العلاقة السببية:

إن العلاقة السببية بين السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية في جريمة تقليد العلامة لا تشكل أي إشكال لأنها تعود إلى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع. حيث يقوم بتقدير التقليد بالمقارنة بين أوجه التشابه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة التي من شأنها إيقاع المستهلك في الغموض بين العلامتين.³

1 - وليد كحول - جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، صادرة عن كلية الحقوق العلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 11، ص 486

2 - وهيبه لعوارم، المرجع السابق، ص 133

3 - وليد كحول، مرجع سابق، ص 486

وإنّ بحث العلاقة السببية لا يكون بشأن كل جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ولكنّه محصور في جرائم معيّنة بالشروط الآتية:

1- يجب أن تكون الجريمة ذات نتيجة؛ مثال ذلك جريمة تقليد العلامة التجارية أما إذا كانت الجريمة شكلية وهي جرائم الخطر والتي يمكن تصورها في جرائم العلامات التجارية؛ فلا تثور مشكلة السببية بالنسبة لها وكذلك تثور مشكلة السببية في الجرائم الإيجابية دون السلبية؛ ذلك أنّ الجرائم السلبية يقوم ركنها المادي بامتناع المجرم دون حاجة لتحقيق نتيجة إجرامية وهذا لا يمكن تصوره في جرائم العلامات.

2- يجب أن يتدخل عامل أجنبي أو أكثر مستقل عن السلوك الإجرامي ويساهم في إحداث النتيجة؛ العوامل الأجنبية إما أن تكون سابقة على وقوع الجريمة أو معاصرة لها أو لاحقة عليها؛ وأمن فعل المجني عليه أو من فعل الغير ومثال ذلك أن يقوم شخص بتقليد علامة تجارية فيشتريها المجني عليه وتضبط بحوزته. فالركن المادي يتمثل في اصطناع علامة مماثلة أو جزء منها تؤدي لخداع المستهلك فيظنها العلامة الأصلية.¹

الفرع الثالث: الركن المعنوي:

إن جريمة تقليد العلامة من الجرائم العمدية التي يجب أن يتحقق فيها القصد الجنائي بعنصرية العلم والإرادة ولا يكفي لقيامها توافر القصد العام: بل لابد من أن يقوم القصد الخاص والذي يتمثل في نية الغش أو الأضرار وهو يكون كذلك إذا كان المغزى من التقليد الاعتداء على حق مالك العلامة أي بعبارة أخرى أن تتجه نية الجاني إلى استعمال العلامة المقلدة في تمييز منتوجه المشابه لمنتوج مالك العلامة الأصلي لغرض تضليل وغش جمهور المستهلكين.

1 - ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سابق، ص 304

ففي القصد الجنائي العام فالعلم هو أن يعلم الجاني بأن العلامة المراد تقليدها هي ملك للغير ومحمية قانونا من خلال تسجيلها، أما الإرادة هي نشاط نفسي يعمل على تحقيق هدف غير مشروع وهو إحداث اللبس في ذهني المستهلك لشراء سلعة أو الإقبال على خدمة تحمل علامة مقلدة.¹

ويسقط العلم في جريمة تقليد العلامة التجارية بسبب الغلط والجهل، وتتفني الإرادة الحرة بسبب وجود مانع من موانع المسؤولية الجزائية كحالة المجنون.

و القصد الجنائي الخاص لجريمة تقليد العلامة التجارية هو كذلك يرتكز على العلم والإرادة، فالغاية الذي يقصدها الجاني لارتكاب الجريمة لتحقيق نتيجة ما فضلا عن إرادته الواعية لمخالفة القانون الجزائري.²

ومن هنا فالمشرع الجزائري حسب المادة 26 من قانون العلامات نراه انه تعمد إسقاط سوء النية في جريمة التقليد، لان حسن النية غير متصور فيها، فمتى كانت العلامة المسجلة نرى أن هناك قرينة لا تقبل العكس على علم الكافة بها وبأوصافها، فلا يقبل بعد ذلك ممن يقلدها الادعاء بحسن النية وبجهله بوجود علامة مسجلة، ومن الواجب أن يبحث عن وجود علامة مشابهة لعلامته قبل أن يستعملها، وذلك بالرجوع للجهات المختصة بتسجيل العلامات التجارية على النمط الذي اوضحناه سابقا.

نستنتج القول إن عمل تقليد يستبعد منه عنصر حسن النية فلا يمكن تخيل أن يكون الجاني حسن النية عند قيامه بتقليد العلامة التجارية.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل العلامة التجارية وجريمة تقليدها وقد قسمناه إلى مبحثين، حيث تم التطرق

1 - وهيبه لعوارم، المرجع السابق، ص 220، 225.

2 - وهيبه لعوارم، المرجع نفسه، ص 226، 227.

في المبحث الأول إلى التنظيم القانوني للعلامة التجارية من خلال تحديد مفهومها وشروطها وأنواعها والتي تعرف بأنها كل رمز يمنح للسلعة أو المنتج أو الخدمة لتمييزها، كما تستلزم توافر شروط موضوعية تتمثل في الجدة والتميز والمشروعية، وأخرى شكلية بضرورة إيداع هذه العلامة وتسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية.

أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه لمفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية، والتي تعرف بأنها كل اصطناع لعلامة مشابهة للعلامة الأصلية، ويستلزم توافر عدة معايير للقول بوجود تقليد، إذ لا بد من الأخذ بأوجه التشابه عما يشابهها مع بعض الجرائم وليس بأوجه الاختلاف، وكان ذلك في المطلب الأول، وبعدها تناولنا صور التقليد وأثاره في المطلب الثاني.

وفي المطلب الثالث والأخير تعرضنا لأركان جريمة تقليد العلامة، إذ لا بد أن تحتوي مثل أي جريمة عن الركن الشرعي والمادي والمعنوي، حيث لم يشترط المشرع سوء نية المقلد وبالتالي توفر القصد العام كاف لقيام الركن المعنوي وبالتالي تحقق جريمة التقليد.

الفصل الثاني: جهود مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري.

عند وقوع أعمال اعتداء على العلامة التجارية فإنه يكون للمتضرر حق المتابعة عن ذلك الفعل، فحدوث تقليد للعلامة ينجم عنه المتابعة الجزائية.

والمتابعة الجزائية هي تلك الإجراءات التي يستطيع من خلالها المتضرر من جريمة و بمقتضى القانون من إقامة دعوى عمومية أمام الجهة القضائية للمطالبة بحقه وهذا بعد التحري بجمع الأدلة الجامعة والمتعلقة بجريمة ما، والتي يقوم بها رجال الضبطية القضائية وإن إجراء المعايينة لجريمة تقليد العلامة التجارية يخضع لنفس الشروط القانونية الموجودة في قانون الإجراءات الجزائية إلا انه يوجد بعض الاستثناءات في نصوص قانونية، خاصة كتلك المتعلقة بقانون الممارسات التجارية والتي نص على إجراءات خاصة يدخل في نطاقها جريمة التقليد العلامة التجارية.

ومن أجل إحداث حماية للعلامة التجارية من جريمة التقليد لا بد من معاقبة الجناة عن طريق تحريك دعوى عمومية أو مدنية ضدهم، من المجني عليه أصحاب العلامات فقط، وتنتهي هذه الدعوى، إما بالحكم على المعتدين وعقابهم أو تبرئتهم وسنقوم بالتطرق في هذا الفصل لمبحثين (المبحث الأول) إجراءات المتابعة في جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري أما (المبحث الثاني) فسنتناول الأجهزة المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة تجارية.

المبحث الأول: إجراءات المتابعة في جريمة التقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري:

تمتاز العلامة التجارية المسجلة بحماية قانونية ثنائية جزائية ومدنية، فهي تمنح لمالكها الحق في متابعة كل شخص قام بالاعتداء على العلامة و المطالبة بمعاقبته جزائيا، وكذلك يمكن لصاحب العلامة الحق في المطالبة المدنية بالتعويض عن الضرر الذي لحقه، نظير المساس بالعلامة والمشرع الجزائري يبين ذلك من خلال الأفعال التي تشكل تعدي على العلامة التجارية منها جنحة تقليد العلامة وهي جريمة يعاقب عليها القانون جزائيا، والدعوى المدنية غالبا ما ترفع تبعا للدعوى الجزائية، وسنحاول في هذا المبحث التطرق إلى ثلاث مطالب هي كالآتي: حيث سأتحديث(المطلب الأول) على خصائص دعوى تقليد العلامة التجارية، ثم نعرض (المطلب الثاني) ونتطرق فيه للحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، وفي (المطلب الثالث) سنتطرق للحماية المدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد.

المطلب الأول: خصائص دعوى تقليد العلامة التجارية:

التعدي على العلامة التجارية المسجلة تمنح صاحب العلامة الحق في رفع الدعوى وهي أيضا اختصاص أصيل للنيابة العامة بصفتها ممثلة للمجتمع ودعوى التقليد هي دعوى جزائية يطالب فيها صاحب الحق بعقاب المعتدي على علامته جزائيا،¹ وإنّ لدعوى تقليد خصائص تميزها عن الدعوى المدنية والتي تسمى دعوى المنافسة غير المشروعة، بحيث يطالب فيها صاحب العلامة بالتعويض عن الضرر الحاصل من المنافسة غير المشروعة أو الذي لحق به من الاعتداء، وسنتناول خصائص دعوى تقليد في الفروع الآتية:

الفرع الأول: حصر دعوى التقليد على المسجلة فقط:

يشترط في دعوى تقليد العلامة أن تكون مسجلة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية وهذا ما جاء في نص المادة 26 من نفس القانون انه "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها"، وعليه لا يستطيع صاحب العلامة التجارية متابعة المعتدي عليه جنائيا إلا بتوفر شرط جوهرى وهو التسجيل.²

1- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص398.

2 - سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص592.

فإن توفر شرط التسجيل قامت الحماية الجزائية للعلامة، وأصبح التعدي عليها يشكل جريمة يعاقب عليها القانون أما إذا كانت العلامة غير مسجلة فلا تقوم تلك الحماية وهنا يعتبر التسجيل شرطا أساسيا لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية.

كما حددت المادة 09 من فقره 01 من القانون 106/03¹ المتعلق بالعلامات على الحقوق التي تترتب على تسجيل العلامة التجارية فهي تمنح لصاحبها حق ملكيتها على السلع، والخدمات التي يعينها لها بمعنى أن قيام التسجيل يمنح مالك العلامة التجارية حق التصرف في علامته ومواجهة الغير في حالة التعدي عليها، كما يخول له كذلك حق تنازل عنها أو الترخيص باستغلالها وبذلك تكون علامته محمية من جميع الانتهاكات والتي قد تؤثر سلبا على صحة المستهلك بنسبة جد كبيرة.

وبالرجوع لقانون العلامات الجزائري فقد نص على إمكانية إبطال العلامة من طرف الجهة القضائية المختصة، إذا كانت من بين قائمة العلامات التي لا يجوز تسجيلها مثل الرموز والعلامات المشابهة لعلامة مشهورة، ولصاحب العلامة المشهورة الحق في منع الغير من استغلال علامته دون رضاه وعلمه. وسبب اشتراط التسجيل للعلامة لأجل تمتعها بالحماية الجزائية يعود لسببين:

السبب الأول: حتى يتم تحفيز مالكي العلامات التجارية بتسجيلها وذلك بإعطائهم تشجيع يدفعهم لتسجيل العلامات لكي يكون لهم الحق من الحماية الجزائية لها،² فتسجيل العلامة يؤدي إلى الاستقرار في المعاملات التجارية العديد من النزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية تكون بسبب قيام عدة أشخاص باستعمال نفس العلامة دون علم أحد بالآخر باستعمالها، وذلك لعدم وجود سجل يمكن من خلاله معرفة العلامات المسجلة والمستعملة في الأسواق بخلاف ما هو الأمر عليه بالنسبة للعلامات المسجلة.³

1 - الأمر 06 /03 المتعلق بالعلامات، السالف ذكر.

2 - عدنان غسان برانبو، مرجع سابق، ص 832.

3 - عدنان غسان برانبو، المرجع نفسه، ص 831.

والسبب الثاني: إن تسجيل العلامة التجارية يرافقه غالبا نشرا للعلامة، حيث انه يكون بإمكان أي شخص الاطلاع على المعلومات المرتبطة بالعلامة المسجلة من حيث الشخص مالکها وتاريخ تملكه لها مما يعني انه يفترض بالعامّة أن يكونوا على دراية بقيام شخص ما باتخاذ رمز أو شارة أو كلمة معينة كعلامة تجارية خاصة به.

الفرع الثاني: دعوى تقليد مقيدة من حيث الزمان والمكان:

تكتسي العلامة التجارية بمظلة الحماية الجزائية يكون خلال فترة سريان تسجيلها فالحماية الجزائية للعلامة التجارية مقيدة من حيث الزمان إذ انه تبدأ منذ اللحظة التي تم فيها التسجيل لدى الجهة المختصة وتستمر هذه الحماية طوال فترة سريان هذا التسجيل.¹

ويمنح حق التسجيل العلامة التجارية الحقل لمالكها في استغلالها أو التنازل عنها بواسطة ترخيص للمتنازل له عنها، إذ ينقض هذا الحق بانقضاء المدة المحددة للتسجيل ويفقد مالکها هذا الحق، ما عدا في حالة تجديد التسجيل وفقا لما هو محدد قانونا.

وتكون مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة 10 سنوات تستمر لنفس المدة منذ قام المعني بتجديد تسجيلها بصفه منتظمة بشرط ان يتم الاستمرار في استخدامها وهو ما ورد في الأمر 06/03 في مادته الخامسة منه كما يسري تجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل شريطة أن لا يتضمن تجديد التسجيل أي تغيير كلي في العلامة.

ويقدم طلب التجديد حسب الشروط المحددة في المادة 07 من المرسوم التنفيذي 277/05²

إلى المصلحة المختصة في مهلة 06 أشهر التي قبل انقضاء التسجيل أو 06 أشهر على الأكثر التي تلي

1 - عدنان غسان برانوبو، المرجع نفسه، ص 832، 833.

2 - انظر المرسوم التنفيذي 277/05 المتعلق بكيفيات إيداع وتسجيل العلامات. ج. ر. العدد، 54 المؤرخ في 07 أوت 2005.

انقضاءه مع دفع رسوم التجديد مما يعني ان الحماية الجزائية ترتبط بتسجيل العلامة التجارية فتقوم بقيام تسجيل وتنقضي بانقضائه.

وإن الحماية الجزائية بصفة عامة أو دعوى التقليد مقيدة مكانا ذلك ان هذه الحماية تقوم فقط على في الدولة التي تم فيها تسجيل العلامة التجارية، وتعتبر هذه الخاصية نتيجة لإقليمية الحق في العلامة التجارية،¹ فالحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة لا تتعدى نطاق الدولة التي سجلت فيها العلامة فلا تحمي العلامة خارج الدولة إلا إذا كان هناك اتفاق بين دولتين على هذا الموضوع فالحماية الجزائية تكون في إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة التجارية مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية.²

ولقد جاء في المادة 04 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على إلزامية تسجيل العلامة التجارية، بحيث علقت استعمال علامة السلع والخدمات عبر الإقليم الوطني يكون بعد تسجيلها أو إيداع طلب التسجيل الذي يخصها وذلك عند الجهة المختصة.

وبموجب اتفاقية مدريد يستطيع صاحب العلامة التابع لإحدى الدول المنعقدة ان يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي والمقصود بالبلد الأصلي الدولة التي يوجد فيها إقليمها منشأ العلامة أو موطن مالك العلامة أو جنسيته ويعتبر تمتع العلامة بالحماية خارج حدود دولتها امتدادا للحماية القائمة في بلدها الأصلي متى تمت وفقا لأحكام التشريع.³

1 - سميحة القبلي، مرجع سابق، ص 833.

2 - عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 199.

3 - أنظر الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

الفرع الثالث: دعوى التقليد تنصب على ذات الحق في العلامة:

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

وقد يحتج مرتكب التقليد أنا مالك العلامة لم يلحقه ضرر بسبب انتفاء المنافسة بينها لأن المنتجات التي لا تحمل العلامة المزورة تباع في الأسواق المختلفة، غير انه الرأي يرى على أنه ولو لم تلحق مالك العلامة أضرار مادية إلا أن الأضرار المعنوية ستصيبه بمجرد المساس بحقه بملكية العلامة.¹

ولا يكون الفعل مكون لجريمة التقليد بمجرد التقليد للعلامة فعلا ولو لم تستخدم على المنتجات لتمييزها فلا يشترط لتوافر أركان الجريمة أن يقع الخلط أو اللبس فعلا بين وجمهور المستهلكين بل يكفي أن يكون حدوثه أو دخوله.²

ما نستنتجه في الأخير أنه من خصائص دعوى التقليد إنها ليست محظورة في حماية العلامة في حد ذاتها فقط، وإنما تمتد لتشمل الحق في العلامة أي الحق في تصرفها واستعمالها كما يمكن التنازل عنها أو السماح للغير باستعمالها وذلك بمنح ترخيص من صاحبها.

1 - عدنان غسان بامبو، مرجع سابق، ص 838 / 839.

2 - سميحة القيلوبي، مرجع سابق، ص 586.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد:

إن التعدي على العلامة التجارية المسجلة يعطي صاحب الحق في رفع دعوى جزائية تتمثل في دعوى تقليد يطالب فيها بعقاب المعتدي جزائياً، وعليه سيتم التطرق إلى ذلك في عنصرين حيث سنتناول أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية في (الفرع الأول) والأشخاص المتابعون جزائياً في (الفرع الثاني):

الفرع الأول: أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية.

وفي هذا نجد ثلاث أطراف يباشرون دعوى تقليد وهم:

أولاً: تحريك الدعوى العمومية من قبل مالك العلامة.

هو الشخص الذي قام بتسجيل العلامة أولاً ويعتبر ضحية ويحق له ورفع دعوى عمومية وهذا ما نلاحظه من نص المادة 82 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات بقولها: انه يحق لصاحب تسجيل العلامة رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليداً للعلامة المسجلة.¹

ويستفيد صاحب العلامة التجارية من الحماية الجزائية في فترة سريان تسجيل وذلك لمدة 10 سنوات أما إذا تم الاعتداء على ملكية العلامة وقت انقضاء الحق فيها فلا يعد اعتداء لكن لهذا الأخير أن يستفيد بحماية مؤقتة بعد انقضاء آثار تلك العلامة وتتمثل هذه المدة في الستة أشهر الموالية لتاريخ انقطاع آثار هذه العلامة.²

1 - الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق 62.

2 - حمادي زبير، مرجع سابق، ص 209.

ثانيا: تحريك الدعوى العمومية من طرف المرخص له باستعمال العلامة:

هو كل شخص استفاد من رخصة استغلال علامة مملوكة للمرخص وهذه الرخصة بواسطتها يمنح صاحب العلامة للغير الحق في إستغلال علاماته كليا أو جزئيا بصورة إستثنائية أولا، وذلك بمقابل يكون في شكل إتاوات¹، هو حق شخصي.

وتخضع رخصة استغلال العلامة للشروط الموضوعية العامة الواجب توفرها في كافة العقود ولا بد للإشارة إلى انه يجوز منح حق امتياز الاستغلال بخصوص كافة المنتجات أو الخدمات التي تشغلها العلامة أو البعض منها فقط.

كما يمكن تحديد الإقليم الذي يسمح باستعمال العلامة في مجاله، ومن هنا نلاحظ انه يمكن للمرخص له مباشرة دعوى تقليد إذا لم يمارسها مالکها الأصلي ويمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو إستثنائية أو غير إستثنائية لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي تم تسجيل العلامة بشأنها كما يمكن لصاحب العلامات التمسك بالحقوق المكتسبة اتجاهها من الرخصة للشخص الذي يخل بالشروط ويعتبر استعمال العلامة من طرف حامل الرخصة بمثابة استعمال من طرف المودع او مالک العلامة نفسه.

ثالثا: تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة:

منح القانون السلطة لقضاة النيابة العامة بصفتها ممثلة المجتمع لحماية النظام العام ومتابعة كل من يتهجم على القوانين بتحريك ومباشرة الدعوى العمومية، ويجوز للنياية العامة ممارسة صلاحيات تحريك الدعوى كلما اتضح لها ذلك وتبين بأنه ضروريا لتحقيق حماية للمجتمع أو تعلق الأمر بالنظام العام الاقتصادي.

1 - فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص252.

وهي المخول لها بتحريك الدعوى العمومية ورفعها مباشرتها أمام القضاء نتيجة لجريمة ترتكب قد ينشأ عنها ضرر عام، وللنيابة العامة سلطة الملائمة في مباشرة الدعوى أولا إثر تلقيها محاضر الضبطية القضائية التي تعين الجرائم أو شكاوي أصحابها.¹

كما حدد القانون أيضا أشخاصا آخرين يمكن لهم تحريك الدعوى العمومية طبقا للشروط المحددة في القانون، ومن بين هؤلاء الطرف الذي أصابه الضرر من فعل جناة منسوب للفاعل.²

ويجب الإشارة لنقطة هامة أن النيابة العامة مهما خول لها كامل الصلاحيات من طرف القانون والتي تم ذكرها إلا انه لا يمكنها مبادرة أي متابعه جزائية من تلقاء نفسها فهي لا يتصور علمها بوجود تقليد لعلامة تجارية فور وقوعها إلا بناء على شكوى تتلقاها من المتضرر صاحب العلامة أو من غيره.³

وفي جميع الأحوال فإن للنيابة العامة دورا لا يستهان به وهي الأصل في تحريك الدعوى العمومية بنفسها أو بواسطة طرف آخر لحقته أضرارا جراء تقليد العلامة التجارية كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصها قبل انقضاء مدة ثلاث سنوات من تاريخ ارتكاب الفعل المحرم تحت طائلة سقوط الدعوى بالتقادم كون جريمة التقليد العلامة التجارية جنحة غير مستمرة.

1 - وهيبة العوارم بن احمد، مرجع سابق ص252.

2 - حمادي زويير المرجع السابق 210.

3 - بويشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في قانون الاعمال، قسم الحقوق كليه الحقوق والعلوم السياسية، جامعه محمد امين دباغين سطيف2، 2014/2015، ص54.

الفرع الثاني: الأشخاص المتابعون جزائياً:

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

أولاً: المقلد:

هو الفاعل الأصلي لجريمة تقليد العلامة التجارية وذلك بقيامه باستنساخ العلامة التجارية استنساخاً كلياً أو جزئياً للعناصر الأساسية المكونة لها،¹ ولا يمكن رفع دعوى التقليد على الفاعل الأصلي لوحده إذ كان له شريك أو عدة شركاء.

ثانياً: الشريك:

وإشترط أن يجمع في الاشتراك في أية جريمة رابطة معنوية واحدة بين عدة أشخاص لتنفيذ الجريمة بحيث يتفق الجميع على القيام بفعل واحد ويساهم كل منهم بدور ما في تنفيذها.

ولم يتطرق قانون العلامات 06/03 إلى النص على الشريك تاركاً الأمر إلى القواعد العامة للاشتراك في قانون العقوبات الجزائري.

ويعتبر شريكاً في جريمة التقليد إتفاق 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 واحدة،² ومنه فإن الشريك يشترط فيه علمه بأن العلامة المقلدة أو العلامة المراد تقليدها مسجلة.

1 - وهيبة العوارم احمد، المرجع السابق، ص 62.

2 - عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام للجريمة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 651، 157.

وبالرجوع إلى نص المادة 24 قانون عقوبات الجزائري نجد أنها اعتبرت الشريك هو الشخص الذي ساعد أو عاون الفاعل الأصلي على ارتكاب الأفعال, والمادة 34 ق.ع.ج اعتبرت الشخص الذي يقدم مسكنه أو ملجئه لاجتماع الأشرار الذين يمارسون الجرائم يأخذ حكم الشريك والمادة 445 من ق.ع.ج جاء فيها إن الشريك له نفس العقوبة المقررة للجاني أو الفاعل الأصلي.¹

المطلب الثالث: الحماية المدنية للعلامة التجارية:

تعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية التجارية وأكثرها أهمية، حيث تلعب دورا هاما في نجاح المشروع تجاري وينظر للعلامة التجارية على أنها أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري التي تخول مالكها حق الاستعمال والاستغلال والتصرف الجائز قانونا، حيث أن الوظيفة الرئيسية للعلامة التجارية هي إدخال جميع الإشارات التي تستخدم لتمييز ذاته منتج معين عن ما يشابهه، سواء ظهرت العلامة التجارية في صورة رمز عمادي أو كالحروف أو الأرقام أو في صورة رمز غير مادي الصوت مثلا.

وستتطرق في هذا المطلب إلى كل ما يتعلق بالحماية المدنية انطلاقا من المتابعة المدنية في (الفرع الأول) وفي (الفرع الثاني) سنتطرق لشروط دعوى المنافسة غير المشروعة وبعدها في (الفرع الثالث) سنتكلم عن آثار دعوى المنافسة غير المشروعة.

الفرع الأول: المتابعة المدنية:

إن تقليد العلامة التجارية يمنح لكل شخص أصابه ضرر من هذا التقليد في متابعة الشخص المقلد مدنيا، وهذا عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة حيث سنتناول في هذا الفرع تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة وأساسها القانوني.

1 - انظر الأمر رقم 66/ 651 مؤرخ في 31 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1962 يتضمن قانون العقوبات.

أولاً: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة:

تقوم التجارة على حرية المنافسة والتي تستند إلى الأعراف التجارية النزيهة التي يسعى من خلالها التجار إلى جذب الزبائن والترويج لمنتجاتهم فالمنافسة لها القدرة التي تدفع دائماً إلى تحقيق الابتكار وتعمل كحافز على الإبداع في الحياة التجارية محققة بذلك أفضل الأرباح، ولكن إذا استعملت في المنافسة أساليب من شأنها مخالفه الأعراف التجارية اعتبر ذلك منافسة غير مشروعة تتيح للمتضرر من أفعالها حق رفع دعوى المنافسة غير مشروعة.¹

وتنص المادة 28 من الأمر 206/03² المتعلق بالعلامات على انه صاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالاً توحى بأن تقليدا سيرتكب يفهم من هذه المادة بأن دعوى المنافسة غير مشروعة تتبع دائماً الفعل الذي يكيف انه تقليد أو محاولة تقليد.

وتعرف المنافسة غير المشروعة بأنها كل عمل مخالف للعادات الشريفة التي تقوم عليها التجارة وهدفها ضمان حماية لمالك العلامة، حيث يحقق له استرجاع حقوقه المعتدي عليها بواسطة الدعوى المنافسة غير المشروعة.³

ونستنتج من تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة أنها تكون حول القيام بأعمال تتناقى مع العادات والأعراف النبيلة في التجارة والصناعة وتهدف إلى حماية حرية المنافسة.

1 - أوشن حنان: المرجع السابق، ص82.

2 - الأمر 06 /03 سبق ذكره، ص16

3 - وهيبه العوارم بن احمد، المرجع السابق، ص182.

و من هنا فإن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن يرفعها كل من حل به ضرر جراء المنافسة غير مشروعة سواء كان المنتج للعلامة أو الموزع لها كما يمكن للمستهلكين رفع هذه الدعوى للتعويض عما لحقهم من ضرر.¹

إلا أن المشرع الجزائري بناء على الأمر 06 /03 المتعلق بالعلامات والقانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية اشترط لرفع الدعوى المدنية الأصلية وحتى دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون العلامة التجارية مسجلة كما انه لا يمكن رفع كلا الدعويين إلا لمالك العلامة التجارية المسجلة.²

ثانيا: الأساس القانوني لدعم المنافسة غير المشروعة:

رغم أهمية موضوع المنافسة غير المشروعة إلا أن غالبية التشريعات لم تنظم هذه الدعوى بنصوص صريحة محددة، ولكن تركت أمرها لاجتهاد القضاء أو التدخل في كل مرة يراها ضرورية فقد صار خلاف بين الفقهاء على الأساس الذي على أي ضابط يتعين القول أننا أمام منافسة غير مشروعة فاسند الدعوى في البداية على أساس نظرية التعسف في استعمال الحق، وفريق آخر أسندها للقواعد العامة للمسؤولية التقصيرية وفريق من الفقهاء أسندها على أساس حماية الملكية التجارية وسنعرض فيما يلي هذه الآراء الثلاثة:

1-أساسها التعسف في استعمال الحق:

يرجع تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على التعسف في استعمال الحق إلى العلامة "جوران" مؤيدا ببعض الفقه الذين يرون بأن لكل تاجر الحق في منافسة ابناء مهنته بحرية، ومن شاء ذلك إلحاق الضرر

1 - عبد الوهاب عرفة، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية وبراءة الاختراع والعلامة التجارية والتقليد وحماية حق المؤلف والاصناف النيابية

وجرائم الكمبيوتر والانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، د.س.ن. ص 213

2 - المرجع نفسه، ص 681.

بهم وهذا الضرر لا يرتب مسؤولية من تسبب فيه، إلا في حالات خاصة يلجأ فيها المنافس إلى أساليب غير مقبولة.¹

وهنا فقد وجد بعض الفقهاء في نظرية التعسف في استعمال الحق تطبيقاً للمنافسة غير المشروعة، بحيث لا تكون أمام منافسة غير مشروعة إلا إذا كان هناك تعسفاً في استعمال الحق من قبل المدعي عليه ويؤكد الفقيه جوران بقوله: "بجانب الأعمال التي لا تستند على حق من مثل أعمال التقليد يجب أن ندرك ونميز الأعمال التي تمت بوجه تعسفي في استعمال الحق في حرية منافسة تلك الأعمال التي جاءت عن الطريق العادي وسلكت طريق غير عادي من خلال فكرة الغش وهذه الأعمال كونت المنافسة غير المشروعة".²

فالفقهاء اعتبروا أن المنافسة غير مشروعة هي تعتبر جزاء عن تعسف في استعمال الحق، وذلك لأن التاجر يمتلك حق المنافسة المشروعة، طبقاً للطرق السليمة، التي تعرف عليها العرف في التجارة ويكون قد تعسف في استعمال حقه في حالة تجاوز الشروط والقواعد والضوابط.

2- أساسها المسؤولية التقصيرية:

إن غالبية الفقه والقضاء يتفق على أن أساس دعوى المنافسة غير المشروعة ما هو إلا تطبيق لفكره الخطأ المرتكب من المدعي عليه فقيامه بتصرفات غير سليمة ومخالفة للقيام والأخلاق التجارية وخروجه المألوف عن العادات والتقاليد هو الذي يؤدي إلى مساءلته عن تلك التصرفات.³

ويتفق هذا مع تفسير المادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على: "إن كل خطأ يرتكبه المرء وسبب ضرر للغير يلزم مرتكبه بالتعويض".⁴

1 - وهيبه لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 293.

2 - الهام زعموم، حماية المحل التجاري دعوى المنافسة غير مشروعة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق بن عكنون، 2003، 2004. ص

3 - الهام زعموم، مرجع سابق، ص 42.

4 - القانون المدني الجزائري قانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007، دار بلقيس للنشر، الجزائر، ص 26.

وإن الفقه الكلاسيكي اعتبر أن دعوى المنافسة غير المشروعة لها نفس الشروط المطلوبة في دعوى المسؤولية التقصيرية، وهي ضرورة وجود خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما.¹

3-أساسها حماية الملكية التجارية.

لقد قام بتأسيسها مجموعة من الشراح من بينهم ريبو حيث يتحججون إلى أن الزبائن هم غاية لكل منافسة فلا يمكن حرمان منافسة المضرور من دعوى منافسة غير المشروعة، التي تضمن له حقه في الحفاظ على الزبائن وهذه الحماية أقربها إلى دعوى ملكية منها إلى دعوى مدنية لأنها تمنح له الحق في طلب اتخاذ الإجراءات الوقائية لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة في الحاضر ومنعها من المستقبل.²

الفرع الثاني: شروط الدعوى المنافسة غير المشروعة:

تعتبر دعوى المنافسة غير مشروعة وسيلة مهمة لحماية الحق في العلامة التجارية وتقرير التعويض عن الضرر الذي يلحق مالك العلامة من جراء التقليد للعلامة كما يعتبرها البعض الوسيلة الوحيدة لحماية مالك العلامة التجارية غير المسجلة، أذنت في الحماية الجزائية في هذه الحالة وفي حالة رفع دعوى جزائية وقضت المحكمة ببراءة المتهم لعدم وجود القصد الجنائي فانه لا يبقى أمام المدعي إلا إقامة الدعوى المدنية التي تؤسس على الخطأ ولو كان غير عمدي.

كما يجوز للمدعي أن يرفع الدعوى المدنية التي تقوم على أساس المنافسة غير المشروعة من مالك العلامة أو من أي شخص آخر أصابه ضرر من جراء المنافسة غير المشروعة كالتاجر أو الوكيل للمطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق به من صاحب الفعل الضار ومن هنا فإن شروط دعوى المنافسة غير المشروعة هي كالاتي:

1 - احمد محرز، الحق في المنافسة غير المشروعة، منشورات النسر الذهبي، ط1، القاهرة، 1994، ص272.

2 - وهيبه لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص294.

أولاً: الخطأ:

لم تعرف القوانين الخطأ عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل غير المشروع، كما لم يعرف المشرع الجزائري الخطأ وقد اسند هذه المهمة للفقهاء والقضاء وعلى الرغم من ان المادة 124 من القانون المدني الجزائري تعتبر كأساس للمسؤولية التقصيرية إلا أنها تشير للخطأ فالقانون المدني وان كان لا يعرف الخطأ إلا انه لا يستبعده كشرط وينشر لنا ذلك من خلال المواد 127 و132 من القانون المدني الجزائري.

والخطأ كما استقر الفقه والقضاء على تعريفه "هو إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل إياه".

ويشترط في الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون هناك منافسة بين شخصين وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة ويتحقق الخطأ عمدا وعن مجرد الإهمال وعدم التركيز وبتوفير عنصر الخطأ بالمنافسة غير المشروعة،¹ فالخطأ هو القيام بأعمال داخل بقواعد النزاهة في التجارة وقد نص المشرع الجزائري في القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الحالات التي تكون فيها المنافسة غير المشروعة.²

ثانياً: الضرر:

لا مجال لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة ما لم ينجم عن فعل التعدي على العلامة ضرر يصيب التاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علاماته التجارية إذ أن إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة بدون تحقق الضرر يؤدي إلى عدم قبولها إذ لا دعوى بلا مصلحة، كما أشارت إلى ذلك المادة 03 من قانون أصول المحاكمات المدنية الأردني.³

فيشترط في دعوى المنافسة غير المشروعة أن يثبت المدعي الضرر الذي أصابه والرأي مستقر على ان شرط الضرر أمر ضروري لأن أساس الدعوى هو قواعد المسؤولية التقصيرية. والضرر قد يكون مادي

1 - صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 88 و3.

2 - احمد محرز، المرجع سابق، ص.

3 - عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 182

أصيب التاجر في أمواله وقد يكون ضرر معنوي يتمثل في الشهرة التجارية والسمعة، وان الضرر قد يكون معنوياً لا يمس مصلحة مالية مباشرة للمتضرر وإنما يصيبه في معنوياته كالاعتداء على السمعة وخدش الشرف والحط من الكرامة.¹

ومن هنا ومن هنا لقيام دعوى المنافسة غير مشروعة وجب أن يكون ضرر ناشئ عن الفعل غير المشروع الذي قام به اتجاه منافسه ولا يشترط في الدار أن يكون طفيفاً أو جسيماً وإنما يجب أن يكون ناتجاً عن الإخلال بمصلحة مشروعة المضرور له،² وهنا نقول بأن الضرر هو نتيجة عن الخطأ.

ثالثاً: الرابطة السببية بين الخطأ والضرر:

يشترط حسب القواعد العامة ان تكون هناك رابطة وعلاقة سببية بين الخطأ والضرر، حتى تتمكن من مسائلة المتسبب بهذا الفعل ونطالبه بالتالي بالتعويض³، وهذا لقيام المسؤولية عن العمل غير المشروع، كذلك الأمر بالنسبة لدعم المنافسة غير المشروعة.

والعلاقة السببية هو وجود رابطة بين الخطأ والضرر فإذا تمكن من إثبات هذه الرابطة يكون له الحق بإقامة الدعوى المنافسة غير المشروعة،⁴ وإن لم يتمكن مالك العلامة التجارية من إثبات هذه العلاقة بين فعل الاعتداء والضرر الواقع فلا يمكنه الاستفادة من التعويض عن الضرر ونلاحظ أن الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات يمنح لمالك العلامة التجارية بان يطالب بالتعويض ويوقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها إلا أنه في دعوى المنافسة غير المشروعة وفقاً لقانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فلا يمكن للمطالب بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر، واثبات المضرور لعلاقة سببية بين أفعال المنافسة والضرر

1- عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص182، 183، 184.

2 - حمادي زويير، المرجع السابق، ص175.

3 - الهام زعموم، المرجع السابق، ص62.

4 - عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص190.

الواقع له كما أن الأمر 06/03 ينص على انه يكفي إثبات الأفعال التي تعتبر تقليدا سيرتكب في حين أن قانون 02/04 يشترط إثبات وقوع الضرر فعلا دون الضرر الاحتمالي.¹

ومنه يمكن القول انه إذا توفرت الشروط الذاتية المتعلقة بأطراف الدعوى والشروط الموضوعية المتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر فانه تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة ويستحق صاحبها تعويض متى اثبت وجود الضرر.

الفرع الثالث: آثار دعوى المنافسة غير مشروعة:

بالرجوع للنصوص المقررة للمسؤولية التقصيرية والتي اعتمدت أساسا لدعوى المنافسة غير المشروعة نجد في أساسها انها تتفق على أن كل شخص يسبب ضررا للغير نتيجة خطئه يلتزم بتعويض هذا الضرر حسب نص المادة 124 مكرر من قانون المدني الجزائري والتي تنص على ما يلي: **يشكل الاستعمال التعسفي للحق خطأ لا سيما في الحالات الآتية:**

- إذا وقع بقصد الإضرار بالغير
- إذا كان يرمي للحصول على فائدة قليلة بالنسبة إلى الضرر الناشئ للغير.
- إذا كان الغرض منه الحصول على فائدة غير مشروعة.²

إن الجزاء في دعوى المنافسة غير المشروعة قد يتخذ صورا متعددة فقد يحكم بالتعويض عن الضرر المعنوي أو المادي فالتعويض النقدي غالبا ما يكون تعويضا عينيا، كما قد تقضي المحكمة بنشر الحكم على نفقه المحكوم عليه.³

في المحكمة هي التي تحدد شكل وطريقة التعويض، وكما لاحظنا أن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة يترتب عليها تعويض المضرور على ما أصابه من ضرر باعتبار أن هذه الدعوى تعتبر وقائية كما سنرى:

1 ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، دفاثر السياسة والقانون، كلية الحقوق، جامعة باتنة، الجزائر، ع6 جانفي، 2006، ص184.

2 - القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص26.

3 - الهام زعموم، مرجع سابق، ص115.

التعويض:

تقوم المحكمة في هذا المجال بالحكم على المضرور عما إصابه من أضرار مادية ومعنوية.

أ-التعويض عن الضرر المعنوي:

يمكن أن يصاب صاحب العلامة بأضرار معنوية نتيجة الاعتداء على علاماته بأعمال المنافسة غير المشروعة لا سيما إذا تعلق الأمر بسمعه التاجر حيث يقدر القاضي ذلك التعويض بالاستعانة بأهل الخبرة في ميدان العلامات التجارية.

لم ينص المشرع الجزائري في قانون العلامات عن التعويض على الضرر المعنوي في هذه الحالة، حيث نص على أن المحكمة المختصة عند الاقتضاء يمكنها أن تتخذ كل إجراء تراه مناسباً لذلك.

ب-التعويض عن الضرر المادي:

يرجع تقدير التعويض المادي للمحكمة، حيث تمنح تعويضاً كافياً للمضرور يناسب ما أصاب التاجر من خسارة وما فاته من كسب.

ج-أنواع التعويض:

قد يكون هذا التعويض عينياً وفي حالة الاستحالة فوجب اللجوء لتعويض بديل وهو غير عيني أي تعويض نقدي.

ج1-التعويض العيني:

هو تعويض مباشر يعيد الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب الخطأ المادي الذي أدى إلى وقوع الضرر، ويكون التعويض في حالتين هما حالة الضرر الفعلي وهو إجراء علاجي وفي حالة الضرر المستقبلي وهو إجراء وقائي.

ج2-التعويض النقدي:

هو الأكثر شيوعاً من أشكال التعويض فتقضي به المحكمة جراء من أصابه ضرر نتيجة عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة وكما هو معروف أن الحق في التعويض ينشأ من حدوث الفعل الضار غير أنه لا يقوم إلا بحكم قضائي يحدد مقداره وطريقة تأديته، وعب إثبات وقوع أضرار يكون على عاتق المدعي، وإن ما يشمله التعويض الذي تقضى به المحكمة للمدعي مصاريف الدعاية والإعلان التي قام بها المدعي ومقابل التعدي على ما يتمتع به المدعي من سمعه حسنه لدى العامة وعلى نشاطه التجاري أيضاً والضرر المعنوي الذي لحقه، إضافة إلى كل ما قد يكون دفعه من مصاريف، حيث يتأكد ويتحصل على أدلة تثبت قيام المدعي عليه بأفعال غير مشروعة.¹

المبحث الثاني: الأجهزة المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

تؤدي الأجهزة الدولية والإقليمية المعنية بمكافحه جريمة تقليد العلامة التجارية دوراً مهماً في مجال حماية العلامة، حيث تتمثل الأجهزة الوطنية في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وإدارة الجمارك ومصالحه مراقبة الجودة، وقمع الغش، وتتمثل الأجهزة الدولية في الشرطة الجنائية الدولية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية والمنظمة العالمية للجمارك وستتناول كل هذه الأجهزة في نقطتين نتناول في النقطة الأولى الأجهزة الوطنية المعنية بمكافحة جريمة التقليد العلامة التجارية (المطلب الأول) وفي النقطة الثانية الأجهزة الدولية المعنية بمكافحه جريمة تقليد العلامة التجارية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الأجهزة الوطنية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

لقد سعت الجزائر منذ الاستقلال إلى سن وتطوير قوانين تتناسب وتتلاءم مع التطورات المتسارعة في مجال العلامات التجارية إضافة إلى الحماية التي تقدمها النصوص القانونية وإعطاء صاحب الحق ومالكه اللجوء إلى القضاء من أجل الدفاع عن حقه، لم يكتفي المشرع الجزائري بذلك بل أنشأ هيئات وأجهزة

1 - الهام زعموم، مرجع سابق، ص 119، 120.

إدارية وحوّلها صلاحية التدخل لحماية العلامة التجارية من جريمة التقليد، وستتناول هذه الأجهزة والهيئات في ثلاث نقاط نتناول، في النقطة الأولى المعهد الوطني للملكية الصناعية (الفرع الأول) وفي النقطة الثانية إدارة الجمارك (الفرع الثاني) وتخصّص النقطة الثالثة لمصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش (الفرع الثالث).

الفرع الأول: المعهد الوطني للملكية الصناعية.

لقد عرفته المادة الأولى من المرسومة التنفيذي رقم 68 /98 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية وتحديد قانونه الأساسي، حيث جاء في مضمونها أنه مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي¹ وسيتم التطرق إلى كل ما يتعلق به كما يلي:

أولاً: تنظيم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية واختصاصه:

1-تنظيم المعهد: يتمحور هذا التنظيم من الناحية الإدارية ومن الناحية المالية.

أ-التنظيم من الناحية الإدارية:

- يقوم بإدارة المعهد مدير عام مسؤول عن تسيير العام ويمثله من الناحية القانونية يعين بموجب مرسوم وزاري ويساعده في أداء مهامه مدير أو أكثر كما يختص مدير المعهد ب:
- اقتراحات التنظيم الداخلي للمعهد والحفاظ على أملاكه.
- تنظيم عملية جمع المعلومات المتعلقة بالملكية الصناعية ومعالجتها وتحليلها.
- إعداد الميزانية التقديرية للمعهد وإبرام الصفقات والاتفاقات.
- تحفيز اجتماعات مجلس الإدارة وتنفيذ نتائج مداولاته.

1 - مرسوم تنفيذي 68/98 المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق ل 21 فبراير 1998، المتضمن انشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتحديد قانونه الاساسي الصادرة في 02 ذو القعدة 1418. الموافق ل 01 مارس 1998، ص21.

- يتكون مجلس الإدارة من ممثلي وزارة التجارة ووزارة المالية ووزارة الفلاحة ووزارة الشؤون الخارجية، ووزارة الصحة، ووزارة الدفاع الوطني، ووزارة البحث العلمي.¹

ب-التنظيم من الناحية المالية.

يكلف محافظ الحسابات المعني بمراقبة حسابات البحث وبالتالي حضوره يكون استشاريا، ويعلم مجلس الإدارة بنتائج المراقبة، كما يقوم بإرسال تقديره الخاص بالحسابات إلى مجلس الإدارة في نهاية كل سنة مالية.²

2-اختصاصات المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

يؤدي المعهد مهمة الخدمة العمومية ويمارس صلاحيات الدولة فيما يتعلق بالملكية الصناعية، كما يقوم بتطبيق السياسة الوطنية في مجال الملكية الصناعية وخاصة السهر على حماية الحقوق المعنوية للمبدعين³ وهو بذلك يعمل على:

- دعم القدرة الإبداعية والابتكارية التي تتماشى والضرورة التقنية.
- تحسين ظروف استيراد التقنيات الأجنبية للجزائر بالتحليل والرقابة وتحديد مسار اقتناء التقنيات الأجنبية.
- توفير حماية لحقوق الملكية الصناعية.

ثانيا: دور المعهد كآلية لحماية العلامة التجارية من جريمة التقليد.

1 - المادة 11 من المرسوم 98 / 68، المرجع سابق.

2 - الياس ايت شعلان حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة ماجستير قانون دولي للأعمال، كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2016، ص98.

3 - صخراوي الطيب، الحماية المؤسساتية للملكية الصناعية في التشريع الجزائري، مجلة صوت القانون العدد 11، المجلد الثامن، 2021، ص938.

يكمن دور المعهد في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية بإتباع جملة من الإجراءات، تتمثل في الايداع والتسجيل والنشر وهي اجراءات هامة لحماية العلامة من التقليد وقد سبقت تطرق لهذه الإجراءات في شروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية.

والملاحظ انه لا يوجد على مستوى المعهد جهاز رقابي أو جهاز يتولى فرض النزاعات الناجمة عن التقليد ومنه في حالة وجود أي نزاع فإنه يتم اللجوء إلى القضاء.¹

الفرع الثاني: إدارة الجمارك الجزائرية.

تعتبر إدارة الجمارك مصلحة عمومية ذات طابع إداري تخضع لوصاية وزارة المالية وفي إطار عملها الواسع، حيث تتدخل في كل العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية من خلال التصدير والاستيراد للبضائع، وذلك بمراقبتها والحرص على احترامها للقوانين² وستطرق إلى دور إدارة الجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية وذلك كما يلي:

أولاً: الأساس القانوني لتدخل إدارة الجمارك لحماية العلامة التجارية.

إعترف المشرع الجزائري لإدارة الجمارك بالتدخل لحماية العلامة التجارية، وذلك من خلال نص المادة 22 من قانون الجمارك³ المعدلة بموجب المادة 42 من القانون رقم 17 المتضمن قانون المالية لسنة 2008⁴ التي تنص على انه "تحظر من الاستيراد والتصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية لا سيما:

1 - سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق جامعة المسيلة، الجزائر، 2016، ص46.

2 - صحراوي الطيب، المرجع السابق، ص944.

3 - القانون 98/10 المؤرخ في 29 ربيع الثاني 1419 والموافق 22 اوت 1998 يعدل ويتمم القانون 79/07 المؤرخ 26 شعبان 1939 الموافق ل 21 جولية 1979، المتضمن قانون الجمارك، ج. ح. ج. ع. 61، ص35 صادرة بتاريخ أول جمادى الأولى 1419 1419 والموافق ل 23 غشت 1992، ص19

4- القانون رقم 07/12 المتعلق بقانون المالية لسنة 2008، الجريدة الرسمية عدد 82 مؤرخ في 31 ديسمبر 2007.

السلع بما في ذلك توضيها والتي تحمل بدون ترخيص علامة صنع أو علامة تجارية تكون مماثلة لعلامة صنع أو علامة تجارية مسجلة قانونا بالنسبة لنفس فئة السلع أو التي لا يمكن التمييز بينها فيما يتعلق بمظهرها الأساسي لهذه العلامة الصناعية أو التجارية والتي تسمى بحقوق صاحب العلامة المعنية.

جميع الرموز المتعلقة بالعلامة "علامة رمزية بطاقة ملصق نشره دعائية استمارة الاستعمال، وثيقة الضمان حتى لو تم تقديمها منفصلة عن بعضها ضمن الشروط التي قدمت في السلع المذكورة أعلاه.

الأغلفة الحاملة لعلامات السلع المقلدة المقدمة بصفة منفصلة ضمن نفس الشروط التي قدمت فيها السلع المذكورة أعلاه.

وعلاوة على ذلك لم يكتفي المشرع الجزائري فقط على تدخل إدارة الجمارك في حالة التقليد بل أجازها أيضا بموجب المادة 22 مكرر من قانون الجمارك المعدلة بموجب المادة 43 من قانون المالية لسنة 2008 بأن تتدخل حتى في حالة السلع المشبوهة بالتقليد متى تم التصريح بها لوضعها للاستهلاك أو تم التصريح بها للتصدير أو تم اكتشافها عند إجراء المراقبة طبقا للمواد 28 و98 و51 من قانون الجمارك أو كانت موضوعه تحت النظام جمركي اقتصادي أو موضوعي في منطقته حرة.

ثانيا: طرق تدخل إدارة الجمارك في مكافحة تقليد العلامة التجارية.

لقمع أي تواجد مشبول لبضائع و سلع تحمل علامات تجارية مقلدة على مستوى النطاق الجمركية يتم التدخل وفق آليتين إما بناء على طلب وإما أن تتدخل بصفه تلقائية.

1-التدخل بناء على طلب.

يمكن لمالك العلامة وهو صاحب الحق فيها إيداع طلب خطي لدى المديرية العامة للجمارك يلتمس فيه تدخل إدارة الجمارك عندما تكون السلع تحمل علامة مقلدة ويجب أن يحتوي الطلب على وصف دقيق بما فيه الكفاية للسلع لتتمكن من التعرف عليها بالإضافة إلى بيان يثبت أن صاحب الطلب هو مالك الحق بالنسبة للسلع المعنية.¹

2- التدخل التلقائي.

يعد تدخل تلقائي كآلية ثانية الذي على أساسه تتحرك إدارة الجمارك لحماية العلامة التجارية بمبادرتها الخاصة أن تعلق جمرك بضائع وسيلة اعتزى أنها محل شك، وقد يحدث به بمناسبة عملية الرقابة الاعتيادية التي تمارسها الإدارة الجمركية على حركة البضائع أن تكتشف بضائع مشبوهة بالتقليد وهنا يكون للمصالح الجمركية ومبادرة منها توثيق البضائع من خلال تعليق رفع اليد عنها.²

الفرع الثالث: مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش

تعتبر مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش هيئة عمومية ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة التجارة وكونها مصلحة من مصالح وزارة التجارة فهي مكلفه بكل عمليات التجارة الخارجية والداخلية وذلك بفرض الرقابة على السلع والمنتجات والتأكد من مطابقتها بهدف تفادي المخاطر التي تهدد صحة المستهلك وأمنه وكذا مصالحه المادية³ وسنتناول في هذا الفرع الأساسي القانوني لتدخل مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش ثم جهود هذه المصلحة في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

أولاً: الأساس القانوني لتدخل مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش

إن تدخل الأعوان المكلفين برقابه الجودة وقمع الغش يستمد أساسه من:

1 - وهيبة العوارم بن احمد، المرجع السابق، ص 206.

2 - صخراي طيب، المرجع السابق، ص 945.

3 - نادية زواني، الاعتداء على الملكية الفكرية التقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2002، 203، ص 126.

1- قانون حماية المستهلك :

وذلك عملا بنص المادة 25 من القانون رقم 9 3 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ والتي تقتضي بمتابعة و مراقبة أي إشارة او علامة مقلدة تحدث خلطا في ذهن المستهلك بينها وبين العلامة الأصلية وفي المواد من 53 إلى 67 من نفس القانون التي قد تصل إلى إصدار قرار بسحب المنتج المقلد عملا بنص المادة 65 منه وكما قد تقرر إتلافه

2- قانون مراقبة الجودة وقمع الغش :

نجد المرسوم التنفيذي 315/1 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش وفي مادته 05 نصت على كل الصلاحيات الأساسية المخولة للأعوان المكلفين بالرقابة ان يطلعوا على المنتوجات والخدمات واكتشاف عدم المطابقة للمقاييس المعتمدة او مواصفات القانونية والتنظيمية التي يجب ان تتميز بها.²

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

1- ممارسة الرقابة :

لإضفاء رقابة على المنتوجات والخدمات فإن الأعوان المكلفين بالرقابة وقمع الغش يمارسون صلاحياتهم هذه عن طريق المعاينات المباشرة والفحوصات البصرية وبواسطة أجهزة المكايل والموازين والمقاييس وكذلك بالتدقيق في الوثائق والمستندات وكذا الاستماع إلى الأشخاص المسؤولين و أخذ العينات.³

2- التدابير الإدارية

- 1 - القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، عدد 15.
- 2 - مرسوم تنفيذي رقم 01/315 المؤرخ في 28 رجب 1422هـ، الموافق ل 16 أكتوبر 2001، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 3 رجب 1410هـ الموافق ل 30 جانفي 1990، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج، ر، ج. س 38، صادرة بتاريخ 4 شعبان 1422هـ، الموافق ل 21 أكتوبر 2001م.
- 3 - المادة 29 من قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق

تتخذ السلطة المختصة جملة من التدابير التحفظية أو الوقائية بهدف حماية المستهلك وهذا إذا تبين عدم مطابقة العينة للمواصفات الواجب توافرها في البضاعة،¹ وتتماثل هذه التدابير على وجه الخصوص في السحب المؤقت أو النهائي والحجز وإتلاف البضاعة.

المطلب الثاني: الأجهزة الدولية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

إضافة إلى الأجهزة الوطنية المكلفة بالحماية من جريمة تقليد العلامة التجارية هناك أجهزة دولية تساهم في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، وسيتم التطرق إلى هذه الأجهزة من خلال ثلاث نقاط، حيث تناولنا في النقطة الأولى المنظمة العالمية للملكية (الفرع الأول)، وفي النقطة الثانية المنظمة العالمية للجمارك (الفرع الثاني)، وفي النقطة الثالثة المنظمة العالمية للشرطة الجنائية الانتربول (الفرع الثالث).

الفرع الأول: المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

وستتطرق في هذا الفرع إلى تعريف المنظمة العالمية للملكية ودورها في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية:

أولاً: تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

تختصر بتسمية wipo وهي منظمة دولية تابعة لأجهزة الأمم المتحدة مقرها جنيف السويسرية تأسست هذه المنظمة بموجب اتفاقية تم توقيعها في ستوكهولم عام 1967، ودخلت حيز التنفيذ عام 1970، ويبلغ عدد أعضائها حالياً 188 دولة منها الجزائر.²

تعمل المنظمة العالمية للملكية الفكرية من أجل تعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم وإلى تنسيق التشريعات الوطنية في هذا المجال.³

1 - نادية زواني، المرجع السابق، ص 129.

2 - التي انضمت إليها في 14 جوان 1967، ووقعت عليها في 16 جانفي 1975، ودخلت حيز التنفيذ في 16 ابريل 1975، وهذا بموجب الأمر 2/ 75، المنظمة العالمية على للملكية الفكرية.

3 - المنظمة العالمية للملكية الفكرية، <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

ثانيا: دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

تسعى المنظمة أساسا إلى تنسيق القوانين والتشريعات الوطنية ذات العلاقة بالملكية الفكرية حتى يسهل عليها الاستجابة بشكل أفضل وأسرع لطلبات الحماية التي تتلقاها من مختلف الدول، كما تعد الويبو مصدرا لتبادل المعلومات وتقديم المساعدة الفنية والقانونية حول الملكية الفكرية ومن ثم تسهيل تسوية المنازعات القائمة بين الدول الأطراف حول ملكيتها.

الفرع الثاني: المنظمة العالمية للجمارك:

سيتم من خلال هذا الفرع تطرق إلى دور المنظمة العالمية للجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية وذلك كما يلي:

أولا: تعريف المنظمة العالمية للجمارك:

كما تسمى سابقا مجلس التعاون الجمركي وأصبحت تسمى المنظمة العالمية للجمارك، وقد أسست في موجب اتفاقية دولية موقع عليها ببروكسل بتاريخ 15 فيفري 1950 وتعتبر منظمة دولية ما بين الحكومات مكلفة خصيصا وبدون منافسة بالمسائل الجمركية على المستوى العالمي من مهامها الأساسية تنسيق وتوحيد الأنظمة الجمركية وتكفل بالوسائل المتعلقة بالتقنيات والإجراءات الجمركية، كما تقوم المنظمة العالمية للجمارك بتقديم المساعدة التقنية للدول الأعضاء قصد الإعداد لتشريعاتها الجمركية وضمان توزيع المعلومات المتعلقة بمسائل الجمركية، والداعم في شكل برامج تكوين وتنظيم دروس وملتقيات لصالح موظفي الجمارك.¹

ثانيا: دورا المنظمة العالمية للجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

يبرز دور المنظمة العالمية للجمارك من خلال النشاطات البارزة التي قامت بها من خلال سنوات الأخيرة وتلك المتعلقة بوضع مخطط إصلاحه وعصرنة الإدارات الجمركية لمواجهة التحديات، التي قد تواجهها تلك الإدارات وذلك بإصلاح مناهج العمل وهيكلات ولتكييفها مع المتطلبات الجديدة وإدخال آليات تسيير

1- نادية زواني، المرجع السابق، ص151.

عصريه من شأنها تسهيل وتبسيط المبادلات الدولية، ولقد وفر الدليل المعايير انتقاء الرقابة في إطار عملية تسيير المخاطر المتعلقة بالتقليد بالإضافة إلى برامج الدعم التقنية والتكوين لصالح الدول الأعضاء.¹

الفرع الثالث: المنظمة العالمية للشرطة الجنائية.

إن محاربة جريمة تقليد العلامة التجارية تدخل ضمن عمل الشرطة الجنائية العالمية، ولمعرفة دور جهاز الإنتربول لابد من التعريف بهذا الجهاز.

أولاً: تعريف الشرطة الجنائية العالمية (الانتربول).

وهي منظمة دولية تعني بمحاربة الإجرام الدولي المتزايد وتأمين الاتصالات الرسمية بين الرجال الشرطة في جميع أنحاء العالم لتبادل الخبرات والآراء ومناهج العمل،² وتهتم كذلك بالتعاون الدولي بين الدول الأعضاء في مكافحة الجريمة وتعقب المجرمين الذين يستطيعون تجاوز حدود الدولة التي ارتكبوا فيها جرائمهم وعربوا إلى دولة أخرى،³ وتتشكل هذه المنظمة من 190 دولة وتعتبر من الأجهزة التابعة للأمم المتحدة وتعمل تحت إشرافها، أنشأت عام 1956 وبقرار من منظمة الأمم المتحدة في دورتها 25 والتي عقدت في العاصمة النمساوية.

وأصدرت ميثاقاً أساسياً للشرطة العالمية وأصبح هذا القرار نافذ المفعول ابتداء من 13 جوان 1956، ومن ثم أصبح عملها بشكل دائم ومستمر.⁴

ثانياً: دور المنظمة العالمية للشرطة الجنائية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

1 - نسرين بلهاري، النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2022. ص222.

2 الطيب نور، انتربول المنظمة الدولية للشرطة الجنائية، مجلة بونا مدرسة الشرطة، العدد 03، عنابة 2001، ص20.

3 - علاء الدين محمدي، المنظمة الدولية للشرطة الجنائية (الانتربول)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق جامعة أم البواقي، 2015، 2014، ص8.

4 - خلود الياسين، الانتربول شرطه دوليه بلا قوات بتاريخ 2003/5/23 الساعة 10:05

يتضح دور الشرطة العالمية في مكافحة جريمة تقليد العلامة في التعاون والمتمثل في مدهمة الأسواق والمتاجر والمستودعات والقيام بعمليات التفتيش على المراكز الحدودية وترمي أنشطتها التدريبية على الصعيدين الدولي والإقليمي إلى تعزيز قدرة إنفاذ القانون على مكافحة جريمة التقليد،¹ والذي يوضح دور الانتربول في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية هو قضية ضبط سلع مقلدة تفوق قيمتها 200 مليون دولار وألقى القبض على حوالي 1000 شخص في سلسلة العمليات، التي نسقها الانتربول في أمريكا الجنوبية واستمرت طيلة عام 2010 وأدت إلى ضبط ملايين السلع والمنتجات المقلدة لا سيما مواد البناء والملابس والأحذية الرياضية والنظرات الشمسية والهواتف النقالة والكتب بقطع غيار السيارات والبرامج الحاسوبية والمشروبات الكحولية وضبط هذه السلع في أماكن شتى كالأسواق والمراكز التجارية ولد الباعة المتجولين.²

بالإضافة إلى المئات من القضايا التي كانت موضوعها الاتجار بالسلع المقلدة عبر أنحاء متفرقة من العالم وبملايين من الدولارات وكان للانتربول الدور البارز في مكافحتها.

1الانتربول بتاريخ 2023/5/23 الساعة 9:30

2الانتربول المرجع السابق بتاريخ 5/21 الساعة 22:10.

ملخص الفصل.

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى الجهود والآليات الوطنية والدولية المسخرة لحماية العلامة التجارية من جريمة التقليد وتمثل الحماية الوطنية في اعتراف المشرع لمالك العلامة بالحق في مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة والتي تسمى بالحماية المدنية بالإضافة إلى الحماية الجزائية على أساس دعوى تقليد، والتي تعمل على تجريم صور التقليد المتنوعة، كما تم الاستعانة بأجهزة وطنية معنية بمكافحة جريمة التقليد العلامة التجارية من بينها المعهد الوطني للملكية الصناعية إدارة الجمارك ومصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش.

و إلى جانب الحماية الوطنية توجد كذلك أجهزة دولية معنية بحماية العلامة التجارية، وتمثل في المنظمة العالمية للملكية الفكرية المنظمة العالمية للجمارك والشرطة الجنائية الدولية.

خاتمة

خاتمة

بعد عرضنا لمختلف جوانب البحث والذي حاولنا من خلاله الإجابة عن الإشكالية المطروحة في مقدة الدراسة نخلص إلى جملة من النتائج أهمها:

- ربط المشرع الجزائري مفهوم العلامة التجارية بمدى قابليتها للتمثيل الخطي إذ نستنتج بمفهوم المخالفة أن كل علامة غير قابلة للتمثيل الخطي لا يمكن أن تكون علامة تجارية.
- يجب أن تتوفر في العلامة التجارية شروط موضوعية، وأخرى شكلية حتى تكون محلا للحماية القانونية وخاصة التسجيل الذي يعد أساسا للحماية.
- يعتبر التقليد أخطر أنواع الاعتداء على العلامة التجارية ويترتب عليه آثار سلبية على المستهلك وعلى المنافسة المشروعة وعلى الاقتصاد الوطني والدولي على حد سواء.
- تعتبر جريمة التقليد من الجرائم المادية التي لا تحتاج للبحث فيها عن سوء أو حسن النية، فبمجرد إثبات التقليد يكون دليل على قيام هذه الجريمة.
- لم يتناول المشرع الجزائري التقليد الواقع على العلامة التجارية عبر الانترنت بالرغم من وضعه لقانون جديد خاص بالتجارة الإلكترونية تحت رقم 05/18.
- اعتمادا المشرع الجزائري على جملة من الآليات لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، تتمثل في الحماية الجزائية عن طريق دعوى تقليد والحماية المدنية عن طريق دعوى من المنافسة غير المشروعة.
- اعتماد المشرع لأجهزة ومؤسسات إدارية وحوها اتخاذ التدابير الضرورية لمنع انتشار البضائع والسلع المقلدة ويتعلق الأمر بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و إدارة الجمارك ومصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش غير أن السوق الوطني لا زال غارقا بالسلع المقلدة والمغشوشة وهذا ما يدل على نقص فعالية هذه الأجهزة الإدارية.

المقترحات.

بعد عرضنا لبعض النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، ندرج بعض التوصيات والاقتراحات التي يمكن إنجازها فيما يلي:

- ضرورة تعديل الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، ووضع نصوص تواكب التطور الحاصل في مجال العلامات والملكية الصناعية، فبالنظر إلى تاريخ صدوره 2003 نجد انه مر تقريبا 20 سنة ولم يتم إدخال أي تعديل عليه.
- ندعو المشرع الجزائري إلى النص صراحة في قانون العلامات على أحكام خاصة بالتقليد الإلكتروني والجرائم الإلكترونية إذ أن العالم أصبح يتجه أكثر إلى التجارة الإلكترونية.
- نوصي المشرع بأن يولي اهتماما كبيرا في تكوين القضاة المختصين بمجال الملكية الصناعية وخاصة في إطار حماية العلامات التجارية.
- ينبغي على المشرع الجزائري بتشديد عقوبة الحبس والغرامة وهذا كله من اجل عدم تكرار هذه الجريمة من جديد (العود).
- يفترض بالمشرع الجزائري التطرق إلى الهيئات المختصة بحماية العلامة بما في ذلك إدارة الجمارك، الأعراف الاقتصادية، المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يستلزم توزيع صلاحياته وإدراج آليات فعالة للحد من جريمة التقليد.
- يجب على المصالح المختصة القيام بعمليات المراقبة الدورية والفجائية للأسواق والمستودعات والمحلات التجارية للتحقق من السلع المعروضة والعمل بجديده للقضاء على الأسواق الفوضوية كونها تعتبر أهم الأماكن لبيع وتداول المنتوجات المقلدة لغياب الرقابة فيها.

قائمة المراجع والمصادر

قائمة المراجع والمصادر:

1- الكتب:

1. احمد محرز، الحق في المنافسة غير المشروعة، منشورات النسر الذهبي، ط1، القاهرة، 1994.
2. آمنة صامت " الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية " دراسة مقارنة، الطبعة الأولى 2011، ريم للنشر والتوزيع .
3. أوشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
4. محمد محبوبي، النظام القانوني للعلامات، دار أبي رفاق للطباعة والنشر، الرباط، ط1، 2007 .
5. حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012.
6. سميحة القيلوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، 2003.
7. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
8. عبد الله حسين خشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2005.
9. عبد الله سليمان - شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998
10. عبد الوهاب عرفة، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية وبراءة الاختراع والعلامة التجارية والتقليد وحماية حق المؤلف والاصناف النيابية وجرائم الكمبيوتر والانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، د.س.
11. عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط2012، م1.

12. فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2013.

13. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (الحقوق الفكرية)، دار خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

14. معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحية الجنائية والمدنية، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، ط6، 2001.

15. ناصر عبد الحليم السلامات، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية، د ط، دار النهضة العربية، مصر، 2008.

16. وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، الناشر مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، 2015

2- المقالات:

1. رمزي حوحو، كاهنة زاوي، التنظيم القانوني، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى، العدد 05، بسكرة، دون سنة.

2. حمادي محمد رضا، " الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الإنترنت في القانون الجزائري"، مجلة الحقيقة، مجلد 17، عدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أدرار، الجزائر، 2018.

3. سامية حساين، تقليد العلامة التجارية ووسائل مكافحتها، مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد 16، كلية الحقوق جامعة احمد بوقرة بومرداس الجزائر، جوان .

4. سعيدة راشدي، حماية العلامة التجارية من التقليد في القانون الجزائري، مجلة البحث القانوني، ع1، 2012، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، د ط.

5. صخراوي الطيب، الحماية المؤسسية للملكية الصناعية في التشريع الجزائري، مجلة صوت القانون العدد 11، المجلد الثامن، 2021.

6. الطيب نور، انربول المنظمة الدولية للشرطة الجنائية، مجلة بونا مدرسة الشرطة، العدد 03، عناية 2001.

7. عبد اللطيف قرموش - التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص 2012، المحكمة العليا الجزائر، قسم الوثائق .

8. وليد كحول - جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، صادرة عن كلية الحقوق العلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 11

9. ونوغي نبيل، شروط منح العلامة التجارية وفقا للتشريع الجزائري، مجلة آفاق العلوم، العدد 15 جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019.

2- المذكرات والأطروحات الجامعية:

1. بن صالح سارة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018 / 2019.

2. بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في قانون الاعمال، قسم الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعه محمد امين دباغين سطيف2، 2014 / 2015.

3. محمود أحمد عبد الحميد مبارك، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، نابل، فلسطين، 2006.

4. زويير جوامع، حماية العلامة التجارية من التقليد في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير جامعة 20 أوت 1955، كلية الحقوق، د ت م، 2012.

5. سميحة العجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017.

6. سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق جامعة المسيلة، الجزائر، 2016، 2017.

7. علاء الدين محمدي، المنظمة الدولية للشرطة الجنائية (الانتربول)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق جامعة أم البواقي، 2015، 2014.
8. فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم بواقي، 2013_2014.
9. لزهري دربالي، جريمة تقليد في الملكية الصناعية واليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر 2016.
10. ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، دفا تر السياسة والقانون، كلية الحقوق، جامعة باتنة، الجزائر، ع6 جانفي، 2006.
11. نادية زواني، الاعتداء على الملكية الفكرية التقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2002، 2003.
12. نسر ين بلهوار ي، النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحه التقليد، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر.
13. الهام زعموم، حماية المحل التجاري دعوى المنافسة غير مشروعة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق بن عكنون، 2003، 2004.
14. الياس ايت شعلان حماية حقوق الملكية صناعية من جريمة التقليد، مذكرة ماجستير قانون دولي للأعمال، كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2016.

3- النصوص القانونية:

أ- الأوامر والقوانين:

1. الأمر رقم 57/66، المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد 23، لتاريخ 22 مارس 1966،

2. الأمر رقم 86/66 المؤرخ في 28/4/1966 المتعلق بالمرسوم والنماذج الصناعية.
3. الأمر رقم 66/651 مؤرخ في 31 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1962 يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.
4. الأمر 95/75، المؤرخ في 26/09/1975، والمتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.
5. الأمر رقم 65/76 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ
6. المرسوم التشريعي، رقم 17/93 المؤرخ في ديسمبر 1993 المتعلق بحماية الإختراعات.
7. القانون 10/98 المؤرخ في 29 ربيع الثاني 1419 والموافق 22 أوت 1998 يعدل ويتمم القانون 07/79 المؤرخ 26 شعبان 1939 الموافق ل 21 جويلية 1979، المتضمن قانون الجمارك، ج ح. ج. ع. 61، س 35 صادرة بتاريخ أول جمادى الأولى 1419 الموافق ل 23 غشت 1992.
8. الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1924هـ، الموافق ل 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية ج ج، ع 44، س 40، 23 جمادى الأولى 1424هـ، الموافق ل 23 جويلية 2033.
9. قانون رقم 15/04 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، يعدل ويتمم الأمر رقم 66/156 يونيو 1966 متضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية، ع 71، صادرة 10 نوفمبر 2004.
10. المرسوم التنفيذي 277/05 المتعلق بكيفيات إيداع وتسجيل العلامات. ج. ر. العدد، 54 المؤرخ في 07 أوت 2005.
11. القانون رقم 12/07 المتعلق بقانون المالية لسنة 2008، الجريدة الرسمية عدد 82 مؤرخ في 31 ديسمبر 2007.
12. القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، عدد 15.

ب- المراسيم:

1. مرسوم تنفيذي 68/98 المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق ل 21 فبراير 1998، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتحديد قانونه الأساسي الصادرة في 02 ذو القعدة 1418. الموافق ل 01 مارس 1998، ص 21.
2. مرسوم تنفيذي رقم 01/315 المؤرخ في 28 رجب 1422هـ، الموافق ل 16 أكتوبر 2001، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 3 رجب 1410هـ الموافق ل 30 جانفي 1990، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج، ر، ج. س 38، صادرة بتاريخ 4 شعبان 1422هـ، الموافق ل 21 أكتوبر 2001م.
3. المرسوم التنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات وتسجيله، جريدة رسمية صادرة في 07 أوت 2005.

4- القرارات القضائية:

1. قرار مجلس قضاء الجزائر، 1989/01/30، قضية عطر " **BANITA** " ضد شركة " **HABANITA** "، منشور بالجملة القضائية، حماية الشيك، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المحكمة العليا، قسم الوثائق.

5- الاتفاقيات الدولية:

1. اتفاقية ستوكهولم، التي انضمت إليها الجزائر في 14 جوان 1967، ووقعت عليها في 16 جانفي 1975، ودخلت حيز التنفيذ في 16 ابريل 1975، وهذا بموجب الأمر 2/ 75، المتضمن مصادقة الجزائر على اتفاقية المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

5- المعاجم والقواميس:

1. ابن منظور، " لسان العرب "، طبعة الأولى، مراجعة وتدقيق يوسف القاعي وآخرون، دار المتوسط للنشر والتوزيع 2005 ج 3.

2. جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، باب (قلد)، د ط، دار الفكر، لبنان، 1992.
 3. جيار كورنو، معجم المصطلحات القانونية، ترجمة منصور القاضي، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 1998.
 4. مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز (الميسر) دار الكتاب الحديث، الكويت، 1993م.
- 6- المواقع الالكترونية:

1. المنظمة العالمية للملكية الفكرية، <http://ar.wikipedia.org/wiki/>
 2. الانترنت بتاريخ 2023/5/23 الساعة 9:30
 3. خلود الياسين الانترنت شرطة دولية بين قوات بتاريخ 2003/5/23 الساعة 10:05
- 7- المراجع باللغة الأجنبية:

1. Ali haron , La protection de la marque au maghreb edit par l'office des publication universitaire, alger, 1979.

فهرس المحتوى

| رقم الصفحة | عنوان المحتوى |
|--|---|
| - | الشكر والإهداء |
| - | قائمة المختصرات |
| أ-هـ | مقدمة |
| الفصل الأول: ماهية جريمة تقليد العلامة التجارية | |
| 7 | تمهيد |
| 8 | المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية |
| 8 | المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عما يشابهها |
| 8 | الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية |
| 11 | الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن ما يشابهها |
| 15 | المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامات التجارية |
| 15 | الفرع الأول: أنواع العلامات التجارية: |
| 16 | الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية: |
| 19 | المطلب الثالث: الشروط القانونية للعلامة التجارية |
| 19 | الفرع الأول، الشروط الموضوعية |
| 20 | الفرع الثاني: شروط الشكلية للعلامة التجارية |
| 22 | المبحث الثاني: مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية |
| 23 | المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية وتمييزها عن الجرائم المشابهة |
| 23 | الفرع الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية |
| 26 | الفرع الثاني: تمييز جريمة تقليد العلامة عن غيرها من الجرائم المشابهة لها |
| 27 | المطلب الثاني: صور التقليد وآثاره |
| 27 | الفرع الأول: صور التقليد: |

| | |
|--|--|
| 30 | الفرع الثاني: آثار تقليد العلامة التجارية: |
| 34 | المطلب الثالث: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية |
| 34 | الفرع الأول: الركن الشرعي |
| 36 | الفرع الثاني: الركن المادي |
| 38 | الفرع الثالث: الركن المعنوي |
| 40 | خلاصة الفصل |
| الفصل الثاني: جهود مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري. | |
| 42 | تمهيد |
| 43 | المبحث الأول: إجراءات المتابعة في جريمة التقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري |
| 43 | المطلب الأول: خصائص دعوى تقليد العلاقة التجارية |
| 43 | الفرع الأول: حضر دعوى التقليد على المسجلة فقط |
| 45 | الفرع الثاني: دعوى تقليد مقيدة من حيث الزمان والمكان |
| 47 | الفرع الثالث: دعوى التقليد تنصب على ذات الحق في العلامة |
| 48 | المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد |
| 48 | الفرع الأول: أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية |
| 51 | الفرع الثاني: المتابعة المدنية |
| 52 | المطلب الثالث: الحماية المدنية للعلامة التجارية |
| 52 | الفرع الأول: الأشخاص المتابعون جزائيا |
| 56 | الفرع الثاني: شروط الدعوى المنافسة غير المشروعة |
| 59 | الفرع الثالث: آثار دعوى المنافسة غير مشروعة |
| 61 | المبحث الثاني: الأجهزة المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية |
| 61 | المطلب الأول: الأجهزة الوطنية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية |
| 62 | الفرع الأول: المعهد الوطني للملكية الصناعية |

| | |
|-------|--|
| 64 | الفرع الثاني: إدارة الجمارك الجزائرية |
| 66 | الفرع الثالث: مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش |
| 68 | المطلب الثاني: الأجهزة الدولية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية. |
| 68 | الفرع الأول: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. |
| 69 | الفرع الثاني: المنظمة العالمية للجمارك. |
| 70 | الفرع الثالث: المنظمة العالمية للشرطة الجنائية. |
| 72 | ملخص الفصل. |
| 74 | الخاتمة |
| 84-78 | قائمة المصادر والمراجع |
| 85 | الفهرس |
| / | ملخص البحث |

ملخص بالعربية:

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية وإحدى الوسائل التي تميز كل منتج من غيره وبالتالي فهي تخدم كل من مصلحة صاحب العلامة ومصلحة المستهلك على حد سواء، ونظرا لأهميتها وانفتاح الأسواق الداخلية والدولية على بعضها البعض أدى إلى تعرضها إلى الاعتداء لاسيما جريمة التقليد التي تتمثل في اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا التطابق بين العلامتين إلى تضليل المستهلكين وإحداث الخلط بين المنتجات، وهذه الجريمة تؤثر سلبا على العلامة نفسها والمؤسسة أولا ثم للمستهلك ثانيا وعلى الاقتصاد والمنافسة المشروعة ثالثا، الأمر الذي أدى إلى سعي التشريعات الداخلية والدولية إلى إيجاد حماية واسعة وفعالة ضد جريمة التقليد وذلك بتقرير عقوبات رادعة ضد المعتدي على العلامة، كما سعت بعض الأجهزة المعنية بمكافحة جريمة التقليد وذلك عن طريق الرقابة والتوعية وتسوية المنازعات.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية الحماية القانونية للعلامة التجارية جريمة تقليد العلامة التجارية.

RESUME

La marque commerciale est considérée comme l'un des éléments composant la propriété industrielle et comme l'un des moyens qui la distingue des autres produits. En conséquence elle sert à la fois l'intérêt du titulaire de la marque et celui du consommateur, compte tenu de l'importance de l'ouverture des marchés tant au plan national qu'international par des échanges, la marque fut l'objet d'atteinte notamment par la commission d'infraction de "contre façon" qui consiste en la reproduction de marque similaire semblable totalement aux marques originales, au point qu'il est difficile de déceler la marque contrefaite de la marque originale, les consommateurs sont alors l'objet de tromperie et se trouvent dans la confusion face à ces produits contrefaits.

Il est à noter que cette infraction a un effet négatif sur la marque elle-même et l'entreprise en premier lieu ensuite le consommateur en second lieu et l'économie ainsi que la concurrence licite en troisième position.

Cette situation a amené les législations tant internes qu'externes de penser à une protection aussi large qu'efficace contre la contrefaçon voir même par des dispositions pénales à l'égard de toute atteinte affectant la marque commerciale.

Aussi les organes concernés par la lutte contre ce genre d'infractions, participent à cette lutte par voie de sensibilisation et règlement des contentieux.

MOTS- Clés: Marques commerciales- protection des marques commerciales- crime de imitation la marques commerciales.