جامعة مولود معمري – تيزي وزو –
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

حماية المستهلك من خلال حقوق الملكية الفكرية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون الأعمال

إعداد الطالبين
– بوساكو عبد الرحمان.
– فطوم حياة

إشراف الأستاذة:
– د/ عبد الدايم سميرة

لجنة المناقشة:

– أ.د/ إقلولي ولد رابح صافية، أستاذة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، .....رئيسا.
– د/ عبد الدايم سميرة، أستاذة محاضرة "أ"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،.....مشرفا ومقررا.
– د/ أيت شعلال لياس، أستاذ محاضر "ب"، جامعة مولود معمري تيزي وزو،.....ممتحنا.

تاريخ المناقشة: 2025/06/02

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر

الشكر لله سبحانه وتعالى أولا الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين والقائل في محكم التنزيل "وفق كل ذي علم كل ذي علم عليم".

نحمده كثيرا على تيسيره لنا في عملنا هذا وتسخيره لنا كل الأسباب لاكتمال هذا العمل ونصلي ونسلم على سيدنا المصطفى مُحَمَّد صلى الله عله وسلم.

بداية نتقدم بالشكر الخالص لأستاذتنا المشرفة' الدكتورة "عبد الدايم سميرة" التي وجهتنا وأرشدتنا طيلة فترات العمل، والتي لم تبخل علينا بالمساعدة جزاها الله خيرا وأدامها ذخرا للعلم علما يقتدي به كل طالب علم.

نتقدم بالشكر والتقدير كذلك لكل أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري المحترمين بشكل عام، وأساتذة لجنة المناقشة كل باسمه وكل بمقامه بشكل خاص.

كما لا يفوتنا توجيه جزيل الشكر والامتنان لكل من ساندنا وساعدنا أيا كان من قريب أو من بعيد ولو بالكلمة الطيبة لإتمام هذا العمل المتواضع والبسيط، والذي نتمناه إضافة علمية ولو بسيطة للرصيد المعرفي في هذا المجال

إهداء

إلاهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك، إلى من أدى الرسالة وبلغ الأمانة ونصح الأمة إلى سيدنا ونبينا مُحَمَّد صلى الله عليه وسلم.

إلى من غرست في نفسي اسمي معاني الحب والعطاء، إلى من كانت دعواتها سر توفيقي ونجاحي وسند أنار طريقي...

إلى من سهرت لأجل راحتي، وفرحت لكل انجاز أخطه، إلى أمي الغالية أهديك هذه المذكرة عربون حب وامتنان رغم أني لن أوفيك حقك، فأنت الحافز الأول والداعم الأوفى لي جزاك الله عني خير الجزاء وأطال الله في عمرك.

إلى من علمي أن الطموح لا حدود له، إلى من كان لي قدوة في القوة، والإصرار والعمل، إلى سندي وفخري، إلى أبي العزيز أهديك هذه المذكرة تقديرا لجهودك وتضحياتك. جزاك الله خيرا وأدامك فخرا.

إلى إخوتي الأعزاء كل باسمه، أنتم العزوة والقوة، والدافع الذي يدفعني إلى الأمام.

إلى جميع زملائي الذين عرفتهم طوال مشواري الدراسي إلى شركاء الدرب والمواقف، من تقاسمنا معا ساعات الجد والانجاز، لكم مني كل الشكر على الدعم والتعاون أهديكم هذه المذكرة عرفانا واعتزازا بكم.

كما أهدي عملي وثمرة مشواري الجامعي إلى كل أساتذتي ودكاترتي في كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة تيزي وزو بشكل عام، وإلى أستاذتي المشرفة بشكل خاص،

في الأخير لكم مني جميعا كل المحبة والتقدير.

فطوم حياة

إهداء

"ربّ أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والديّ، وأن أعمل صالحا ترضاه، وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين".

إلى من يسعدهما نجاحي، والديّ الكريمين أعزّهما الله وبارك في عمريهما وحفظهما لي نور وعزة وافتخار.

إلى من ترعرعت معهم أختي نسرين وأخي مُحَمَّد حفظهما الله.

إلى عائلة بختاوي، باني، وكل طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري.

بوساكو عبد الرحمان

قائمة أهم المختصرات

د.ب.ن: دون بلد النشر

ص: صفحة

ج.ر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية

مقدمة:

يعتبر الحق ميزة يمنحها القانون لصاحبه الأصلي ويضمن حمايتها بآلياته القانونية، وبمقتضى هذا الحق تتولد لدى صاحبه قيمة تنسب لذمته المالية أو المعنوية، باعتبارها قيمة مستحقة له، لذلك يعتبر الحق استئثارا يخوله ويقرره ويحميه القانون. غير أن هذا الأخير قد يتعرض للعديد من الاعتداءات والتجاوزات غير المشروعة من قبل الغير، وهذا كان من أهم الأسباب التي أدت إلى تصاعد مطالب المبدعين وأصحاب حقوق الملكية الفكرية بضرورة سن تشريعات وطنية وحتى دولية ذات الصبغة الإلزامية صارمة تعمل على حماية حقوق ملكيتهم الفكرية من كل التجاوزات التي قد تتعرض لها بمناسبة استخدامها خاصة في مجال استغلالها في التداول التجاري وتنشيط الأسواق المحلية عند ممارسة النشاط الاقتصادي.

تتمثل حقوق الملكية الفكرية في مجموع الحقوق المخولة للأشخاص مقابل إبداعاتهم الفكرية. فهي تمنح للمبدع حقا شاملا باستخدام نتاج فكره لفترة محددة من الزمن إلى جانب الحق في منع الآخرين من استخدامها دون رضا أصحابها أو سابق إذن منهم وذلك طول فترة الحماية.

تنقسم هذه حقوق الملكية الفكرية إلى قسمين، يتعلق الأول بحقوق الملكية الأدبية والفنية والذي بدوره يضم حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، أما الشق الثاني فيضم حقوق الملكية الصناعية والتجارية والتي تندرج في إطارها براءة الاختراع، والعلامة التجارية، والرسوم والنماذج الصناعية، وتسمية المنشأ.....إلخ

إذ عمل المشرع الجزائري على غرار نظرائه من التشريعات المقارنة على توفير وسائل قانونية لحماية هذه الحقوق، وذلك من خلال تبنيه مجموعة من النصوص والآليات القانونية التي تكفل الحماية الفعالة لكل عناصر الملكية الفكرية أدبية كانت أو صناعية، وقد أرفق هذه النصوص هيئات تنظيمية تسهر على ضمان تطبيق القوانين المتخذة، وكل ذلك بهدف مواجهة أي تعدي على حقوق المبدعين.

فالنصوص القانونية الخاصة بالملكية الفكرية سواء تلك المتعلقة بحماية حقوق الملكية الصناعية أو حماية الملكية الأدبية، تهدف في مجملها إلى حماية أصحابها من كل أشكال التعدي والقرصنة التي قد يتعرضون لها من قبل الغير، والذي سيؤثر لا محالة ليس فقط على أصحاب الحقوق وإنما على الشخص المستهلك، بمعنى أن حقوق الملكية الفكرية وإن كانت تمثل الأساس الذي يجري بموجبه تقاسم الإبداع، وتشجيع القدرة الإبداعية فهي كذلك تعزيز شعور المستهلك بالثقة والأمان وضمان السلامة الصحية، إذ من مظاهر حماية المستهلك من خلال الحقوق الفكرية العمل على التقليل من كل أشكال التضليل، فحماية هذه الحقوق هدفه حماية صاحب الحق، إلا أن ذلك له أثر مباشر على حماية المستهلك من كل أنواع الغش والتضليل عن مصدر المنتج ودرجة جودته، وتلعب حقوق الملكية الفكرية دورا هاما في هذا المجال، فمثلا حماية العلامة من التقليد وسيلة لإرشاد المستهلك لاقتناء سلع ذات جودة عالية.

باستقرائنا لقوانين الملكية الفكرية نجد أنها لا تنص صراحة على استفادة المستهلك من حماية هذه حقوق، غير أن ذلك يمكن استنتاجه ضمنيا من خلال استخلاص أهداف وضع هذه النصوص القانونية من جهة، والآثار المنتظرة والمرجو تحقيقها من خلال حمايتها من جهة أخرى.

إن موضوع حماية المستهلك من خلال الحماية المقررة لحقوق الملكية الفكرية موضوع هام وذلك نظرا لخصوصيته باعتباره يمس الصحة والسلامة العامة. فهو موضوع له أبعاده القانونية، الاقتصادية وحتى الاجتماعية، وتتجلى هذه الأهمية من خلال تفطن معظم التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية الخاصة بهذا المجال إلى وضع نصوص قانونية ضمنت من خلالها حماية حقوق المبدعين من جهة وحماية حقوق المستهلك من جهة أخرى، هذا الأخير الذي يعد محور أساسيا في المعاملات الاقتصادية، تدخله من شأنه أن

يضع حدا للاختلالات التي قد تمس السوق، كما أن وجوده يعمل على تحسين العرض سواء من حيث السعر أو من حيث جودة المنتج.

لذلك فحماية المستهلك تستوجب الاعتماد على آليات وقائية قبل الآليات العلاجية وهذا ما جسده المشرع الجزائري من خلال سن قانون حماية المستهلك وقمع الغش كضمان لتنفيذ قوانين الملكية الفكرية، وذلك من خلال فرضه على المتعامل الاقتصادي مجموعة من الالتزامات حماية للمستهلك. بالإضافة إلى أن النظام القانوني في مجال حماية الحقوق المتعلقة بالملكية الفكرية في الجزائر يتضمن ترسانة من التشريعات الوطنية ذات الصلة بها. اين شملت مختلف المبادئ والأحكام الأساسية التي تجرم انتهاك حقوق الملكية الفكرية، حيث جسدت وعالجت هذه الأحكام اتجاه المشرع الجزائري نحو تجريم أفعال التقليد والقرصنة في الملكية الفكرية بصورها المختلفة، وبيان المجالات محل التقليد والقرصنة المعاقب عليها من جهة، ومن جهة أخرى أبرزت تلك الأحكام الأركان الخاصة بجريمة التقليد في الملكية الفكرية تماشيا مع الطبيعة القانونية المتطورة لهذه الجريمة، وما ينجم عنها من آثار خطيرة قد تمس بصحة وسلامة المستهلك، كما تبنى القانون الجزائري عدة هيئات سواء إدارية كانت أم قضائية خول لها مهمة حماية حقوق الملكية الفكرية، والتصدي بعزم لكل الاعتداءات الواقعة عليها والتي من شأنها إحداث اللبس والتظليل بين المستهلكين.

من هنا تتجلى أهمية الموضوع من عدة جوانب أهمها:

– موضوع حماية المستهلك من خلال الملكية الفكرية موضوع قديم جديد، معنى ذلك كلما تقدم الزمن أصبح موضوع التقليد قديما إلا أن خصوصية الموضوع جعله مستحدثا على الدوام نظرا لتطور طرق الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية من خلال تجدد وعصرنة الوسائل المستعملة في التقليد والقرصنة، من الوسائل التقليدية إلى الوسائل الرقمية، وهنا تبرز خطورة التقليد كونه يتماشى طرديا مع التقدم التكنولوجي والتقني.

– تمرس المقلدين والمقرصنين وامتلاكهم لخبرات عالية ومهارات فنية تمكنهم من التعدي على حقوق الملكية الفكرية دون تركهم لأي آثر، وذلك من خلال وجود تطابق تام بين الشيء الأصلي والمقلد.

– توسع الغش التجاري باستعمال العلامات على سلع مقلدة مرتبطة بمجال الملكية الفكرية والمضرة بالمستهلك. مما يمنح الموضوع أهمية خاصة تستلزم الدراسة القانونية.

– محاولة اكتشاف مدى فاعلية النصوص الجزائرية المرتبطة بالملكية الفكرية والاستهلاك في تحقيق النتائج المرجوة منها.

– اهتمام الدول بموضوع الملكية الفكرية لإدراك الآثار السلبية الناجمة على التقليد.

غير أنه ونظرا لاتساع الموضوع حاولنا دراسته وتحليله من خلال تحديد أهمية حماية حقوق الملكية الصناعية ودورها في ضمان حماية المستهلك، وقد تم التركيز على البراءة والعلامات التجارية كنموذجين هامين عن حقوق الملكية الصناعية، وأين تم تحليل الموضوع من خلال الاعتماد أساسا على المنهج التحليلي من حلال تحليل النصوص القانونية الخاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية واستخلاص دورها في حماية المستهلك، كما تم الاعتماد استثناءا على المنهج الوصفي في الحالات التي تتطلب ضرورة وصف أو إعطاء تعريف محدد لمفاهيم الدراسة، كل ذلك من خلال طرح إشكالية أساسية مفادها:

فيما تتمثل مساعي وجهود المشرع الجزائري من أجل ضمان حماية قانونية فعلية وفعالة للمستهلك من خلال حماية حقوق الملكية الصناعية؟

بهدف الإجابة على هذه الإشكالية والإحاطة بكل جوانب الموضوع قسمنا الدراسة إلى فصلين، أين تم استظهار جوانب التأثير والتأثر بين كل من حماية حقوق الملكية الفكرية وضمان أمن وسلامة المستهلك **(فصل أول)**، كما تم بيان الدور الفعال للآليات القانونية الإدارية والقضائية في مجال حماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية**(فصل ثاني.)**

الفصل الأوّل

تأثير حماية حقوق الملكية الفكرية على المستهلك

تنوعت الاعتداءات الواقعة على حقوق الملكية الفكرية والماسة بالمستهلك، ويقصد بالاعتداء في مفهوم القانون كل تصرف أو سلوك أو فعل أو عمل أو حيلة أو غش أو خداع من شأنه انتهاك هذه الحقوق بطريقة غير شرعية، كأن يقوم المتعدي أو الجاني بتقليد أي حق أو قرصنته دون الحصول على رخصة مسبقة من صاحبه، خاصة فيما يتعلق بالمساس بالاختراعات والإبداعات التقنية والتي يقوم بها متمرسون ذوي خبرة ومهارات عالية، وكذا هو الحال بالنسبة لمجال العلامات الذي أصبح فضاء خصبا لممارسة القرصنة، التقليد والمنافسة غير المشروعة...خاصة بعد انفتاح السوق الوطنية لدخول المنتجات الأجنبية.

إن السلوك الإجرامي المتمثل في التقليد والقرصنة والذي يمس بالحقوق الاستئثارية المترتبة عن الحماية القانونية للملكية الصناعية لم يقتصر أثره على أصحاب الحقوق فحسب، بل تعدى مفعوله إلى المستهلك من خلال عدة آثار سلبية ناجمة عنه، زادت شدة هذه الآثار عندما مست كيان المجتمع المجسد في جمهور المستهلكين.

هذا ما استدعى ضرورة توجيه معظم القوانين الخاصة بالمستهلك اهتمامها أكثر إلى حماية هذا الأخير باعتباره الطرف الضعيف في الدورة الاقتصادية، وهو ما يفسر إلزامية النص فيها على ضرورة حماية المستهلك من كل التجاوزات التي قد يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي عند عرضه لمختلف سلع وخدمات في الأسواق المحلية، وتعتبر قوانين الملكية الفكرية من أهم الآليات القانونية الساعية لتحقيق ذلك.

على هذا الأساس تبين وجود علاقة وطيدة تجمع بين النصوص القانونية الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك **(مبحث أول)**، هذه العلاقات تولدت نتيجة جسامة تأثير الجرائم الواقعة على هذه الحقوق من قرصنة وتقليد على المستهلك **(مبحث ثاني)**.

المبحث الأول:

حقوق الملكية الفكرية آلية قانونية وضمانة فعلية لحماية المستهلك.

لا يمكن تحقيق حماية للمستهلك دون وجود ارتباط مباشر بينه وبين حقوق الملكية الفكرية، إذ أن هذه الحقوق ترتبط بالمنتجات والخدمات التي يستهلكها الأفراد بشكل يومي، فحقوق الملكية الفكرية بكل أنواعها سواء كانت أدبية أو فنية أو صناعية، تؤثر بشكل مباشر على جودة وسلامة ما يعرض في السوق. ومن ثم فإن أي انتهاك لهذه الحقوق مثل التقليد والقرصنة، لا يلحق الضرر بأصحابها بل يشكل أيضا تهديدا بالنسبة للمستهلك نفسه، فعلى سبيل المثال يؤدي التعدي على الحقوق الأدبية والفنية إلى نشر محتوى مقلد يضعف الذوق العام ومستوى الثقافة المطلوب، في حين أن التعدي على الحقوق الصناعية قد يؤدي إلى تداول منتجات غير أصلية وعرضها في الأسواق المحلية، مما قد يؤدي إلى تعرض صحة المستهلك وسلامته إلى الخطر.

على هذا الأساس تعتبر حقوق الملكية الصناعية خاصة ما تعلق منها بالبراءة والعلامة التجارية ضمان هام يستند عليه المستهلك لضمان جودة متطلباته **(مطلب أول)**، مما أدى إلى خلق تلازم قانوني وعملي بين حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك**(مطلب ثاني)**.

المطلب الأول:

حقوق الملكية الفكرية والمستهلك: مدخل حول المفهوم والأهمية

إن حقوق الملكية الفكرية متعددة ومتنوعة، قام المشرع الجزائري بتنظيمها بموجب قوانين الملكية الفكرية والتي أشارت إليها إجمالا أنها مجموعة من الحقوق المرتبطة بناتج العقل البشري من المبتكرات الجديدة والعلامات والأسماء المميزة التي تمنح صاحبها الحق في استغلالها واحتكارها، وتعتبر براءة الاختراع والعلامة التجارية أو الصناعية من أهم

العناصر التي تضمن حقا استئثاريا لصاحبها، وتحقق ضمانا له في حماية إبداعه من أي منافسة غير مشروعة، وبطريقة غير مباشرة تضمن حماية للمستهلك من خلال ردع كل التصرفات غير المشروعة من تقليد وقرصنة، وبالتالي تضمن له الأمن والسلامة .

قبل الغوص في تحليل أهم التأثيرات والآثار القانونية لحماية حقوق الملكية الفكرية على حماية المستهلك، يستلزم الأمر ضرورة وضع إطار مفاهيمي لمتغيرات الدراسة المتمثلة في العلامة التجارية **(فرع أول)**، وبراءة الاختراع **(فرع ثاني)**. مع تحديد أهمية كل عنصر ودوره الفعال في حماية المستهلك.

الفرع الأول:

العلامة التجارية بين المفهوم والأهمية

لكي نتعرف على مفهوم العلامة لابد من تعريفها والتطرق إلى أهم الشروط الموضوعية التي يجب أن تتوفر فيها حتى تحظى بالحماية القانونية وتضمن حماية المستهلك.

أولا: تعريف العلامة:

هي إشارة أو دلالة تستخدم لتمييز سلع أو خدمات معينة، على سلع أو خدمات مماثلة، إذ يجوز أن تتألف بصورة خاصة من كلمة، أو حرف أو عدد أو رسم أو صورة أو شعار أو لون أو تشكيلة من الألوان أو أكثر. وقد تكون إشارة مجسدة مثل شكل حاويات المنتج أو تغليفه [1].

1- حمالي سمير، حماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الجزائر، 2015، ص 51.

لقد عرف المشرع الجزائري العلامة في المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات [1] بأنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها الأسماء الاشخاص، والأحرف، والأرقام والرسومات أو الصور والاشكال المميزة للسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره"، وللعلامة دور كبير في جذب العملاء مما يؤدي إلى رواج البضائع والمنتجات، وعليه فهي تحدد مصدر المنتجات والبضائع، بحيث يتمكن المستهلك بكل سهولة من التعرف عليها، وتمييزها عن غيرها من المنتجات المماثلة لها، مما يؤدي إلى زرع الثقة في نفس المستهلك بالإضافة إلى وظيفتها الإعلامية والإعلانية[2].

تشير العلامة التجارية إلى مصدر التداول التجاري للمنتج، أما العلامة الصناعية فهي تشير إلى مصدر الإنتاج أو مصدر الصنع، أما علامة الخدمة فهي السمة التي تستعملها مؤسسة تقدم خدمات معينة، فردية أو جماعية. وتعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة حسب المادة 3 من الأمر 06/03 [3] .

إذ وحتى تتمتع العلامة تجارية كانت أم صناعية أم علامة خدمة بالحماية القانونية يجب أن تتوفر فيها مجموعة من الشروط الموضوعية والشكلية حسب ما هو منصوص عليه في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

1-شروط حماية العلامة:

يشترط القانون لصحة العلامة سواء كانت تجارية أو صناعية أو علامة خدمة ضرورة توفر جملة من الشروط الموضوعية وأخرى شكلية والتي تضفي على العلامة طابعا رسميا،

1- المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المؤرخ 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، ج.ر عدد4، صادر بتاريخ 23يوليو 2003.

2- زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية، التقليد والقرصنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة الجزائر، 2003، ص ص 51/50.

3- زواني نادية، المرجع نفسه، ص 51.

أي تجعلها في قالب معترف به قانونا، وبالتالي تستفيد من الحماية القانونية الكاملة، مما ينعكس ذلك إيجابيا على حماية المستهلك من الغش والتضليل بإقتنائه منتوجا أصليا وليس مقلدا، ومن ثم تشكل هذه الحماية ضمان منحه المشرع للمستهلك من أجل اقتناء منتوجات سليمة.

خص المشرع الجزائري العلامة سواء كانت تجارية أو صناعية أو علامة خدمة بمجموعة من الشروط حتى تحظى بالحماية القانونية المنصوص عليها بموجب الأمر 06/03، بعض هذه الشروط موضوعية وبعضها الآخر شروط شكلية.

أ-الشروط الموضوعية:

حتى يتم قبول تسجيل العلامة، يجب أن تستوفي شروطا تتعلق بموضوع العلامة في حد ذاتها وذلك مراعاة لقلة وعي المستهلك وسهولة خداعه، إذ فرض المشرع الجزائري شروطا موضوعية يجب توافرها في العلامات لتمييز السلع والخدمات عن غيرها المشابهة لها، كاتسامها بالجدة وعدم مخالفتها لنظام العام والأداب العامة، ومن ثم حاول المشرع الجزائري توفير الحماية المزدوجة حماية لمالك العلامة من جهة وللمستهلك من جهة أخرى.

تتمثل هذه الشروط في الآتي:

_أن تكون العلامة جديدة:

لم ينص المشرع الجزائري صراحة على هذا الشرط، لكن يمكن استنتاجه من النصوص القانونية السارية في هذا المجال، إذ أنه لا يمكن حماية علامة تجارية يتم استغلالها في الجزائر من طرف تاجر أو شركة تجارية لصنع أو بيع بضاعة مشابهة أو استغلالها في تمييز خدماته أو تجهيزات معينة متشابهة، فاستغلال ذات العلامة المستغلة في بيع أو صنع بضاعة مشابهة يؤدي إلى المنافسة غير المشروعة بين المنتجين أو التجار بسبب ما يحدثه استغلال ذات العلامة من خلط بين المنشأتين الصناعتين أو التجاريتين،

ولكي تصلح العلامة ويمكن تسجيلها من الناحية القانونية يجب أن تكون جديدة، بمعنى أنه لم يسبق للغير أن اكتسب حقوقا عليها[1].

فصحة العلامة يجب أن تبنى على عدم المساس أو الإضرار بحقوق علامة مسجلة سابقا، إذ بالرجوع لنص المادة 9/07 من الأمر رقم 03/ 06 نجدها تنص على أنه " تستثنى من التسجيل رموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل أو التسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذ كان هذا الاستعمال يحدث لبسا".

فالجدة المقصودة هنا ليست الجدة المطلقة في خلق وابتكار العلامة كما هو الشأن في نظام براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، وإنما المقصود هو فقط الجدة في التطبيق على ذات السلعة، أي الجدة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضائع [2]. إذ تعتبر العلامة جديدة على الرغم من سبق استخدامها لتمييز خدمة معينة أو منتج معين طالما الاستخدام الجديد يتعلق بخدمة أخرى أو بمنتج آخر يختلف عن نوع المنتج أو الخدمة الأولى، استنادا على أنا العلامات التجارية هي بمثابة الدعامة الضرورية لتزويد الدورة التجارية بمنتجات جديدة [3].

_ألا تكون العلامة مخالفة لنظام العام والآداب العامة:

لا يكتفي أن يختار التاجر أو الصانع علامة من بين السمات الواردة في التعداد القانوني. بل ينبغي زيادة على ذلك أن تكون العلامة المختارة ذات طابع مشروع [4]. لا

1- حمالي سمير، المرجع السابق، ص58.

2- بكريتي آمال، حماية المستهلك من الغش التجاري في مجال العلامات في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2023، ص 28.

3- حمالي سمير، المرجع نفسه، ص58.

4- أيت شعلال لياس، حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص 38.

يخدش بها حياة المجتمع إذ الحياء ظاهرة أدبية لا ترتبط إلا بالمجتمع عامة، والمستهلك خاصة، وبذلك تكون العلامة ممنوعة إذا كانت مخالفة للنظام العام والآداب العامة والأخلاق الحميدة، كالعلامات الخليعة أو العلامات التي تتضمن عبارات لا تلائم النظام العام الاجتماعي أو الاقتصادي أو الديني الذي يعيش فيه المستهلك [1].

_أن تكون العلامة مميزة:

تضمنت هذا الشرط المادة 02 من الأمر 06/03 المتضمن قانون العلامات في قولها "...التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات..." والمشرع الجزائري عندما فرض هذا الشرط إنما قصد من خلاله أن تكون العلامة مميزة بذاتها من خلال تلك الرموز الداخلة في تركيبها مما يجعلها قادرة للتمييز عن غيرها من العلامات لمنع حصول لبس لدى المستهلك [2].

يقصد بالطابع المميز للعلامة أن يتخذ التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة شكلا مميزة يجعل لعلامته ذاتية خاصة تمكن الجمهور من التعرف على منتجه أو خدمته وسط المنتجات أو الخدمات التي هي من نفس الطبيعة والتي يعرضها التجار المنافسون، ومن أجل ذلك يجب تقدير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها وذلك بالنظر إليها في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها، إذ ليست العبرة باحتواء العلامة على الحروف أو الرموز أو الصور التي تحتويها علامة أخرى، بل العبرة بالصورة العامة التي تنطبع في ذهن المستهلك نتيجة لتركيب الصور والحروف والرموز مع بعضها البعض [3].

1- حمالي سمير، المرجع السابق، ص59.

2- بكريتي أمال، المرجع السابق، ص24.

3- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص37.

ب-الشروط الشكلية:

تتمثل الشروط الشكلية الواجب توفرها في العلامة لإضفاء الحماية القانونية عليها، قيام صاحب الحق عليها بطائفة من الإجراءات الإدارية المنصوص عليها بموجب أحكام الأمر 06/03 وذلك أمام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، تتمثل هذه الإجراءات في إجراء إيداع ملف يتضمن طلب تسجيل العلامة بالإضافة إلى مجموعة من الوثائق اللازمة لعملية التسجيل ورسوم التسجيل، أما الإجراء الثاني فيتمثل في تسجيل العلامة في فهرس خاص و هو عملية بقوم بها مدير المعهد الوطني للملكية الصناعية متى تأكد من توفر ملف الإيداع على كمل الوثائق اللازمة والمطلوبة، بالإضافة إلى توفر العلامة المراد تسجيلها على الشروط الموضوعية السالف ذكرها، أما إجراء النشر فيتمثل في نشر العلامة في جريدة خاصة. فمتى توفرت الشروط الموضوعية والشكلية في العلامة تمتعت هذه الأخير بالحماية المقررة لها في الأمر 06/03.

ثانيا: أهمية العلامة بالنسبة للمستهلك

للعلامة التجارية أهمية بالغة بالنسبة للمستهلك، وتظهر هذه الأهمية جليا من خلال نقطتين أساسيتين هما:

1-تخفيض تكاليف البحث بالنسبة للمستهلك:

تسهل العلامة على المستهلك عملية التسوق وتساعده على تحديد مصدر المنتج وعدم إثارة الخلط في ذهنه بين السلع، فهي تعمل على جذب الانتباه إلى السلع أو الخدمة الجديدة وبناء ولاء لها، فهي توفر على المستهلك الوقت الذي يستغرقه في البحث عن المنتج بالذهاب إلى العلامة المعتادة والموثوق بها مباشرة [1].

1- كريدة مختار، حقوق الملكية الفكرية وأثرها في حماية المستهلك، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة زيان عاشور الجلفة، 2016، ص 24.

2-العلامة ضمانة بالنسبة للمستهلك:

تهدف العلامة إلى تمييز المنتجات من أجل جذب العملاء والمستهلكين إليها، من خلال ما تؤديه من خدمات في سهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع وسلع وخدمات، كما تؤكد جودة المنتجات والسلع والخدمات التي ترمز إليها العلامة وتعمل على إزالة كل غموض أو شك لدى المستهلك، بحيث يشعر هذا الأخير بالاطمئنان للسلع التي تحمل العلامة التي يفضلها، فالعلامة في مجال الأجهزة الإلكترونية مثلا توصف بأنها أداة لضمان الجودة، ومؤشر على قلة تعرض المنتجات للتعطيل، لهذا ترى المستهلك مرتبط ببعض العلامات التي لها تاريخ متميز في تكنولوجيا الحواسيب مثل علامة DELL. TBM. HP، عكس المنتجات ذات العلامة الأسيوية التي هي دون الجودة المطلوبة والمرغوب فيها [1].

الفرع الثاني:

براءة الاختراع بين المفهوم والأهمية

نص المشرع الجزائري على الأحكام الخاصة ببراءة الاختراع في الأمر رقم07/03[2] الذي تضمن طائفة من الأحكام القانونية منها ما تعلق بشروط حماية البراءة ومدة حمايتها وكذا الآليات القانونية المخولة لصاحب الحق الأصلي لدفع أي اعتداء قد يقع على براءته.

أولا: تعريف البراءة:

الاختراع هو الفكرة التي يتوصل إليها المخترع والتي تمكنه عمليا من إيجاد حل لمشكلة معينة في مجال التكنولوجيا، فهو كل جديد في مجال العلم قابل للاستغلال سواء

1- حمالي سمير، المرجع السابق ص 53.

2- أمر رقم 07/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة إختراع، ج.ر، عدد 44 صادر في 23 يوليو 2003.

كان معلقا بمنتجات صناعية جديدة أو بوسائل مستخدمة أو بهما معا [1]. ولقد عرفه المشروع الجزائري بأنه فكرة تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية المادة 2 من الأمر 07/03. وعليه فإن الاختراع كمنتج عقلي وذهني ناتج عن القريحة العقلية لصاحبه يمنح لهذا الأخير الحق في استغلاله ماليا وفقا لأحكام القانون، ولكن يشترط ليصبح هذا الحق حجة على الكافة القيام بإجراءات شكلية تتمثل في تقديم الطلب للجهة المختصة للتسجيل وإذا ما تم ذلك حصل المخترع على سند أو وثيقة تسمى ببراءة الاختراع، Brevet d'invention وهي عبارة عن شهادة تمنحها السلطة المختصة للمخترع يستطيع بموجبها حماية اختراعه والاستفادة منه ماليا، وهذه السلطة تعرف في النظام الجزائري بالمعهد الوطني للملكية الصناعية [2].

1-الشروط الموضوعية لحماية البراءة: تتمثل الشروط الموضوعية في الأتي:

أ-شرط الجدة: يرجع اشتراط الجدة في الاختراع لمنح البراءة عليه إلى أن الدولة لا تخول المخترع حق احتكار استغلال اختراعه، ولا تضفي على هذا الحق الحماية القانونية إلا في الحدود التي يقدم هذا المخترع خدمة للمجتمع عموما والمستهلك خصوصا، تتمثل هذه الخدمة في إفادته من اختراع جديد لم يسبق نشره أو الإعلان عنه، وبتوافر الجدة المطلقة في الاختراع يمكن للمستهلك تبني هذا المنتج أو التأخر في تبنيه، لذلك تعتبر الجدة في الاختراع من بين أهم العوامل المؤثرة في قرار المستهلك في تبني أو عدم تبني المنتج [3].

وقد نص المشرع الجزائري على وجوب كون الاختراع جديد في نص المادة الرابعة من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع على أنه:" يعتبر الاختراع جديد إذا لم يكن مدرجا في حالة التقنية وتتضمن هذه الحالة كل ما وضع في متناول الجمهور عن طريق وصف

1- زواني نادية، المرجع سابق، ص37.

2- زواني نادية، المرجع نفسه، ص ص 39- 40.

3- حمالي سمير، المرجع سابق، ص63.

كتابي أو شفوي، أو استعمال أي وسيلة أخرى عبر العالم وذلك قبل يوم إيداع الحماية أو تاريخ مطالبة الأولوية"، فاشتراط أن يكون الاختراع جديد يعني أنه غير معروف من قبل الجمهور سواء بوسائل الإعلام أو المنشورات أو الدوريات[1].

ب-القابلية للتطبيق الصناعي: و مضمون هذا الشرط أن تكون الفكرة قابلة للتطبيق الصناعي، وفي متناول أي صانع إنجازها بمجرد توفر الوسائل اللازمة لذلك، أي يعتبر الاختراع قابلا لتصنيع إذا كان موضوعه قابلا للصنع أو الاستخدام في أي نوع من الصناعة. (المادة 6 من الأمر 07/03)[2].

ج-عدم البديهية والخطوة الابتكارية:

أي لا تكون الفكرة المخترعة بديهية تخطر على بال أي إنسان، ويتطلب الأمر أن يكون الاختراع ناجح عن نشاط ابتكاري جديد في مجال صناعي معين، ولا يكون ناجما بداهة من الحالة التقنية (م 5 من 07/03)[3]. .

ثانيا: أهمية البراءة بالنسبة للمستهلك

تكمن أهمية البراءة بالنسبة للمستهلك في ثلاث عناصر:

1-توفير السلع: بفضل الاختراعات زادت السلع وأصبحت الأسواق ميسورة ومنتظمة، فلكثرة الإنتاج أهمية كبيرة للمستهلك على اعتبار أن كل إنتاج يعرض في السوق المقصود به بالدرجة الأولى للمستهلك، فكثرة الإنتاج يعود بالفائدة على المستهلك وتزيد من رفاهيته و تطوره بتقدم الصناعة فيه[4].

1- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 24.

2- زواني نادية، المرجع السابق، ص 41.

3- زواني نادية، المرجع نفسه، ص 41. تجدر الاشارة أنه وتفاديا لتكرار المعلومات ولتمتع البراءة بالحماية يتلزم ضرورة توفر طائفة من الشروط الشكلية لاتختلف في مضمونها عن تلك المنصوص عليها في العلامات من ايداع وتسجيل وفحص ونشر.

4- كريدة المختار، المرجع السابق، ص 22.

2- تخفيض الأسعار: كثرة الاختراعات تعمل على جودة المنتج ووفرة الإنتاج وهذا ينعكس على سعر المنتجات المرتبطة بالاختراعات، ويظهر ذلك جليا مثلا عند وقوع الاختراع في الملك العام فيصبح بالإمكان استغلال الاختراع مجانا بدون دفع أي حقوق من شأنها المساهمة في ارتفاع سعر المنتج[1].

3- جودة السلع: الاختراع أو بالأحرى ارتباط البراءة بمنتج ما يعني بالضرورة جودة هذا المنتج أو السلعة، على اعتبار أن البراءة تمنح للاختراع الذي تتوفر فيه شروط موضوعية معينة، كما لا تمنح هذه الحماية على الاختراع الذي لا تتوفر فيه الشروط القانونية أو سبق منح البراءة عليه، وهذا حتى لا يقع المستهلك في التضليل بأن منتج ما محمي ببراءة الاختراع[2].

المطلب الثاني:

التلازم القانوني بين حماية حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك

تتم حماية المستهلك من خلال النصوص الواردة في القانون رقم 03/09[3] المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي أكد فيه المشرع على ضرورة قيام المتدخل بضمان مطابقة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.

ويتمثل ارتباط المستهلك بعناصر الملكية الفكرية من خلال السلع والخدمات الموسومة بعلامات أصحاب الحقوق، لذلك وجب توفير أجود السلع وأفضل الخدمات التي تشكل الحماية والوقاية للمستهلك.

1- حمالي سمير، المرجع سابق، ص 62.

2 - حمالي سمير، المرجع نفسه، ص 62.

3- أمر رقم 09 /03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر عدد 15 صادر في 08 مارس 2009.

فإلزام المطابقة للسلع والمنصوص عليه في الأحكام القانونية هو إرادة صريحة للمشرع الجزائري بهدف قمع أي اعتداء على المستهلك **(فرع أول)** من السلع المغشوشة والمقلدة وذلك من خلال محاولته تمكين المستهلك الاستفادة قدر الإمكان من كل الأحكام القانونية الواردة في تشريعات الملكية الفكرية **(فرع ثاني)**.

الفرع الأول:

أحكام القانون رقم03/09 كأساس لحماية المستهلك

نصت المادة 02 من القانون 03/09 على " تطبيق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك، وعلى كل متدخل في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، لتحديد العلاقة الاستهلاكية يتعين تحديد مفاهيم كل من المتدخل والمستهلك والمنتج باعتبارهم أعمدة هذه العلاقة.

أولا–مفهوم المتدخل:

عرف المشرع الجزائري المتدخل بموجب المادة 03 في الفقرة 08 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك " في حين أطلق المشرع على المتدخل مصطلح عون اقتصادي حسب المادة 2/03 من القانون رقم 02/04[1] المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث عرفه ب" كل منتج أو تاجر أو حرفي، أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

1 – أمر رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، عدد 41، صادر في 27جويلية 2004.

وسماه بالمحترف بموجب المادة 2 من المرسوم التنفيذي 266/90[1] المتعلق بضمان المنتجات والخدمات حيث عرفه أنه "منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع أو على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض الخدمة للاستهلاك". نستخلص أن المشرع قد وسع من نطاق المتدخلين في القانون 03/09.

ثانيا-مفهوم المستهلك:

يعرف المستهلك في التشريع الجزائري من خلال عدة نصوص قانونية حيث تناول المشرع تعريف المستهلك في المادة 03 /02 من القانون رقم 03/09 بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به".

أما المادة 03/03 من القانون رقم 02/04 فعرف المستهلك على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

من خلال تعريف المستهلك في القانون رقم 03/09 يكون المشرع قد تبنى المفهوم الضيق للمستهلك وألغى ضمنيا مفهوم المستهلك في المادة 9/2 من المرسوم التنفيذي رقم39/90[2] المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش. حيث عرف المستهلك من خلال هذه المواد "كل شخص يقتني بثمن او مجانا منتوج أو خدمة معينة لاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص أخر أو حيوان يتكفل به"[3].

1- المرسوم التنفيذي رقم 90 /266، المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر، عدد 41 ، صادر سنة 1990.

2- المرسوم التنفيذي رقم 90 /39، المؤرخ في 10 فبراير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، عدد 06، الصادرة بتاريخ 14 فبراير 1990.

3

1-معايير تحديد صفة المستهلك

أ/ المستهلك شخص يتعاقد من أجل إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية:

يتعين لاكتساب صفة المستهلك أن يكون الغرض من الحصول على السلعة أو الخدمة هو إشباع الحاجيات الشخصية أو العائلية أو حاجات من يتكفل به بشر كان أو حيوان [1] وليس لأغراض تجارية.

لا يكتسب صفة المستهلك من يقتني منتجا لأغراض تجارية لأن المستهلك من يلبي حاجاته الشخصية دون المهنية، ويكون ذلك لما يشتري المستهلك غذاءه أو أجهزة منزلية لبيته أو يعالج أو يكتتب تأمينا أو يسافر مثلا [2] وقد استبعد المشرع الجزائري كل من يقتني السلع والخدمات لغير ذلك الغرض من الحماية على أساس قانون حماية المستهلك [3] والحماية لا تقتصر على المقتني بل تمتد لتشمل المستفيد والمستعمل لتلك المقتنيات [4].

ب-اقتناء المستهلك للسلعة أو الخدمة مجانا أو بمقابل

منح المشرع الجزائري صفة المستهلك للشخص الطبيعي أو المعنوي بغض النظر عن الطريقة التي حصل بها على السلعة أو الخدمة سواء كان ذلك بالمقابل أو بدون مقابل، فإذا حصل المقتني على السلعة أو الخدمة مجانا مثل الهدايا التي يخصصها صاحب العلامة لزبائنه، فإن هذه المجانية للسلعة أو الخدمة لا تعني إعفاء مقدمها من التزاماته

1- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، جامعة قسنطينة 01 ،2013، ص 39.

2- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق 2014، 2015، ص 15.

3بن قوية المختار، دور العلامة في حماية المستهلك، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، جامعة الجزائري 1، 2016، 2017، ص 15.

4- راوية مطماطي، حماية المستهلك من الغش التجاري في مجال العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم2021، ص115

القانونية نحو المستهلك فالمشرع الجزائري قد وسع من دائرة الحماية حين اعتبر الشخص الذي يقتني السلعة بدون مقابل (مجانا) يتمتع أيضا بصفة المستهلك[1] رغم أن الأصل في عقود الاستهلاك أنها عقود تبادلية، و عقود معاوضة[2] بمعنى كل طرف من أطراف العقد سواء المتدخل أو المستهلك يأخذ مقابلا لما يعطيه.

ج-المستهلك شخص غير متخصص في مجال المعاملة:

لا يقصد في التخصص في المعاملة دراية المستهلك الشخصية بالمعلومات المتعلقة بالمنتج، وإنما يقصد بها التخصص في امتهان مهنة لها علاقة بالمنتج المقتني أو المراد اقتناؤه، وبالتالي يعتبر مستهلكا المهني الذي يبرم عقد استهلاك من أجل سيارة شخصية، غير مخصصة لمهنته.

ثالثا: نطاق تطبيق الأحكام الخاصة بحماية المستهلك.

تنص المادة 02 من القانون رقم 03/09 على "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"

فالمنتج الذي يقتنيه المستهلك للاستعمال النهائي هو موضوع التزام الحماية الذي منحه المشرع للمستهلك بصفته طرفا دائما في مواجهة المتدخل المدين بالحماية وهذا المنتج قد يكون إما سلعة أو خدمة.

1-السلعة كموضوع للاستهلاك:

تناول المشرع الجزائري في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك في الفقرة 10 من المادة 03 السلعة والخدمة في نفس الوقت حيث صرح "المنتج هو كل سلعة أو

1- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين التجارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص8.

2- سمير حميل حسين الفتلاوي، المرجع نفسه، ص 20.

خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا" أما الفقرة 18 من نفس المادة فعرفت السلعة على أنها "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا"

نستخلص أن السلع لا تقتصر على المواد التي تستهلك فوريا كالأغذية وإنما تمتد لتشمل السلع التي تستعمل عدة مرات كالملابس والسلع المعمرة أيضا مثل الآلات والسيارات.

وقد حصر المشرع الجزائري مفهوم السلعة على الأشياء المادية، ما يعني أنه استثنى الأموال المعنوية أن تكون محلا للاستهلاك مثل براءة الاختراع والعلامات، ولعل العلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة والمطابقة القانونية والتفتيش التي تتطلب وجودا ماديا لتطبيقها [1].

المشرع الجزائري في القانون رقم 03/09 لم يشترط أن تكون السلعة منقولا على خلاف المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش الذي عرف السلعة على أنها "كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع علامات مادية"[2]

بذلك تشمل السلع أيضا الأموال العقارية (العقار أو المسكن) وكل سلعة قصدها المشرع لتخضع للحماية الخاصة التي يقررها قانون الاستهلاك.

2-الخدمة كموضوع الاستهلاك:

عرف المشرع الجزائري الخدمة في الفقرة 17 من المادة 03 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك بأنها "كل عمل مقدم غير تسليم السلعة و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة.

أما الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات فقد عرف الخدمة في الفقرة 05 من المادة 2 بأنها "كل أداء له قيمة اقتصادية: " في حين تطرق المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة النوعية وقمع الغش إلى تعريف السلعة في المادة 02/ 05: "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".

1- صياد الصادق، المرجع سابق، ص 48.

2- صياد الصادق، المرجع نفسه، ص54.

الفرع الثاني:

استفادة المستهلك من قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية

نظرا للتوسع التجاري الذي أفرز اختلال التوازن بين المستهلك والمتدخل كان من الضروري ظهور آليات تحمي المستهلك مع توفير ما يحتاجه هذا الأخير، حيث نصت المادة 15 من القانون 02/04 " تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع، ويمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي إذا كانت السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة" ونصت المادة 35 من نفس القانون على العقوبة المقررة لمخالفة أحكام المادة 15.

إن ما يميز قوانين الملكية الفكرية نصوصها الرادعة التي تتمتع بها على اعتبار أن معظم نصوصها قواعد آمرة لا يجوز مخالفتها، والتي تعبر عن توافر عنصر الجزاء فيها من خلال مختلف العقوبات التي تحتويها، وهو الذي يجعل تلك النصوص تتمتع بالحماية، لأن المصلحة العامة مطالبة بالحماية والمتمثلة في حماية النظام العام الاقتصادي، والذي يمتد إلى حماية المصلحة الخاصة المتمثلة في حماية حقوق الملكية الفكرية التابعة للمؤسسات الكبرى والصغرى المالكة لحقوق الملكية الفكرية تجعلها مطمئنة عند استخدامها لحقوقها من الناحية العملية تشجيعا للاستثمار والمنافسة المشروعة من جهة، وحماية مصلحة عامة أخرى هي مصلحة المستهلك من كل التجاوزات التي تحدث بالنسبة لاستخدام حقوق الملكية الفكرية من قبل أصحابها عند التعدي عليها من قبل الغير[1].

1- فرج عاشور محمود محمد الخلفاوي، مكافحة الغش التجاري وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2022، ص235.

أولا-دور علامة المطابقة في ضمان أمن وسلامة المنتجات الموجهة للاستهلاك:

نصت المادة 22 من القانون 04/04[1] المتعلق بالتقييس على: "تكون المنتجات التي تمس بأمن وصحة الأشخاص أو الحيوانات والنباتات البيئية موضوع إشهاد [2] إجباري للمطابقة"، فالإعلام والمطابقة، والأمن والضمان وخاصة المطابقة مع المبادئ الأساسية التي تقوم عليها رغبة المشرع في حماية المستهلك، والذي يضمن سلامة المنتج وأمنه يستدل عليه من خلال علامة المطابقة والتي تعتبر من أهم الالتزامات التي فرضها المشرع على عاتق المتدخل.

1-أثر التزام صاحب العلامة بالمطابقة على حماية المستهلك:

سعيا من المشرع لتوفير الحماية للمستهلك ألقى على عاتق المتدخل الالتزام بالمطابقة للمنتجات. حيث تخضع علامة المطابقة إلى معايير وأحكام تشريعية وتنظيمية تمنح من قبل المعهد الوطني للتقييس، أين يقوم هذا المعهد باختيار المنتجات أو الخدمات المرشحة لحمل العلامة بعد فحصه لها، والتأكد من أن الصانع أو مقدم الخدمات قادر وباستمرار على صنع المنتجات وتقديم الخدمات بنفس الجودة المتوفرة في العينة [3] وتبرز أهمية علامة المطابقة في ضمان حقوق المستهلك، سواء من خلال إعلامه أو سلامته أو أمنه أو تحديد جودة المنتجات بواسطة الخصائص التي تتميز بها المواصفات القياسية.

تلعب المواصفات والمقاييس التي تتطلبها المطابقة، دورا بالغ الأهمية في حماية المستهلك، حيث تستخدم هذه المواصفات والمقاييس، كأدوات رقابة تساعد كافة المتعاملين

1- المادة 22 من القانون رقم 04 /04، المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس، ج.ر، عدد41، صادرة في 27 جوان 2004.

2- تعرف المادة 02 في فقرتها 09 من القانون رقم 04/04 المتعلق بالتقييس المطابقة على أنها:" العملية التي يعترف بها بواسطة شهادة للمطابقة أو علامة للمطابقة بأن منتجا ما يطابق المواصفات أو اللوائح الفنية كما هي محددة في القانون".

3- رابح فراقة، حماية المستهلك من خلال حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية والإدارية، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي قالمة، 2020-2021، ص 207.

في السوق (سواء المستهلكين أو المتدخلين) للتأكد من سلامة السلع والخدمات المعروضة لشروط الجودة والمتانة والسلامة [1] فإذ لم تطبق المواصفات القانونية على السلع المعروضة أو لم تكن هناك إجراءات للتحقق من مطابقتها، فالشركات التجارية والصناعية تستغل الوضع وتقلد السلع وتكون منتجاتها رديئة [2].

2-دور العلامة في تحديد المسؤول عن الأضرار اللاحقة بالمستهلك:

تتمثل وظائف العلامة في تمييز المنتجات والخدمات المتشابهة وبيان مصدرها والإشارة إلى جودتها أو نوعيتها، وهي رمز ثقة المستهلك، كما أن العلامة لها وظيفة جوهرية بالنسبة للمستهلك لأنها أداة تمكنه من تحديد الجهة المسؤولة عن المنتجات التي ألحقت أضرارا به [3] إذا كانت تلك المنتجات مغشوشة أو مقلدة، لذلك القانون يلزم المتدخل بوضع العلامة حماية للمستهلك، من خلالها يمكن معرفة مصدر السلعة مما يسهل عليه متابعة المقلد أو الجاني على الأضرار والأخطار التي لحقت به.

المبحث الثاني:

مظاهر التقليد الواردة على المنتوج الصناعي أو التجاري

الملكية الصناعية هي سلطة مباشرة يمنحها القانون لشخص معين، يتمتع من خلالها بحق الاستئثار على كل ما ينتج عن فكره، وقد عرفها الفقه على أنها حقوق استئثار صناعي وتجاري تخول صاحبها أن يستأثر قبل الكافة باستغلال ابتكار جديد، أو استغلال علامة مميزة، ومن هذه المنطلقات فهي ترتب لصاحبها نوعين من المصالح: مصلحة في نسبة

1- رابح فراقة، المرجع السابق، ص209.

2- بن مبارك ماية، "مظاهر العلاقة بين التقييس وحماية المستهلك حسب التشريع الجزائري"، **مجلة الحقوق والعلوم السياسية**، العدد الأول، كلية الحقوق، جامعة عباس لغرور، خنشلة، فيفري 2014، ص 165.

3- رابح فراقة، المرجع نفسه، ص 219.

اختراعه إليه، ومصلحة في الاستفادة منه ماليا عن طريق استغلال الاختراع أو العلامة تجاريا.

ومحل حقوق الملكية الصناعية هو إما ابتكارات جديدة، وإما بيانات مميزة، والملاحظ أن التقليد يمس كافة مجالات الملكية الصناعية دون تميز. خاصة إذا علمنا أن التقليد لم يعد ذلك النشاط الحرفي الذي يعمل على محاكاة المنتوج بشكل تام أو جزئي في مظاهره، بل أضحي نظاما صناعيا متكاملا له ألية إنتاجية، ووظائفه التسويقية. هذا ما صعب من مهمة قمع أو التصدي له لان مجاله توسع وتنوع.

وعلى هذا الأساس سنتطرق في هذا المبحث إلى جرائم التقليد والقرصنة في تشريعات الملكية الفكرية **(مطلب الأول)**، وأهم الجرائم الالكترونية التي تمس المستهلك من خلال هذه الحقوق **(مطلب الثاني)**.

المطلب الأول:

جرائم التقليد والقرصنة في تشريعات الملكية الفكرية

إن تقليد عناصر الملكية الفكرية وخاصة عناصر الملكية الصناعية وقرصنتها هو اعتداء صارخ على أصحاب الحقوق في احتكار استغلال إبداعاتهم سواء كانت علامة أو براءة اختراع.

حيث يعبر عن هذا الاعتداء الواقع على الحقوق تقليدًا في البيئة التقليدية، ويعبر عنه في البيئة الرقمية بالقرصنة، هذا الاعتداء ألقى بظلاله على المستهلك لأن كل البضائع والخدمات توجه إليه، فإن كانت مقلدة فمعناه انه لا تتوافر على المواصفات التقنية اللازمة لحماية المستهلك مما تلحق ضررًا بأمنه وسلامته.

سنحاول في هذا المطلب تناول أعمال التقليد المجرمة في قوانين الملكية الصناعية **(فرع أول)**، ثم نتطرق إلى جرائم أعمال القرصنة المجرمة في قوانين الملكية الصناعية **(فرع ثاني)**.

الفرع الأول:

أعمال التقليد الواقعة على العلامة التجارية

وصف المشرع الجزائري أعمال الاعتداء التي تقع على عناصر الملكية الفكرية بأنها تقليد ماس بالحقوق الاستشارية لأصحاب الحق الأصلي، ومن ثم فهي ماسة كذلك بحق المستهلك في الصحة والأمن.

ولقد تنامت ظاهرة التقليد بشكل سريع في الآونة الأخيرة، حيث مست جميع عناصر الملكية الفكرية مما أثر سلبا على المستهلك، لأن التعدي على حقوق الملكية الفكرية هو بالضرورة تعد على حق المستهلك، لذلك حرص المشرع الجزائري على سن قوانين صارمة في هذا المجال سواء ما تعلق منها بقوانين الملكية الفكرية أو قوانين حماية المستهلك وقمع الغش، كل ذلك كآلية قانونية لردع المتعدي وحماية المستهلك.

إذ عرف المشرع الجزائري المستهلك بموجب المادة 03 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كما سبق بيانه آنفا، أما الحماية المقررة للمستهلك، فيقصد بها ضمان الحقوق، وهذا الضمان يتحقق من خلال القانون باعتباره مجموعة من القواعد العامة التي تسنها السلطة التشريعية في المجتمع لتنظيم العلاقات المتنوعة بين الأفراد حفاظا على حقوق كل واحد منهم، ورعاية للأمن والعدالة بينهم [1].

أولا: الجرائم الماسة بالمستهلك في قانون العلامات

1- خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، طبعة 2008، دار الفكر الجامعي، مصر، ص33 .

إن حماية صاحب العلامة التي منحها له المشرع الجزائري تمتد إلى حماية المستهلك أيضا، لأن السلع المقلدة موجهة بالضرورة للمستهلك من خلال التداول التجاري، بهدف اقتنائها واستهلاكها، وان كانت لا تتوفر على شروط صحية فقد تلحق أضرار جسيمة. وقد تناول المشرع الجزائري التقليد من حيث تحديد مفهومه وصوره وأحكامه.

1-مفهوم التقليد:

نص المشرع الجزائري في المادة 26 من القانون المتعلق بالعلامات في الأمر رقم 03/06،على الأفعال التي تعتبر تقليدا "يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة" ، أما فقهيا فقد عرفه بعض الفقهاء أنه" ختم أو دمغة أو علامة مزيفة للأشياء الصحيحة، أي مشابهة لها في شكلها سواء كان الاصطناع متقنا أو غير متقن، ولكن يشترط أن يكون كافيا لخداع الجمهور [1]

كما عرفه البعض الآخر على انه "تشابه بين العلامة غير المشروعة والعلامة الأصلية بشكل يؤدي إلى تضليل الجمهور أو هو اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية ، مما قد يؤدي إلى تضليل الجمهور أو خداعه على أنها العلامة الأصلية."[2]

وهناك من يعرف تقليد العلامة التجارية على" أنه نقل لعلامة مسجلة أو نقل الأجزاء الأساسية للعلامة الأصلية أو وضع علامة تشبه في مجموعها العلامة المصطنعة بحيث يمكن للعلامة الجديدة ان تضلل المستهلك ظنا منه أنها العلامة الأصلية."[3-]

1-معايير تقدير تقليد العلامة:

1- سعيدي صالح، جنحة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري، دراسة وضعية تحليلية، مقال منشور في الموقع، http://droit. Univ-alger.dz

2- فرج عاشور محمد محمود الخلفاوي، المرجع نفسه، ص11.

3- صراح خوالف، "حماية المستهلك من تقليد العلامة التجارية"، **مجلة ضياء للدراسات القانونية المجلد 2العدد.1.2020**، ص 59.

إن العبرة في توفر التقليد هي بأوجه الشبه بين الشيء المقلد والشيء الصحيح [1] لا بأوجه الاختلاف، وأن المعيار في أوجه الشبه هو ما ينخدع به المستهلك.

عند تقدير التشابه بين العلامتين يكون المعيار هو تقدير الرجل العادي، أي المستهلك المتوسط الحرص ومتوسط الانتباه وليس المستهلك الحاذق الذي يبالغ في عملية الفحص الدقيق في سلعة قبل شرائها، ولا المستهلك المهمل الذي يشتري دون أن يجري أي فحص أو تدقيق عليها [2]، وليس من الضروري أن يكون التقليد تاما، فالعبرة في التشابه بالنظر العام لمجموع العلامتين لا في التفاصيل والجزئيات.

2-صور التقليد:

إن المشرع الجزائري قد وسع من نطاق التقليد فالمقصود حسب ما يراه في المادة 26 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات "يعد تقليد العلامة كل تصرف أو مساس بحقوق مالك العلامة"[3].

والاعتداء على العلامة يتخذ عدة أشكال منها ما تعرف بجرائم الاعتداء المباشر لأنه يمس ذاتية العلامة، أي موضوع الحماية والمتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة التجارية بالتقليد، وجرائم أخرى غير المباشرة على ذاتية العلامة أو ما يعرف بالاعتداء على قيمة العلامة.

2-1-الاعتداء على الحق في العلامة بالتقليد:

ويتفرع هذا الاعتداء إلى جزأين:

1- فرج عاشور محمد محمود الخلفاوي. المرجع نفسه. ص 101 .

2- سعدي صالح. المرجع االسابق. ص 07.

3- عدنان غسان برابيو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص48.

أ) تقليد العلامة التجارية بالنقل:

يقصد به نقل العلامة نقلا مطابقا وتاما، بحيث تصبح العلامة المقلدة صورة طبق الأصل عن العلامة الحقيقية المسجلة، بحيث لا يمكن تفرقتها عنها [1] أو أن يكون التقليد بإظهار العنصر الأساسي من علامة معينة ونقله إلى علامة جديدة. والعبرة في تقليد العناصر المحمية التي يتم إيداعها بشكل قانوني سواء كانت اسمية أو أشكال ورموز، أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا مجال للقول بوجود التقليد [2].

ب) تقليد العلامة التجارية بالتشبيه:

هو أن يكون التشابه بين العلامة الأصلية المسجلة والعلامة المتشابهة في المظهر العام مما يؤدي إلى احتمال وقوع الجمهور في الخلط بينهما، فتشبيه العلامة ليس إلا وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه في مجموعة بعلامة أخرى، بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يضلل جمهور المستهلكين [3].

2)- الاعتداء على الحق في العلامة التجارية بالاستعمال:

أ-استعمال علامة مقلدة:

المقصود بالاستعمال هو القيام بنشاط معين مستغلا العلامة موضوع التقليد، بهدف جذب الزبائن من خلال استعمال الماركة المقلدة [4]، تقع هذه الجريمة بوضع علامة مقلدة على المنتجات قبل عرضها للبيع أو استعمالها في معرض عام دون قصد البيع ودون وضعها على منتوجات معنى ذلك إذا اقتصر الاستعمال على وضع في النشرات أو

1- عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص84.

2- سعدي صالح، المرجع السابق، ص8.

3- عدنان غسان برانبو، مرجع السابق، ص ص 840-841.

4- نعيم مغبغب، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة، دراسة في القانون المقارن، ب . د. ن، الطبعة الأولى، 2010، ص303.

الإعلانات أو إستعمال العلامة في أداء أية وظيفة أخري للعلامة التجارية يكون كافيا لوقوع هذه الجريمة [1].

هو موضوع علامة مقلدة على المنتجات قبل عرضها للبيع أو استعمال العلامة في معرفة عام دون عقد البيع ودون وضعها على المنتجات. اعتبر هذا الفعل جريمة في القانون الجزائري ومعاقب عليه لان من شأنه إلحاق الضرر بحقوق صاحب العلامة الذي قام بتسجيلها لذلك جاز له منع الغير من استعمال علامته لأغراض .....بين السلع والخدمات لتضليل الجمهور [2].

اعتبر المشرع الجزائري في قانون العلامات أن فعل استعمال علامة مقلدة جريمة يعاقب عليها القانون ولم ينص على ذلك صراحة، إلا انه يعتبر فعلا معاقبا عليه قانونيا إذا من شانه الإقرار بحقوق صاحب العلامة. فهو قيام صاحب العلامة بتسجيل العلامة واكتسب صفة الحق في العلامة بتسجيل العلامة واكتسب صفة الحق في العلامة جاز له منع الغير من استعمال علامته لأغراض تجارية دون ترخيص منه كما يمكنه متابعة الغير مادام الهدف من استعمال العلامة هو إحداث خلط بين السلع وخدمات تقلل الجمهور.

3)- الاعتداء على الحق في علامة تجارية مملوكة للغير:

أي قيام شخص بوضع علامة حقيقية على المنتجات غير أن هذه العلامة مملوكة للغير، وتتخذ هذه الجريمة صورا متنوعة أيضا، كان يقوم المغتصب بنزع العلامة الأصلية ويضعها على منتجاته ويقوم ببيعها أو ينزع البطاقات الملصقة على المنتجات ويضعها على منتجاته و نكون إزاء هذه الجنحة في الغالب عندما يقوم الجاني باستعمال زجاجات تحمل علامة حقيقية و يقوم بتعبئتها بمنتج غير المنتج الأصلي، كما هو في

1- عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص852.

2- عدنان غسان برانبو، المرجع نفسه، ص852.

قارورات المشروبات الغازية، و ذلك بغية تقليل جمهور المستهلكين و الاستفادة من السمعة التي تنطوي عليها العلامة [1].

الفرع الثاني:

الجرائم الماسة بالمستهلك في قانون براءة الاختراع

إن حماية المستهلك هي امتداد لحماية صاحب براءة الاختراع، لان العصر الراهن أصبح فيه المقلد شخصا متخصصا يملك قدرات عالية في التقليد وممارسته لهذه العمليات الغير مشروعة ينعكس سلبا على الصناعة، وعلى المستهلك ويمس خاصة حقوق صاحب البراءة.

1-مفهوم تقليد البراءة:

هو القيام بصنع الشيء المبتكر محل البراءة سواء كان هذا الصنع متقنا أم لا، بدون موافقة مالك البراءة، ولا يتم ذلك إلا بأخذ المميزات الأساسية للاختراع، وتطبيقاتها بحيث يجعل الأشخاص الطبيعية تقع في وهم مفاده أن الاختراع المقلد هو في الحقيقة الاختراع المتحصل بشأنه على براءة الاختراع، إذن هو الفعل المعاكس للابتكار أو التطوير على التجديد [2] وتقليد الاختراع هو كل اعتداء على حق استشاري باستغلال الاختراع.

1-2-صور تقليد البراءة:

أ)- تقليد المنتج موضوع الاختراع:

1- سعيدي صالح، المرجع السابق ص 9.

2- هنية نور الدين شريف، "الحماية الجزائية لبراءة الاختراع في التشريع الجزائري"، **المجلة العربية لدراسات الأمنية**، العدد الأول، 2020، جامعة لونسي علي، البليدة، ص 93.

نصت المادة 11 من الأمر رقم 07/03 على أنه يمنع الغير من القيام بصناعة المنتج أو استعماله، أو بيعه، أو عرضه للبيع أو استيراده لهذه الأغراض دون رضا مالك الحقوق.

لا بد أن تكون الفكرة الجديدة لم يسبق نشرها أو استخدمها ولا تكون بديهية ويجب أن تكون الفكرة قابلة للتطبيق في الصناعة فيتم التقليد أما في المنتج موضوع الاختراع فهنا تسويق أو حيازة المنتج المحمي بالبراءة أو استعماله أو إخفائه بيعه أو عرضه أو إدخاله للتراب الوطني يعد تقليدا [1].

يعد تقليد المنتوج موضوع البراءة وهو محور الاعتداء على الاختراع الذي يولد مساسا بالمستهلك وليس تقليد الواقع على البراءة في حد ذاتها [2].

ب)- تقليد طريقة صنع موضوع الاختراع:

هذا التقليد متعلق بوسيلة أو طريقة صنع موضوع الاختراع فيعتبر عملا ماديا فالتقليد إذن يتمثل في الطريقة و لا يتشرط أن يكون المنتوج قد صنع من قبل و تم استعماله و لا يهم أن يكون من ارتكبها تاجر فيعتبر هذا الشخص مرتكبا للتقليد المعاقب عليه من طرف القوانين الداخلية و الاتفاقيات الدولية التي تهتم بحماية الاختراعات، فالتقليد مرتكب إلا في حالة ما إذا كان الاختراع محميا ببراءة الاختراع [3]

1- سعدودي سكينة، النظام القانوني لمكافحة التقليد في الجزائر، بحث لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون المؤسسات، 2011، ص 16.

2- حمالي سمير، المرجع السابق، ص 286.

3- سعدودي سكينة، المرجع السابق، ص 16.

إذن يتحقق التقليد بمجرد استخدام الطريقة أو الوسيلة للوصول إلى النتيجة الصناعية الجديدة التي تكون موضوع البراءة، ولا يهم إن ارتكبها تاجر او غير تاجر، فيعد هذا الشخص مرتكبا للتقليد المعاقب عليه [1].

ج) التقليد المباشر والتقليد غير المباشر:

يشمل التقليد المباشر لاختراع التقليد بالنقل إما كليا أو جزئيا والتقليد الكلي" تقليدا كاملا، نقل كل عناصر الاختراع أي وجود تماثل تام وتطابق مطلق يبين المنتج الأصلي والمنتج المقلد". أما التقليد الجزئي للاختراع يكون بنقل بعض عناصر الاختراع دون بقية العناصر الأخرى على إلا تكون العناصر المقلدة مألوفة لدى الجمهور أو معروفة في السابق، ويشترط وجود تشابه بين الأول، والتقليد يضلل الجمهور أما التقليد الغير مباشر للاختراع يتمثل في استعمال منتوج مقلد أو يتضمن تقليد العنصر أو أكثر من عناصر الاختراع الأصلي [2].

2-الأعمال المشابهة للتقليد:

يقصد بها كل جريمة شبيهة بجريمة التقليد الأصلية المعاقب عليها قانونا بنفس جريمة التقليد حسب ما صرح به المشرع الجزائري في النص 62 من الأمر 07/03 المتعلق بالبراءة للاختراع الجزائري:" يعاقب بنفس العقوبة التي يعاقب بها المقلد، كل من يتعمد إخفاء الشيء المقلد أو إخفاء عدة أشياء مقلدة أو بيعها أو يعرضها للبيع أو يدخلها إلى التراب الوطني."

1- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، القسم الثاني، ابن خلدون للنشر، الجزائر، 2001، ص 176.

2- أسيا بورجيبة، النظام القانوني لبراءة الاختراع، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1954، قالمة، 2022، قالمة ص192

2-1-جريمة إخفاء أشياء مقلدة:

تتمثل هذه الجريمة في إخفاء منتج مقلد لمنتج أصلي محمي ببراءة الاختراع و يعني ذلك أن هذا المنتج في الحقيقة متحصل عليه من جريمة سابقة هي جريمة التقليد الأصلية و هذه الجريمة مثال عن جريمة الإخفاء المنصوص عليها في المادة 387 من قانون العقوبات الجزائري لاشتراكهما في محل الإخفاء و الذي هو متحصل من فعل التجريم و تفترض هذه الجريمة في الشخص المخفي أن لا يكون نفسه المقلد بل قد يكون من الغير، و هو بمثابة شريك للجاني[1] ويعتبر إخفاء الشيء المقلد من الأعمال المرتبطة بالتقليد، و هذا العمل يفترض حيازة المنتجات المقلدة أو مواد تشمل على اختراع مقلد و من ثمة إخفاؤها [2].

2-2 جريمة بيع المنتج المقلد، أو عرضه للبيع:

لم يكتف المشرع الجزائري في حمايته لحقوق الملكية الصناعية والتجارية بأن اعتبر تقليدها جريمة جنائية تستوجب الجزاء الجنائي، وإنما أضاف إلى جريمة التقليد جريمة عرض أو بيع أشياء مقلدة إذا كان هذا البائع أو العارض يعلم أن هذه الأشياء مقلدة [3] ويقصد ببيع الشيء المقلد العمل الذي يراد من خلاله الاتجار بالسلع المقلدة، سواء قام به تاجر أم لا[4] و بيع أشياء مقلدة هو نقل المقلد ملكية المواد المقلدة إلى المشتري مقابل ثمن نقدي سواء تم البيع جزافا أو بالعينة أو بالتجربة[5].

ويقصد بالعرض وضع المنتجات موضوع التقليد أمام الزبائن كوضعها في المحل التجاري، أو إرسال عينات منها إلى التجار أو المستهلكين تمهيدا لبيعها وهذا يهدف جذب

1- ناصر موسى، "جنحة تقليد براءة اختراع في التشريع الجزائري"، ***مجلة الدراسات القانونية***، المجلد الرابع، عدد01، 2018.

2- سمير جميل حسن الفتلاوي، المرجع السابق، ص1.

3- ناصر موسى، المرجع السابق، ص293.

4- سمير جميل حسن الفتلاوي، المرجع النفسه، ص171.

5- ناصر موسى، المرجع النفسه، ص240.

المستهلكين [1]، وتتحقق جريمة العرض بمجرد عرض المنتجات سواء تحقق فعلا البيع أم لا.

المطلب الثاني:

الجرائم الالكترونية الماسة بالمستهلك في العلامة.

مع التقدم التكنولوجي السريع الذي يشهده العالم، تتقدم أيضا أساليب التعدي على عناصر الملكية الفكرية وتتطور، حيث أصبحت تستخدم التقنيات الحديثة مثل الانترنت، الحواسيب لارتكاب جرائم انتهاك حقوق الملكية الفكرية، ولعل أبرز هذه الجرائم القرصنة الالكترونية للعلامة، وهذا الاعتداء الذي يصعب رغم أثره السلبي في تضليل المستهلك.

الفرع الأول:

مفهوم القرصنة الجرمية في مجال الملكية الصناعية

إن العلامة الالكترونية مهمة للمستهلك بعدما انتشرت التجارة الالكترونية وعرفت رواجا واسعا عبر مواقع الانترنت، والعلامة الالكترونية التجارية كمثيلتها العلامة التجارية العادية تعد دليل للمستهلك للتعرف على مصدر المنتوجات كما إن العلامة تخلق ظاهرة نفسية تساعد المستهلك في اختيار السلع التي يريد اقتناءها من بين الكم الهائل المعروض الكترونيا.

والعلامة تخفض تكاليف بحث المستهلكين عن السلع المطلوبة فلو افترضنا عدم وجوب علامات لتوجب على المستهلك تذوق كل المنتجات في كل مرة يريد اقتناء سلعة.

إذن العلامة تعتبر هوية أو بطاقة تعريفية ترسخ الثقة في ذهن المستهلك حول منتجات معينة وتعتبر ضمان للجودة حماية لسلامة المستهلك.

1- سمير جميل حسن الفتلاوي، المرجع السابق، ص172.

أولا: مفهوم القرصنة:

يقصد بالقرصنة الالكترونية أو "السطو الالكتروني" أن يقوم شخص أو مشروع لا يمتلك أي حق على العلامة تجارية بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت وذلك بقصد الإضرار بمالك هذه العلامة أو بقصد إعادة بيع العنوان الالكتروني إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالي فيه [1].

فالسطو الالكتروني: هو تسجيل اسم موقع الكتروني بشكل قانوني لدى جهات التسجيل المختصة، من طرف بعض الأشخاص أو الشركات، بحيث يتضمن اسم الموقع الالكتروني هذا الإعتداء على علامة تجارية قائمة مسجلة باسم شخص أو شركة أخرى وذلك بقصد الإضرار بمالك العلامة أو بقصد إعادة بيع اسم الموقع الالكتروني إلى المالك الأصلي للعلامة بسعر مبالغ فيه [2].

الفرع الثاني: صور القرصنة

إن الاعتداء على العلامة التجارية الالكترونية بالقرصنة تنوعت صوره وازدادت مع تطور الانترنت كالاعتداءات على الدومين أو المواقع الالكترونية على هذه العلامة.

أولا: الاعتداء على الحق في العلامة بتسجيل اسم موقع الكتروني متطابق مع علامة تجارية:

1- شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر الانترنيت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر،2007، ص102.

2- بحاش نصيرة، "القرصنة الالكترونية للعلامة التجارية"، **مجلة الأستاذ الباحث لدراسات القانونية و السياسية**، المجلد الأول، العدد التاسع،2018، ص 186.

هو تسجيل اسم موقع الكتروني متطابق مع علامة تجارية مشهورة العائدة للشركات التجارية الكبرى، الغرض من ذلك المطالبة بمبالغ كبيرة من اجل القيام بالتنازل عن أسماء المواقع الالكترونية المحتوية على علاماتهم التجارية[1] ،قد يكون تسجيل اسم الموقع يحتوي على علامة تجارية مملوكة لشركة منافسة أو قيام شركة من بين شركتين متنافستين تعملان في مجال واحد أو تقدم كل منهما بضائع و منتجات واحدة، بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة الأخرى كاسم موقع حارمة إياها من تسجيل اسم موقع يحتوي على علامتها التجارية[2] لإجبار الشركة على شراء اسم الموقع .

وقد تبيع اسم الموقع في المزاد العلني في المواقع المخصص لذلك [3].

ثانيا: الاعتداء على الحق في العلامة بتسجيل اسم موقع الكتروني متشابه مع علامة تجارية:

هو قيام الشخص بتسجيل اسم موقع شبيه أو متماثل إلى حد كبير ليس متطابق مع العلامة التجارية، وذلك عن طريق إدخال تعديل طفيف على حروف العلامة التجارية التي يسجلها كاسم موقع أو إضافة كلمة للعلامة التجارية العائدة للشركة ويسجلها كاسم موقع [4]

1- بحاش نصيرة، المرجع السابق، ص190.

2- صفوان حمزة إبراهيم عيسى الهواري، "حماية العلامة التجارية من اعتداء العنوان الالكتروني"، **مجلة مصر المعاصرة**، العدد544، 2021، ص279

3- بحاش نصيرة، المرجع السابق، ص 190.

4- صفوان حمزة إبراهيم عيسى الهواري، المرجع السابق، ص 281.

الفصل الثاني

الآليات القانونية لحماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية

الهدف الأساسي من الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية هو تمكين صاحب الحق من الانفراد باستغلال ملكيته، إلا أنه يمكن من خلال هذه الدراسة توضيح مفهوم هذه الحماية ليشمل أيضا المستهلك. ذلك لأن ارتكاب أي جريمة تمس بحقوق الملكية الفكرية قد تؤثر سلبا على المستهلك، من خط توقيعه في الخداع والتأثير على اختياراته وعدم قدرته على التمييز بين المنتجات الأصلية التي تتمتع بالحماية القانونية، وهو ما يؤدي إلى إيقاع المستهلك في الغش والتضليل حول حقيقة المنتج أو الخدمة المقدمة إليه.

انطلاقا من هذه الحقيقة، يتضح أن هناك علاقة جد وثيقة بين حماية المستهلك وحماية حقوق الملكية الفكرية من الناحية العملية، ويمكن دعم هذه العلاقة من الناحية القانونية من خلال الإطار المؤسساتي الذي يسهر على توفير هذه الحماية **(مبحث أول)** بالإضافة إلى الحماية القضائية التي أقرها المشرع الجزائري حماية لحقوق الملكية الفكرية من خلال حماية حقوق أصحاب الحق الأصلي، وحماية للمستهلك أيضا **(مبحث ثاني)**.

المبحث الأول:

الإطار المؤسساتي لحماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية

حماية المستهلك من المهام الأساسية للجمارك إلى جانب المهام الأخرى، حيث يعتبر موظفو الجمارك حماة الاقتصاد الوطني، وذلك من خلال السهر على ضمان حقوق الدولة وتطبيق قوانينها في حالة نقل البضائع، إذ تخضع جميع البضائع المستوردة أو المعاد استيرادها إلى عملية المراقبة الجمركية، وهو ما أكدته المادة 51 من قانون الجمارك

الجزائري، لذلك تعتبر إدارة الجمارك من أهم المؤسسات التي تضطلع بحماية حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك **(مطلب أول)** كما يضطلع المعهد الوطني الجزائري بمهمة السهر على حماية حقوق الملكية الفكرية، هذه الحماية التي تعدت حماية صاحب الحق لتوفر حماية قانونية للمستهلك **(مطلب ثاني)**.

المطلب الأول:

دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك من تقليد المنتجات المحمية بموجب حقوق الملكية الفكرية

أصبحت ظاهرة التقليد هاجس يؤرق أصحاب حقوق الملكية الفكرية والدول النامية التي تعد سوقا مستهدفة من طرف التجار عديمي الضمير والمستهلكين الذين يكونون ضحية سلع مغشوشة، والتي لا يتوقف ضررها على استنزاف أموال المستهلك فحسب بل على صحته ومظهره، ويكون الأمر أكثر خطورة إذا تعلق ببعض المنتجات ذات الأهمية الحيوية مثل الأدوية والمستحضرات الصيدلانية باعتبارها تتعلق بصحة الإنسان وحياته.

ولأن التقليد ينصب على سلع مشمولة بحماية حقوق الملكية الفكرية كالملابس والساعات والمجوهرات والأحذية ومختلف الأجهزة التي تخضع للتداول التجاري على نطاق دولي وذلك عن طريق الاستيراد والتصدير.، استلزم الأمر ضرورة إقرار آليات قانونية تدعم سعي الدول إلى الحد من ظاهرة التقليد والمتمثلة في التدابير الحدودية التي تتخذها سلطات الجمارك والتي تهدف إلى منع دخول المنتجات والسلع المقلدة للقنوات التجارية الخاصة بالدولة. وقد تم تكريس الأساس القانوني لهذه الآليات في التشريعات الوطنية بما فيها التشريع الجزائري من خلال قوانين الملكية الفكرية وقانون الجمارك والقوانين الخاصة بحماية المستهلك **(فرع أول)** التي منحت صلاحيات واسعة لإدارة الجمارك في محاربة السلع المقلدة متى انعقد اختصاصها من خلال الاعتماد على مجموعة من الآليات القانونية لممارسة هذه

الصلاحية **(فرع ثاني)** هذه الصلاحيات التي تتجسد على أرض الواقع من خلال عدة صور **(فرع الثالث)**

الفرع الأول:

الأساس القانوني للتدخل الجمركي

حتى تتمكن إدارة الجمارك من القيام بمهامها على أكمل وجه وتماشيا مع المستجدات المتسارعة تم إستحداث تغيرات على مستوى الهيكل التنظيمى لها وكذا على مستوى النصوص القانونية الخاضعة لها، إذ تم إدراج نصوص قانونية تناولت مسألة التقليد[1]. اين يجد التدخل الجمركي مشروعيته في قانون الجمارك والقوانين المتعلقة بالملكية الصناعية وكذا المتعلقة بحماية المستهلك.

أولا: الأساس القانوني للتدخل الجمركي بموجب قانون الجمارك

يكتسب التدخل الجمركي لحماية حقوق الملكية الفكرية أساسه القانوني بموجب المادة 22و22 مكرر من قانون الجمارك في القسم المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية والتي عدلت في المادة 9 من القانون الجديد 04/17 والذي يعدل ويتمم القانون رقم 79/ 07 [2] المتضمن قانون الجمارك .

إذ يحظر استيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة أو أية إشارة على المنتجات نفسها أو على الأغلفة أو الصناديق أو الأحزمة أو الأظرف أو الأشرفة أو الملصقات التي من شأنها أن توحي بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري، إذ جاء هذا التعديل شاملا كل عناصر الملكية الأدبية والفنية والملكية الصناعية، وبالتالي تم تدارك

1- كوتي كريمة، "الحماية الجمركية لحقوق الملكية الفكرية من التقليد في القانون الجزائري"، **مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد الثامن العدد الثاني-جوان 2024**، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، ص 95.

2- قانون رقم 07/79، المؤرخ في شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979، المتضمن قانون الجمارك الجزائرية، المعدل والمتمم بموجب قانون رقم 17-04، مؤرخ في جمادى الأولى عام 1438، الموافق ل 16 فبراير 2017، ج.ر، العدد11 ، صادرة في19 فبراير 2017.

النقص الموجود في القانون السابق الذي نص على بعض الحقوق دون الأخرى. أما المادة 22 مكرر من نفس القانون فتنص: «بغض النظر عن الاستثناءات الخاصة بكل الأنظمة الجمركية المذكورة أعلاه، تستثني من هذه الأنظمة كذلك البضائع المقلدة أو المحظورة على أساس اعتبارات متعلقة بالأخلاق أو النظام العام أو الأمن العمومي أو النظافة والصحة العموميتين، أو على اعتبارات بيطرية أو متعلقة بأمراض النباتات أو الخاصة بحماية البراءات وعلامة التصنيع وحقوق المؤلفين وحقوق إعادة الطبع مهما كانت كميتها أو بلد منشئها أو مصدرها أو بلد اتجاهها.

يلاحظ أن هذا النص استثنى من النظام الجمركي بعض عناصر الملكية الصناعية من بينها الرسوم والنماذج الصناعية وكأنها غير معنية بذلك، فهل هذا سهو من المشرع أو تعمد منه، لاسيما أن النص يقصي البضائع المقلدة أو المحظورة على اعتبارات متعلقة بالأخلاق والنظام العام، وبالتالي فالمنتجات التي تحمي رسوما قد تكون منافية لهذه الأخلاق والنظام العام، وهي معنية مباشرة بهذا الإقصاء لأنه من الشروط الموضوعية لحماية هذه الرسوم والنماذج الصناعية عدم مخالفتها لهذا الشرط [1].

كما نصت المادة 116 من قانون الجمارك على إقصاء البضائع المقلدة من الأنظمة الجمركية الاقتصادية عند توافر إحدى الاعتبارات المذكورة في المادة المتعلقة بالأخلاق والنظام العام والأمن العمومي والصحة العمومية، أو لاعتبارات بيطرية أو متعلقة بأمراض النباتات وحماية براءة الاختراع وعلامة التصنيع، كما نصت أيضا المادة 126 نفس القانون على قائمة البضائع المقصاة من الاستفادة من نظام العبور الجمركي والتي تحمل علامات تجارية مقلدة، فوجود مثل هذا النص من شأنه أن يسهل على إدارة الجمارك عملية التعرف

1- كوتي كريمة، المرجع السابق، ص 96.

على البضائع ذات العلامة التجارية المقلدة التي تكون محل الحظر من أجل إيقافها والحجز عليها في الأسواق المحلية[1].

ثانيا: الأساس القانوني للتدخل الجمركي بموجب قانون المستهلك:

بعد إلغاء القانون رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك، جاء قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم لقانون 09/18[2]، أين تم تكريس الدور الحمائي لإدارة الجمارك إذ نصت المادة 53 من القانون السابق الذكر على: «.....**يمكن للأعوان السماح بالدخول المشروط أو رفض دخول المنتجات المستوردة عند الحدود....**»

نلاحظ من هذه المادة أنها جنبت إدارة الجمارك العراقيل التي تعترض رقابتها على مستوى الحدود ومن أجل تفادي كل التدخلات مع مختلف القطاعات المكلفة بالرقابة تم تعديل المادة 53، فبعد ما كانت تنص على «....وبهذه الصفة، يمكن للأعوان القيام برفض الدخول المؤقت أو النهائي للمنتجات المستوردة عند الحدود....» أين تم استبدال عبارة " رفض الدخول المؤقت " ب "رفض الدخول"[3]

ثالثا: الأساس القانوني للتدخل الجمركي بموجب قانون الملكية الصناعية

تحدد التشريعات الجمركية عناصر الجريمة المتعلقة بتقليد البضائع، حيث تستند إدارة الجمارك في تحديد عناصر التجريم للبضائع المقلدة الى المرسوم التنفيذي رقم 68/98[4] ، وبالأخص المادة 07 التي تحدد مهام المعهد الوطني للملكية الصناعية. هذا المعهد الذي

1- خنوس خديجة، المرجع السابق، ص 16.

2- أمر رقم 09/18 مؤرخ في 10 يونيو 2018، المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم القانون رقم 03/09 المؤرخ في 23 فبراير 2009،ج.ر،عدد35، صادر بتاريخ 13 جوان 2018.

3- خنوس خديجة، المرجع نفسه، ص17.

4- لمرسوم التنفيذي رقم 68/98، الصادر بتاريخ 23 فبراير 1998، يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الفكرية ويحدد قانونه الأساسي ، ج.ر، عدد47، صادر بتاريخ 08 جويلية 1998.

يعمل على تحسين ظروف استراد التقنيات الأجنبية الى الجزائر من خلال التحليل والرقابة، بالإضافة الي تحصيل إتاوات حقوق الملكية الصناعية.

لا يمكن تحقيق هذه المهام دون تدخل إدارة الجمارك التي لها صلاحيات على الحدود، مما يسهم في تسهيل عمل المعهد الوطني للملكية الصناعية. وفي هذا السياق، تشير المادة 56 من الأمر رقم 07/03 الى أن أي مساس بالحقوق المتعلقة ببراءة اختراع والمنصوص عليه في المادة 11 من ذات القانون يعد جريمة معاقب عليها قانونا.

وتنص المادة 1/11 على أن الاستراد بغرض البيع أو العرض للبيع لأي منتج أو طريقة صناعية تتعلق بالاختراع معين يعد تعديا على البراءة.

لذلك بما أن الأمر يتعلق بالاستيراد، فإن تدخل إدارة الجمارك يصبح إلزاميا لضمان تطبيق القوانين وحماية حقوق الملكية الفكرية [1].

الفرع الثاني:

صور التدخل الجمركي في مكافحة ظاهرة التقليد وحماية المستهلك من الغش

طبقا لقررا الصادر عن وزير المالية في 15 جويلية 2002 المحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك حددت طريقتين لتدخل إدارة الجمارك لمواجهة التداول التجاري للسلع المقلدة وهي:

أولا التدخل بناء على طلب من صاحب الحق

بإمكان صاحب الحق المسجل قانونا أن يتقدم للمديرية الفرعية المكلفة بمكافحة التقليد على مستوى المديرية العامة للجمارك بعريضة مكتوبة يثبت من خلالها انه صاحب الحق المسجل ويدعو من خلالها كذلك بتعليق العملية الجمركية للسلع المحتمل انتهاكها لحقوق

1- خنوس خديجة، بيطار لويزة، المرجع السابق، ص ص17-18.

الملكية الفكرية أو التجارية [1]. والتي قد تؤثر على المستهلك في حالة خروجها إلى الأسواق. ويجد هذا الإجراء أساسه القانوني في التشريع الجزائري ضمن المادة 1/4 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك الجزائري.

إذ يجب أن يكون هذا الطلب المقدم مكتوبا في شكل عريفة تشمل على:

-وضع مخطط للبضائع لتتمكن إدارة الجمارك من التعرف عليها

-تقديم بيان يثبت أن مقدم الطلب هو صاحب الحق على تلك البضائع، توضيح كل المعلومات الخاصة بالوقائع لتتمكن الجمارك من اتخاذ قرارها.

-تحديد المكان الذي توجد فيه البضائع وكذا التاريخ المحدد لوصولها.

-قيام صاحب الحق بطلب «تعليق جمركة البضائع» المشكوك فيها، على آن يتحمل المشتكي تعويض الشخص من الشكوى عن الأضرار المتعلقة بالتعليق غير المبرر لعمليات الجمركة [2].

ثانيا: التدخل بقوة القانون

في أغلب الحالات تكون المعالجة الجمركية لحقوق الملكية التجارية عن طريق طلبات تحرر من طرف مالك الحق، لكن يحدث أثناء المراقبة العادية لأعوان مصالح الجمارك، أن تلاحظ سلع وبضائع تحمل بعض المؤشرات توحي أنها مقلدة، على إثر ذلك تقوم إدارة الجمارك بمعاينة مختلفة إلى حين إثبات العكس بإبلاغ صاحب الملكية ليقدم الوثائق التي تدل على أنه صاحب حقوق الملكية وأنها منتهكة، كما يفرض عليه تقديم المعلومات الضرورية كالاستعانة بخبير تقني للكشف عن السلع المقلدة أم لا.

1- خنوس خديجة، بيطار لويزة، المرجع السابق، ص22.

2- ايت شعلال لياس، المرجع السابق ص 104.

ويجب الإشارة إلى أن إدارة الجمارك تتدخل بقوة القانون في حالة وجود شك أو لبس في السلع المقلدة، أو عدم احتوائها على المواصفات القانونية المطلوبة، وهذا التدخل يكون دون اللجوء إلى تقديم طلب خطي من طرف صاحب الملكية الفكرية. ففي حالة وجود تعدي واضح على حقوق الملكية الفكرية تقوم مصالح الجمارك بإعلام صاحب الحق بوجود سلعة مشابهة تحمل تغيرات طفيفة من شأنها أن تخلق اللبس في ذهن المستهلك بأن السلع أصلية، أو أي شكل أخر من أشكل التعدي، وبعد ذلك تنتظر إدارة الجمارك ثلاثة أيام بعد الإعلام الرسمي لصاحب الحق، وفي حالة إذ لم يقدم صاحب الملكية الفكرية الوثائق المطلوبة لإظهار ملكيته لنوعية السلع المستوردة والمخططات التوضيحية للفرق بين السلعتين، وبعد انتهاء المدة المقررة يكون بإمكان مصالح الجمارك إما مصادرة السلعة المحتمل انتهاكها أو "رفع التحفظ"[1].

الفرع الثالث:

شروط انعقاد الاختصاص لإدارة الجمارك لمنع السلع المقلدة من التداول التجاري وحماية المستهلك

باعتبار أن السلع والخدمات عادة ما تكون مشمولة بحماية حقوق الملكية الفكرية متى استوفت الشروط الشكلية والموضوعية المحددة قانونا، فإن الاعتداء عليها عن طريق التقليد يخول لإدارة الجمارك حق التدخل من أجل وضع حد التداول هذه السلع المقلدة تجاريا ولا يتم هذا التدخل إلا بتوافر الشروط التالية:

أولا-أن تكون السلع مشمولة بحماية قوانين الملكية الفكرية

1- عمر يوسف عبد الله، الإطار القانوني والمؤسساتي لمكافحة التقليد والقرصنة الالكترونية، أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم، في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة وهران 2، 2021-2022، ص ص 72-73.

إذا كان المستهلك حسب المادة 2/3 من القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية [1] شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع المطبقة أو يستفيد من خدمات مجردة من كل طابع مهني، وهو كذلك حسب المادة 03 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجات شخص أخر أو حيوان متكفل به، فإن هذا يفسر العلاقة المباشرة بين المستهلك والسلع المحمية، إذ كلما تدعمت حماية هذه الأخيرة من أي تعدي قد يطالها كلما كان المستهلك في مأمن من أي ضرر قد يلحق به ليس فقط من قيامه باقتناء سلع مغشوشة مع اعتقاده أنها أصلية، ولكن في كون أن بعض هذه السلع قد تشكل خطرا على صحة المستهلك وحياته وأمنه كالأدوية مثلا، إذ لا يمكن لإدارة الجمارك التدخل من أجل حظر هذه السلع والحجز عليها إلا إذا كان المنتج الأصلي يتمتع بالحماية القانونية المقررة في القوانين السارية في هذا المجال، والمبدأ هنا أن هذه السلع لا تستفيد من حماية تلقائية ولكن يجب إستيفاء مالكها طائفة من الإجراءات الشكلية التي تخوله ملكية الحق بصورة قانونية والاستئثار باستغلاله لمدة زمنية محددة.

وتشمل هذه الإجراءات أساسا في إقدام مالك السلعة على تقديم طلب تسجيل ملكيته على سلعه أو اختراعه لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، والذي يتأكد بدوره من استفاء الطلب لجميع الشروط الشكلية المطلوبة واستيفاء السلعة محل الطلب لجميع الشروط الموضوعية المنصوص عليها في الأمر 06/03 الخاص بالعلامات والأمر 07/03 الخاص ببراءة الاختراع، وقد يسفر هذا الفحص على تسجيل الحق ومنح صاحبه شهادة ملكيته وما ترتبه من استئثار بالحق في استغلاله وطرحه للتداول التجاري يدون غيره، فالتسجيل يعد الركيزة الأساسية للحماية وبالتالي رفع دعوى التقليد أمام القضاء أو ممارسة

1- أنظر المادة 2/3 من القانون رقم 03/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

وسائل الإنفاذ المتاحة عند التعدي على السلع والخدمات المحمية، أو للمطالبة بمنع المنتج المقلد من دخول القنوات التجارية للدولة عن طريق التصدير والاستيراد.

ثانيا–حدوث التعدي على السلعة أو الخدمة المشمولة بالحماية:

يستوجب لممارسة إدارة الجمارك صلاحيتها في حجز المنتج المقلد إضافة إلى الشرط السالف الذكر أن يحدث التقليد فعلا أو يحتمل حدوثه، وقد عرف المشرع الجزائري التقليد على أنه كل مساس بالحق الفكري الذي استوفى شروط الحماية القانونية، وهو بذلك شمل كل التعديات التي قد تنصب على الحقوق الاستئثارية التي يكفلها القانون لمالك المنتج الذي استوفى شروط الحماية المطلوبة، فيما اعتبرت المادة 22 من القرار الصادر عن وزارة المالية في 2002[1] أن التقليد هو مساس بحقوق الملكية الفكرية المحمية قانونا وذكرت بعض الأمثلة عن هذه السلع المقلدة :

–السلع بما في ذلك توضيبها والتي تحمل بدون ترخيص علامة صنع أو علامة تجارية تكون مماثلة لعلامة صنع أو علامة تجارية مسجلة قانونا، وبالنسبة لنفس السلع أو التي لا يمكن التمييز بينها فيما يتعلق بمظهرها الأساسي لهذه العلامة الصناعية أو التجارية والتي تمس بحقوق صاحب العلامة المعنية.

وبالتالي يعتبر اعتداء عن طريق التقليد على الاختراعات المحمية قانونا مجرد قيام الغير بدون موافقة صاحب البراءة بصنع أو استخدام أو البيع أو العرض للبيع أو استيراد هذا المنتج لغرض البيع أو العرض للبيع أو الاستخدام، أما الاختراعات المتعلقة بطريقة صنع المنتج فيشمل الاعتداء عليها قيام الغير وبدون ترخيص من صاحبها بالاستخدام الفعلي لطريقة الصنع المحمية ويدخل في نطاقه الاستخدام أو العرض للبيع أو البيع أو

1– قرار صادر عن وزير المالية في 2002/07/15 المحدد لكيفيات تطبيق قانون الجمارك المتعلق باستيراد السلع المزيفة، ج.ر عدد 56، صادر في 2002/08/18.

الاستيراد [1] لهذه الأغراض على الأقل المنتج الذي يتم الحصول عليه مباشرة بهذه الطريقة المبرأة.

المطلب الثاني:

دور المعهد الوطنية الجزائرية الخاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية كآلية قانونية لحماية المستهلك.

يقصد بالمعاهد الوطنية الخاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية INAPI الذي تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 69/98 الصادر في 1998/02/21.هذا المعهد الذي تم وضعه تحت إشراف وزارة الصناعة وتشجيع الاستثمار كمؤسسة عامة ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي حسب نص المادة 02 من المرسوم السالف الذكر، ولقد أوكل لهيكلته الإدارية العديد من الاختصاصات التي لا تنحصر في السهر على ضمان حماية فعلية وقانونية لحقوق الملكية الفكرية فحسب بل تعدت هذه الحماية لتشمل حماية المستهلك أيضا**(فرع أول)** بالاضافة إلى المعهد الوطني للتقييس الذي استحدثه المشرع الجزائري كهيئة وطنية للتقييس تسمى بالمعهد الوطني الجزائري للتقييس وهو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المادي ويضمن تبعات الخدمات

1- بلال عبد المطلب بدوي، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية، دراسة في ضوء اتفاقية تربس والاتفاقيات السابقة لها، دار النهضة العربية، القاهرة،2006، ص133.

العمومية لمقتضيات دفتر الشروط العامة الملحق بالمرسوم التنفيذي رقم 20/11، كما يخضع للقواعد المطبقة على الإدارة في علاقته مع الدولة وللقواعد التجارية في علاقته مع الغير **(فرع ثاني)**.

الفرع الأول:

المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

وقع المشرع الجزائري من خلال المرسوم 69/98 على مجموعة من الأحكام القانونية التي تحدد الإطار التنفيذي للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وكذا السلطات والصلاحيات المخولة لمختلف هياكله من أجل تحقيق الحماية التي أسس من أجلها هذا المعهد[1]. إذ نصت المادة 10 من المرسوم السالف الذكر على أن سير المعهد يكون بواسطة مدير عام ومجلس إدارة.

أولا-التنظيم الإداري للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

يتمثل هذا التنظيم في الأتي:

1-المدير العام:

يدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مدير عام بمساعدة مجلس الإدارة.

فالمدير العام هو المسؤول عن السير العام للمعهد وممثله القانوني، يتم تعيينه بموجب مرسوم بناءا على اقتراح من الوزير الوصي، ويساعده في ذلك مدير عام مساعد أو أكثر[2]: وهذا استنادا لنص المادة 20 من المرسوم رقم 69/98 ومن أهم المهام الموكلة له حسب نص المادة 21 ما يلي:

-تنظيم عملية جمع المعلومات المتعلقة بالملكية الصناعية ومعالجتها وتحليلها.

1- كريدة المختار، المرجع السابق، ص79

2- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص97.

-اقتراح التنظيم الداخلي للمعهد والسهر على الحفاظ على أملاكه.

-تحفيز اجتماعات مجلس الإدارة وتنفيذ نتائج مداولاته.

-إعداد الميزانية التقديرية للمعهد، وإبرام الصفقات والاتفاقيات [1].

2-مجلس إدارة المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية:

يضم مجلس إدارة المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ممثلين عن وزراء التجارة والمالية، الفلاحة، الشؤون الخارجية والصحة العمومية والدفاع الوطني والبحث العلمي.

حيث يجتمع بناءا على استدعاء من رئيسه في دورة عادية مرتين في السنة، ويختص بما يلي:

-تنظيم المعهد وسيره العام، ونظامه الداخلي.

-الإطلاع على سير المعهد، وإصدار الرأي في البرامج العامة.

-تنظيم المحاسبة والمالية، وقبول الهيئات والوصايا المقدمة للمعهد [2].

ثانيا: دور المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في حماية المستهلك من خلال حماية حقوق الملكية الصناعية

يلعب المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية دورا هاما في حماية عناصر الملكية الصناعية (علامات، اختراعات، ورسومات...) وذلك إزاء تصاعد عمليات التقليد التي

1- زواني نادية، المرجع السابق، ص 118.

2- زواني نادية، المرجع السابق، ص 118.

عرفتها المنتجات والسلع الحيوية [1]. إذ ينتج من حماية هذه الحقوق حماية غير مباشرة للمستهلك.

1-دور المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في حماية حقوق الملكية الصناعية:

ولكي تحضى حقوق الملكية الصناعية بالحماية لابد من الخضوع لإجراءات قانونية نصت عليها قوانين الملكية الصناعية والمتمثلة في الإيداع، التسجيل، النشر وهي شروطا هامة لحماية أصل الحق من القرصنة والتقليد [2]. إذ لا يخول للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية سلطة حماية حقوق الملكية الصناعية إلا إذا التزم المالك الأصلي للحق بتوفير هذه الشروط.

فالإيداع كما سبق بيانه هو العملية الإدارية المتعلقة بإرسال ملف يتضمن كل البيانات الخاصة بعنصر من عناصر الملكية الصناعية كالبراءة أو العلامة أو الرسم أو النموذج الصناعي.... إلى إدارة التسجيل على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية [3] وذلك من خلال تقديم الطلب الذي يجوز تقديمه من طرف المالك الأصلي للحق أو من آلت له الحقوق وذلك بهدف ضمان الحماية القانونية للعنصر المراد حمايته واكتساب حقوق عليه [4]. وهذا ما يضمن الحماية التبعية للمستهلك من خلال المنتجات المحمية بهذه الحقوق. ليتم كمرحلة ثانية فحص الطلب من خلال تأكد إدارة التسجيل على مستوى المعهد من صلاحية الطلب، وفحص الملف من حيث استيفاءه للشكل القانوني، وتنهي إدارة التسجيل إما بقبول الطلب أو برفضه.

1- زواني نادية، المرجع نفسه، ص 118.

2- زواني نادية، المرجع السابق. ص119.

3- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 99.

4- زواني نادية، المرجع النفسه، ص119.

ففي حالة قبول الطلب تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر الإيداع الذي يثبت تاريخه ومكانه، والملاحظ أن المشرع الجزائري قد أخذ نظام الأسبقية الشكلية أو أسبقية إيداع الطلبات. كما يجوز له رفض طلب الإيداع في حالة عدم استيفاءه للشروط القانونية [1]. ليتم الانتقال كمرحلة أخيرة إلى التسجيل والنشر هو عبارة عن القرار المتخذ من طرف المدير العام للمعهد الوطني للملكية الصناعية بقبول طلب الإيداع وبالتالي الانتقال إلى مرحلة التسجيل في فهرس خاص ونشره في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.

على هذا الأساس تبدأ مدة الحماية القانونية مع إمكانية التجديد وتعتبر الأسبقية في الإيداع الدليل على إمكانية الحق على الشيء المحمي. [2]

2-تعدي دور المعهد الوطني للملكية الصناعية إلى حماية المستهلك

إن الهدف الأساسي من وراء إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية هو حماية حقوق الملكية الصناعية ومواجهة كل التجاوزات التي عرفتها هذه الحقوق خلال الفترات السابقة قبل إنشائه، خاصة بعد تزايد جرائم التقليد في شتى المجالات الحيوية المعروضة للاستهلاك والتي لها أثر مباشر على صحة المستهلك وسلامته، لذا كان لزاما له أن يضمن حد أدنى من الحماية [3]. فلكي تحظى العلامة بالحماية لا بد من خضوعها لإجراءات هامة للحماية من التقليد [4].

وبهذه الإجراءات يضمن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حماية من خلال المراقبة المستمرة والتدخل كفاعل مركزي في مخالفة ظاهرة التقليد، وكذلك إقامة التظاهرات الثقافية والعلمية لتوعية المستهلك بخطورة السلع المقلدة، أو التي لا تتضمن

1- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 100.

2- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 100.

3- عمر يوسف عبد الله، المرجع السابق، ص 153.

4- كريدة المختار، المرجع السابق، ص155.

المواصفات القانونية المطلوبة. وكذلك نشر ثقافة التبليغ عن السلع والمنتجات المغشوشة أو المقلدة ومعرفة آثارها السلبية على صحة وسلامة الإنسان والحيوان [1].

فهذه الحماية لا تشمل فقط حقوق الملكية الصناعية وإنما تمتد إلى المستهلك من خلال قيام هذا المعهد بمحاربة تقليد المنتجات. وضمان حماية المستهلك من الغش التجاري من خلال كذالك ضمان أصالة المنتجات، وذلك عن طريق تسجيل هذه الحقوق بما ينص علية القانون مما يساعد في منع التقليد وبالتالي حماية المستهلك من السلع المقلدة التي قد تكون جودتها سيئة أو غير آمنة على صحته. وهذا ما يعزيز جودة المنتجات بحماية حقوق الملكية الصناعية من خلال دعم القدرة الإبداعية والإبتكارية التي تتماشى والضرورة التقنية. وهذا ما يؤدي بدوره كذلك إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك والاستفادة من منتجات ذات جودة عالية وجد متطورة.

كذلك للمعهد دور مهم في ترقية وتنمية قدرة المؤسسة الجزائرية لتسهيل العلاقات التجارية البعيدة عن المنافسة غير المشروعة، مع حماية وإعلام الجمهور ضد الملابسات حول مصدر السلع والخدمات والمؤسسات المنجزة التي من شأنها أن توقعه في المغالطة. بمعنى تعزيز المنافسة العادلة مما يضمن بيئة تنافسية عادلة ويساهم في دعم الابتكار وإتاحة فرصة للمستهلكين للوصول إلى منتجات جديدة تلبي احتياجاتهم، كما يقوم بمكافحة الاستعمال غير المشروع والاستعمال المباشر أو غير المباشر لسلع ومنتجات مزورة ومنطوية على الغش أو التقليد، لما فيها من خطورة على صحة الإنسان والحيوان والنباتات [2].

كما له أيضا دور في حماية المستهلك في مجال العلامات، بحيث تعتبر حماية الحقوق التي تنصب على الشارات والعلامات التي تستعمل في تمييز المنتجات والمؤسسات

1- عمر يوسف عبد الله، المرجع السابق، ص 155.

2- عمر يوسف عبد الله، المرجع السابق، ص 153.

الصناعية و التجارية من الأمور الضرورية التي يستهدفها المعهد وتعكس بالإيجابية على كل من قطاع الأعمال من متدخلين ومستهلكين وبذلك يكون للمعهد الوطني للملكية الصناعية دور وقائي يكمن في الإجراءات التي اشترط المشرع الجزائري استفاءها عند إيداع العلامات وتسجيلها ونشرها، ففي حالة عدم استيفائها يقوم المعهد برفض الطلب كالإيداع الخاص بحالة مخالفة العلامة للنظام العام أو مشابهتها لعلامة مشهورة لأن قبولها في هذه الحالة يجعل المستهلك يقع في الغش والتضليل التجاري،

كما للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية دور علاجي والذي يتمثل في حالة تسجيل العلامة لدى المعهد ثم يتبين أنها مخالفة للشروط القانونية كأن تحمل بين عناصرها تقليدا أو نقط لشعارات رسمية أو دمغة.... فهي تنطوي على تضليل وخداع وغش وبذلك يلغيها المعهد أمام الجهات المختلفة [1].

الفرع الثاني:

دور المعهد الجزائري للتقييس في حماية المستهلك

يقوم هذا المعهد بعدة مهام كالسهر على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات [2]. حيث يعمل هذا المعهد بالتعاون مع الأجهزة الوطنية الأخرى في الجزائر على تطبيق المواصفات القياسية العالمية التي تقوم بإعدادها المنظمة العالمية للتقييس، أو المواصفات الجزائرية الكفيلة بتحقيق متطلبات الصحة والأمن والمحافظة على البيئة [3].

1- بكريتي أمال، المرجع السابق، ص64.

2- سعاد بلحورابي، ربيعة صبايحي، "دور مطابقة المنتوجات في حماية المستهلك"، **مجلة معارف**، المجلد 17، العدد01، جوان 2022، ص 88.

3- قلوش الطيب، "دور التقييس في حماية المستهلك في التشريع الجزائري"، **المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، العدد 18، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، جوان 2017 ص 179.

ومنه، التقييس يحمي صحة المستهلك ويضمن أمنه، ويسهل اختياره للمنتجات المطابقة، ولهذا فإن المستهلك يحاول التشبث بالواصفات القياسية والتشدد فيها حماية لأمنهم وصحتهم وسلامتهم [1] لأن من أهم أهداف التقييس تحسين جودة السلع والخدمات، والجودة المطلوبة أن تكون السلعة قد تم انجازها في ظروف مناسبة من حيث المكونات والعناصر النافعة التي تتكون منها عند التصنيع أو التعبئة، بالقدر الذي يحقق لها الصفات التي يستهدفها المستهلك ويسعى إليها [2].

يعمل المعهد الوطني للتقييس على رقابة استعمال المواصفات، وترقية الأبحاث والتجارب وتهيئة منشآت الاختبار الضرورية لإعداد المواصفات وضمان تطبيقها، إعداد وحفظ ووضع المواصفات في متناول الجمهور و كل الوثائق والمعلومات المتصلة بالتقييس [3].

فرض المشرع الجزائري إلزامية توفير المعلومات والمواصفات والبيانات المرتبطة بالسلعة تفاديا للأضرار التي قد تمس صحة المستهلك وأمنه وسلامته.

لذلك يتضح جليا دور التقييس في ترقية وعي المستهلك في تلبية رغباته إضافة إلى الهدف الأساسي منه، وهو ضمان مطابقة المنتجات للمعايير المطلوبة، فكلما توفرت هذه المعايير في المنتج كلما توفرت الحماية والأمن للمستهلك [4]. وكما ذكرنا سابقا هدف التقييس هو تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا وكذا تحقيق الأهداف المشروعة وحماية المستهلك، ويسهل اختياره للمنتجات المطابقة، لذلك أنشأ المشرع المعهد الجزائري للتقييس كهيئة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري بمقتضى المرسوم التنفيذي 69/98

1قلوش الطيب، المرجع نفسه، ص 180.

2- بن مبارك ماية، المرجع السابق، ص 161.

3- الرزقي قاسمي، حسينة شرون، "هيئات التقييس في التشريع الجزائري و دورها في حماية المستهلك"، **المجلة الجزائرية لقانون الأعمال**، المجلد 02، العدد 01، جامعة بسكرة الجزائر، ديسمبر 2021، ص 82.

4- رابح فراقه، المرجع السابق ص 211.

حيث يعمل المعهد تحت إشراف وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، ومن بين ما هو مكلف به [1]:

- تحضير إشهار ونشر المعايير الجزائرية.

- اعتماد العلامات التجارية المطابقة للمعايير الجزائرية وتسميات ذات نوعية فضلا عن الإذن بتسليم تصريح باستخدام هذه العلامات التجارية، ومراقبة استخداماتها.

إذ تتمتع المواصفة القياسية بالقدرة على للحد من عمليات الغش والاحتيال عن طريق إلزامية القيد بها من طرف المتدخل حفاظا على صحة وأمن وسلامة المستهلك.

بهذه الصفة يكلف المعهد بإعداد الموصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات واعتماد علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية، وطابع الجودة ومنح تراخيص استعمال علامات وطوابع ومراقبة استعمالها في التشريع المعمول به، كل ذلك بهدف حماية المستهلك. كما يقوم بإنجاز البحوث والدراسات وإجراء التحقيقات العمومية في مجال التقييس والسهر على تنفيذ البرنامج الوطني للتقييس، وضمان تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية والجهوية للتقييس التي تكون طرفا فيه [2].

المبحث الثاني:

دعاوي حماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية

ينشأ عن الجرائم الماسة بالمستهلك في تشريعات الملكية الفكرية حق الدولة في عقاب المقلد والقرصان، ووسيلتها في ذلك إما رفع دعوى عمومية كونها تقام باسم المجتمع، وقد

1- رابح فراقه، المرجع نفسه، ص 212.

2- بكريتي أمال، المرجع السابق، ص 64

يضار أحد أفراد المجتمع بصفته مستهلك أو صاحب الحق من الجرائم المذكورة أعلاه، فينشأ له الحق في التعويض عن الضرر الذي أصابه ووسيلته في ذلك الدعوى المدنية [1].

والدعوتين العمومية والمدنية على النحو المذكور أعلاه تختلفان من حيث الخصوم والسبب والموضوع، فالدعوى العمومية تباشرها النيابة العامة وسببها إخلال جرائم التقليد والقرصنة بأمن المجتمع ومصالحه، وموضوعها تقرير سلطة الدولة في العقاب، **(مطلب أول)** أما الدعوى المدنية فهي ملك لمن تضرر من جراء التقليد، سواء كان مستهلكا أو صاحب حق وسببها هو الضرر المادي أو المعنوي الناشئ عن جرائم التقليد أو القرصنة وموضوعها تقرير حق المضرور في التعويض [2]، **(مطلب ثاني)**.

المطلب الأول:

الحماية المدنية للمستهلك في تشريعات الملكية الفكرية

يجوز للمستهلك المتضرر من المنتجات المقلدة أو المقرصنة أن يرفع دعوى مدنية مطالبا بحقه في التعويض عن الضرر الذي لحق به من هذه المنتوجات المقلدة و المقرصنة، وأن يقيم هذه الدعوى على أساس دعوى المنافسة للغير المشروعة لأن الغاية أو الهدف الأساسي من تقرير الملكية الصناعية هي تنظيم المنافسة غير المشروعة بين أصحاب تلك الحقوق، وعلى هذا الأساس سنقسم هذا المطلب إلى ثلاث فروع أساسية حيث سنتطرق في **(فرع أول)** إلى مفهوم المنافسة غير المشروعة، كما نتطرق إلى نطاق هذه الدعوى **(فرع ثاني)**، في حين نتطرق في الأخير إلى الآثار التي تترتب عن دعوى المنافسة للغير المشروعة **(فرع ثالث)**.

1- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 67.

2- حمالي سمير، المرجع السابق، ص 333.

الفرع الأول:

مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

أولا: تعريفها:

المنافسة غير المشروعة هي اتباع طرق منافية للقوانين والعادات ومبادئ الشرف والأمانة في المعاملات بين الأفراد، وقد جاء في قرار محكمة النقض المصرية تعريفها بأنها "كل عمل غير مشروع قصد إحداث لبس بين منشأتين أو إيجاد اضطراب بإحداهما، وكان من شأن هذا اللبس انجذاب عمل إحدى المنشأتين للأخرى أو صرف عملاء المنشأة عن الأخرى [1].

كما تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى يقيمها المتضرر نتيجة الأعمال أو الوقائع المادية التي يرتكبها شخص معين والتي لا تتوافق مع تصرفات الشخص المعتاد، مما يدل على سوء نيته وبالتالي إلزامه بالتعويض. كما تعتبر أداة ضبط اقتصادي تتبع لحماية الحق في المنافسة لقدرتها على مواكبة التطورات الحديثة للنشاطات الاقتصادية تحقيقا لفكرة النظام العام الاقتصادي [2].

ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

دعوى المسؤولية في المنافسة غير المشروعة لا تعدو عن كونها دعوى مسؤولية عادية أساسها الفعل الضار، إذ يحق لكل من أصابه ضرر بسبب المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى يتطلب من خلالها تعويضه عما أصابه من ضرر ضد كل من ساهم في حدوث الضرر متى توفرت أركانها.

1- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 68.

2- كعبيش فريدة، حماية المستهلك في ظل جرائم التقليد، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2022، ص 59.

ويمكن تأسيسها على أساس المادة 124 من القانون المدني الجزائري [1] "كل عمل أيا كان يرتكبه المرء، ويسبب ضرر للغير، يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"[2].

ثالثا-أركان دعوى المنافسة غير المشروعة

1-عنصر الخطأ: لم يضع المشرع الجزائري للخطأ تعريفا [3]. رغم أنه يعد من أدق أركان دعوى المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، غير أن الفقه عرفه على أنه الإخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المسؤول عن القيام به، وحتى يكون هناك خطأ ينبغي توفر بعض العناصر المهمة هو كأن يكون هناك منافسة بين الأعوان الاقتصاديين، واستعمال أساليب وطرق غير مشروعة ومخالفة للعادات والأعراف التجارية. ولم يحدد قانون العلامات رقم 03/06 ولا قانون الرسوم والنماذج صور أو حالات المنافسة غير المشروعة، وإنما أوردها القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إذ تنص المادة 72 منه على:" تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاجتماعي بما يأتي:

1-تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس شخص أو منتجاته أو خدماته.

2-تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه يزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

1- زواني نادية، المرجع السابق، ص 94.

2- أمر رقم 58/75 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون المدني، ج.ر، عدد 78، صادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، المعدل بموجب القانون رقم 10/05 المؤرخ في 20 جوان 2005، ج.ر، عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005، والمعدل بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007، ج.ر، عدد 31، صادر بتاريخ 13 ماي 2007.

3- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 70.

3-استغلال مهارة تقنية أو تجارية دون ترخيص من صاحبها.

4-إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعدل"...والملاحظ من خلال هذا النص أن الصورة الوحيدة التي أوردها المشروع والمتعلقة بالعلامات التجارية جاءت بها الفقرة 2 من المادة 27 من القانون 02/04 والمتمثلة في تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه يزرع شكوك أوهام في ذهن المستهلك [1].

ويفترض توفر ركنين في الخطأ، ركن مادي وهو التعدي ومقياسه موضوعي لا ذاتي، وركن معنوي هو الإدراك، حيث أن الخطأ المرتكب ضد المستهلك يكون بتقليدهما أو استغلالهما بطريقة غير شرعية من أجل منافسة مشبوهة كنشر معلومات مخالفة لحقيقة العلامة الصناعية أو التجارية أو علامة الخدمة أو الاختراع المحمى أو إذاعة أسراره الصناعية أو غير ذلك، والتي يترتب عليها تضليل الجمهور، وتعود للقاضي السلطة في تقدير الفصل المكون للمنافسة غير المشروعة كما يمكن إثبات الأعمال غير المشروعة بكافة الطرق ووسائل الإثبات [2].

ب) عنصر الضرر: استنادا إلى دعوى المنافسة غير المشروعة فلا يكفي حدوث الخطأ، بل يجب أن ينجم عن الخطأ ضرر، ويعتبر الضرر واقعة مادية تخضع في إثباتها لكافة وسائل الإثبات كالبينة والقرائن، والضرر الذي يستوجب التعويض هو الضرر الذي وقع فعلا أو سيقع حتما في المستقبل، ولا يمكن المطالبة بالتعويض إلا إذا أدت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للشخص المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية أو اختراعه والضرر قد يكون مادي أو معنوي [3].

1- كعبيش فريدة، المرجع السابق، ص ص 59_60.

2- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 70.

3- كعبيش فريدة، المرجع السابق، ص 61.

يشترط القانون حتى تكون دعوى المنافسة غير المشروعة قائمة، أن يثبت المتضرر الاعتداء بالتقليد أو القرصنة تضرره من هذا الاعتداء خاصة بالنسبة للأضرار المتعلقة باستهلاك البضائع التي تحمل حقوق ملكية فكرية مقلدة، سواء كان الضرر ماديا أو معنويا [1]. أن يطلب المتضرر التعويض عما أصابه من ضرر، لذا هناك رابط بين المطالبة بالتعويض ووقوع الضرر بحيث لا يجوز المطالبة بالتعويض ما لم يحدث ضرر، ويشترط أن يكون هذا الضرر مباشر وثابت ولا يشترط أن يكون جسيما، ويقع على المتضرر عبء إثبات الخطأ والضرر لذا فهو يخضع في إثباته إلى كافة وسائل الإثبات، والضرر الذي يستوجب التعويض هو الذي وقع فعلا أو سيقع حتما في المستقبل ولا أهمية إن كان ماديا أو أدبيا [2].

وللمستهلك حق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وذلك مثلا لو تفطن إلى أن علامة ما تتشابه إلى حد كبير مع علامة اعتاد اقتناء السلع والخدمات على أساسها، وأن هذا التشابه قد يحدث الخلط واللبس لدى عامة المستهلكين [3].

ج-عنصر العلاقة السببية: يشترط لقيام المسؤولية على أساس المنافسة غير المشروعة إثبات وجود علاقة سببية، وأن الضرر الحاصل كان نتيجة للخطأ، إذ لابد على المتضرر من التقليد سواء كان مستهلكا أو أصحاب حقوق الملكية الصناعية، أن يثبت للمحكمة المرفوع أمامها الدعوى المدنية وجود رابطة بين الخطأ والضرر، وطالما أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى نفس الأساس الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية التقصيرية فإنها تقوم إذ تحقق الضرر نتيجة الخطأ، وسواء توفرت لدى المقلد أو المتعدي النية السيئة أم لم يتوفر [4].

1- حمالي سمير، المرجع السابق، ص 336.

2- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 70.

3- كعبيش فريدة، المرجع السابق ص 62.

4- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 92.

كما يستطيع المدعي عليه أن يدفع المسؤولية عن نفسه بإثبات أن الضرر الذي أصاب المدعى ليس له علاقة بالخطأ الصادر منه، كأن يثبت بأن الضرر حدث نتيجة سبب أجنبي مثل القوة القاهرة. [1]

أما فيما يخص المستهلك إذا رفع دعوى المنافسة غير المشروعة فحماية له بالدرجة الأولى لا بد من عدم إلزامه بإثبات وجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر الذي أصابه، بعد أن تتوفر شروط دعوى المنافسة غير المشروعة ويتضح للمحكمة وقوع أعمال التقليد غير المشروع، يترتب عن هذا الأخير عدة آثار تتمثل في أن تقضي المحكمة بالتعويض لمن أصيب بالضرر فيقوم القاضي ب:

-الأمر بوقف أعمال التقليد المشكلة للمنافسة غير المشروعة. ومصادرة المنتجات المقلدة وإتلافها، بطال علامة المنتج المقلد. والحكم بالتعويض ويكون إما نقدا فتقوم المحكمة بالتعويض عن كافة الأضرار المادية والأدبية التي لحقت المدعي عليه أيا كان، أو عينيا بإزالة الوضع غير المشروع وإعادة الحال إلى ما كان عليه، وهذا طبقا لنص المادة 132 الفقرة 2 من القانون المدني الجزائري. [2]

2-عناصر الدعوى

تتمثل عناصر الدعوى في أطراف الدعوى وهم إما يكون المدعى وهو المطالب بالحق المعتدى عيه ولحقه الضرر من عمل المنافسة غير مشروعة وقد يكون شخص طبيعي مستهلك أو معنوي ومدعى عليه وهو المتعدي أو مرتكب الخطأ.

والعنصر الثاني هو الجهة القضائية المختصة بالنظر في الدعوى ولم يحدد المشرع الجزائري الجهة المختصة بالنظر في الدعوى من خلال نصوص الملكية الفكرية في حالة

1- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 71.

2- كعبيش فريدة، المرجع السابق، ص ص 63-64

التقليد والقرصنة صراحة بل أحالها ضمنيا إلى قانون الإجراءات المدنية أي ترفع أمام المحكمة التجارية المتخصصة. [1]

الفرع الثاني:

نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة

منح المشرع الجزائري الحق في رفع دعوى مدنية بسبب المساس بالعلامة التجارية أو براءة الاختراع حتى في حال وجود خطر وشيك فقط دون وقوع ضرر فعلي. لا تقتصر دعوى المنافسة غير المشروعة على مالك العلامة فحسب، بل يمكن لأي شخص تضرر من المنافسة غير المشروعة مثل الموزع أو المستخدم القانوني. [2]

إذ يمكن للمستهلك رفع هذه الدعوى للتعويض عن الأضرار اللاحقة به، حيث أوجب المشرع الجزائري في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ألا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية وأن لا تسبب له ضررا معنويا.

منع المشرع الجزائري استعمال أي علامة لسلع أو خدمات وأي رسم أو نموذج صناعي عبر الإقليم الوطني إلا بعد التسجيل أو إيداع طلب التسجيل بشأنها. وعليه فإن المشرع الجزائري اشترط ضرورة التسجيل أو إيداع طلب التسجيل للعلامة التجارية والرسوم والنماذج الصناعية حتى تتمتع بالحماية القانونية، ولا يمكن لمالك علامة تجارية أو رسوم أو نموذج صناعي غير مسجل أن يتمتع بالحماية القانونية، أو أن يرفع في حقه دعوى المنافسة غير المشروعة [3].

الفرع الثالث:

1- كريدة مختار، المرجع السابق ص 71.

2- كعبيش فريدة، المرجع السابق، ص 57 .

3- كعبيش فريدة، المرجع نفسه ص 58.

آثار دعوى المنافسة الغير المشروعة

إن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى تعويضية تهدف إلى إيقاف الضرر الناجم عن الفعل الضار (أولا) كما تهدف إلى إصلاح الضرر المادي والمعنوي الملحق بالضحية (ثانيا).[1] أيا كان مستهلكا أو صاحب الحق.

أولا: الأثر الوقائي: إن هدف الدعوى ليس التعويض عن الضرر بقدر ما ترمي الى تأديب سلوك المنافسين وفق معايير النزاهة والشرف، فللمحكمة مطلق الحرية في تقرير الجزاء المقرر للأفعال غير المشروعة، فلها أن تأمر بمنع ممارسة النشاط التنافسي والكف عن استمراريته، كما يجوز لها أن تأمر بنشر الحكم الصادر في الدعوى في الصحف والأماكن العمومية وذلك على نفقة مرتكب الفعل الضار، ومن أجل دفع المخالف عن الكف عن استمرار الفعل غير المشروع، فللمحكمة أن ترفق الحكم الصادر بغرامة تهديديه. [2]

ثانيا: الأثر العلاجي للدعوى: ويتمثل الأثر العلاجي في التعويض، بحيث يترتب على هذه الدعوى الحكم للطرف المتضرر من المنافسة غير المشروعة بالتعويض هذا الأخير إما أن يكون نقدا أم عينا. [3]

1-التعويض العيني: يقوم على إعادة الحالة إلى ما كانت عليه سابقا وقد يتخذ عدة صور حسب طبيعة الشيء محل الاعتداء، فإذا كان الأمر يتعلق بتقليد علامة من شأنها الخلط باستعمال اسم تجاري مشابه، أمرت المحكمة بإدخال تعديلات على اسم الثاني لمنع اللبس بينهما، كالأمر بإضافة بيان آخر كاسمه الشخصي، وإذ كان اختراعا مقلدا أمرت مصادرة الأشياء المقلدة.

1- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 71.

2- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 71.

3- أيت شعلال لياس، المرجع السابق، ص 93.

2-التعويض النقدي: غالبا ما يكون مبلغا ماليا يحدده القاضي. وتقدير هذا التعويض يختلف حسب ظروف وملابسات كل حالة، غير ان تقديره أسهل من التعويض المعنوي لصعوبة قياس هذا الأخير عمليا، غالبا ما تكون مبالغ التعويض منخفضة مقارنة بالأرباح التي يحققها المعتدي، ويؤخذ في الاعتبار عند التقدير مدى حرص المتضرر على حقوقه، مركزه الاجتماعي، تأثير الاعتداء على سمعته، وجسامة الضرر. [1]

المطلب الثاني:

الحماية الجزائية للمستهلك في تشريعات الملكية الفكرية.

في حالة توافر جنحة التقليد والقرصنة في حقوق الملكية الفكرية، وفي حالة ما إذا أدت هذه الجنح إلى إلحاق أضرار بأصحاب هذه الحقوق والمستهلك لهذه المنتجات المغشوشة، يمكن رفع دعوى جزائية. هذه الأخيرة التي ربطها المشرع الجزائري بتوافر أركان جريمة التقليد وذلك من أجل توفير الحماية القانونية لأصحاب الحق وللمستهلك على حد سواء، كون التقليد في المنتجات المعروضة للبيع تمس بصحة وأمن المستهلك لهذا لابد من وجود نظام قانوني يضمن الحماية الجزائية له من التظليل والخداع والغش.

استنادا للنصوص القانونية الواردة في قوانين الملكية الفكرية فإننا لا نكون أمام جنحة التقليد بمفهومها القانوني **(فرع الأول)** إلا بتوفر شروط قانونية يجب توفرها لتحريك الدعوى الجزائية **(فرع الثاني)** ليتم تقرير عقوبات على من ارتكبها **(فرع الثالث)**.

1- أيت شعلال لياس، مرجع نفسه، ص 93 .

الفرع الأول:

مفهوم دعوى التقليد

إن معظم قوانين الملكية الفكرية لم تعرف جريمة التقليد ولكنها اكتفت بتحديد الأفعال التي تكونها، فحدد المشرع الجزائري في الأمر 86/66 [1]المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية الأفعال التي تعتبر تعديات علي حقوق الملكية الفكرية وتشكل بذلك جنحة التقليد، بينما عرفها الفقه المصري : (بأنها كل اعتداء مباشر أو غير مباشر على حق من حقوق الملكية الفكرية) أي كل مساس بحقوق الملكية الفكرية مهما كان موضوعها ونوعها يمكن أن يشكل فعلا من أفعال التقليد، وعليه، فجريمة تقليد حقوق الملكية الفكرية تشكل اعتداء صارخ على الحق المالي والمعنوي لصاحب الحق من جهة، ولحق المستهلك من جهة أخرى.[2]

أولا: أركان جنحة التقليد التي تشكل خطرا على المستهلك.

هناك ثلاث أركان أساسية تتمثل في الركن الشرعي والمادي والمعنوي.

1-الركن الشرعي : لا يمكن معاقبة شخص إلا بوجود نص قانوني يقرر تلك العقوبة طبقا لمبدأ " شرعية الجرائم والعقوبات"، وبما أن قوانين الملكية الفكرية سواء تعلق الأمر بالملكية الأدبية أو الفنية أي حق المؤلف والفنان. وكذا قوانين الملكية الصناعية والمتعلقة بالعلامات والاختراعات قد وضعت الجريمة، وبينت العناصر المادية والمعنوية لها، لذلك تعتبر "جريمة التقليد" معاقب عليها في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات/ والأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع. [3]

1- أمر رقم 66-86 المؤرخ في 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، ج.ر، العدد 35، الصادر بتاريخ 29أبريل 1966.

2- كريدة المختار، المرجع السابق، ص ص 72-73.

3- بكريتي آمال، المرجع السابق، ص 99.

2-الركن المادي: يتحقق هذا الركن من خلال قيام المتعدي بارتكاب فعل جرمه القانون، وتقع الجريمة حتى ولو لم يحقق المعتدى أرباحا من وراء اعتداءه على هذه القيمة فمجرد فعل التقليد يترتب عليه ضياع ثقة الجمهور.

ويشترط في هذا الركن أن يكون الشيء الذي تعرض للتقليد محمي قانونيا، ومتعلق بملك الغير وأن يقع اعتداء فعلي مباشر وغير مباشر. [1]

ويتمثل الركن المادي في مجال استعمال العلامات المقلدة في المجال التجاري في الفترة التي تمتد من لحظة تقليد العلامة أو تزويرها إلى لحظة بدأ بيعها أو عرضها للبيع.

ويتجلى تأثير هذه الجريمة على المستهلك من خلال الغش والتدليس والتضليل الذي يقع فيه جراء استعمال علامة مقلدة. [2]

3) الركن المعنوي: يتمثل في قصد الاحتيال حيث سبق القول بأن المشروع الجزائري لم يشترط توفر قصد جنائي في جريمة تقليد العلامة على اعتبار أن النية السيئة مقترفة في الفاعل. [3] بمعنى أن يتوفر القصد الجنائي العام الذي هو العلم والإدراك بالتقليد إلا أنه غير كاف هذا القصد الجنائي العام لقيام الركن المعنوي بل لابد من أن يتوافر جانبه القصد الجنائي الخاص الذي يعود تقديره لقاضي الموضوع. [4]

ثانيا: الاعتداءات الواقعة على المستهلك: حددت المواد 23 إلى 28 من الأمر 66، 86 السابق ذكره الأفعال التي تعتبر تعديا وهي:

1- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 73.

2- بكريتي آمال، المرجع السابق، ص 99.

3- بكريتي آمال، المرجع نفسه، ص 100.

4- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 73

1-جريمة تقليد والقرصنة: كجريمة التقليد في العمل أو الفعل الذي يقوم به الغير بالاعتداء على حق الاستئثار الذي خوله القانون لصاحب الحق والذي يكون بالتقليد أو بنقل كل أو جزء من المستهلك.

2-جريمة بيع أو اشتراء أو حيازة أشياء مقلدة: تتمثل في واقعة بيع منتجات مقلدة سواء حقق أرباحا من هذا البيع أم لا أو تم بأقل من السعر الحقيقي. فالمشرع يعاقب كل من باع مواد عليها رسم مقلد أو عرضها للبيع أو حيازتها مع علم البائع أو العارض أو من استورد أو نسخا مقلدة البضائع.

3-جريمة وضع بيانات بغير حق، وذلك يؤدي إلى الاعتقاد بأن واضع البيان قد سجل منتوجه كأن يقوم الشخص بوضع بغير حق على المنتجات من بيانات تؤدي بذلك إلى خداع المشتري. [1]

الفرع الثاني:

شروط ممارسة الدعوى الجزائية

تمثل حقوق الملكية الفكرية أداة مهمة في حماية المستهلك من الغش والتقليد، وتضمن له الحصول على منتجات وخدمات أصلية وأمنة. وعند وقوع انتهاك لهذه الحقوق، يتاح للمستهلك أو الجهات المعنية اللجوء الى الدعوى الجزائية كوسيلة قانونية لردع المخالفين. غير ان ممارسة هذه الدعوى تستوجب توفر مجموعة من الشروط القانونية والاجرائية، وهو ما يتناوله هذا الفرع من خلال بيان شروط التسجيل والايداع **(أولا)**، وتحديد أطراف الدعوى **(ثانيا)**.

أولا: التسجيل والإيداع:

1- كريدة مختار، المرجع نفسه، ص 74.

التسجيل و الإيداع هو إلزام صاحب الحق بتسليم نسخة أو أكثر من الشيء الذي يريد حماية لإحدى الهيئات المختصة قانونا بذلك، و عمليا، و هو تلك العملية الإدارية المتعلقة بتقديم ملف يتضمن قائمة البيانات الخاصة بالحق الصناعي إلى الهيئة المختصة لتقوم بعد قبول الطلب بتسجيله في قرص خاص، و نشره في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، و تجدر الإشارة إلى أن التسجيل قد يكون اجباريا إذا كان القيام به شرطا للتمتع بالحماية، و قد يكون اختياريا عندما لا يكون القيام به شرطا للحماية، و يرجع الأمر في ذلك إلى النظام القانوني لكل بلد فالتسجيل يمكن أن تعتبره الجهة القضائية المختصة قرينة على منحه الوقائع المسجلة.

وبالنسبة للتشريع الجزائري، فلا بد من الإجراءات الشكلية والمتمثلة في التسجيل لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، ومن ثم تظهر أهمية عملية التسجيل أو ما يعرف بالإيداع، في عدم قبول الدعوى الجزائية عند الاعتداء على العلامة أو الرسم أو النموذج أو الاختراع غير المسجل أو المودع، فهو شرط للتمتع بالحماية القانونية، و بالتالي دعوى التقليد مكفولة فقط لصاحب الحقوق المودعة أما تلك غير المسجلة فلا يحق لصاحبها أن يتمتع إلا بالحماية المدنية عن طريق دعوى المنافسة الخاضعة للقانون المدني [1].

و يجب التمييز بين أفعال التقليد السابقة للإيداع عن الأفعال الواقعة بعد الإيداع حيث أن الأولى لا تخول أي حق في رفع دعوى جزائية، و يقضي بعدم قبول الدعوى لانعدام الفقه، إذا قام صاحب الحق برفعها قبل مباشرة إجراءات التسجيل وإتمامها أو بعد انتهاء مدة التسجيل دون تحديده حيث لا يعد الفاعل معتديا، و لا يعد الفعل تقليد مكون لجريمة ، و إن كان يصلح أساسا للمطالبة بالتعويض المدنى عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة،

1- ايت شعلال لياس، المرجع السابق، ص ص 79-80.

أي أنه يحق لصاحب الحق أن يرفع دعوى مدنية في حالة علم التسجيل و بخلاف ذلك فإن الأفعال الواقعة بعد الإيداع تخول لصاحبها الحق في الحماية الجزائية.[1]

ثانيا: أطراف الدعوى الجزائية

1.صاحب الحق: هو الشخص المعني أي مالك الحق أو المستهلك فالأصل أنه يحق لمالك الحقوق المحمية أن يدفع أي اعتداء يمس بحقه، وذلك طيلة حياته عن طريق تقديم شكوى للجهة القضائية المختصة ومباشرة الدعوى [2].

2.الغير: يجوز لبعض الأشخاص رفع دعوى التقليد هم الورثة أو المتنازل له كليا عن الحق أو المرخص له كليا وفي حالة غياب الورثة يكون المعهد الوطني للملكية الصناعية الوكيل الشرعي.

3.النيابة العامة: حيث تختص برفع دعوى التقليد باعتبارها الأمينة على الدعوى العمومية وممثل للحق العام، وينتهي الحكم في الدعوى الجزائية بتوقيع الجزاء على المعتدي أو الحكم بإرادته. [3]

الفرع الثالث:

العقوبات المقررة عن جريمتي غش وخداع المستهلك

تعد جريمة الغش والخداع من أخطر الأفعال التي تمس حقوق المستهلك وتهدد النظام الاقتصادي، خاصة حين ترتبط بالاعتداء على حقوق الملكية الفكرية. وللتصدي لها، وضع المشرع عقوبات متدرجة، تبدأ بالعقوبات الاصلية التي تشكل جوهر الجزاء الجنائي، من حبس وغرامات مالية **(أولا)**، وتستكمل بالعقوبات التكميلية التي تؤدي دورا ردعيا وتدعم وظيفة العقوبة الاصلية والمتمثلة في المصادرة وإغلاق المحل **(ثانيا)**.

1- أيت شعلال لياس، المرجع نفسه، ص 80.

2- كريدة مختار، المرجع سابق، ص 75.

3- كريدة مختار، المرجع نفسه، ص 75.

أولا: العقوبات الأصلية عن جرائم الغش التجاري الواقعة على المستهلك

تتمثل العقوبات الأصلية المطبقة على جرائم الغش التجاري في كل قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك في صورة عقوبات سالبة للحرية أو الغرامة.

1-العقوبات السالبة للحرية: تكون العقوبة سالبة للحرية لما تتضمن حرمان المحكوم عليه من الحرية، وقد اتفقت مختلف التشريعات على تقريرها في قوانينها العقابية تتمثل في السجن والحبس. [1]

أ) السجن المؤبد: فرض المشرع الجزائري هذا النوع من الجزاء في نص المادة83 فقرة أخيرة من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. والمادة 432 فقرة أخيرة من قانون العقوبات. وتعتبر أقصى العقوبات المقررة في حالة ما إذا ثبت تورط المتدخل في عرض أو بيع مواد غذائية أو طبية مغشوشة، وفاسدة وهو على علم بذلك شرط أن تتسبب هذه المواد في هلاك مستهلكها أو موته. على عكس المشرع الفرنسي الذي لم ينص على ذلك.

أما المشرع المصري، نص على توقيع الإعدام في حالة وفاة شخص أو أكثر بسبب جرائم الخداع والغش أو الحيازة أو الاستيراد أو الجلب المنصوص عليها في المواد 4.3.2.1 من قانون رقم 48 لعام 1941 المتعلق بقمع التدليس والغش المعدل بقانون رقم 281 لعام 1994. [2] كما يعاقب بالحبس المؤبد إذ تسببت هذه المواد المغشوش في موت إنسان.[3]

ب) السجن المؤقت: قرر المشرع الجزائري عقوبة السجن المؤقت عن جرائم الغش التجاري، فيعاقب المتداخلون المعنيون متى عرضوا أو وضعوا للبيع مواد تحتوي على غش،

1- حملاجي جمال، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2022، ص 322.

2- حملاجي جمال، المرجع السابق، ص ص 322-323.

3- بكريتي آمال، المرجع السابق، ص 102.

و بالتالي تعرض الشخص لمرض غير قابل للعلاج أو فقدان استعمال عضو أو إصابة بعاهدة مستدامة. [1]

ج) الحبس: إن عقوبة الحبس المقررة في التشريع الجزائري تجدها مقررة في جميع جرائم الغش والخداع، فيعاقب على جريمة الغش بالحبس من سنتين إلى خمسة سنوات. ويشدد من عقوبة الحبس بموجب المادة 422[2] من قانون العقوبات، إذن بالحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات، ويعاقب على جريمة الخداع بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات. وترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات إذا ارتكب الجريمة أو الشروع فيها بالوسائل المحددة في المادة 430 ق ق ع ج. [3]

2-الغرامة كعقوبة في جرائم الغش التجاري:

تعرف الغرامة أنها إلزام المحكوم عليه بدفع مبلغ مالي من النقود للخزينة العمومية، يقدره القاضي وفقا للقواعد المقررة وطبقا لمبدأ الشرعية. لقد استغل المشرع الجزائري هذه العقوبة أحسن استغلال و جعل منها رادعا قويا لمرتكبي الجرائم، و ذلك من خلال رفعها إلى الحد الأقصى بعد تعديله لقانون أمر رقم 23/06[4]، و بهذا يكون قد وفر حماية جزائية كفيلة لحماية المستهلك من أي انتهاكات و تقترن عقوبة الغرامة بالحبس بصفة وجوبية أو جوازية حسب ما يفرضه القانون.

1- حملاجي جمال، المرجع السابق، ص 323.

2- المادة 422 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، معدل ومتمم، ج.ر، عدد49، الصادرة في جوان 1966.

3- حملاجي جمال، المرجع السابق، ص 325.

4- أمر رقم 23/06، المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، المتعلق بقانون العقوبات المعدل والمتمم للأمر رقم 156/66، المؤرخ في 8 يونيو 1966، ج ر عدد84، صادر في 2006.

وقد نص المشرع الجزائري على عقوبة الغرامة المالية في المادة 32 من الأمر رقم 03/06 المتعلق بالعلامات والتي حددها بين مليونين وخمسمائة ألف(2.500.000) دينار جزائري إلى عشرة ملايين (10.00.000) دينار جزائري.

كما يعاقب بالعقوبة نفسها التي يعاقب بها المقلد: كل من يتعمد إخفاء شيء مقلد أو إخفاء عدة أشياء مقلدة أو بيعها أو يعرضها للبيع أو يدخلها إلى التراب الوطني. [1]

ثانيا: العقوبات التكميلية

يجوز للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وبنشره كليا أو جزئيا في الجرائد التي تعينها، كما نص المشروع على عقوبة تكميلية هي المصادرة إلا أنه ميز بين مصادرة الأشياء التي تمس بحقوق صاحب الحق ومصادرة الأدوات التي استعملت خصيصا لصناعة هذه الأشياء، إذ يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة الأشياء و لو في حالة تبرئة المتهم، الأمر الذي من أجله يجوز إصداره قبل أي قسم من المحكمة بينما لا يجوز للقاضي أن يأمر بمصادرة الأدوات التي استعملت لصناعة الأشياء المقلدة إلا في حالة الحكم بإدانة المتهم. [2]

في قضايا الغش والخداع يحكم القاضي بالمصادرة كعقوبة تكميلية في حالة إدانة المحكوم عليه بارتكاب أحد أفعال الغش والخداع التي لها تكييف جناية، فتأمر المحكمة بمصادرة الأشياء التي استعملت في الغش، ولا يهم أن كانت هذه الأموال ملك للمتدخل أم الغير، ما دامت استعملت في ارتكاب إحدى المخالفات المذكورة. فالقاضي ملزم بمصادرتها.

1- كعبيش فريدة، المرجع السابق، ص ص 80 81.

2- كريدة مختار، المرجع السابق، ص 76.

أما فيما يخص أفعال الغش والخداع التي لها تكييف جنحة، فيشترط المشرع للحكم في حالة الإدانة، أن ينص القانون الذي يعاقب على تلك الجنحة على الأمر بعقوبة المصادرة صراحة. [1]

إن الهدف من المصادرة هي ردع وقمع الغش لأن مصادرة المنتوج سوف تلحق ضرر بالمتدخل المخالف خسائر اقتصادية، بالإضافة إلى مصير هذه المنتجات والوسائل التي تمت مصادرتها متوقفا على نوعيتها، فإذا كانت السلع والأجهزة قابلة للاستهلاك فإنها توجه إلى مراكز عمومية ذات منفعة اجتماعية، أما في حالة العكس أو كانت المنتجات مضرة بصحة الإنسان أو الحيوان فإنه يجوز أن يأمر القاضي بإتلافها على نفقة المتدخل.

كما يجب على القاضي في حالة الإدانة من أجل الغش والخداع أو عدم احترام أمن المنتج الذي يترتب عليه وفاة أو إصابة المستهلك المستعمل بعلامة مستدامة أو عجز أو مرض، أن يأمر وجوبا بمصادرة الأشياء التي استعملت في تنفيذ الجريمة كالمواد التي خلطها بالمنتج أو الأدوات التي استعملت في التزوير كذلك الأموال والأشياء التي تم تحصيلها من تنفيذ الجريمة. [2]

2-الإتلاف: عقوبة جزائية معناه تدمير المنتجات والأشياء المقلدة والمواد والمعدات المستخدمة فيها. وجعلها غير صالحة للاستعمال وهذا جاء في نص المادة 32 [3] من قانون العلامات المادة 37 من قانون التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة.

3) الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة: هو عقوبة جوازية تهدف إلى غلق المؤسسة أو المحل الذي يشغله المقلد ويحكم به مؤقتا أو نهائيا بحسب جسامة الاعتداء والأضرار الناجمة عنه لمدة 6 أشهر. [1]

1- حملاجي جمال، مرجع سابق، ص 330.

2- حملاجي جمال، مرجع، نفسه، ص ص330- 331.

3- أنظر المادة 32 من قانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية.

4) المنع من ممارسة النشاط: نصت المادة 47 الفقرة 2 و 3 من القانون 04 / 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه "يعد حالة عود في مفهوم هذا القانون قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بتقنين النشاط و في حالة العود، تضاعف العقوبة و يمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه بممارسة أي نشاط مذكور في المادة 02 بصفة مؤقتة و هذه المدة لا تزيد عن 10 سنوات. [2]

1- كعبيش فريدة، المرجع السابق، ص ص 82 -83.

2- كعبيش فريدة، المرجع نفسه، ص 83.

خاتمة:

إن المستهلك اليوم أصبح الطرف الأضعف في معادلة السوق في ظل ما يشهده العالم من تطورات اقتصادية وتقنية متسارعة، وانتشار واسع لظاهرة تقليد المنتجات والتعدي على حقوق الملكية الفكرية. هذا الواقع جعل من حماية المستهلك، ليس فقط ضرورة قانونية بل أيضا مسؤولية أخلاقية ومجتمعية تتطلب تضافر الجهود على كافة المستويات.

ومن خلال هذه المذكرة حاولنا تبيان أن حقوق الملكية الفكرية لم تعد مرتبطة فقط بالصناعيين والمبدعين، بل لها دور جوهري في دعم مصالح المستهلك من خلال ضمان جودة المنتج وصحته وسلامته، وتمكينه من التمييز بين المنتج الأصلي والمقلد، فكلما كانت التشريعات أكثر صرامة ووضوحا في حماية حقوق الملكية الفكرية، كلما انعكس ذلك ايجابيا على ثقة وسلامة المستهلك في السوق، وساهم في خلق بيئة تجارية قائمة على الشفافية و المنافسة النزيهة، رغم أن التشريعات الوطنية خاصة في الدول النامية لا تزال بحاجة إلى المزيد من التحديث والفعالية في التنفيذ، إلا أن الأفق يبدو واعدا فتوسع الاهتمام العالمي بحقوق الملكية الفكرية، والتوجه نحو بناء اقتصاد المعرفة يفتح المجال أمام تعزيز مكانة المستهلك كفاعل محوري في المنظومة الاقتصادية.

ولكي نتوصل إلى تحقيق حماية ملائمة وفعالة للمستهلك من خلال حقوق الملكية الفكرية لابد من التركيز على سن قوانين جد متقدمة تعترف بحقوق المستهلك وتحميها في هذا السياق، وكذلك لابد من تفعيل آليات تنفيذ تلك القوانين بشكل صارم وفعال.

من هذا المنطق حاولنا أيضا إظهار دور القضاء في ضمان حماية للمستهلك والتي تتجاوز أحيانا الحماية التي يقررها لهذه الحقوق كون حماية المستهلك مرتبطة بالنظام العام وعنصر من عناصره، في حين حماية حقوق الملكية الفكرية خلافا لذلك تقتصر على حماية حقوق المبدعين فقط، في حين أن حماية المستهلك تعتبر جزء متعلق بالنظام العام و تبين أن القضاء الكفء يمكن أن يستند على المبادئ العامة للقانون المدني وقواعد العدالة

وتشريعات الملكية الفكرية وقواعد قانون العقوبات من أجل حماية فعالة للمستهلك من الجرائم التي تتعرض لها المنتجات المحمية بحقوق الملكية الفكرية بكل أنواعها.

ومن بين أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذا البحث نذكر:

- ✓ هناك ارتباط بين مصالح المنتج والمستهلك، حيث أن حقوق الملكية الفكرية (كالعلامات التجارية، وبراءة الاختراع) لا تحمي فقط مصالح المنتجين والمخترعين بل تلعب دورا أساسيا في حماية المستهلك من السلع المقلدة والمغشوشة كون هذه الحقوق لها علاقة بالمستهلك الذي له علاقة بالمنتجات المحمية بموجبها.

- ✓ إن المشرع الجزائري منح دورا فعالا لعلامة المطابقة في ضمان أمن وسلامة المنتجات خاصة المواد الغذائية منها، لأن غذاء المستهلك موضوع حساس لا يمكن العبث أو التلاعب به فهو المصدر المباشر والأساسي لضمان صحة وسلامة المستهلك.

- ✓ منح المشرع الجزائري علامة المطابقة لها أهمية أو دورا هاما في ضمان أمن وسلامة المنتجات الموجهة للاستهلاك، إذ أن الواقع يفرض على المستهلك حاجته إلى أمن المنتج ومطابقته لتحقيق السلامة المنشودة وهي سلامة وأمن المستهلك، لأن الأمن والمطابقة في المنتج هي التي تشكل الحاجز في وجه التهديد أو الخطر الذي يتربص بالمستهلك حفاظا على السلامة الجسدية والنفسية له، وبالتالي تتبلور فكرة الوقاية خير من العلاج فيتجنب المستهلك الخسارة المالية التي يدفعها على العلاج.

- ✓ دعم المشرع الجزائري تشريعات الملكية الفكرية بقوانين الاستهلاك والمتمثل خاصة في القانون رقم 03/09 المتضمن الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل حماية للمستهلك، مقر بذلك العلاقة الوطيدة والرابط القوي بين حماية حقوق الملكية الفكرية التي تتجسد من خلالها حماية حقوق المبدعين وحماية الخاصة بالمستهلك.

- ✓ استفادة المستهلك من النصوص الردعية لحماية حقوق الملكية الفكرية والتي تلقي بآثارها الايجابية عليه.

- ✓ وضع المشرع الجزائري هيئات وأجهزة تكفل حماية فعالة للمستهلك مثل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كمؤسسة عمومية يعتني بحقوق الملكية الصناعية والمعهد الوطني للتقييس الذي يهتم بمواصفات المنتج ومطابقة العلامة لها.

- ✓ اعتبر المشرع الجزائري أعمال التقليد والقرصنة جرائم تعتدي على عناصر الملكية الفكرية و تمس بسلامة المستهلك و كيفها صراحة بالجنحة مرتبا على ذلك الجزاء المشدد والمتمثل في عقوبة السجن.

- ✓ تطور موقف المشرع الجزائري من مجرد منح المستهلك "حق العلم" (أي معرفة المعلومات العامة) إلى تمكينه من "حق الإعلام" المفصل، الذي يشمل معرفة مصدر السلع والخدمات ومكوناتها، وذلك بهدف تعزيز حماية المستهلك وضمان شفافية التعاملات التجارية.

أما أهم الاقتراحات التي يمكن تقديمها من خلال هذه الدراسة والتي من شأنها ضمان حماية أكثر للمستهلك ضمن تشريعات الملكية الفكرية هي :

1- لابد من التشديد من العقوبات المتعلقة بجريمة التقليد والقرصنة حتى يتم التصدي لهذه الاعتداءات ووضع حد لها.

2-لابد من النص صراحة على حماية المستهلك في قوانين الملكية الفكرية والابتعاد عن النص عليها ضمنيا ووضعها بصفة مباشرة في ديباجة كل قانون متعلق بالملكية الفكرية.

3-لابد من وضع مفهوم للمستهلك في تشريعات الملكية الفكرية مع تبني المفهوم الواسع له وعدم الاكتفاء بالمفهوم الضيق.

4-دعوة المستهلكين إلى الإقبال على الصناعات المحلية بجودتها المتوافقة مع المواصفات والمقاييس الدولية، فهي أكثر أمانا من السلع المقلدة.

5-التخفيف من التكاليف والأعباء القضائية من حيث الإجراءات الواجب على المتضرر المستهلك اتباعها.

6-إعادة النظر في الجانب العقابي الخاص في سير المنظومة العقابية، وإعادة النظر في الجزاءات والعقوبات المقررة لحماية المستهلك.

7-تفعيل دور الجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك من أخطار التقليد والقرصنة.

8-كما أنه لابد من تشجيع البحث العلمي وتدعيمه بغية تطوير الابتكارات الصناعية المختلفة حتى تساعد المستهلك في التفرقة بين ما هو أصلي ومقلد.

قائمة المراجع

أولا: باللغة العربية

I- الكتب:

1- بلال عبد المطلب بدوي، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية، دراسة في ضوء اتفاقية تريبس والإتفاقيات السابقة لها، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.

2- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، مصر، .2008

3- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.

4- شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الأنترنيت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر،.2007

5- عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، لبنان، 2012.

6- فرج عاشور محمود محمد الخلفاوي، مكافحة الغش التجاري وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2022.

II-الأطروحات و المذكرات الجامعية:

أ- أطروحات الدكتوراه:

1- بن قوية المختار، دور العلامة في حماية المستهلك دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه ، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2017

2- حمالي سمير، حماية المستهلك في التشريعات الملكية الفكرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم تخصص قانون، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 2015/2014.

3- حملاجي جمال، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2022/2021.

4- عمر يوسف عبد الله، الإطار القانوني في المؤسساتية لمكافحة التقليد والقرصنة الإلكترونية، أطروحة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2022/2021.

5- فراقة رمضان، حماية المستهلك من خلال حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة 2021/2020.

6- مطماطي راوية، حماية المستهلك من الغش التجاري في مجال العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2021.

ب-مذكرات الماجستير:

1- أيت شعلال لياس، حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015.

2- بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015/2014.

3- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم القانونية وال'دارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق جامعة قسنطينة1، 2014/2013.

4- زواني نادية، الإعتداء على حق الملكية الفكرية، التقليد والقرصنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2003/2002 .

ج- مذكرات الماستر:

1- بكريتي أمال، حماية المستهلك من الغش التجاري، في المجال العلامات في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم .2023

2- كريدة مختار، حقوق الملكية الفكرية وأثرها على حماية المستهلك، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة 2016.

3- خنوس خديجة، دور إدارة الجمارك في حماية حقوق الملكية الصناعية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة .2021

4- كعبيش فريدة، حماية المستهلك في ظل تزايد جرائم التقليد مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2022.

5- سعدودي سكينة، النظام القانوني لمكافحة التقليد في الجزائر، بحث لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع قانون المؤسسات.

III- المقالات:

1 - بن مبارك مية، "مظاهر العلاقة بين التقييس وحماية المستهلك حسب التشريع الجزائري"، **مجلة الحقوق والعلوم السياسية**، العدد الأول،فيفري 2014، جامعة عباس لغرور ، خنشلة،02 فيفري2014، ص ص 158-169.

2- صراح خوالف، "حماية المستهلك من تقليد العلامة التجارية"، **مجلة ضياء للدراسات القانونية**، العدد الأول، المجلد الثاني، 01ديسمبر 2020، جامعة البيض ص ص 55-81.

3 - تواتي كريمة، "الحماية الجمركية لحقوق الملكية الفكرية من التقليد في القانون الجزائري"، **مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية**، المجلد الثامن، العدد الثاني، جوان 2024 جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، ص ص 93-115.

4 - هنية نور الدين شريف، "الحماية الجزائية لبراءة الإختراع في التشريع الجزائري"، **المجلة العربية للدراسات الأمنية**، مجلد 36، العدد الأول، 2020، جامعة لونيسي علي ، البليدة، ص ص 89-103.

IV - القوانين:

أ-النصوص القانونية:

1-أمر رقم 58/75 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون المدني، ج.ر، عدد 78، صادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، المعدل بموجب القانون رقم 10/05 المؤرخ في 20 جوان 2005، ج.ر، عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005، والمعدل بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007، ج.ر، عدد 31، صادر بتاريخ 13 ماي 2007.

1- الأمر رقم 69/98 المؤرخ في 21 فيفري 1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والمحدد قانونه الأساسي ج.ر عدد 11، صادر في 10 مارس 1998.

2- الأمر رقم 07/03 تامؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الإختراع، ج.ر عدد 44، الصادرة في 23 يوليو 2003.

3- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر عدد 44، صادر في 23 جويلية2003.

4- الأمر رقم 04/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس، ج.ر عدد 41، صادر في 27 جوان 2004.

5- الأمر رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر عدد 41، صادر في 27 جوان 2004.

6- الأمر رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج .ر عدد 15، صادر في مارس 2009.

7- أمر رقم 23/06، المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، المتعلق بقانون العقوبات المعدل و المتمم للأمر رقم 156/66، المؤرخ في 8 يونيو 1966، ج ر عدد84، صادر في 2006.

ب- النصوص التنظيمية:

1- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج. ر عدد 05، صادر في 31 جانفي .1990

2- المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 1990/09/15 المتعلق بضمان المنتجات، ج .ر رقم 40، صادر بتاريخ 1990/09/19.

V- القرارات:

1- قرار وزير المالية صادر في 15 جويلية 2002 المحدد لكيفيات تطبيق قانون الجمارك المتعلق بإستيراد السلع المزيفة، جريدة رسمية، عدد 56 صادر في 18 أوت 2002.

VI-المواقع الالكترونية:

1- سعيدي صالح، جنحة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري، دراسة وضعية تحليلية، مقال منشور في الموقع، http://droit. Univ-alger.dz

فهرس الموضوعات

مقدمة: 01
الفصل الأول :حقوق الملكية الفكرية والمستهلك بين التأثير والتأثر Erreur ! Signet non défini.
المبحث الأول: حقوق الملكية الفكرية آلية قانونية وضمانة فعلية لحماية المستهلك 6
المطلب الأول: حقوق الملكية الفكرية والمستهلك: مدخل حول المفهوم والأهمية ..6
الفرع الأول: العلامة التجارية بين المفهوم والأهمية 7
الفرع الثاني: براءة الاختراع بين المفهوم والأهمية 13
المطلب الثاني: حماية حقوق الملكية الفكرية وسيلة لحماية المستهلك:..... 16
الفرع الأول: الأحكام الخاصة بحماية المستهلك في القانون رقم**03/09** 17
الفرع الثاني: استفادة المستهلك من قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية 22
المبحث الثاني: مظاهر التقليد الواردة على المنتوج الصناعي أو التجاري..... 24
المطلب الأول:جرائم التقليد والقرصنة في تشريعات الملكية الفكرية 25
الفرع الأول: أعمال التقليد الواقعة على العلامة التجارية..... 26
الفرع الثاني: الجرائم الماسة بالمستهلك في قانون براءة الاختراع 31

المطلب الثاني: الجرائم الالكترونية الماسة بالمستهلك في العلامة. 35

الفرع الأول:مفهوم القرصنة الجرمية في مجال الملكية الفكرية 35

الفصل الثاني: الآليات القانونية لحماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية . 38

المبحث الأول: الإطار المؤسساتي لحماية المستهلك في تشريعات الملكية الملكية الفكرية 38

المطلب الأول: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك من تقليد المنتجات المحمية بموجب حقوق الملكية الفكرية 39

الفرع الأول: الأساس القانوني للتدخل الجمركي 40

الفرع الثاني: صور التدخل الجمركي في مكافحة ظاهرة التقليد وحماية المستهلك من الغش 43

الفرع الثالث: شروط انعقاد الاختصاص لإدارة الجمارك لمنع السلع المقلدة من التداول التجاري وحماية المستهلك 45

المطلب الثاني: دور المعهد الوطنية الجزائرية الخاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية كآلية قانونية لحماية المستهلك. 48

الفرع الأول: المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية. 48

الفرع الثاني: المعهد الجزائري للتقييس في حماية المستهلك 54

المبحث الثاني: دعاوي حماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية 56

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك في تشريعات الملكية الفكرية 57

الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة 57

الفرع الثالث: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة 62

الفرع الرابع: آثار دعوى المنافسة الغير المشروعة 63

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك في تشريعات الملكية الفكرية. 65

الفرع الأول: مفهوم دعوى التقليد 65

الفرع الثاني: شروط ممارسة الدعوى الجزائية 68

الفرع الثالث: العقوبات المقررة عن جريمتي غش وخداع المستهلك: 70

الخاتمة 75

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على العلاقة المتبادلة بين حماية حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك من خلال التركيز على الآثار القانونية والاقتصادية الناتجة عن الاعتداءات الواقعة على الحقوق الصناعية، لاسيما العلامة التجارية وبراءة الاختراع، وقد اعتمدنا في معالجتنا للموضوع على المنهج التحليلي والمقارن، مستعرضين نصوص القانون الجزائري وبعض الاتفاقيات الدولية ذات الصلة، ولا سيما الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية، والأمر 07-03 المتعلق ببراءات الاختراع، إلى جانب قانون حماية المستهلك رقم 03-09.

بيّنت الدراسة أن الاعتداء على حقوق الملكية الصناعية لا يقتصر خطره على أصحاب الحقوق، بل يمتد ليشكل خطراً مباشراً على صحة وأمن وسلامة المستهلك، خاصة مع تنامي ظاهرتي التقليد والقرصنة التي تستهدف المنتجات والخدمات ذات الطابع التجاري، كما أوضحت الدراسة أن المشرع الجزائري، رغم إقراره بجملة من الآليات القانونية والإدارية لمواجهة هذه الجرائم، إلا أن التطبيق العملي لا يزال يواجه تحديات كبيرة، خصوصاً مع تطور الوسائل التكنولوجية المستعملة في الاعتداءات.

وقد خلصت الدراسة إلى ضرورة تعزيز الحماية القانونية للمستهلك في سياق حماية حقوق الملكية الفكرية، من خلال تفعيل دور الأجهزة الرقابية كإدارة الجمارك والمعهد الوطني للملكية الصناعية، وتحديث النصوص القانونية لمواكبة المستجدات التقنية، مع ضرورة التنسيق بين مختلف الهيئات لضمان حماية فعلية للمستهلك والمنتِج على حد سواء.

الكلمات المفتاحية: الملكية الفكرية، العلامة التجارية، براءة الاختراع، المستهلك، التقليد، القرصنة، الحماية القانونية.