

جامعة مولود معمري - تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون

دور العلامة الأصلية في حماية المستهلك
على ضوء القانون الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص " قانون الأعمال "

إشراف الأستاذ

د/ محالبي مراد

إعداد الطالبة:

حمداد صاره

لجنة المناقشة:

د/ أرتباس ندير، أستاذ محاضر " أ "، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... رئيساً

د/ محالبي مراد، أستاذ محاضر " أ "، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... مشرفاً ومقرراً

د/مختور دليلة، أستاذة محاضرة " أ "، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... ممتحنة

تاريخ المناقشة: 2022/2021

إهداء

i.



شکر و عرفان

قائمة أهم المختصرات:

أولاً: باللغة العربية :

ج ر : جريدة رسمية.

د / : الدكتور.

ص : الصفحة

ثانياً: باللغة الفرنسية :

P : page.

N° : Numéro.

Op.Cit : Œuvre Précitée.

مقدمة:

إن أهم ما يميّز الحياة الاقتصادية هو وجود سوق للقيام بعمليات تساهم في التطور وإشباع الحاجيات، سواء الاجتماعية، الاقتصادية، السياسة لأي مجتمع ما مهما اختلف النظام الاقتصادي المتبع فيه.

انطلاقاً من هذه الفكرة يجب علينا التعرض إلى مسألة جد مهمة وأساسية خاصة في الفكر الاقتصادي وهي التي توضح لنا مدى نجاعة وصلاحية النظام الاقتصادي والتجاري خاصة وهي فكرة السوق، وهذه الأخيرة يحكمها مبدأ هام وأساسي متعارف عليه عالمياً وهي قاعدة العرض والطلب وكثرة المتعاملين الاقتصاديين فيه، والتي يتنافسون فيه في إطار منظّم وقانوني قوامه مبدأ المنافسة الحرة والنزيهة والمشروعة.

لكي تتحقق هذه القاعدة نجد أن أغلب التشريعات نظّمت وحددت الإطار العام لهذه المبادئ، ومن بين أهم هذه الأطر والركائز ما تم تدريسه لنا في القانون التجاري وهو فكرة العلامة التجارية.

تتنقسم الحقوق الصناعية باعتبارها فرع من فروع الملكية الفكرية إلى نوعين من الحقوق، حقوق ترد على مبتكرات جديدة مثل براءة الاختراع والرسوم والنماذج، وحقوق ترد على شارات تتميز عن غيرها منها الاسم التجاري والعلامة التجارية العنوان التجاري تسميات المنشأ... الخ

تعتبر العلامة أحد أنواع حقوق الملكية الصناعية والتي عرفها المشرع الجزائري على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات

شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره". هذا وقد تكون العلامة جماعية والتي يقصد بها: " كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها.¹

أعطى المشرع أهمية بالغة كغيره من المشرعين في الدول الأخرى للعلامة التجارية، وقد نظمتها التشريعات في إطار قوانين عديدة لما لها من تأثير وتأثر في الاقتصاد، وأنه بالنسبة للغير المقصود به فئة المستهلكين التي أصبحت النواة الأساسية في كل التعاملات الاقتصادية والقانونية، لذا وجب حمايته وأطيره بمقتضى نصوص قانونية ومراسيم تنظيمية.

إن العلامة لها خاصية متميزة سواء بالنسبة للمتعامل الاقتصادي أو بالنسبة للمستهلك، كما تحتوي هذه العلامة من خصوصيات فيما يتعلق بفكرة الشهرة والسمعة ومنه أيضا فكرة إمكانية استغلال هذه العلامة من الغير، وهذه الفكرة في السابق كانت مرفوضة من قبل أغلب التشريعات، ولكن مع التطور التكنولوجي والانفتاح الاقتصادي أصبحت من أهم مبادئ ومميزات التعاملات التجارية سواء الوطنية أو الدولية لكون أن هذه العلامة أصبح لها امتداد خارجي وعالمي من خلال التوزيع والتسويق لمختلف المنتجات التي تشمل السلع والخدمات، والفكرة هنا تتجسد في السماح أو شرعية استغلال هذه العلامة من قبل الغير، رغم أنه ليس من صلب موضوعنا لكن أشرنا إليه بصفة عابرة في موضوعنا هذا.

¹ _ المادة 02 من الأمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، الصادر في 2003.

إذن العلامة الأصلية هي العلامة التي يطلب من صاحبها تسجيلها والقيام باستغلالها فعلا ومن حقه إضافة أو تعديل هذه العلامة أو تحسينها، ويجب عليه إتباع ذات إجراءات تسجيل العلامة الأصلية لأجل تسجيل العلامة الإضافية أو تسجيل الإضافات الجديدة، وتنطبق على تسجيلها ذات الإجراءات والشروط الشكلية والموضوعية، كما تعد العلامة الأصلية مشروعة وهي التي تسري عليها أحكام القانون وانصرفت نية المشرع إليها.

من خلال هذا التقديم البسيط تبرز الأسباب التي استدعت اختيارنا لموضوع دور العلامة الأصلية في حماية المستهلك على ضوء القانون الجزائري، لكون هذا الموضوع حساس جدا ويرجع ذلك إلى التشعب والفترة التي عرفها الاقتصاد الجزائري وخاصة بتعدد النصوص القانونية والتنظيمية وأيضا كثرة المتعاملين الاقتصاديين، وكما نعلم أن هناك تشعب بالنشاطات التجارية وبما أن جميع التشريعات التي تناولت هذا الموضوع سواء العربية ومنها الجزائر، قد تناولته بصورة غير معمقة وبدون التغلغل في جوانبه القانونية، ولكن في دراستنا هذه حاولنا إبراز دور العلامة الأصلية وارتباطها في مجال حماية المستهلك عن طريق مختلف قوانين حماية المنافسة وحماية المستهلك.

إن العلامة تلعب دورا مزدوجا في الحياة الاقتصادية، فمن جهة تمكن صاحبها من مزايا السوق الكبيرة باعتبارها حقا مالي مكتسب، وفي نفس السياق فهي تلعب دورا لا يقل أهمية في إطار العلاقة الموجودة بين المستهلك والعون الاقتصادي، خاصة وأنه تنشأ علاقة وطيدة بين أطراف هذه العلاقة من خلال ذات العلامة التجارية.

من خلال هذه المقدمة الوجيزة التي أشرنا فيها إلى مراحل تحول الاقتصاد الجزائري عامة وموضوع العلامة خاصة، تتمحور إشكالية الموضوع عن:

دور العلامة الأصلية في حماية المستهلك ؟

وعليه ارتأينا دراسة الموضوع في فصلين أساسيين، نتطرق في الفصل الأول منه على الإطار العام لجريمة التقليد، وذلك بالتطرق لكل من الركن المادي وسرد مختلف أشكال وصور عمليات التقليد التي تصيب العلامة التجارية، ثم تحديد الركن المعنوي،

أما الفصل الثاني من موضوعنا فقد حاولنا دراسة الإجراءات القانونية والعقابية لحماية هذا المستهلك الذي هو العنصر أو الحلقة الأساسية في المعاملات التجارية من خلال التطرق للآليات الوقائية كضرورة إعلام المستهلك ورقابة السوق وكذا دور جمعيات حماية المستهلك، ثم التطرق للآليات الردعية من خلال التطرق لمختلف القوانين المجرمة لفعل التقليد، مع تفعيل مختلف الدعاوي المقررة إجرائياً، وبعده مختلف العقوبات المقررة لجريمة التقليد سواء الأصلية أو التكميلية منها.

الفصل الأول:

جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري

نود أن نشير في بادئ الأمر أن فقهاء القانون الجنائي عند دراستهم لأي جريمة ما فإن دراستهم تركز بتحليل النموذج الإجرامي إلى عناصر أساسية تسمى أركان الجريمة، خاصة وأن القانون يتطلب لقيام أي جريمة ما منصوص عليها في التشريع العقابي أن تتوفر في تلك الأفعال أركان معينة، وباكتمال هذه الأركان تصبح الجريمة قائمة تامة يستحق الفرد أو الشخص فاعلها العقوبة المقابلة لهذه الجريمة كما حددها النص القانوني. ولما كانت جريمة تقليد العلامة هي فعل يجرمه القانون نظرا لمساس هذه الجريمة بحقوق الغير فكان عليها بداية التطرق لأركان هذه الجريمة.

المبحث الأول:

الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري.

يقصد بالركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية، ذلك الفعل أو الامتناع عن فعل الذي بواسطته تتكشف الجريمة ويكتمل جسمها، ولا توجد جريمة بدون ركن مادي، إذ بغير ماديتها لا تصاب حقوق الأفراد أو الجماعة بأي اعتداء.¹

المطلب الأول:

أفعال تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري

تلعب العلامة دورا متميزا في الحياة الاقتصادية المعاصرة، فهي همزة وصل بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة إلا أن تطور الحياة التجارية وانفتاح الأسواق الداخلية والدولية على بعضها البعض أدى إلى ظهور اعتداءات على العلامات التجارية، وهذه الاعتداءات يطلق عليها جرائم تقليد العلامات التجارية، والتقليد هو عملية صنع علامة مشابهة للعلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا التشابه بين العلامتين إلى تضليل جمهور المستهلكين وإحداث اللبس والخلط بين المنتجات، وهذه الجريمة تؤثر سلبا على مالك العلامة أولا وعلى المستهلك ثانيا وعلى المنافسة النزيهة ثالثا.

¹ _ عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام ، الجزء 01، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

تسعى الكثير من تشريعات الدول إلى إيجاد حماية واسعة لمحاربة جريمة التقليد داخليا، كما تسعى الاتفاقيات الدولية إلى حماية العلامات التجارية من التقليد دوليا. غير أنه بالرجوع إلى الفقه نجد أن هذه الاعتداءات لا تخرج عن ثلاث أفعال هي:

الفرع الأول:

التقليد بواسطة النسخ والتقليد بواسطة التشبيه:

أولا: التقليد بواسطة النسخ: (La Copie)

تكمن هذه الطريقة في اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بإعادة اصطناع جانبها الأساسي والمميز بشكل يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور وجذب المستهلك، حيث يعتبر نقل العلامة عنصر كاف لوجود التقليد بغض النظر عن كل استعمال لها لأن التقليد قائم بموجب التصنيع المادي للعلامة.¹

يعرف الأستاذ "روبيي ROUBIER" التقليد بأنه: "إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي والمميز أنه الاصطناع الشرس والكامل والحرفي للعلامة"، وتكون الجريمة مرتكبة من خلال التصنيع المادي للعلامة.² وبالتالي فيكون تقليدًا لعلامة

¹ _ نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص103.

² - شيبوب بومدين، العلامات التجارية، مجلة الحجة، العدد 01، نشر ابن خلدون، تلمسان، 2007، ص 157.

تجارية متى كان الاسم الجديد للسلعة مطابقا حرفيا للاسم الأوّل للعلامة، وهذا ما أكّدته المحكمة العليا في قرار صادر عنها بتاريخ 2002/02/05 حيث رفضت الدعوى لعدم التأسيس لانعدام التشابه بين "برانس" و "برانساس" وكان للطاعة أن ادّعت بوجود تقليد لعلامتها، في الحين أشار قضاة المحكمة العليا إلى عدم وجود تشابه بين الكلمتين وأنّ اللبس الذي يقصده المشرع هو ذلك الذي يجعل من المستهلك المتوسط الانتباه يخلط بين المنتج الذي يحمل علامة "برانس" وذلك الذي يحمل علامة "برانساس"، كذلك مجموع الخصائص لكتابة كل علامة وكذا النطق بها لا يشكل أي تشابه يمكنه إحداث خطر الملبس والخلط بينهما من طرف المستهلك ذو الانتباه المتوسط.¹

يعتبر هذا القرار مطبقا لما هو معروف لدى مختلف القوانين الوطنية وكذا الاتفاقيات الدولية، إذ كلّها تتفق على أنّ التقليد يقع على العلامة لا على المنتج حتى لو كانت نفس العلامتين واردتان على نفس المنتج.

¹ - قرار رقم 261209 مؤرخ في 2002/02/05، المجلة القضائية، العدد 01، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003، ص 265.

وعليه فإنّ التقليد يعتبر قائماً عندما تكون العلامة الجديدة من شأنها أن تظلل جمهور المستهلكين والفيصل في التمييز بين العلامتين هو الصورة العامة التي تنطبع في الذهن عند المقارنة بين العلامتين.¹

تبقى العلامة التجارية من أهم الوسائل التي يلجأ إليها المحترف لتمكين المستهلك من معرفة سلعته أينما وجدت وضمان عدم تظليل الجمهور، مما يدفعه إلى أقصى جهد في تحسين منتجاته لمنافسة باقي المنتجات الأخرى في السوق. كذلك ويعتبر اختيار العلامة التجارية المناسبة للسلعة واحد من أصعب المهام التي تواجه مدير التسويق، و السبب في ذلك أنّ اختيار العلامة عملية تتعدى مداها الأجل القصير، وترتبط بالسلعة لمدة طويلة حيث يصعب تغييرها، و كثيراً ما تفشل السلعة في السوق نتيجة لعدم اختيار العلامة المناسبة للسلعة وقت تقديمها.²

ثانياً: التقليد بواسطة التشبيه: (La Ressemblance)

يتمثل العنصر المادي للتقليد بالتشبيه في التغيير في العلامة الأصلية أو الإضافة للعلامة الحقيقية بكاملها أو جزء منها بحيث يظن المستهلك أنها العلامة

¹ - د/ محمد محمود الكمالي، دور العلامات التجارية في حماية المستهلك، بحث مقدم لندوة "حماية المستهلك بين الشريعة والقانون"، كلية الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، يومي 6-7 ديسمبر 1998، ص 11.

² - حواس مولود، المرجع السابق، ص 123.

الأصلية،¹ وذلك عن طريق المحاكاة التدلّيسية، أو التشبيه التدلّيسي، حيث يؤخذ بعين الاعتبار في جنحة تشبيه العلامة التشبيهات الإجمالية التي تؤدي بالمستهلك العادي إلى الخلط بين العلامتين، فالتشبيه التدلّيسي حسب هذا التعريف يقوم إذا ما استعمل الشخص علامة شخص آخر دون تقليدها، ويكون ذلك باستعمال البطاقات والملصقات الخاصة بالعلامات الأصلية على منتجات وبضائع متشابهة للمنتجات الأصلية.²

الفرع الثاني:

التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة

نجد هذا النوع من التقليد في المادة 26 فقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، والتي نصت على أنه: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة."

يتمثل العنصر المادي في هذه الجريمة بالاستعمال الباطل لعلامة تجارية أو علامة قريبة الشبه بصورة تؤدي إلى الانخداع، وقد يتخذ ذلك صوراً متعددة، فقد يتخذ صورة وضع علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه لها على البضائع أو المنتجات ذاتها

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

² - القيلوبي سميحة، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1976، ص 288.

بطريقة مباشرة، وقد يتم ذلك بطريقة غير مباشرة كأن تستعمل العلامة على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع أو المنتجات، كالغطاءات أو المغلفات أو أي شيء آخر تباع أو تعرض فيه البضائع أو تحفظ فيه لأجل البيع أو التجارة أو الصناعة¹.

فكل شخص يستأثر من حقوق العلامة من حقوق العلامة المقلدة من دون أن تكون له يد في تقليدها ولا يكون بالضرورة القائم بعملية التقليد وإنما مستفيد منها فقط، مع العلم أن كلا من الفعلين يشكلان جنحة مستقلة عن الأخرى، ويتخذ هذا الشكل من التقليد أيضا صورة التقليد باستعمال العلامة الأصلية للغير، حيث يضع العلامة الأصلية على سلع غير أصلية وغير تابعة في المنتج لتلك العلامة وهو ما يخلق لبسا في ذهن المستهلك ويسمىها البعض بتقليد العلامة عن طريق النقل.²

الفرع الثالث:

بيع بضاعة عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع

تنص المادة 09 فقرة 02 على أنه: "مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه، فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير

¹ _ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية: براءة اختراع-الرسوم الصناعية -النماذج الصناعية-العلامات التجارية-البيانات التجارية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 410.

² _ كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة 2014-2015، ص 81.

من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

يلزم نص المادة أعلاه كل شخص يريد أن يتاجر في سلعة أو خدمة مماثلة أو مشابهة أن يتحصل على ترخيص مسبق من عند صاحب العلامة، وهذه الالتزامات تعد حقوقا مخولة عن التسجيل يمارسا صاحب العلامة، فالقانون يعاقب كل من باع بضاعة استعملت لها علامة تجارية مقلدة أو عرضها للبيع أو اقتناها لأي غرض من أغراض التجارة والصناعة، لكونها أفعالا تمس بحق ملكية العلامة الأصلية.

الأصل في عملية البيع أو العرض للبيع أن يضع صاحب السلعة أو الخدمة علامة على منتجها، متى تم طرحها عبر أنحاء التراب الوطني،¹ ولا يمكن استعمال هذه العلامة إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة² المتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.³

¹ _ مضمون المادة 03 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

² _ تم إنشاء هذا المعهد بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 1998/02/21 المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للملكية الصناعية، وقد حل هذا المعهد محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، ج ر عدد 11، الصادر في 1998.

³ _ مضمون المادة 04 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

يستوي أن يكون الشخص الذي يبيع أو يعرض للبيع منتجا واحدا أو عدة منتجات مقلدة أو مصنوعة بطريقة التدليس قد ساهم في صنعها أم لم يساهم، ما دام أنه يقوم بالفعل بقصد خداع المشتري¹.

تعتبر عملية البيع أو العرض للبيع المرحلة الأخيرة في عملية التقليد نظرا لكون هذه المرحلة هي المرحلة التي يلتقي بها الشخص المقلد بالمستهلك في السوق، وبالتالي تبرز فكرة تحقيق النتيجة لدى الشخص المقلد المتمثل في الربح على حساب المستهلك.

المطلب الثاني:

صور التقليد في القانون الجزائري

تأخذ عملية التقليد التي يمارسها الشخص المقلد عدة صور في إطار المساس بالعلامة التجارية، وهي تلك الأفعال المادية التي باشرها قصد إحداث التغيير عن طريق زيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله بحرف آخر، سواء كان هذا التقليد وفقا للطرق التقليدية المتعارف عليها أو باستعمال طرق حديثة تزامنا مع استعمال الوسائل التكنولوجية والاعتماد على الوسائل الالكترونية والانترنت.

¹ _ حسين نوار، المرجع السابق، ص 105.

الفرع الأول:

التقليد بالزيادة أو النقصان أو استبدال في الحروف

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

أسس المجلس قراره على أن الهدف من العلامة التجارية لكل منتج هو جلب انتباه الزبون على ألا يكون وصف البضاعة ظاهر أكثر من الأصلية، فكتابة DELICES بالحجم الكبير مرتين على اسم الملبنة (صمام) يؤدي إلى إبهام المستهلكين على أنهم مقبلون على شراء منتج مقابلتها DELICE (دون حرف S في الأخير)، وبالتالي يمكن أن يقع تداخل في الأسماء" مما يعد تعديا على اسمه التجاري. كما أن القضاء اللبناني أقر وجود تقليد بين علامتين " أنتيكار" و أنيكار" وهي علامتين للساعات وذلك بإنقاص حرف "التاء" في حكم صادر عن محكمة بيروت بتاريخ 1958/10/23 ومن أهم الأحكام الصادرة عن المحاكم الفرنسية ما ذهب إليه

القضاء الفرنسي بتأكيده لوجود تقليد عن طريق زيادة حرف "O" في قضية مواد التنظيف بين "NET" وعلامة "ONET".¹

الفرع الثاني:

التقليد عن طريق الممارسات التدلّيسية

نجد هذا النوع من التقليد منصوص عليه في القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية²، أين اعتبر فعل التقليد ممارسة تدلّيسية.

أولاً: التقليد بمخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية:

تتطلب حماية المستهلك من المخالفات التجارية الناتجة عن عدم احترام قواعد شفافية الأنشطة التجارية، حماية هذا الأخير من كل ممارسة تمس بنزاهة السوق، إذ لا بد من أن تكون الأنشطة سواء تعلقت بالسلع أو الخدمات المعروضة للمستهلك بعيدة عن كل ممارسة غير شرعية أو ممارسة تدلّيسية.

إنّ نزاهة الممارسات التجارية لا يمكن التوصل إليها أو تحقيقها إلا من خلال:

- احترام الأنظمة والقوانين المنظمة للسوق.

¹ - نقلا عن: بن صالح سارة، جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، العدد 15، 2016، ص 391.

² - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06، ج ر عدد ، الصادر في 2010.

- احترام سيادة المستهلك.

تسمح المنافسة المنظمة و المقننة عند ممارستها في إطار قانوني من تنظيم السوق وكذا استقرار الأسعار و تحسين العرض كمًا و نوعًا، وبالتالي إعطاء فرصة أكبر للمستهلك للاختيار بينها، أمّا احترام سيادة المستهلك فتكمن في احترام هذا الأخير في جسمه و ماله، بحيث لا يمكن استغلال ضعف المنزلة التي هو فيها بالمقارنة على ما هو المحترف.

ثانياً: التقليد بحيازة مواد مخالفة للمادة 25 من القانون 04-02:

تعتبر ممارسات تجارية تدليسية طبقاً لأحكام المادة 25 كل حيازة لـ:

"- منتجات مستوردة أو مصنّعة بصفة غير مشروعة،"

حيازة منتجات مستوردة أو مصنّعة بصفة غير شرعية: هي منتجات مقلدة ومزورة من حيث العلامة التجارية،¹ وقد تكون هذه البضاعة المقلدة مصنّعة محلياً أو مستوردة.

إذا كان المساس بالعلامة التجارية بواسطة التقليد (la contrefaçon) أو المحاكاة التدليسية (L'imitation frauduleuse) يجعل صاحب العلامة الأصلية في خطر من استغلال علامته فإنّ ذلك يشكل خطراً أكبر على المستهلك الذي لا

¹ - قرار رقم 286391 مؤرخ في 2002/06/25، المجلة القضائية، العدد 01، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003، ص 269.

ينتظن في أغلب الأحيان للعلامات المقلدة، في الحين يستغل البعض ذلك كأسلوب بديل في اقتنائها نظراً لانخفاض قيمتها الحقيقية.¹

ثالثاً: التقليد بممارسة أعمال المنافسة غير المشروعة:

إنّ أعمال المنافسة غير المشروعة مختلفة و متعددة و لا يمكن حصرها، غير أننا نعرض بعض صورها المنصوص عليها في المادتين 27 و 28 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، تحت عنوان الممارسات التجارية غير النزيهة ويطلق عنها العديد من الفقهاء بالمنافسة غير المشروعة.

تعدّ هذه الوسيلة هي أقدم الوسائل المؤدية إلى إحداث خلط أو لبس بين المنتجات والمشاريع، بحيث يستفيد المنافس من رواج وسمعة وملائمة المؤسسة المنافسة، ويحاول استغلال هذا الوضع لصالحه عن طريق ما يحدثه من خلط لدى الجمهور المتعامل معه وعدم تمييزهم ومعرفتهم بأنهم يتعاملون مع بضاعة ومنتج آخر غير الذي اعتادوا التعامل معه.²

¹ - هدف المشرع من تجريم حيازة السلع المصنعة بصفة غير شرعية هو خطر تداولها ووصولها للمستهلك في حال التعامل فيها، إذ لا فائدة للمحترف من اقتنائها أو تصنيعها لو لا هدف بيعها في السوق، فتتكون من هذا الفعل جريمتين مستقلتين الأولى حيازة السلع المغشوشة والجريمة الثانية طرح السلع المغشوشة في السوق للتعامل بها.

² - إلهام زعموم، حماية المحل التجاري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2003-2004، ص 64.

فالمثال الذي يمكن سرده بموجب الفقرة الأولى من المادة 27 فيتمثل في نشر معلومات كاذبة تتعلق بوجود دعوى قضائية موضوعها شهر إفلاس عون اقتصادي مما ينعكس سلبا في اعتقاد عملائه فيؤدي ذلك إلى إحجام التعامل معه خوفا من شهر إفلاسه، أو إطلاق شائعات حول المواد التي يستعملها في تعامله مع عملائه من المستهلكين بقصد صرفهم عنه، و لا يشترط التماثل كاملا بين النشاطين بل يكفي أن يكون النشاطان متقاربين بحيث يكون لأحدهما تأثير في عملاء الآخر كما إذا كان أحد المحليين مصنع لإنتاج و بيع سلع معينة وكان الآخر محل للتجار في هذه السلعة،¹ فهذا العمل يتعدى ضرره المحل التجاري الذي وقع عليه الاعتداء إلى جمهور المستهلكين.

الحالة الأخرى المنصوص عليها في الفقرة الثالثة من المادة 27 تتمثل في تقليد العلامة المميزة لعون اقتصادي، فيمكن لذلك أن يعرض المستهلك لعدّة مشاكل أهمها عدم تفريقه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة، الأمر الذي يشكل جنة طبقا للأمر 06-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات.² ولقد تواترت النصوص

¹ - عزالدين الدناصوري، عبد الحميد الشواربي، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه و القضاء، الطبعة الخامسة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1996، ص 1316.

² - أمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات.

القانونية بعدها من أجل وضع نظام يضمن للمستهلك الحصول على سلع وخدمات

وفقا للمقاييس والمواصفات القانونية بعيداً عن كل غش أو تقليد.¹

يتمتع المستهلك بحق الاعتراض عن تسجيل العلامة أمام الجهات القضائية متى

كانت العلامة مخالفة للنصوص القانونية.²

يرى العديد من الفقهاء أن مثل هذه الممارسات التجارية غير النزيهة (تقليد

العلامة) تتناسب مع بعض نصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إذ يمكن

للمستهلك المتضرر من تقليد العلامة أن يطالب بإبطال العقد نتيجة للتدليس الذي وقع

فيه، بحيث يعلم المحترف مسبقاً بأنه بصدد تضليل المستهلك في حال استعمال علامة

غير مسجلة أو دون حصوله على ترخيص لاستعمالها، فذلك بمثابة كتمان الحقيقية

التي هي حق للمستهلك في معرفتها.

يعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة استغلال مهارة تقنية أو تجارية دون

ترخيص من صاحبها، إذ تعدد مستعملي هذه المهارة لا يؤدي إلى إحداث الالتباس

¹ - صدر القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 والمتعلق بالتقييس (ج ر عدد 41، الصادرة سنة 2004) وكذا المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره (ج ر عدد 80، الصادرة سنة 2005) و الغرض منهما هو عدم الاستغلال العشوائي لعلامات الجودة و كذا منح تراخيص استغلال هذه العلامات.

² - راجع المادة 07 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات و التي تبيّن الحالات التي يحق فيها للمستهلك طلب إبطال أو إلغاء تسجيل العلامات أمام القضاء، مع العلم أنه تختلف حالات الإبطال عن حالات الإلغاء، إذ نجد الأولى في المادة 7 في فقراتها 1 إلى 9، أما الثانية فنصت عليها المادة 21 من نفس الأمر وهي الأسباب التي تنشأ بعد تسجيل العلامة أي لم تكن متواجدة عند التسجيل.

والخلط في ذهن المستهلك، ولكن قد يؤدي ذلك إلى إزاحة العون صاحب التقنية مما ينعكس سلباً على المستهلك المتعامل مع هذا العون نظراً لانسحابه من السوق مما يقلل من فرص الحصول على السلع أو الخدمات محل منافسة في السوق.

كذلك تعتبر ممارسات تؤدي إلى الخلط واللبس بين المتاجر كأن يعمد عون اقتصادي إلى إقامة محل تجاري في جوار قريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته، ويطلق عليه اسماً تجارياً سبق لمنافسه استعماله كما يقوم بتقليد المظهر الخارجي لمتجره من حيث اللون أو زخارف أو رسومات مميزة قد سبقه منافسه إلى استعمالها، فمثل هذه الأعمال تمس أهم عناصر القاعدة التجارية وهي الشهرة والاتصال بالعملاء، في حين أنّ القضاء يشترط لقيام حالة اللبس الموجبة للمسؤولية أن تكون الأعمال التي قام بها المنافس مشابهة ومماثلة تماماً للعناصر التي ينصب عليها الخلط.¹

الفرع الثالث:

التقليد عبر مواقع الانترنت

لا تقتصر عملية استعمال علامة عبر شبكة إنترنت على استعمالها من خلال تضمينها اسم المجال الخاص بموقع ويب، إذ يمكن استعمال العلامة بوضعها على

¹ - د/ أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، الطبعة الثانية، الجزائر، 1980، ص 175.

صفحات الموقع هذا الأخير قابل للوصول إليه من قبل جميع مستخدمي الإنترنت في العالم وعليه يمكن الاعتداء على العلامة من خلاله عن طريق التقليد.

وقد عالج المشرع الجزائري الجرائم التي يمكن أن تمس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات بصورة عامة من خلال القانون رقم 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات وذلك في نص المادة 394 مكرر منه والتي جاء فيها على أنه: " يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50000 دج إلى 100000 دج كل من يدخل أو يبقي عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك." وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة.

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

أما بالرجوع إلى الاجتهاد القضائي فنجده يكاد يندم في مجال التقليد عبر الأنترنت في الجزائر رغم أنها وضعت أول تنظيم قانوني خاص بشروط وكيفيات إقامة خدمات أنترنت واستغلالها والمتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 98-257 إلا أنها تبقى تعاني من افتقار النصوص الجزائية لهذا النوع من الجرائم.¹

كثيرا ما يلجأ الأشخاص الذين يحترفون عملية التقليد إلى الاعتماد على شبكات الانترنت لطرح السلعة أو الخدمة المقلدة، وينتهجون في هذا الصدد وسيلة جد مريحة لهم ألا وهي وضع علامة الغير على سلعتهم، فيلقي اللبس في ذهن المستهلك أن العلامة صحيحة ومعروفة لديه بينما المشكل يكمن في البضاعة التي سيتحصل عليها، وبالتالي أصبحت هذه الطريقة الوسيلة المثلى لتسويق المنتجات المقلدة خاصة وأنه في أغلب الحالات يكون البائع أو مقدم الخدمة في دولة غير دولة المستهلك (المقتني) ولا يعرف عنوانه الحقيقي، وعليه فالتقليد في هذه الحالة يكون بعمل نسخ طبق الأصل من العلامة الحقيقية كما قد يكون التقليد ناتج عن عملية القرصنة (le piratage).

¹ _ نقلا عن: بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 391.

المبحث الثاني:

الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية

يعتبر الركن المعنوي للجريمة الركن الثاني للجريمة، فهو عبارة عن نية داخلية في نفسية الجاني، وأحيانا يتمثل هذا الركن المعنوي في الخطأ والإهمال أو الرعونة، الذي يكفي واحدة منها أن يكون أساس للمسائلة الجنائية بالنسبة للجرائم غير العمدية.

يتخذ الركن المعنوي للجريمة في التشريعات الحديثة أحد الصورتين إما في صورة الخطأ العمدي، أو صورة الخطأ غير العمدي كالإهمال وعدم الاحتياط.

دراسة الركن المعنوي لكل فعل من أفعال الاعتداء بالتقليد الواقعة على العلامة التجارية كم فصلنا فيها في المبحث الأول يجعلنا نعتمد على نفس التقسيم في هذا المبحث حتى يتسنى لنا إيصال الفكرة بنوع من التدقيق والخصوصية، وعليه سنقسم هذا المبحث إلى مطلب أول نتحدث فيه عن الركن المعنوي في جريمة التقليد بالنسخ والتشبيه، أما المطلب الثاني سنخصصه لدراسة الركن المعنوي في جريمة استعمال علامة مقلدة وبيع بضاعة تحمل علامة مقلدة أو عرضها للبيع.

المطلب الأول:

الركن المعنوي لجريمتي النسخ والتشبيه

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى القصد الجنائي في الاعتداء بالنسخ والتشبيه في فرعين، نتطرق في الفرع الأول إلى القصد الجنائي في فعل التقليد بالنسخ لنخرج في الفرع الثاني إلى القصد الجنائي في التقليد بالنسخ .

الفرع الأول:

القصد الجنائي في التقليد بالنسخ

تقوم جريمة التقليد بالنسخ فقط بوجود العنصر المادي، الذي هو اصطناع العلامة بغض النظر عن سوء نية المقلد، فالعنصر المعنوي ليس ضروري لقيام الجريمة، وبالتالي فإن نية الاحتيال غير مشترطة لقيام الجريمة، فوجود العنصر المادي للتقليد كاف لقيامها ومالك العلامة غير ملزم بإثبات سوء نية المقلد وهذا ما يستند إليه القضاء الفرنسي.¹

وعليه يعتبر هذا النوع من التقليد باعتباره نقل العلامة كعنصر مادي وحده كاف للقول بقيام جريمة التقليد دون البحث أو محاولة استتباط وجود أو توفر العنصر المعنوي المتمثل في القصد الجنائي.

¹ _ YVES Saint-Gal, Protection et valorisation des marques de fabrique de commerces ou de service, édition J. Delmas et Cie, Paris, 1972, P13.

في إطار الجرائم الحديثة المستحدثة والتي تمس نشاط المؤسسات الاقتصادية، فاعتبار أن العون الاقتصادي محترف في مجال نشاطه ويعلم مسبقا بوجود أعوان آخرين في نفس النشاط منافسين له، لا يمكن أن اعذاره في حال قيامه بتصرفات يجرمها القانون خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمساس بحقوق الآخرين، فتوافر الإرادة لدى الجاني نحو ارتكاب الجريمة ونحو تحقيق النتيجة المطلوبة هي المحرك الأول لارتكاب جريمة التقليد خاصة مع علمه بأن القانون يجرم تلك الأفعال.

الفرع الثاني:

القصد الجنائي في التقليد بالتشبيه

إذا كان النشاط الاقتصادي يعتمد على سرعة التحول والقدرة على الابتكار، فإنه كذلك في إطار جريمة التقليد من غير المعقول أن تكون هناك علامة ثانية مشابهة أو مطابقة للعلامة الأولى حيث أنه لا مجال لوجود الصدف في هذا الميدان.

يكفي تواجد العلامة الثانية المشابهة للعلامة الأولى للقول بسوء نية الفاعل وترتيب على ذلك المسائلة الجزائية نتيجة فعل التقليد بالتشبيه.

إن الهدف الذي يسعى إليه الشخص المقلد للعلامة التجارية هو دائما إنشاء تقارب ذهني لدى المستهلك بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة.

بالعودة إلى نص المادتين 26 و 28 و 29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات فإنها لم تشترط قيام سوء نية المقلد، وبعبارة أخرى فهذه المواد جاءت خالية من اشتراط سوء النية أو القصد الجنائي الخاص في حالة التقليد، إذ نصت المادة 26 على أنه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل...الخ والمادة 28 من نفس الأمر نصت على أنه لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة...الخ، أما المادة 29 فقد نصت على أنه إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب...الخ.

إن المشرع الجزائري من خلال المواد أعلاه حصر التجريم على العملية بحد ذاتها، دون حاجة إلى إثبات سوء نية المتهم، ولعل الدافع في ذلك هو حماية صاحب العلامة المسجلة من جهة ومن جهة أخرى حتى يتم ترك باب التأويل بوجود حسن نية لدى الشخص الجاني المرتكب لعملية التقليد، وهذا الموقف للمشرع الجزائري يمكن استنباطه من خلال المواد 03 و 04 أين أمر صاحب العلامة بالزامية تسجيل العلامة أو إيداع طلب التسجيل عند المصلحة المختصة لعلامة السلعة أو الخدمة عبر أنحاء التراب الوطني، وكذا أن يلتزم بالاستعمال الجدي للعلامة وإلا كانت محل إبطال.¹

¹ _ تنص المادة 11 من الأمر 03-06 على أنه: "إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توبييها أو على صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة. يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ما عدا في الحالات الآتية:

فالمنطق يفرض على صاحب العلامة قبل وضعها تحت تصرف الجمهور أن يقوم بتسجيلها نظرا لكونها حقا من الحقوق المالية التي قد يستأثر بها في المستقبل، كما أنه بهذا التسجيل سيضمن عدم التعرض للعلامة من طرف الغير باستغلالها على سبيل المجان أو إعادة استغلالها عن طريق التقليد.

المطلب الثاني:

الركن المعنوي في جرمي استعمال علامة مقلدة وبيع علامة مقلدة أو

عرضها للبيع

في هذا المطلب دراستنا سنتصب على القصد الجنائي في الاعتداء على العلامة التجارية عن طريق استعمال علامة مقلدة (فرع أول)، ثم القصد الجنائي في الاعتداء على علامة عن طريق بيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع (فرع ثاني).

الفرع الأول:

القصد الجنائي في جريمة استعمال علامة مقلدة

إن مخالفة الشروط الواجبة طبقا لنص المادة 03 من الأمر المتعلق بالعلامات يؤدي إلى تطبيق عقوبات تتراوح من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف إلى

(1) إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث (3) سنوات دون انقطاع،
(2) إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروف عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر.

مليونى دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين، لكن السؤال مطروح من هو الشخص

المقصود بالعقوبات المذكورة أعلاه؟

بالعودة إلى المادة 33 المطبة 01 من ذات الأمر فإنها نصت على الأشخاص:"

الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم

أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة."

ويعود سبب التجريم إلى أن هذا الاستعمال يؤدي إلى نشوء اعتقاد لدى جمهور

المستهلكين بتطابق المنشأتين المتنافستين أو أن أحدهما فرع للآخر، ولذلك يشترط

لقيام هذه الجريمة عكس ما تم التطرق إليه في جريمتي التقليد بالنسخ والتقليد بالتشبيه

أن يكون بائع العلامة سيء النية، ويكون على علم مسبق أنه يستعمل علامة مقلدة.

وبهذا يكون المشرع الجزائري قد اعتبر جنحة التقليد من الجرائم المادية التي

يكفي فيها وقوع ركنها المادي، دونما حاجة للبحث عن ركنها المعنوي، ومع ذلك يبقى

هذا النوع من الجرائم المادية من الجرائم التي يفترض فيها خطأ الجاني (الركن

المعنوي). فلا يصح القول بأن جنحة التقليد لا تحتاج لقيامها إلى الركن المعنوي، بل

الركن المعنوي فيها موجود ولكنه يكون مفترضا، أي لا يحتاج من ادعى وجود التقليد

إثبات الركن المعنوي، وإنما ينتقل عبء إثبات انعدامه على عاتق القائم بالركن المادي

للتقليد.¹

وبالرجوع إلى القانون المصري نجد المادة 33 من القانون التجاري تنص على أنه: "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين، وبغرامة من عشرة جنيهاً إلى ثلاثمائة جنيهاً، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من استعمل بسوء قصد علامة مزورة أو مقلدة." يتضح لنا من خلال النص أن المشرع لمصري عكس نظيره الجزائري اشترط صراحة في جريمة استعمال علامة مقلدة أن يكون مستعمل العلامة سيء النية، أي يعلم مقدماً أنه يقوم باستعمال علامة مقلدة لتضليل الجمهور.²

وبالرجوع إلى قانون علامات البضائع الأردني لا سيما المادة 07 منه نجدها تضمنت استثناء بعض المستخدمين من عقوبة استعمال علامة تجارية استعمالاً باطلاً أو علامة قريبة الشبه بها، وذلك إذا ما توافرت أمور معينة نصت عليها المادة، الأمر الذي لم يتطرق إليه المشرع الجزائري.³

¹ _ كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 489.

² _ بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 392.

³ _ المرجع نفسه، ص 393.

الفرع الثاني:

القصد الجنائي في جريمة بيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع:

يتحقق القصد الجنائي في هذه الحالة بتوفر العلم المسبق لدى الشخص المقلد أي أن هذا الأخير يعلم بأن تلك البضاعة ليست من تلك العلامة ولكن يقبل بطرحها في السوق لأجل البيع.

فحسب المادة 33 المذكورة أعلاه فقد نصت في الفقرة الأولى منها على أنها عملية عمدية بنصها: "... أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة." وعليه تكون الجنحة في هذه الحالة قائمة وكاملة الأركان سواء تحقق البيع أم لم يتحقق لأنه يكفي أن تكون المنتجات معروضة للبيع.¹

وما يعاب على المشرع الجزائري أنه لم يتناول هذه الجرائم بشيء من التفصيل في الأمر 06/03 وإنما نص عموماً على جنحة التقليد في عبارة واحدة من خلال المادة 26 من هذا الأمر ولم تبين مدى ضرورة توافر القصد الجنائي عكس ما جاء به المشرع السوري في نص المادة 62 من قانون العلامات السوري على أنه: "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في أي قانون آخر يعاقب من ثلاثة أشهر إلى سنتين وبالغرامة من 200000 إلى 600000 ليرة سورية أو بإحدى

¹ _ حسين نواره، المرجع السابق، ص 105.

هاتين العقوبتين كل من شبه علامة فارقة بغيرها بنية الغش من دون أن يقلدها وكل من استعمل مثل هذه العلامة أو باع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات أو خدمات عليها مثل هذه العلامة مع علمه بذلك "

وقد ذهب الفقه المصري إلى وجوب توافر القصد الجنائي الخاص لقيام هذه الجريمة، والمتمثل بنية تضليل وخداع المستهلك في أن البضاعة الني يقوم ببيعها أو بعرضها للبيع أو التداول تحمل العلامة الحقيقية

أما التشريع المصري فلم يشترط توافر سوء القصد أو الغش لقيام هذه الجريمة في نصوصه القانونية وإنما اكتفى بتوافر العلم لدى الجاني بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول أو يحوز بضاعة تحمل علام تجارية مملوكة للغير.¹

¹ _ نقلا عن: بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 393.

الفصل الثاني:

وسائل حماية المستهلك من جريمة التقليد في القانون

الجزائري:

أضفى المشرع الجزائري أهمية كبرى وأولوية لحماية المستهلك من مختلف الممارسات غير النزيهة وغير المشروعة التي تمارس في السوق، ومتى كانت جريمة التقليد التي تصيب العلامات من أهم الجرائم الاقتصادية التي تعاني منها مختلف الاقتصاديات في العالم لما لها من نتائج وخيمة على فئة المستهلكين باعتبارهم الحلقة الضعيفة في العلاقة الاقتصادية، كان من الواجب إذن اتخاذ الإجراءات القانونية لفرض هذه الحماية.

لقد تصدى المشرع كما سبق الإشارة إليه لجريمة التقليد، وقام بسن الكثير من النصوص القانونية التي تجرم هذه التصرفات، وذلك من خلال وضع الآليات التي تكفل هذه الحماية، سواء في كانت هذه الحماية قبلية أو بعدية وهو ما يسمى بالآليات الوقائية والقمعية.

هذا وقد تم إثراء المدونة القانونية الجزائرية في إطار ضبط السوق وقمع الممارسات التي تنافي المنافسة النزيهة في السوق، من خلال تشديد العقوبات المقررة سواء في القانون الجنائي أو غيره من النصوص القانونية الخاصة التي لها صلة مباشرة كالقانون المتعلق بالعلامات أو قانون حماية المستهلك، قانون المحدد للقواعد المطبقة على ممارسة الأنشطة التجارية، بالإضافة إلى الإجراءات القانونية التي تم اعتمادها ومنحها للمستهلك حتى يتسنى له الدفاع عن حقوقه أمام مختلف الأجهزة الإدارية والقضائية.

تبقى المرحلة الأخيرة في كل جريمة مرتكبة هي توقيع الجزاء على الجاني حتى يكون ذلك عدلا وإنصافا اتجاه المجتمع عامة واتجاه الضحية خاصة الذي قد يكون في إطار عملية التقليد إما صاحب العلامة الأصلية أو المستهلك، وهذا الأخير هو صلب دراستنا كما أسلفناه بالذكر، وبالتالي تختلف هذه العقوبات باختلاف الجريمة بحد ذاتها والضحية.

المبحث الأول:

آليات حماية المستهلك من جريمة التقليد في القانون الجزائري

نتطرق في هذا المبحث لدراسة كل من الوسائل الحماية التي كرسها القانون الجزائري في إطار حماية المستهلك، وتتنوع طبيعة المقررة من حماية وقائية وحماية ردعية.

تبرز أهمية كبيرة في إطار التدخل لحماية المستهلك من جريمة التقليد، باعتبار أن العملية الاقتصادية موجهة بالدرجة الكبرى للمستهلك، خاصة ومع الانفتاح الاقتصادي وتنوع مختلف المنتجات المعروضة في السوق، خاصة وأن تصرفات المستهلك أصبحت محل دراسة من قبل الشركات الاقتصادية الكبرى لمعرفة الطريقة السهلة واليسيرة للوصول إليه في إطار عملية تسويق المنتج.

المطلب الأول:

الآليات الوقائية لحماية المستهلك في القانون الجزائري

تعتبر الآليات الوقائية من أهم الوسائل المقررة في حماية المستهلك، إذ أن تحديد الالتزامات الواجبة على عاتق المحترف للأنشطة الاقتصادية والتي تكون سابقة لحدوث الجريمة أمر ذو أهمية قصوى، كما أنه لا يمكن معرفة مدى احترام هذه الشروط

والالتزامات القانونية من طرف العون الاقتصادي باعتباره محترف إلا من خلال وضع سياسة رقابية على السوق.

يمكن في إطار الحماية الوقائية تكاتف مختلف الأجهزة خاصة تلك المعترف لها بالمنفعة العامة كجمعيات المجتمع المدني، نظرا لقربها من المستهلك ولما لها من صلاحيات في إطار التوعية والتحسيس.

الفرع الأول:

عن الزامية إعلام المستهلك

يعتبر هذا الالتزام التزاما قانونيا تفرضه مختلف التشريعات العالمية وفي أغلب الميادين والمجالات التي يلتقي فيها العون الاقتصادي بالمشتري الذي هو المستهلك.

أولا: الالتزام بإعلام المستهلك

تنص المادة 17 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة." و عليه فقد شدد المشرع على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج و يفهم منها أنّ كل معلومة سواء تعلقت بكيفية الاستخدام أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها و منشئها أو مميزاتها.

تنص المادة 352 فقرة 01 من التقنين المدني الجزائري على أنه: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه ". فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا نافيا للجهالة، كما يجب أن يكون كافيا لأن يرسم الشيء في ذهن المشتري رسما يغني عن لبس أو جهالة، و نجده كذلك في المادة 86 من القانون المدني التي اعتبرت السكوت العمدي تدليسا فنستنتج أنّ هناك التزام على عاتق المتعاقد المدلس إذا سكت وأخلّ به يكون العقد قابلا للإبطال وهو حكم غير صريح إلا أننا نستنتج من اعتبار السكوت العمدي تدليسا وعلى المدلس أن يصرّح بكل المعلومات للمتعاقد معه.¹

يعتبر الإعلام عامل من العوامل التي تأثر على شفافية السوق و تطوير المنافسة، فعدم التكافؤ في العلاقات بين المستهلك والمحترف يعود بالدرجة الأولى لعدم مساواة علمهما بالمنتج، كما يعتبر العديد من الفقهاء أنّ الالتزام بالإعلام وفقا لقانون الاستهلاك هو التزام بتحقيق نتيجة، فلا يكفي أن يثبت المنتج أنّه بذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك لأنّ الأمر يتعلق ببيانات إجبارية منصوص عليها في نصوص تشريعية وتنظيمية، ويجب أن يتمّ تنفيذه طبقا لما جاء في القانون

¹ - عولمي منى، مسؤولية المنتج في ظل تعديل القانون المدني، مذكرة تخرّج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، 2003-2006، ص 24.

فإذا لم يعلم المستهلك عنها يستنتج القاضي إخلاله بالالتزام بالإعلام ويترتب عليه حق المستهلك في التعويض.¹

هذا ويشمل الالتزام بالإعلام كل من السلع والخدمات وسواء كانت محل بيع أو محل تنازل مجاني للمستهلك، بحيث يتسع نطاق الالتزام بالإعلام بحسب نوع السلعة المقدمة للمستهلك وحسب طبيعة الخدمة، حيث لا يمكن حصر مجال معين لهذا الالتزام و لا يمكن وضع قالب معين يقدم لكل المستهلكين، المهم أن يكون بلغة يفهمها المستهلك و بصورة تجعل هذا الأخير قادراً على التحكم في السلعة أو الخدمة الموجهة له بما يعود عليه بالفائدة، و يعتبر هذا العنصر جدّ ضروري في إثبات أو نفي مسؤولية المحترف اتجاه المستهلك.²

إن أهم وسيلة تستعمل في إطار واجب الإعلام هي عملية وسم المنتج، ويعتبر الوسم من بين أهم الوسائل التي تؤدي إلى إعلام المستهلك حول التفاصيل والمكونات التي تدخل في تركيب المنتج، وقد عرفته المادة 05 فقرة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنّ الوسم: "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما

¹ - عولمي منى، المرجع السابق، ص 26.

² _ زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة 2011/04/14، ص 124.

والتي توجد في تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتجاً ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

أما المادة 03 فقرة 4 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: "الوسم: كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها".

يساهم الوسم في إطار إعلام المستهلك في إظهار العلامة التجارية والتعريف بها، حيث يعمل عن إيصال صورة حقيقية للسلعة إلى ذهن المستهلك حتى يتسنى له معرفة السلعة المراد إقتنائها، وعليه فإذا كان الوسم التزام قانوني فرضه المشرع على كل عون اقتصادي يباشر عملية إنتاج وصناعة وتسويق منتج ما فإنه إلى جانب ذلك يساهم في حماية العلامة التجارية من كل مساس غير شرعي قد يطرأ عليها مما يجعل الاهتمام بالعلامة التجارية من أهم القواعد المكرسة في التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية.

العلامات التجارية تعتبر من أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على منتجات أو بضائع صانع أو تاجر بعينه دون غيره من الصناع أو التجار و كذلك فهذه الوسيلة تضمن عدم تضليل جمهور المستهلكين و تحفز الصانع أو التاجر لبذل

أقصى ما في وسعه للارتفاع بجودة منتجاته أو خدماته لأقصى درجة ليضمن تفوقها ورواجها.¹

يلاحظ أن المشرع الجزائري من خلال المادتين السالف ذكرهما أنه أدرج ضمن تعريف الوسم العلامة التجارية بالرغم من أنها تخضع لنظام قانوني خاص بها، ولكن لما كانت العلامة تؤدي دور فعال ومهم في إعلام المستهلك عن المنتج فقد أدرجها إلى جانب البيانات والكتابات التي يمكن أن يشمل عليها الوسم كونها غالباً ما تؤدي إلى تمييز المنتجات الصناعية أو الزراعية مع غيرها خاصة تلك المستوردة، كما تستعمل العلامة أيضاً في تسهيل العملية الدعائية للسلع لمنع تضليل جمهور المستهلكين نظراً لقوة تدفق السلع في الأسواق خاصة مع تشابهها في الشكل والمظهر ولكن تختلف في المصدر.²

ثانياً: دور الوسم في إعلام المستهلك:

تنص المادة 17 فقرة 01 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة."

¹ - منير محمد الجنيبي - ممدوح محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000، ص11.

² - زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 128.

يساهم الوسم في إطار إعلام المستهلك في إظهار العلامة التجارية والتعريف بها، حيث يعمل عن إيصال صورة حقيقية للسلعة إلى ذهن المستهلك حتى يتسنى له معرفة السلعة المراد اقتنائها، وعليه فإذا كان الوسم التزام قانوني فرضه المشرع على كل عون اقتصادي يباشر عملية إنتاج وصناعة وتسويق منتج ما فإنه إلى جانب ذلك يساهم في حماية العلامة التجارية من كل مساس غير شرعي قد يطرأ عليها مما يجعل الاهتمام بالعلامة التجارية من أهم القواعد المكرسة في التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية.

تعرف المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات، بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميّزة للسلع، أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلّها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

تؤثر العلامة التجارية بصفة مباشرة على رضا المستهلك وذلك في الكثير من الأحوال وهذا راجع للشهرة التي تتميز بها عن غيرها، كما أنّ بعض العلامات متى عرضت على المستهلك إلّا وأبدى هذا الأخير الرغبة في اقتناءها نظرًا لما تتميز به

من جودة، مع العلم أنّ كل من الجودة و العلامة لا يمكن أن يتم الربط بينهما،¹ الأمر الذي يؤدي ببعض المحترفين إلى استغلال العلامة التجارية بصفة غير مشروعة و ذلك عن طريق التقليد (la contrefaçon) أو المحاكاة التديليسية (L'imitation frauduleuse)، وذلك قصد استغلال شهرتها وسهولة تداولها مما يبعث لدى المستهلك نوعاً من الخلط واللبس.

الفرع الثاني:

فرض عملية الرقابة في السوق

في إطار الانفتاح الاقتصادي وفتح الأسواق للتنافس بين مختلف الأعوان الاقتصاديين، قد يلجأ البعض منهم إلى وسائل غير مشروعة لغرض تحقيق الربح السريع دون مبالاة للمستهلكين الذين يعتبرون الحلقة النهائية في العملية الاقتصادية. هذه الوضعية جعلت المشرع يتدخل في تنظيم الأسواق من خلال وضع مجموعة من التدابير الوقائية لضمان السير الحسن للسوق، ومن هذه التدابير نجد عملية الرقابة المستمرة والدورية للسوق للتأكد من مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للالتزامات المفروضة عليهم.

¹- DENNOUNI Hadjira, contrat de consommation, information et qualité de produit en droit Algerien, symposium international sur :qualité et maintenance au service, Qualima 01, Tlemcen, 2004, p 04.

إضافة إلى إلزامية الإعلام التي أشرنا لها أعلاه فقد أوجب المشرع على المحترف احترام إجراءات وضع المنتج للاستهلاك بما يتناسب مع التنظيم المعمول به في هذا المجال من بداية الإنتاج إلى غاية تقديم المنتج للاستهلاك، كاحترام واجب المطابقة. في إطار تجسيد هذه الرقابة تعتمد الدولة على عدة أجهزة إدارية في ذلك، وأهم هذه الأجهزة نجد المديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش التابعة للإدارة المركزية بوزارة التجارة:

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة¹، حيث تقوم بمراقبة الجودة و قمع و مكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة، كما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية و قمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق.²

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 17 شعبان عام 1429 الموافق 19 غشت سنة 2008، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 و المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48، الصادرة في 24 غشت 2008.

² - مضمون المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المعدل و المتمم.

تعتمد المديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش و في إطار تنفيذ مختلف

المهام الموكّلة لها على أربع (4) مديريات تابعة لها و هي:

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

- مديرية مراقبة الجودة و قمع الغش.

- مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.¹

أما على المستوى المحلي فتبرز هذه الأجهزة في كل من المديريات الولائية

للتجارة والمديريات الجهوية للتجارة، حيث تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق

التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين

الاقتصاديين والمستهلكين، أمّا المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها بتسع (9)

مديريات فإنّها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة

التابعة لاختصاصها الإقليمي خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية و قمع الغش، وذلك

بالاتصال مع الإدارة المركزية و كذا المديريات الولائية للتجارة قصد التعاون و تنسيق

عمليات المراقبة فيما بين الولايات، أما إذا كانت التحقيقات التي باشرتها تتطلب

تخصصات معينة فإنّه بإمكانها أن تطلب تدخل هيئات ذات اختصاص جهوي لتسهيل

¹ _ زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 161.

ذلك و أهمها الأقسام الإقليمية للتجارة ومفتشيات مراقبة الجودة و قمع الغش عند الحدود.¹

هذا ويمكن الاعتماد في إطار النشاط الرقابي للمنافسة النزيهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك على بعض الأجهزة المتخصصة أهمها المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACQE)،² و يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره يعين مديرا لتمثيل المركز وكذا الإشراف على مصالح المركز الخارجية التابعة له من مخابر ومفتشيات جهوية.

تتجلى أهداف المركز في مجالين:

- أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.

¹ - قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رجب عام 1427 الموافق 15 غشت سنة 2006، يتضمن تحديد سير الأقسام الإقليمية للتجارة ومفتشيات مراقبة الجودة و قمع الغش عند الحدود، ج ر عدد 07، الصادرة في 28 يناير 2007.

² - مرسوم تنفيذي رقم 318-03 مؤرخ في 4 شعبان عام 1424 الموافق 30 سبتمبر سنة 2003، يعدل وبتّم المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 6 محرم عام 1410 الموافق 8 غشت سنة 1989 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج ر عدد 59، الصادرة في 5 أكتوبر 2003.

- ثانيها يكمن في مجال الرقابة حيث يقوم التنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري العمل به في مجال نوعية السلع و الخدمات.

الفرع الثالث:

دور المجتمع المدني في حماية المستهلك

لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 02-89 الصادر في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، أما تنظيم هذه الجمعيات من حيث إنشائها و تنظيمها و سيرها فقد نظمها المشرع بموجب القانون رقم 31-90 المتعلق بالجمعيات،¹ حيث تم الاعتراف لها بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها عملا بأحكام المادة 16 من القانون ذاته.

يقصد بالتدخل الوقائي ذلك الإجراء الذي تبشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة و أمن المستهلك قصد ضمان أمنه وسلامته من الممارسات التي قد تشكل خطر عليه، إذ غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين،

¹ - قانون 90-31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 53، الصادرة سنة 1990، الملغى بموجب القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02، الصادر في 2012.

وكذا لضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يتناسب مع مقتضيات الحياة قد يجعل الكثير من المستهلكين يجهلون حقوقهم.¹

قد يأخذ موضوع التوعية الذي تعتمد عليه جمعيات حماية المستهلكين عدة طرق منها توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن شراء السلع التي لا تحتوي على وسم أو مكان صنعها، وكذا منع استهلاك المواد التي يعرف على أنها مقلدة،² وأن العلامة الموضوعية على منتجها مزيفة.

أما عن الأسلوب الذي تستعمله هذه الجمعيات فقد تلجأ إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته. هذا ويمكن لجمعيات حماية المستهلك في متابعة الأسواق وذلك بمراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار، وكذا مدى مطابقة السلع للجودة، و يشبه هذا الدور ذلك الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة و قمع الغش والأسعار، وبالتالي فهذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر من ضرورة، وهذا بسبب انفتاح

¹ - د/ أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 509.

² - تثير العلامات المقلدة مشكلا عويصا على المستوى الدولي نظرا لما في ذلك من آثار سلبية، إذ تساعد العلامات المقلدة في ظهور الأسواق الموازية، وكذا بث الاضطراب في السوق لدى المستهلك، إذ يحكم جهل المستهلك بمصدر العلامة أو مطابقتها للأصل قد يلجأ للتعاقد مع المحترف قصد الحصول عليها في حين يكون هذا المستهلك مسلوب الإرادة نظرا لوقوعه في تدليس، كما قد يؤدي ذلك على إفلاس العون الاقتصادي صاحب العلامة الأصلية نظرا للمبالغ الباهظة التي يدفعها مقابل تسجيل العلامة.

أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف منتجين وطنيين أو منتجين أجنب، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات والمقاييس المحددة قانونا، ويتجاوز هدفها مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك إلى تحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك ومصالح المحترف، فمن جهة تشجع المحترف على عرض منتجات صالحة وسليمة ذات نوعية جيدة وصحية تحقق نقلة نوعية في إنعاش الاقتصاد الوطني، ومن جهة أخرى ضمان حقوق المستهلك في استهلاك منتج لا يشكل خطر على صحته أو يهدد حياته.¹

إمكانية جمعيات حماية المستهلك العمل مع مجلس المنافسة² من أجل تعزيز الدور الإيجابي للمنافسة ومنع كل ممارسة قد تؤدي إلى الإضرار بالمستهلك، كما تعمل هذه الجمعيات على اقتراح سن بعض القوانين في إطار حماية المستهلك من الآثار السلبية للمنافسة، كما لهذه الجمعيات العمل بالتنسيق مع مختلف الأجهزة الأخرى سواء كانت إدارية أو قضائية من أجل ضمان الدفاع للمصالح المشتركة

¹ - هامل الهواري، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية و الإدارية- عدد خاص- مكتبة الرشد للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2005، ص 224.

² - تنص المادة 35 فقرة 02 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة أنه: "يمكن أن تستشير أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين. ج ر عدد36، الصادر في 2008.

للمستهلكين، إذ يمكن لها أن تطلع مثلا معهد الملكية الصناعية عن التجاوزات والتقليد الذي يطرأ على العلامات وكذا معهد التقييس فيما يخص الجودة.

يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس أمام الجهات القضائية في إطار الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين قصد الحصول على التعويض وذلك بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي خالف القانون أمام الجهات القضائية المختصة والجهات الإدارية المعنية،¹ خاصة وأن المشرع الجزائري اعترف لها بالمنفعة العامة بمجرد تأسيسها وفق التنظيم الساري العمل به كما تأكده المادة 21 فقرة 2 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.²

المطلب الثاني:

الآليات الردعية لحماية المستهلك في القانون الجزائري

إذا كان الجانب الوقائي جد ضروري في إطار حماية المستهلك، فإن هناك مرحلة ثانية تستتبع المرحلة الأولى ألا وهي المرحلة الردعية، أين يتم وضع مختلف

¹ هامل الهواري، مرجع سابق، ص 226.

² هذا وقد أعطى المشرع دور جد فعال لجمعيات حماية المستهلك و ذلك نظرا لما تقوم به من حملات التوعية و الدفاع عن مصالح المستهلكين خاصة في ظل المنافسة الحرة، فقد أدخل ضمن التشكيلة الجديدة لمجلس المنافسة ممثلين عن هذه الجمعيات كما نصت على ذلك المادة 10 من القانون رقم 08-12 المعدلة للمادة 24 من الأمر رقم 03-03 في فقرتها الثالثة على أنه يضم مجلس المنافسة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين،

النصوص القانونية التي تجرم السلوك غير المشروع وكذا تفعيل مختلف الإجراءات القانونية التي تسمح للمستهلك باسترجاع حقوقه المعتدى عليها.

الفرع الأول:

تجريم أفعال تقليد العلامات في القانون الجزائري

لقد تصدى المشرع الجزائري لجرائم التقليد بمختلف النصوص القانونية حتى لا يترك فراغا قانوني يستعمله أي كان في إطار ردع كافة الأفعال التي من شأنها المساس بحقوق أصحاب العلامات وكذا المستهلك، ومن هذه النصوص نذكر:

أولاً: في ظل نصوص قانون العقوبات

تتجلى الحماية الجزائية للمستهلك في صورة القمع الجنائي وهي أشد صور الحماية المكرسة للمستهلك، حيث أنه بالعودة إلى بعض الأفعال غير النزيهة المنصوص عليها في المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيل إلى المادة 429 من قانون العقوبات¹، نجد أن المشرع تعرض إلى التقليد باعتباره من جرائم الخداع (La tromperie).

¹ _ أمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 يتضمن قانون العقوبات، معدل و متمم.

تنص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على أنه: " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

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

_ سواء في نوعها أو مصدرها.

_ سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

_ في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي تحصل عليها بدون حق."

يعرف الخداع بأنه طمس وتشويه للحقيقة في شأن واقعة ما يترتب عن ذلك الوقوع في الغلط، ويعني ذلك أن جوهر الخداع كذب وموضوع الكذب واقعة يترتب عليه خلق الاضطراب في عقيدة شخص وتفكيره وتجعله يعتقد غير الحقيقة، فنقول أن جريمة خداع المتعاقد المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات تصنف من حيث خطورتها على أنها جنحة كما أسلفنا بالذكر، أما الأفعال التي قد يتضمنها خداع أو محاولة خداع المستهلك نذكر: كمية المنتج، تسليم منتج غير ذلك المعني

مسبقا قابلية استعماله، تاريخ أو مدد صلاحيته، النتائج المنتظرة منه، طرق الاستعمال والاحتياطات اللازمة لاستعماله.¹

ثانيا: في ظل القانون المتعلق بالعلامات:

تعتبر جريمة تقليد العلامات جنحة يعاقب عليها القانون رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، حيث تنص المادة 26 منه على أنه: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

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

لعل المشرع الجزائري يريد حصر أكبر قدر ممكن من النصوص الجزائي المتعلقة بجريمة تقليد العلامات في متن القانون المتعلق بالعلامات لغرض تجانس النصوص وتكريس مبدأ الخاص يقيد العام.

من أهم الجرائم التي نص عليها قانون العلامات نذكر:

- / جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة (المادة 33 فقرة 1).
- / جنحة وضع علامة ملك للغير (المادة 33 فقرة 2).

¹ _ مضمون نص المادة 68 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- / جنحة البيع أو عرض للبيع سلعة أو أكثر أو تقديم خدمات لا تحمل علامة (المادة 33).

- / استعمال علامة غير مسجلة (المادة 04).

إن جريمة التقليد من الجرائم التي تمس كل منتج سواء كان سلعة أو خدمة، ولما كانت هذه المنتوجات موضوع علامة مسجلة ومحمية فإن الحماية المقررة لها تكون مشددة

أكثر من ذلك فباستقراء نصوص القانون المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع يتحدث عن التقليد الذي يصيب صاحب العلامة دون غيره، ولكن في المقابل نجد أن هذه الحماية كضمان حتى للمستهلكين، وهذه هي السمة الازدواجية في إطار محاربة تقليد العلامات.

يمكن القول بأن جريمة تقليد العلامات هي الجريمة التي يلتقي فيها ضحيتان المستهلك وصاحب العلامة، بالرغم من أنه لكل منهما مصالح متضاربة اتجاه الطرف الآخر، خاصة وأن الجاني في هذه الجريمة هو كذلك عون اقتصادي، ما أدى بالمشرع إلى صنع التلاؤم التشريعي العقابي للوسائل الجديدة للغش والتقليد عن طريق سن القواعد التي تحد من حجم هذه الجرائم بموجب نصوص خاصة وفي القوانين المجاورة

وذات الصلة.¹ هذا ولم يحصر جنحة التقليد في عملية صنع العلامة المشابهة أو مماثلة لعلامة مسجلة، ونجده كذلك لم يعدد جرائم التزييف والتزوير ولا الاستعمال لعلامة مقلدة أو مزورة كما فعل في الأمر السابق 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى بموجب الأمر 03-06 سالف الذكر، ولكنه أدخل ضمن جنحة التقليد كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية التي خولها المشرع الجزائري لصاحب العلامة المسجلة.

فلم يعد بهذا جرم التقليد مقتصرًا على صنع علامة مشابهة، ولم يعد جرم التزييف يدل على الاحتيال الذي يقوم به المجرم ليصنع علامة تتطابق بشكل كبير مع علامة أصلية، ولا جرم التزوير الذي يقوم به الفاعل بمحاكاة عناصر أساسية في علامة معينة مع إضافات فرعية جانبية من أجل خداع المستهلك.²

فكل تلك الأفعال جعلها المشرع الجزائري تخضع لتكييف واحد وهو جنحة التقليد، مادام أنها تمثل جميعًا مساسًا بحقوق صاحب العلامة في احتكار استغلال علامته.³ هذا وقد حدد الأمر 03-06 عند تسجيل العلامة المدة الزمنية لصاحبها في الدفاع عن هذه الحقوق وهي 10 سنوات قابلة للتجديد لفترات متتالية وهذا طبقًا لنص المادة 05 منه.

¹ كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 63.

² كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 479.

³ المرجع نفسه، ص 479.

ثالثاً: في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش

تعتبر حماية المستهلك من جريمة التقليد أحد الأهداف الأساسية التي تسعى الدول إلى تحقيقها باعتبار أن ذلك من الحقوق المكرسة للمستهلك، فالحاجة الملحة لحماية المستهلك أدت إلى سن قوانين لحمايته وضمان حقه في الحياة في بيئة نظيفة وصحية، وحقه في إشباع حاجياته الأساسية.

لقد تم تكليف أعوان الرقابة وقمع الغش في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش عملاً بأحكام المادة 25 والتي تنص على أنه: "بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك". كما نصت المادة 28 من نفس القانون على أنه: "يمكن أعوان الرقابة المذكورين في المادة 25 أعلاه، في إطار ممارسة وظائفهم، وعند الحاجة، طلب تدخل أعوان القوة العمومية، الذين يتعين عليهم مد يد المساعدة عند أول طلب".

لقد نص المشرع على مجموعة من التصرفات غير المشروعة المرتبطة بأفعال التقليد والتي يجب محاربتها في السوق، ومن جملة الأفعال نذكر تلك المنصوص عليها في المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث تنص على أنه: "يعاقب

بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو

يحاول أن يخدع المستهلك بأيّة وسيلة أو طريقة كانت حول:

- كمية المنتوجات المسلمة،

- تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا،

- قابلية استعمال المنتج،

- تاريخ أو مدد صلاحية المنتج،

- النتائج المنتظرة من المنتج،

- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.

لقد شدد المشرع العقوبات الواجبة حسب نص المادة 69 من نفس القانون بقوله:

ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه، إلى خمس (5) سنوات حسباً

وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000 دج)، إذا كان الخداع أو محاولة

الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة:

- الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة،

- طرق ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل

أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج،

- إشارات أو إدعاءات تدليسية،

- كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية

تعليمات أخرى".

كذلك من جملة الأفعال التي تم تجريمها في إطار قمع التقليد نجد عملية تزوير المنتج أو عرضه أو بيعه مع علمه أنه مزور¹، أو توفير أدوات وأجهزة أو مواد خاصة من شأنه أن تؤدي إلى تزوير المنتج²، بالإضافة إلى معاقبة كل من يخالف إلزامية وسم المنتج كما هو منصوص عليها في المواد 17 و 18 من القانون السالف الذكر³، وكذا أفعال الغش، عرض، وضع للبيع أو بيع منتج مزور⁴.

رابعاً: في ظل قانون الجمارك:

تلعب إدارة الجمارك دوراً فعالاً في إطار مراقبة البضائع يتجلى الدور الفعّال الذي تقوم به الجمارك سواء في المجال الاقتصادي أو في المجال الأمني.

ففي المجال الاقتصادي يركز دور الجمارك في كل من تحصيل الرسوم الجمركية وكذا منع دخول البضائع أو تصديرها بصورة مخالفة للقانون، أما في المجال الأمني فتقوم بدور مهم في مراقبة البضائع المقيّدة و الممنوعة من دخول إقليم الدولة،

¹ نص المشرع الجزائري على قرينة العلم في هذه الجريمة عكس ما كان عليه في قانون العلامات، فيفهم من ذلك أنه ذهب إلى وجوب توافر القصد الجنائي الخاص لقيام هذه الجريمة والمتمثل بنية تضليل وخداع المستهلك في أن المنتج يحمل علامة أصلية.

² مضمون المادة 70 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ مضمون المادة 78 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

⁴ مضمون المادة 83 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

و في كلا المجالين (الاقتصادي و الأمني) الهدف منهما واحد ألا و هو حماية المستهلك ممّا يضرّه سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.¹

تلعب إدارة الجمارك أدوار مختلفة في إطار حماية المستهلك من خلال منع دخول البضائع المغشوشة أو المقلّدة أو الرديئة وغيرها والتصدي لذلك، إذ بالرجوع إلى المادة 08 مكرر من قانون الجمارك² يتجلى دورها في وضع حدّ لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته، من جهة أخرى تضع حدًا لكل منتج موجها للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير و تنمية المنتج المحلي.

لقد خوّلت المادة 241 فقرة 1 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على أنّه: "يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها". ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محلّ المخالفة،³ كذلك إذا تعلّق الأمر بقمع الغش.¹

¹ _ زويبر أرزقي، مرجع سابق، ص 173.

² _ قانون رقم 79-07 المعدل والمتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق لـ 22 غشت سنة 1998 والمتضمن قانون الجمارك، ج ر عدد 61، الصادرة سنة 1998.

³ - مضمون المادة 242 من قانون الجمارك الجزائري.

كذلك في إطار أداء العمل الرقابي يمكن لأعوان الجمارك أن يقوموا بتفتيش جسدي للأشخاص الذين يحتمل أنهم يحملون على أجسادهم بضائع مغشوشة.²

تعمل إدارة الجمارك على تحقيق أمن المستهلك من خلال منع وحجز السلع المقلدة والمغشوشة المستوردة من الخارج، إذ لا يكفي وضع تشريعات و هيئات تحارب كل ما يمس بأمن وسلامة المستهلك في السوق وإنما لابد من وضع سياج أو حاجز يحمي من دخول هذه المنتوجات إلى السوق الوطنية، و بالرجوع إلى الأسواق الجزائرية فإنه لا يخفى حجم السلع المقلدة التي تباع أمام مرأى الجميع دون تدخل أي هيئة ولو باتخاذ تدابير لإعلام المستهلك بعدم اقتنائها، و أحيانا نجد سعر المنتوجات المقلدة و المغشوشة تباع بأثمان مطابقة للمنتوجات الأصلية، فهنا الإشكال الذي يطرح نفسه هو من أي باب أو بعبارة أخرى من أي منفذ تعبره هذه المنتوجات لتصل إلى السوق الوطنية؟³

خامسا: في ظل القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية:

تجرم مختلف التشريعات كل أشكال الغش التجاري والذي يدخل ضمن مفهومه جريمة التقليد، أما في القانون الجزائري فلقد جرم المشرع بموجب القانون رقم 04-02

¹ - تنص المادة 29 فقرة 2 من قانون الجمارك أنه: " تسهيلا لقمع الغش، يمكن عند الضرورة تمديد عمق المنطقة البرية من ثلاثين (30) كلم إلى غاية ستين (60) غير أنه، يمكن تمديد هذه المسافة إلى أربعمئة (400) كلم في ولايات: تندوف وأدرار وتمنراست".

² - مضمون نص المادة 42 فقرة 2 من قانون الجمارك الجزائري.

³ - زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 177.

المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،¹ جميع أشكال الممارسات التجارية غير الشفافة وغير النزيهة بصفة عامة وجريمة التقليد بصفة خاصة.

تنص المادة 25 فقرة 1 من القانون السالف الذكر أعلاه على أنه: "يمنع على

التجار حيازة:

- منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية."

كذلك نصت المادة 26 منه على أنه: "تمنع كل الممارسات التجارية غير

النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين."

أما المادة 27 فقرة 2 منه فقد نصت على أنه: "تعتبر ممارسات تجارية غير

نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

1- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو

خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك."

¹ _ قانون رقم 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06،

وعليه من خلال المواد التي عرضناها أعلاه يتبين أن جريمة التقليد تأخذ عدة أشكال، لكن كل هذه الأشكال لها عنصرين:

_ **العنصر الأول:** يتمثل في الاعتداء على مصالح عون اقتصادي آخر

_ **العنصر الثاني:** الهدف من الاعتداء وهو كسب زبائن العون المعتدى عليه.

وبالتالي فمحاكمة جريمة التقليد في هذا الصدد تهدف إلى تفادي إيقاع المستهلك في الوهن والشكوك وما يصحب ذلك من اضطراب في السوق، نظرا لاعتبار الممارسات التجارية هي المرحلة الأخيرة لطرح المنتج والتواصل مع المستهلك، كما أن المشرع أضاف نوع جديد من الممارسات التي قد تكون موضوعا لفعل التقليد ألا وهو الإشهار.

الفرع الثاني:

الدعاوى المقررة في إطار محاكمة جريمة التقليد

تتنوع الدعاوى القضائية المخولة للمستهك في إطار قمع وردع الأفعال والممارسات المتعلقة بالتقليد، من دعاوى مدنية وجزائية والدعاوى الناتجة عن المنافسة غير المشروعة.

أولا: تفعيل الدعوى المدنية للمستهك:

تنص المادة 140 مكرر فقرة 1 من التقنين المدني الجزائري و التي تنص على أنه: " يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى و لو لم

تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية "، حيث يعتبر هذا الموقف سليماً في إطار حماية المستهلك وهذا ظاهراً من خلال العمليات التجارية اليومية للمستهلك حيث كثيراً ما يتحصل على منتجات سواء سلع أو خدمات دون أن يكون بينه وبين منتجها أو مقدمها علاقة تعاقدية، كذلك من جهة أخرى يشكل ذلك حماية أوسع للمستهلك خاصة عندما تكون المنتجات مستوردة من الخارج و يصعب معرفة منتجها.

أما المادة 124 من القانون المدني فتتص على أنه: " كل عمل أيا كان، يرتكبه المرء ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض."

وباعتبار إن المسؤولية المدنية تنقسم إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية ففي إطار حماية المستهلك هناك من يؤسس قيام مسؤولية العون الاقتصادي باعتباره محترف في نشاطه على أساس عقدي يربط هذا الأخير بالمستهلك، وهناك آخرون يؤسسون قيام المسؤولية المدنية على أساس تقصيري.

إن أركان المسؤولية المدنية تتكون من ثلاث عناصر وهما الخطأ - الضرر - العلاقة السببية، فمتى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ و ضرر و علاقة سببية بين الخطأ و الضرر يتعين عليها الحكم بالتعويض المناسب للمضرور، فبعدما كانت المسؤولية تقوم على أساس الخطأ تطورت مع مرور الوقت أين أصبحت تقام المسؤولية على أساس الضرر.

على الرغم من اتخاذ العديد من الاحتياطات لحماية المستهلك من التصرفات الاحتيالية على شبكة الإنترنت، إلا إنه لا يزال هناك تزايد مستمر في أعداد الشكاوى التي تصدر من المستهلكين الذين يتعرضون لأفعال احتيالية على الإنترنت، وتزداد خطورة هذا الأمر بمعرفة مدى التنوع الكبير في أشكال وصور هذا الاحتيال التي تتغير بشكل سريع مع التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ثانياً: تفعيل دعوى المنافسة غير المشروعة لفائدة المستهلك:

يمنع القانون الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية و التي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان آخرين.¹ وعليه فلا نكون أمام جريمة لمجرد مخالفة العون الاقتصادي للأعراف التجارية، وإنما يشترط أن تكون هناك نتيجة تتمثل في الاعتداء على مصالح الآخرين و لكن بتطبيق قواعد القانون المدني المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية يجوز لكل من لحقه ضرر نتيجة فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، فلا يكفي الاعتماد على المتنافس المتضرر لرفع هذه الدعوى، إذ لابد من تكاثف الأيدي

¹ - مضمون المادة 26 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر.

بين المتنافسين و المستهلكين لمحاربة المنافسة غير المشروعة إذ هما الطرفان اللذان ينبغي حقيقة حمايتهما.¹

يعتبر مركز المستهلك في هذه الحالة شبيها بمركز العون الاقتصادي في مواجهة أعمال المنافسة غير المشروعة نظراً لمساس نتائج هذه الأخيرة بمركزيهما في كل الحالات، و تؤيد هذا القول لعدّة اعتبارات أهمها دعوة المجتمع لمحاربة كافة الجرائم الاقتصادية و منها المنافسة غير المشروعة، كذلك العمل على تجنب المستهلك اقتناء السلع و الخدمات من تلك الأطراف التي تبحث عن ترويج منتجاتها بكافة السبل حتى ولو كانت غير مشروعة.

يتعيّن على المستهلك لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة من توفر شروط معينة إلى جانب الشروط المعروفة لقبول الدعوى و هي:

1- الخطأ:

لا تتحقق المسؤولية إلاّ إذا كان هناك خطأ قد ارتكب كون أنّ رفع دعوى المنافسة غير المشروعة توجب إثبات الخطأ،² و الخطأ هو انحراف الشخص عن سلوك الرجل العادي يؤدي به إلى الإضرار بالغير، أمّا في المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود هناك منافسة بين شخصين و أن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة

¹ - عصام عبد الواحد نعمان، المنافسة غير المشروعة، المركز العربي للخدمات القانونية، اليمن، 2007، ص 03.

² - Serra Yves, , Commerce interdite –concurrence déloyale et parasitisme : panorama 2004-2005, recueil Dalloz, n° 35, 2005, p2463.

يصيب به عمل المنافس سواء كان ذلك عن عمد أو عن مجرد إهمال وعدم تبصر، أي سواء توقّر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير وسوء النية أو كان الخطأ غير عمدي مبعثه الإهمال بحقيقة نشاط المنافس.¹

يكون لمن أضرار إجبار المعتدي على الكف عن هذا العمل فضلا عن تعويض الضرر الذي تسبب له منه عن طريق دعوى المنافسة غير مشروعة.²

2- الضرر:

يتميّز الضرر بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة عن غيرها باعتبارها دعوى وقائية فضلا عن أنّها دعوى علاجية، تهدف إلى انقضاء وتفاذي وقوع ضرر، فلو يتفطن المستهلك مثلا إلى أنّ علامة ما تتشابه إلى حد كبير مع علامة اعتاد اقتناء السلع والخدمات على أساسها وأنّ هذا التشابه قد يحدث الخلط لدى عامة المستهلكين فإنّ له رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لانتقاء حدوث الخلط،³ فلا يكفي حدوث خطأ من التاجر بل يجب أن ينجم عن خطئه ضرر للغير،⁴ وسواء كان هذا الضرر مادياً ينال

¹ - د/ عزيز العكيلي، الوجيز في القانون التجاري، الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع و دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2000، ص 91.

² - عز الدين الدناصوري، عبد الحميد الشواربي، المرجع السابق، ص 1311.

³ - بوروية ربعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 95.

⁴ - د/ فضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 179.

المضرور في أمواله أو أدبياً يناله في سمعته واعتباره المالي وسواء كان الضرر صغيراً أو كبيراً.¹

وعليه فليس على المستهلك أن يثبت تحقق الضرر وغير ملزم بإثبات سوء نية المقلد مثلاً نظراً للطبيعة الخاصة لدعوى المنافسة غير المشروعة، كما أن القضاء يكتفي بإثبات أن الضرر احتمالي كي يحكم لصالحه وذلك لصعوبة إثبات الضرر الفعلي في مثل هذه الحالات.

3- العلاقة السببية:

تستند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى نفس الأساس الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية المدنية، لذلك يجب أن تقوم رابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب المدعي، غير أنه توجد حالات لا يترتب فيها على أعمال المنافسة غير المشروعة أيّ ضرر للمدعي بحيث يكون المقصود من هذه الدعوى الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة إلى المستقبل، و في هذه الحالات تفترق دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية المدنية التي يكون الغرض منها تعويض الضرر، لذلك لا يكون هناك محل للتحدث عن رابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة إلاّ في حالات نشأ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير

¹ - د/ عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص 92.

المشروعة،¹ و مثال ذلك كيف يمكن إثبات فقدان المتنافس لعملائه نتيجة لفعل المنافسة غير المشروعة، و بعبارة أخرى كيف يمكن إثبات أنّ فعل المنافسة غير المشروعة المرتكب من قبل عون اقتصادي هو الذي أدى إلى التأثير على حرية خيار العملاء و تحوّلهم إلى المدعى عليه،² كما أنّ هذا الأمر سيؤدي بالقضاء إلى البحث أكثر من أجل تسبب أحكامهم عن وجود فعلا علاقة سببية بين الخطأ و الضرر الذي أصاب العون الاقتصادي.³

نرى أنّه حماية للمستهلك بالدرجة الأولى إذا رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لابدّ من عدم إلزامه بإثبات وجود علاقة سببية بين الخطأ و الضرر الذي أصابه و هذا كاستثناء، عكس المتنافس في مواجهة منافسه.

ثالثا: تفعيل الدعوى العمومية بسبب جريمة التقليد:

تختص النيابة العامة برفع دعوى التقليد باعتبارها الأمانة على الدعوى العمومية وممثلة للحق العام، وينتهي الحكم في الدعوى الجزائية بتوقيع الجزاء أو بالحكم ببراءة المتهم و في كلتا الحالتين يستطيع المعتدى عليه أن يطلب التعويض المدني أمام المحكمة الجنائية المرفوع أمامها دعوى التقليد أو أمام المحكمة المدنية كما يشاء⁴.

¹ - عز الدين الدناصورى، عبد الحميد الشواربي، المرجع السابق، ص 1321 و 1322.

² Yves Guyon, Droit des affaires, tome 1, Economica, 8^{ème} édition, Paris, 1994, p 858.

³ - Serra Yves, op. cit, p 2464.

⁴ - زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص134.

تقوم مسؤولية المحترف جزائياً بمجرد ثبوت اقتراه لبعض الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو متى أحالت إليه بعض النصوص الخاصة باعتبار أ العلامات التجارية تندرج ضمن حقوق الملكية الصناعية والتجارية.¹

تعرف المسؤولية الجنائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة، و موضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدبير احترازي، حددهما المشرع في حال قيام مسؤولية أي شخص،² فيعني هذا التعريف أن المسؤولية ليست ركناً من أركان الجريمة و لا تدخل في تكوينها القانوني، و إنما هي الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة و الذي يجعل ثبوت هذه الأخيرة إلى خضوع الجاني للجزاء الذي يقره القانون و ذلك بموجب حكم قضائي.³

في إطار الدعوى العمومية فإن عبئ إثبات التقليد ينتقل إلى عاتق المالك رافع الدعوى، وحتى يتمكن هذا الأخير من جمع كافة الدلائل لإثبات هذا الاعتداء فقد نص المشرع على إجراء خاص وهو حجز التقليد، حيث يكتسي هذا الإجراء أهمية بالغة من أجل الحصول على الحماية الجزائية عن طريق تحريك الدعوى العمومية عن جنحة

¹ _ تنقسم حقوق الملكية الفكرية إلى نوعين رئيسيين: يتمثل النوع الأول في حقوق الملكية الصناعية والتجارية وهذا النوع يشمل الحقوق الواردة على الاختراعات والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية والتجارية والبيانات التجارية وتسميات المنشأ، بينما النوع الثاني يتمثل في حقوق الملكية الأدبية والفنية التي تنصب على حقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

² _ Gaston Stefanie, Levasseur Georges, Droit pénal général et procédure pénal, tome 1, édition Dalloz, Paris, 1973, p 276.

³ _ زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 201.

التقليد، بحيث تشكل الأشياء المعتبرة مقلدة التي يتم حجزها أو حجز عينات منها محل الجريمة والدليل على توفر الركن المادي لجنحة التقليد.

إن حجز التقليد المتعلق بإثبات التعدي على العلامات التجارية يجد أساسه القانوني في المواد 34 و35 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات أين وضع المشرع شرطين أساسيين وهما:

_الشرط الشكلي: أن يقدم الطلب في شكل عريضة من نسختين إلى رئيس المحكمة المختصة المتواجد بدائرة اختصاصها الأشياء المعتبرة مقلدة، من طرف الأشخاص الذين يجوز لهم رفع دعوى التقليد سواء كان مالك العلامة التجارية المسجلة أو المتنازل له عن العلامة بموجب عقد مكتوب مقيد بسجل العلامات الممسوك على مستوى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، كما تضيف المادة 31 من نفس الأمر المستفيد من حق الاستثناء في استغلال العلامة التجارية طبقا لعقد الترخيص.

_الشرط الموضوعي: لابد من تقديم شهادة التسجيل، وهي شهادة تصدر عن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مع الانتباه إلى أن مدة الحماية هي 10 سنوات من تاريخ إيداع الطلب قابلة للتجديد لفترات متتالية تقدر بـ 10 سنوات ويسري هذا التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل.

يكون الهدف من الطلب هو تعيين خبير لوصف الأشياء المعتبرة مقلدة حتى يتسنى حفظ الدليل الذي يخشى ضياعه قبل رفع دعوى في الموضوع طبقا لنص المادة

77 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية¹، كما يمكن طلب تعيين محضر قضائي بالإضافة لخبير من أجل وصف الأشياء المعتبرة مقلدة مع حجز عينات منها أو حجز كامل الأشياء المعتبرة مقلدة، وهذا الإجراء سنوضحه أكثر عند التطرق إلى الإجراءات التحفظية المتعلقة بإجراء الوصف المفصل. (في المطلب الثاني من المبحث الثاني)

ومهما يكن فإن حجز التقليد ليس إجراء إجباريا يقيد رفع دعوى التقليد، فعدم سعي مالك الحق المعندى عليه إلى طلبه، لا يحرمه من اللجوء مباشرة للرفع دعوى التقليد متى كان بيده دليل إثبات آخر على وقوع التقليد².

خلاصة القول في هذا الصدد، نود أن نشير إلى ملاحظة جد هامة تكمن في أن كل من قانون العلامات وقانون العقوبات وسائر القوانين التي تطرقنا لها في إطار جريمة التقليد أنه تشكل أسس قانونية تمنح حماية شاملة للمستهلك وحق الاحتجاج والتقاضى أمام مختلف الجهات القضائية سواء المدنية أو الجزائية، فتوسيع دائرة النصوص التي تجرم أفعال التقليد من شأنها التقليل من حدوثه، كما أنه في حال حدوث ذلك فمن الصعب التهرب من المسؤولية التي ستطال العون الاقتصادي المقترف لذلك.

¹ _ قانون رقم 08-09 مؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ج ر عد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008.

² _ سلام حمزة، الأوامر على العرائض في القانون التجاري، الطبعة الثالثة، دار هومه، الجزائر، 2014، ص 211.

هذا ولقد شاع خلال عام 2004 انتشار العديد من جرائم الاحتيال الإلكتروني، حيث انتشر في هذا العام الكثير من الفيروسات المختلفة والبرامج المفجرة، كما زادت الرسائل الإلكترونية المزعجة بنسبة 40%، أيضا شاع مصطلح الهاكرز مقترنا بالجريمة الإلكترونية الجديدة الذي أثار خوف ورعب الكثيرين من مستخدمي الإنترنت من الأفراد، أو المؤسسات، أو الجماعات، أو الحكومات والمنظمات والدول، بحيث أصبح مؤخرا يشكل أمرا خطيرا، وعلى الرغم من أن تلك الجرائم تعد بمثابة احتيالا إلكترونيا بحتا، إلا إنها تستهدف جني الأموال، أو إلحاق الخسائر بأطراف أخرى، أو ضرب قدراتها التنافسية، كما أن بعضها قد يستهدف التشهير، أو الحصول على إثارة غير مشروعة، وغيرها من دوافع الإجرام المعروفة، والتي يوفر لها الفضاء الافتراضي مجالا خصبا، في ظل ما يكتسبه مرتكب تلك الجرائم من شروط حماية أوفر، وقدرة على التخفي، وانخفاض في حجم المخاطرة، وقلة الرقابة أو البطء في استقبال الجريمة.

لقد نال موضوع الاحتيال التجاري على الإنترنت أهمية كبيرة خلال الآونة الأخيرة نظرا لانتشار استخدامات الإنترنت في كافة مجالات الحياة، بحيث أن جرائم الإنترنت احتلت نسبة هامة من بين الجرائم الاقتصادية الحادثة على مستوى كثير من الدول، ولقد جاء الغش التجاري على الإنترنت في المرتبة الثانية من حيث أعلى نسبة في الجريمة الاقتصادية في هونج كونج، حيث شكلت نحو 23% من إجمالي الجرائم

الاقتصادية الحادثة في الدولة، بل حتى أنها تفوقت على جرائم أخرى مثل التزيف والتقليد والرشوة.¹

وتتضمن الأشكال الأخرى للغش عبر استخدام الإنترنت عدم تسليم السلع والخدمات أو تسليم منتجات أو خدمات معيبة، وقد أصبحت تلك الأشكال أكثر انتشاراً في بيئة الأعمال التي تعتمد على منتجات وخدمات الكمبيوتر والخدمات المالية، فعلى سبيل المثال رغم الأهمية الكبيرة للتعاملات في الخدمات الصحية والطبية للمستهلك، إلا إنه قد تم اكتشاف العديد من حالات الغش والاحتيال المرتبطة بهما.²

المبحث الثاني:

العقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامات

نتناول من خلال هذا المبحث التطرق إلى العقوبات التي أقرها المشرع ضد أفعال الاعتداء بالتقليد على العلامة التجارية من خلال مطلبين، نعرض في المطلب الأول العقوبات الأصلية التي يمكن توقيعها على هذه الأفعال، لنتطرق في المطلب الثاني إلى الإجراءات التحفظية.

¹ _ الغش التجاري في المجتمع الالكتروني، ورقة عمل مقدمة الى الندوة الرابعة لمكافحة الغش التجاري والتقليد في دول مجلس التعاون الخليجي، في الفترة 20-21 سبتمبر عام 2005 بعنوان ظاهرة الغش التجاري والتقليد في ظل التطور التقني والتجارب العالمية المعاصرة، إعداد مركز البحوث والدراسات، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ص 11.

² _ الغش التجاري في المجتمع الالكتروني، المرجع السابق، ص 17.

المطلب الأول:

العقوبات الأصلية والتكميلية المقررة لجريمة التقليد

المبدأ العام المعترف به أنه لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون وهو ما يسمى بمبدأ الشرعية، وأن العقوبات هي جزاء الجرائم والوقاية منها باتخاذ تدابير أمن، تنقسم إلى:

- العقوبات الأصلية: يجوز الحكم بها دون أن تقتنر بها أية عقوبة أخرى.
 - العقوبات التكميلية: لا يحكم بها مستقلة عن عقوبة أصلية، إلا الحالات التي ينص عليها القانون صراحة، وهي إجبارية أو اختيارية.
- تدابير أمن: لها هدف وقائي.

تنصب دراستنا في هذا المطلب على العقوبات الأصلية التي أقرها القانون الجزائري في القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات وكذا الإحالات المقررة إلى قانون العقوبات (فرع أول)، وكذا العقوبات التكميلية (فرع ثاني).

الفرع الأول:

العقوبات الأصلية لجريمة التقليد

يقصد بالعقوبات الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع وقدره للجريمة، ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها

ومقدارها، ويمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون للجرائم ببلوغ الأهداف المتوخاة من العقاب كما أن المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة من دون أن يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى.¹

تشمل العقوبات الأصلية لجريمة تقليد العلامات حسب ما هو منصوص عليه في القانون الجزائري كل من العقوبات السالبة للحرية كالحبس والغرامات المالية

أولاً: عقوبة الحبس:

تنص المادة 32 من قانون العلامات على أنه: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد، يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع

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

¹ - بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 393.

أما المادة 33 منه تنص على أنه: "يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط:

(1) الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة.

(2) الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر، وذلك مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر."

تتنوع العقوبة السالبة للحرية المحكوم بها في جرائم التقليد حسب نوع الفعل المرتكب من طرف الجاني، بل هنالك العديد من المواد التي تقر عقوبة حبسية بسبب جريمة التقليد، فمثلا تزوير أو تقليد طابع وطني أو علامة أو دمغة مستخدمة في دمج المواد المصوغة من الذهب والفضة يعاقب عليه بالسجن من 05 سنوات إلى 20 سنة حسب نص المادة 206 من قانون العقوبات الجزائري، كذلك نصت المادة 209 من قانون العقوبات على الحبس من سنة (1) إلى خمس (5) سنوات كل من قلد علامة إحدى السلطات العمومية.

كذلك ترفع العقوبة بالحبس حسب المادة 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلى 05 سنوات حبسا إذا كان الخداع أو محاولة الخداع بواسطة: الوزن، الكيل، أدوات مزورة وغير مطابقة، أو باستعمال إشارات أو ادعاءات تدليسية، منشورات أو إعلانات، فسياسة تشديد العقوبات في جرائم التقليد يعود إلى تزايد هذه الجرائم وكذا ظهور معدات ووسائل حديثة تساعد على التقليد بأقل جهد ووقت.

كذلك يعاقب القانون مرتكب الغش وكذا الذي عرض أو وضع للبيع أو باع تلك المادة وهو يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو سامة كما نصت على ذلك المادة 83 من قانون حماية المستهلك، بالحبس من خمس (5) سنوات إلى عشر (10) سنوات، وبغرامة من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج، ويمكن أن تصل إلى درجة السجن المؤقت من عشر (10) سنوات إلى عشرين (20) سنة إذا تسببت الجريمة في مرض غير قابل للشفاء أو عاهة مستديمة، أما إذا وصلت الخطورة إلى موت الإنسان فالعقوبة تكون السجن المؤبد.

ثانيا: عقوبة الغرامة:

هي عقوبات مالية تدفع إلى خزينة الدولة من قبل المحكوم عليه، وتختلف وتتنوع حسب الفعل المرتكب، فنجد المشرع الجزائري حددها في المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بمليونين وخمسمائة ألف (2.500.000 دج) دينار جزائري إلى عشرة ملايين (10.000.000 دج) دينار جزائري، أما في الاستثناء المشار إليه

في المادة 33 من الأمر 06/03 فقد خفض المشرع من مقدار الغرامة بحيث وضع الحد الأدنى خمسمائة ألف (500.000 دج) دينار جزائري وكحد أقصى مليوني (2.000.000 دج) دينار جزائري.

كذلك نجد الغرامة في المادة 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش محددة بخمسمائة ألف (500.000 دج) دينار جزائري، أم المادة 83 منه فنصت على الغرامة من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج، وفي هذه الحالة يتم الحكم بالغرامة الى جانب العقوبة التي قضت بالحبس.

في إطار القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم نجد هناك العديد من الغرامات في إطار جرائم التي لها علاقة بالتقليد، فمنها المادة 35 منه قد حددت الغرامة بمائة ألف (100.000 دج) دينار إلى ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج).

كذلك 37 و 38 منه القانون المذكور أعلاه نصت على الغرامة من ثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) لكل من ارتكب ممارسات تدليسية، أما إذا كانت الأفعال متعلقة بممارسات تجارية غير نزيهة فيعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج).

نشير في الأخير أن هناك العديد من المواد التي تأمر بالغرامة ولا يمكن حصرها في موضوعنا هذا، ولكن حاولنا قدر المستطاع الاعتماد على المواد التي لها علاقة بقانون العلامات أو قانون حماية المستهلك مع أحكام القانون الجنائي.

الفرع الثاني:

العقوبات التكميلية لجريمة التقليد

بالنسبة للعقوبات التكميلية أجاز المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 للمحكمة المختصة فرض عقوبات تبعية أو تكميلية على المعتدى على حقوق مالك العلامة وتتمثل في:

أولاً: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:

يجوز الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ويكون ذلك عند الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، حيث يمكن للقاضي أن يقرر غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الخدمة وهذا ما جاء في النص الجديد وهو على خلاف النص القديم الذي كان ينص على عقوبة تكميلية مختلفة تتمثل في الإعلان، فبالرجوع إلى نص المادة 34 فقرة 01 من الأمر 57-66 نجدها تنص على أنه: " للمحكمة أن تأمر بالصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها أو تنشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه. " وما يعاب على النص الجديد أن المشروع الجزائري لم يحدد

مدة معينة عند الحكم بالغلق المؤقت للمؤسسة، ونستنتج أنه ترك هذه المسألة للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع¹.

ثانياً: مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في التقليد:

المصادرة التزام تقوم به السلطة بوضع يدها على ملكية بعض الأموال، والأموال العائدة للأفراد دون أن تلتزم بتعويض مالكيها، وهي بذلك تقترب إلى حد كبير من الإستلاء².

جاءت الفقرة 2 من المادة 32 من قانون العلامات صريحة فيما يتعلق بالمصادرة باعتبارها عقوبة تكميلية، يتم النطق بها في الحكم القاضي بإدانة الشخص المرتكب لعملية التقليد، كما للمحكمة أن تأمر بمصادرة كافة السلع والأدوات والوسائل والأشياء التي استخدمت لارتكاب الجريمة أي التعدي على العلامة.

إن نص المادة المذكور أعلاه يعتبر أكثر صراحة لأنه نص على العقوبة التكميلية المتمثلة في مصادرة الأشياء والوسائل المستعملة في هذه الجنحة وهذا وجوبي للقاضي باستقراء نص المادة 32 أعلاه، عكس ما كان عليه التشريع القديم

¹ _ بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 394.

² _ دربال لزهرة، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، تخصص: ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، السنة الجامعية 2015-2016، ص 90.

فكانت المادة 32 من الأمر 57-66 تعتبر هذه العقوبة جوازية وللقاضي أن يحكم بها أو لا.

ثالثاً: إتلاف الأشياء محل المخالفة:

يعتبر الإتلاف عقوبة جوازية مفادها تخريب وتدمير أو إفساد المنتجات والأشياء المقلدة والمواد والمعدات المستخدمة فيها، وجعلها غير صالحة للاستعمال أو الاستهلاك في الحال والمستقبل، ويجوز لصاحب العلامة الأصلية ضحية التقليد أن يطالب به أمام القاضي الفاصل في الدعوى.

إن الحكم بإتلاف كافة البضائع والأشياء محل المخالفة هو إعطاء للمحكمة سلطة الدفاع وحماية المصلحة العامة، ويجب عند الحكم بالإتلاف التفرقة بين حالتين: الأولى: حالة ما إذا كانت البضائع والأشياء موضوع الجريمة من المواد الغذائية والتموينية.

الثانية: حالة ما إذا كانت بضائع وأشياء موضوع الجريمة،

ففي الحالة الأولى ينبغي أن يكون الحكم بإتلاف تلك المواد، إلا إذا ثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة، أما في الحالة الثانية ينبغي أن يكون الحكم غير الإتلاف كالأمر ببيعها أو الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى جهات البر والخير.¹

¹ - بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 395.

المطلب الثاني:

الإجراءات التحفظية وشروطها:

تتنوع الإجراءات والتدابير التحفظية المنصوص عليها في القانون، وفي إطار حماية العلامات من جريمة التقليد وضع المشرع في يد صاحب العلامة هذه الإجراءات حتى يوفر له الدعم القانوني.

الفرع الأول:

المقصود بالإجراءات التحفظية

تنص المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه: "يمكن مالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق ضرراً وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل العريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة.

عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة."

لقد منح القانون لصاحب الشأن الحق في الدفاع وحماية حقوقه قبل فصل المحكمة في موضوع النزاع، وهذا الإجراء يكمن في اتخاذ بعض التدابير التحفظية التي تكون سريعة وجد فعّالة.

هذه الإجراءات الوقائية الاستعجالية تكمن في إجراء الوصف للبضائع والحجز عليها، ويمكن اتخاذ هذه الإجراءات الوقائية لغرض إثبات الاعتداء الواقع على العلامة وحفاظا على الحقوق، وذلك مؤقتا إلى غاية الفصل في موضوع النزاع، وإن كان القانون يسمح باتخاذها قبل رفع دعوى التقليد مدنية كانت أم جزائية، ورغم مزاياها إلا وأنها تبقى إجراء اختياريًا وليست إجراء تمهيديا إلزاميا في مراحل سير الدعوى.

أولاً: إجراء الوصف المفصل:

من الإجراءات التحفظية (التدابير المؤقتة) التي يمكن للقاضي الأمور المستعجلة فرضها وبالتالي وصف وجرّد كل ما يشكل تعدياً على العلامة التجارية أو دليلاً على الاعتداء أينما وجدوا أخذ عينات منه¹.

يقصد بهذا الإجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة وعن المنتجات والبضائع أو عنوان المحل أو الأغلفة أو الأوراق أو غيرها من الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة وكذلك البضائع المستوردة من الخارج إثر ورودها.² إن الإجراء الوصفي المنصوص عليها في المادة أعلاه يكون موضوعه تعيين خبير

¹ _ حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، 2011، ص 783.

² _ عباس محمد حسني، مرجع سابق، ص 352.

بموجب أمر على ذيل العريضة كما هو منصوص عليه في قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الغرض منه القيام بعملية الوصف الدقيق للسلعة محل وضع العلامة التي يدعي الطالب إلحاق ضرر منها سواء بالحجز أو بدونه.

ثانياً: إجراء الحجز:

توقيع الحجز على الأشياء المشار إليها أعلاه، وذلك بوضع المنتجات والآلات تحت تصرف يد القضاء، ويجوز للقاضي الاستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله و الهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تطمس أدلتها .
يعتبر حجز التقليد من الوسائل الهامة التي تكفل الحماية لصاحب الحق المنتهك، خاصة أن إجراءات الدعوى قد تطول، وبقاء المصنف في حيازة المعتدي قد يؤدي إلى إتلافه، وقد ينقله خلالها للغير أو يهلكه نتيجة الاستعمال، أو يعمل على انتشاره.

يختلف مفهوم الحجز الذي يلجأ إليه الدائن لاستيفاء دينه في حالة امتناع المدين عن الوفاء بالتزامه عن الحجز الذي يلجأ إليه صاحب أحد حقوق الملكية الصناعية، من حيث أن الأول محله مبلغاً من النقود، أما الثاني محله فهو "المصنف" سواء أكان اختراعاً أو نموذجاً أو علامة...الخ، وبصدور أمر الحجز يتوقف تداول وانتشار الابتكار أو البيان المقلد، ويوضع تحت يد القضاء.

تهدف التدابير المؤقتة إلى إيقاف الاستمرار في الاعتداء الذي بوشر به بصفة وقتية ريثما يتمكن مالكاها من اللجوء للقضاء مطالباً بالحصول على قرار بالمنع الدائم، ذلك إن طول إجراءات التقاضي، واضطرار مالك العلامة الانتظار لحين صدور قرار قضائي قطعي مبرم يثبت الاعتداء على حقه، قد لا يحقق له الفائدة المرجوة من القرار إذ سيكون الاعتداء واقعا، والضرر حاصلًا، وقد يكون حكم لا طائلة من ورائه، كما أن هذه الإجراءات تحمي المستهلكين من تداول سلع تحمل علامات مقلدة، لذلك لا بد من تمكين مالك العلامة من منع أو وقف الاعتداء على علامته بصفة وقتية وريثما يبيت بأساس النزاع.¹

نصت كذلك المادة 39 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على عقوبة حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها في ظل هذا القانون، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة الغير حسن النية.²

¹ _ عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 774 .

² _ مضمون المادة 39 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم.

الفرع الثاني:

شروط الإجراءات التحفظية

بتفصص المادة 34 من الأمر 03-06 نستنتج أنه يجب تتوفر بعض الشروط

لطلب اتخاذ الإجراءات التحفظية والتي يمكن حصرها فيما يلي:

أولاً: أن يتم تقديم الطلب أمام رئيس المحكمة:

طبقاً للقاعدة العامة، فالمحكمة المختصة هي محكمة مكان ارتكاب الجريمة، أي مكان وقوع الفعل الضار، ولكن قد ترتكب الجريمة في مكان، وتظهر في عدة أماكن، كتقليد اختراع في مكان، وبيعه في عدة أماكن، أو تقليد علامة واستغلالها على نطاق واسع، فأبي المحاكم تختص بنظر الدعوى؟⁽¹⁾.

بالرجوع إلى المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية نجد أنه: " تختص محلياً بنظر الجنحة، محكمة محل الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين أو شركائهم، أو محل القبض عليهم، حتى ولو كان هذا القبض قد وقع لسبب آخر..."

وتبعاً لذلك فإن المحكمة المختصة هي محكمة مكان تقليد أحد عناصر الملكية الصناعية، أي محكمة مكان تنفيذ فعل التقليد، أو محكمة إقامة أحد المقلدين أو شركائهم، أو محل القبض عليهم.

ثانياً: أن تتوفر في الطالب الصفة والمصلحة:

لابد أن تتوفر في الطالب شرط الصفة والمصلحة كونه هو صاحب العلامة المستفيد من هذا الحق دون غيره، إذ يعد هذا الإجراء أمر اختياريًا يجوز اتخاذه أو

التنازل عنه، فقد يكون الضحية هو مالك العلامة أو الشخص المرخص له باستعمال العلامة.

ثالثا: إثبات تسجيل العلامة:

إلى جانب هذه الشروط هناك شرط إثبات تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية من طرف الطالب، وذلك عن طريق تقديم شهادة التسجيل الممنوحة له من المعهد.

رابعا: دفع الكفالة:

هنا شرط آخر ألا وهو دفع كفالة الذي هو مبلغ مالي يحدده القاضي، وهذا الشرط لا يعد ضروريا إلا أنه يمكن للقاضي المختص أن يشترطه متى تأكد الحجز. قد يري قاضي الأمور المستعجلة أن من شأن إصدار الإجراء التحفظي إلحاقه ضرر كبير بمصلحة من يصدر الإجراء ضده، كالحجز التحفظي مثلا، لذلك ومن أجل الموازنة بين مصلحة من يدعي بوقوع اعتداء على علامته التجارية وبين مصلحة من سيصدر القرار ضده رخص المشرع لقاضي الأمور المستعجلة أن يفرض على طالب الإجراء إيداع كفالة مناسبة يمكن لمن صدر ضده الإجراء أن يرجع إليها في حالة

إلغاء القرار عند التظلم منه بعد ذلك، أو في حال عدم قيام من صدر القرار لصالحه برفع دعوى أصل الحق¹.

ملاحظة هامة:

تنص المادة 35 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه: "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها."

وعليه فبعد دراسة الملف وصدور الأمر باتخاذ الإجراءات التحفظية يجب على المعني وخلال أجل شهر أن يرفع دعوى في الموضوع أمام المحكمة المدنية أو الجزائية التي يوجد في دائرتها موطن المدعى عليه، ليتحول الحجز التحفظي إلى حجز تنفيذي بعد قضاء المحكمة بتثبيت الحجز، ومن ثم القضاء بالتنفيذ العيني بحسب طبيعة الحق المعتدى عليه، ومن ذلك الأمر بإتلاف الشيء المقلد ونسخه، والوسائل المستعملة فيه، أو جعله غير صالحا للاستعمال، وذلك لمنعه من التداول، أو الأمر بتغيير معالم الصور أو النسخ أو المواد كإضافة بيان للاسم التجاري المشابه ويكون تنفيذ أوامر المحكمة على نفقة المحكوم عليه باعتباره المتسبب في الضرر.

¹ _ حمدي غالب الجعير، مرجع سابق، ص 793 .

أما إذا تخلف الطالب عن الإجراء الواجب بعد مرور أكثر من شهر من صدور
أمر بإجراء الوصف أو الحجز فيعتبر هذا الأمر باطلا بقوة القانون ولا يمكن الاحتجاج
به في المستقبل.

الخاتمة:

من خلال دراستنا لجريمة تقليد العلامة التجارية ومحاولة الإحاطة بجميع أركانها نخلص إلى أن المشرع الجزائري أولى أهمية معتبرة لمكافحة هذه الظاهرة وذلك من خلال النصوص القانونية التي تتعلق بالعلامات التجارية نذكر منها الأمر رقم 03/06 الملغي للأمر رقم 57/66 والمتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية ، إضافة إلى اعتماد المشرع في سنة للعقوبات المقررة على جنحة التقليد لقانون العقوبات، و بالرغم من الجهود المبذولة من طرف المشرع الجزائري إلا أننا نلاحظ أن ظاهرة التعدي بالتقليد على العلامات التجارية تبقى منتشرة، وقد يعود السبب في ذلك إلى المناهج المقررة في تطبيق العقوبات وتقرير الغرامات حيث ومن خلال دراستنا لهذا الموضوع توصلنا إلى أهم نتائج والتي نعرضها فيما يلي:

* يهدد التقليد المشاريع الاقتصادية مهما كان حجمها، فالتقليد لا يعترف بالمشروعات الكبرى ولا الصغرى وإنما نشاط مسه التقليد فهو مهدد بالزوال لا محال، نظرا للتأثير السلبي على حياة المشروع الاقتصادي بسبب زوال روح الابتكار والإبداع، بالإضافة إلى تكس المنتوجات وتهديم القدرة الإنتاجية نتيجة تحويل العملاء عن التعامل مع صاحب العلامة الأصلية.

* إن التقليد من شأنه إلحاق أضرار كبيرة بصحة وأمن وسلامة المستهلك، كما أنه بفعل التقليد يتم إفساد حرية الاختيار لدى المستهلك دون أن يشعر بذلك هذا الأخير.

* أن المشرع الجزائري ورغم إلغاءه للأمر 57/66 وتعويضه بالأمر 06/03 إلا أنه لم يوفق إلى حد بعيد في تدارك النقائص التي كانت موجودة في القانون القديم ذلك أن الأمر 06/03 أغفل بعض الإجراءات والأحكام والتي كانت منصوص عليها في القانون القديم.

أن المشرع الجزائري أقر بعض الإجراءات التي تسبق رفع دعوى التقليد و التي من شأنها حماية العلامة التجارية من هذا الفعل في مراحل سابقة لمرحلة اللجوء إلى القضاء و المتمثلة في إجراء الحجز الذي نصت عليه المادة 34 من الأمر 03-06, إضافة إلى الإجراء الجمركي الذي نصت عليه المادة 22 من قانون الجمارك والمتضمنة تشديد الرقابة على السلع المستوردة و الموردة .

تقرير العقوبات من طرف المشرع لم يحدد نوع الاعتداء وإنما أخص العقوبة فقط على كل فعل تقليد عكس ما كان منصوص عليه في القانون القديم حيث نصت المادتين 28 و 29 منه على عقوبات مختلفة لأفعال مختلفة ، كما أنه رفع من قيمة الغرامة المالية، أما فيما يخص التقليد الإلكتروني فإن المشرع الجزائري أشار إليه بصفة عامة في قانون العقوبات و لم يتطرق إليه في قانون العلامات.

من خلال الأمر 06_03 لم يتطرق إلى ظروف التشديد في العقوبة ولا لظروف التخفيف كما لم يتطرق إلى حالة العود في هذه الجنحة و إنما ترك الأمر إلى قانون

العقوبات من خلال المادة 32 من الأمر 06_03. من خلال النتائج المتوصل إليها ارتأينا تقديم بعض التوصيات كما يلي:

يجب على المشرع تدارك النقائص المتعلقة بأفعال الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد و خاصة منها ما يتعلق بالتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية و إدراج نصوص قانونية رادعة لها- . ضرورة توضيح كل الأفعال التي تعد تقليداً وتخصيص نصوص قانونية تنظمها وتقرر لها العقوبة المناسبة، وعدم ترك المسألة عامة تحت عبارة " كل من ارتكب جنحة تقليد وأخيراً نخلص إلى أن مكافحة ظاهرة تقليد العلامة التجارية هي محل حماية ليس فقط من قبل المشرع ولكن هي مسؤولية الجميع بما فيهم المستهلك وكافة المصالح التي من شأنها ردع هذه الأفعال من جمارك ، فرق اقتصادية التابعة لوزارة التجارة... الخ .

* بالرغم من أن القانون يسمح باستعمال العلامة التجارية عن طريق الترخيص إلا أن أغلب الأعوان الاقتصاديين يلجئون إلى الطرق غير المشروعة كالتقليد وهذا تفادياً منهم لدفع أتوات الاستغلال.

* إن التعقيدات الإدارية و طول مدة تسوية الملفات المتعلقة بتسجيل العلامة التجارية على مستوى الهيئة المختصة يعرض المصالح الاقتصادية للعون الاقتصادي صاحب طلب تسجيل العلامة لأضرار كبيرة خاصة أمام المنافسة الشديدة في السوق والتي يزيد فيها احتمال سرقة العلامة وتسجيلها في دولة أخرى.

* إن بقاء الأسواق الموازية أو ما يسمى بالسوق السوداء قائمة بحد ذاتها يعتبر مشكلا اقتصاديا عويصا للدول نظرا لكونه المناخ الأفضل والملائم لطرح وتسويق المنتجات المقلدة التي يصعب معرفة مصدرها أو منشأها.

* حيث أنه ومن خلال الدراسة التي قمنا بها وكذا المراجع المعتمدة في البحث التي تطرقت لموضوع التقليد، فإن غالبية الفقهاء سواء رجال القانون ورجال الاقتصاد يتفقون على أن المستهلك هو المقصود من عملية التقليد كونه الطرف الضعيف في العلاقة التجارية لذا لا بد من حمايته من كل أشكال الاحتيال عليه.

* نقترح من جانبنا في هذا الإطار أن يتم منح لكل عون اقتصادي يملك علامة تجارية مسجلة وضع ترميز أو تشفير لعلامته قصد حمايتها (مثل: code barre ou code scanner QR) مثلما هو متعارف عليه في الدول الكبرى، إذ من خلاله يسهل عملية كشف أي فعل تقليد على منتج ما، وهذا بالتنسيق بين المعهد الوطني للملكية الصناعية وصاحب العلامة التجارية.

* لا يمكن توفير حماية قانونية شاملة ما لم يهيئ لها المناخ المناسب ذلك وأن حماية العلامة مسألة أخلاقية يجب الالتزام بها من طرف الأعوان الاقتصاديين في السوق لضمان التنافس النزيه بين جميع الأطراف المتنافسة.

* إن المساس بالعلامة هي في الحقيقة مساسا بالمصالح المادية والاقتصادية للمستهلك الذي يبقى الطرف الضعيف في العلاقة الاقتصادية، فحرية الاختيار التي يتمتع بها

المستهلك يجب أن تكون محل احترام من قبل العون الاقتصادي ولا يمكن أن يكون عملية التقليد طريقاً سهلاً للوصول إليها. كما أن تضليل المستهلك في اقتناء مختلف المنتجات التي هو بحاجة ماسة لها يجعله مقبلاً على منتجات مقلدة بينما صاحي العلامة الأصلية تجده يعاني من تكديس في الإنتاج وعدم تسويقه نظراً لصرف الزبائن بطريقة احتيالية عنه، فمن دون شك استمرار هذه الوضعية ستدفع بصاحي العلامة الأصلية إلى الإفلاس والانسحاب من السوق.

* لا بد على المشرع الجزائري التدخل في القريب العاجل لأجل تعديل بعض المواد القانونية التي جاء بها الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات نظراً لظهور عدة تصرفات جديدة في السوق لم تكن من قبل وكذا لوجود بعض المواد التي أصبحت عاجزة عن مواكبة التطورات التي تطرأ في السوق.

* على الإدارة المكلفة بتلقي تسجيل طلب إيداع العلامات التجارية الإسراع في البت في الطلبات الموجهة لها، مع ضرورة الاعتماد على التقنيات الحديثة لتفادي تعريض مصالح العون الاقتصادي من جراء الاستعمال غير الشرعي للعلامة التجارية من طرف الغير، خاصة أمام الانفتاح الاقتصادي على السوق العلامة ووجود منافسة أجنبية شديدة.

*تشديد الرقابة على السوق وكذا مناطق العبور الحدودية التي تتخذ كمنفذ لعمليات التهريب، لتفادي دخول البضائع المقلدة والمغشوشة التي تشكل خطرا كبيرا على الاقتصاد الوطني والأعوان المنافسين والمستهلك.

*على هيئات المجتمع المدني خاصة جمعيات حماية المستهلك حث المستهلكين على الاستهلاك الرشيد والتحسيس على تفادي التعامل مع بضاعة يعرف مسبقا أنها مقلدة سواء في الأسواق المعتمدة أو في الأسواق الموازية، خاصة وأن هذا الدور سيعود بالفائدة الكبيرة على المجتمع، فمن جهة يشجع الأعوان الاقتصاديين النزهاء على الاجتهاد أكثر والابتكار ومن جهة أخرى يحارب الأعوان الانتهازيين.

*إن المستهلك الذي يتمتع بثقافة استهلاكية رشيدة بإمكانه التفتن واكتشاف السلعة المقلدة من أول وهلة، خاصة إذا ما كان وفيها لعلامة تجارية معينة، فبمعاينة بسيطة ومباشرة للمنتوج يتبادر إلى ذهنه نوعية المنتج (la qualité du produit) ثم بعده الوعاء الخارجي للمنتوج من تغليف و توضيب (l'emballage)، وكذا السعر الذي عرض به (le prix)، ثم يأتي دور المكان الذي عرض فيه للبيع (le lieu de vente).

*لا يمكن توفير حماية قانونية شاملة ما لم يهيئ لها المناخ المناسب ذلك وأن حماية العلامة مسألة أخلاقية يجب الالتزام بها من طرف الأعوان الاقتصاديين في السوق لضمان التنافس النزيه بين جميع الأطراف المتنافسة.

قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

(1) الكتب:

_ عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام ، الجزء 01، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

_ نورة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، صفحة 103.

_ القيلوبي سميحة، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1976،

_ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية: براءة اختراع-الرسوم الصناعية - النماذج الصناعية-العلامات التجارية-البيانات التجارية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012،

_ عزالدين الدناصوري، عبد الحميد الشواربي، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه و القضاء، الطبعة الخامسة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1996،

_ د/ أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، الطبعة الثانية، الجزائر، 1980،

_ منير محمد الجنيهي- ممدوح محمد الجنيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000،

- _ د/ أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، 2008،
- _ عصام عبد الواحد نعمان، المنافسة غير المشروعة، المركز العربي للخدمات القانونية، اليمن، 2007
- _ د/ عزيز العكيلي، الوجيز في القانون التجاري، الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع و دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2000،
- _ د/ فضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994،
- _ سلام حمزة، الأوامر على العرائض في القانون التجاري، الطبعة الثالثة، دار هومه، الجزائر، 2014
- _ حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2011.
- _ عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012
- _ عباس محمد حسني، الملكية الصناعية والمحل التجاري، الجزء الثاني، دار النهضة العربية، مصر، 1969.

2) الرسائل و المذكرات الجامعية:

أ_ الرسائل الجامعية:

_ كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة 2014-2015،

ب_ المذكرات الجامعية:

_ إلهام زعموم، حماية المحل التجاري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2003-2004،

_ زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة 2011/04/14.

_ بوروية ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007-2008.

_ زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2002-2003.

_ دربال لزهرة، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، تخصص: ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، السنة الجامعية 2015-2016

ج- مذكرة التخرج:

_ عولمي منى، مسؤولية المنتج في ظل تعديل القانون المدني، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، 2003-2006،

(3) المقالات:

_ شيبوب بومدين، العلامات التجارية، مجلة الحجة، العدد 01، نشر ابن خلدون، تلمسان، 2007، صفحة 157.

_ د/ محمد محمود الكمالي، دور العلامات التجارية في حماية المستهلك، بحث مقدم لندوة "حماية المستهلك بين الشريعة والقانون"، كلية الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، يومي 6-7 ديسمبر 1998، صفحة 11.

_ قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، 2012، صفحة 62.

_ بن صالح سارة، جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، العدد 15، 2016،

_ كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة،

_ هامل الهواري، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية و الإدارية- عدد خاص- مكتبة الرشاد للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2005،

4) النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

_ أمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 يتضمن قانون العقوبات، معدل و متمم.

_ قانون رقم 79-07 المعدل والمتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق لـ 22 غشت سنة 1998 والمتضمن قانون الجمارك، ج ر عدد 61، الصادرة سنة 1998.

_ قانون 90-31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 53، الصادرة سنة 1990، الملغى بموجب القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02، الصادر في 2012.

_ أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، الصادر في 2003.

_ قانون رقم 04-02 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06، ج ر عدد ، الصادر في 2010.

_ القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 والمتعلق بالتقييس، ج ر عدد 41، الصادر سنة 2004.

_ قانون رقم 08-09 مؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ج ر عد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008.

_ قانون رقم 08-12 مؤرخ في 21 جمادي الثانية عام 1429 الموافق 25 يونيو سنة 2008، يعدل و يتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 و المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36، الصادرة في 2 يوليو 2008، معدل ومتم بالقانون رقم 10-05، ج ر عدد 46، الصادر في 2010.

ب_ النصوص التنظيمية:

_ مرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21/02/1998 المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للملكية الصناعية، ج ر عدد 11، الصادر في 1998.

_ مرسوم تنفيذي رقم 03-318 مؤرخ في 4 شعبان عام 1424 الموافق 30 سبتمبر سنة 2003، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 6 محرم عام 1410 الموافق 8 غشت سنة 1989 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم وتنظيمه وعمله، ج ر عدد 59، الصادرة في 5 أكتوبر 2003.

_ مرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج ر عدد 80، الصادر سنة 2005.

_ مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 17 شعبان عام 1429 الموافق 19 غشت سنة 2008، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 17 شوال عام

1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 و المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48، الصادرة في 24 غشت 2008.

ج- القرارات الوزارية:

_ قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رجب عام 1427 الموافق 15 غشت سنة 2006، يتضمن تحديد سير الأقسام الإقليمية للتجارة ومفتشيات مراقبة الجودة و قمع الغش عند الحدود، ج ر عدد 07، الصادرة في 28 يناير 2007.

د- القرارات القضائية:

_ قرار رقم 261209 مؤرخ في 2002/02/05، المجلة القضائية، العدد 01، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003، صفحة 265.

_ قرار رقم 286391 مؤرخ في 2002/06/25، المجلة القضائية، العدد 01، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003، صفحة 269.

هـ- الندوات:

_ الغش التجاري في المجتمع الالكتروني، ورقة عمل مقدمة الى الندوة الرابعة لمكافحة الغش التجاري والتقليد في دول مجلس التعاون الخليجي، في الفترة 20-21 سبتمبر عام 2005 بعنوان ظاهرة الغش التجاري والتقليد في ظل التطور التقني والتجارب العالمية المعاصرة، إعداد مركز البحوث والدراسات، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض

Livres :

_YVES Saint-Gal, Protection et valorisation des marques de fabrique de commerces ou de service, édition J. Delmas et Cie, Paris, 1972,

_ Yves Guyon, Droit des affaires, tome1, Economica, 8^{ème} édition, Paris, 1994.

_Gaston Stefanie, Levasseur Georges, Droit pénal général et procédure pénal, tome 1, édition Dalloz, Paris, 1973,

Articles :

_ DENNOUNI Hadjira, contrat de consommation, information et qualité de produit en droit Algérien, symposium international sur :qualité et maintenance au service, Qualima 01, Tlemcen, 2004,

_Serra Yves, Commerce interdite –concurrence déloyale et parasitisme : panorama 2004-2005, recueil Dalloz, n° 35, 2005.

الفهرس

- 01.....مقدمة
- 05.....الفصل الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري
- المبحث الأول: الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية في القانون
الجزائري.....06
- المطلب الأول: أفعال تقليد العلامة التجارية في القانون
الجزائري.....06
- الفرع الأول: التقليد بواسطة النسخ والتقليد بواسطة التشبيه.....07
- أولاً: التقليد بواسطة النسخ (La Copie):07
- ثانياً: التقليد بواسطة التشبيه (La Ressemblance).....09
- الفرع الثاني: التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة10
- الفرع الثالث: بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع.....11
- المطلب الثاني: صور التقليد في القانون الجزائري13
- الفرع الأول: التقليد بالزيادة أو النقصان أو استبدال في الحروف.....14
- الفرع الثاني: التقليد عن طريق الممارسات التدليسية.....15
- أولاً: التقليد بمخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية.....15
- ثانياً: التقليد بحيازة مواد مخالفة للمادة 25 من القانون 04-02.....16

- 17.....ثالثا: التقليد بممارسة أعمال المنافسة غير المشروعة.....
- 20.....الفرع الثالث: التقليد عبر مواقع الانترنت.....
- 23.....المبحث الثاني: الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية.....
- 24.....المطلب الأول: الركن المعنوي لجريمتي النسخ والتشبيه.....
- 24.....الفرع الأول: القصد الجنائي في التقليد بالنسخ.....
- 25.....الفرع الثاني: القصد الجنائي في التقليد بالتشبيه.....
- المطلب الثاني: الركن المعنوي في جريمتي استعمال علامة مقلدة وبيع علامة مقلدة
27.....أو عرضها للبيع
- 27.....الفرع الأول : القصد الجنائي في جريمة استعمال علامة مقلدة.....
- 30.....الفرع الثاني: القصد الجنائي في جريمة بيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع.....
- الفصل الثاني: وسائل حماية المستهلك من جريمة التقليد في القانون
الجزائري.....32.....
- المبحث الأول: آليات حماية المستهلك من جريمة التقليد في القانون
الجزائري.....34.....
- المطلب الأول: الآليات الوقائية لحماية المستهلك في القانون الجزائري.....34.....
- 35.....الفرع الأول: عن إلزامية إعلام المستهلك.....
- 35.....أولا: الالتزام بإعلام المستهلك.....
- 39.....ثانيا: دور الوسم في إعلام المستهلك.....

- 41.....الفرع الثاني: فرض عملية الرقابة في السوق
- 45.....الفرع الثالث: دور المجتمع المدني في حماية المستهلك
- 48.....المطلب الثاني: الآليات الردعية لحماية المستهلك في القانون الجزائري
- 49.....الفرع الأول: تجريم أفعال تقليد العلامات في القانون الجزائري
- 49.....أولاً: في ظل نصوص قانون العقوبات
- 51.....ثانياً: في ظل القانون المتعلق بالعلامات
- 54.....ثالثاً: في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش
- 56.....رابعاً: في ظل قانون الجمارك
- 58.....خامساً: في ظل القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية
- 60.....الفرع الثاني: الدعاوي المقررة في إطار محاربة جريمة التقليد
- 60.....أولاً: تفعيل الدعوى المدنية للمستهلك
- 62.....ثانياً: تفعيل دعوى المنافسة غير المشروعة لفائدة المستهلك
- 66.....ثالثاً: تفعيل الدعوى العمومية بسبب جريمة التقليد
- 71.....المبحث الثاني: العقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامات
- 72.....المطلب الأول: العقوبات الأصلية والتكميلية المقررة لجريمة التقليد
- 72.....الفرع الأول: العقوبات الأصلية لجريمة التقليد
- 73.....أولاً: عقوبة الحبس

75.....	ثانيا: عقوبة الغرامة.....
77.....	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية لجريمة التقليد.....
77.....	أولاً الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.....
78.....	ثانيا: مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة.....
79.....	ثالثا: إتلاف الأشياء محل المخالفة.....
80.....	المطلب الثاني : الإجراءات التحفظية وشروطها.....
80.....	الفرع الأول: المقصود بالإجراءات التحفظية.....
81.....	أولاً: إجراء الوصف المفصل.....
82.....	ثانيا: إجراء الحجز.....
83.....	الفرع الثاني: شروط الإجراءات التحفظية.....
84.....	أولاً: أن يتم تقديم الطلب أمام رئيس المحكمة.....
84.....	ثانيا: أن تتوفر في الطالب الصفة والمصلحة.....
85.....	ثالثا: إثبات تسجيل العلامة.....
85.....	رابعا: دفع الكفالة.....
86.....	ملاحظة هامة.....
88.....	الخاتمة.....
94.....	قائمة المراجع.....
102.....	الفهرس.....

ملخص:

إن البحث عن وضع حماية واسعة وشاملة للمستهلك في إطار اقتصاد السوق يقتضي وضع أسس قانونية تحمي هذا المستهلك في إطار اقتتائه لأي منتج، ولما كان هذا الأخير يحمل علامة معينة فكان لزاما البحث عن هذه القواعد القانونية التي تمنع وقوع أي مساس على هذه العلامات وحماية صاحبها في نفس الوقت.

إن فرض شروط والتزامات على أي متدخل في السوق في إطار وضع المنتج للاستهلاك له أهمية كبرى لأجل الوصول إلى حماية شاملة، ومن هنا تبدأ أهمية العلامة الأصلية في محاربة كل أشكال التعدي عليها بأفعال التقليد لتقاضي المساس بحقوق المستهلك من جهة، ومن جهة أخرى لتقاضي المساس بحق صاحب العلامة الأصلية.

الكلمات الدالة: العلامات، المستهلك، المنافسة الغير المشروعة، جريمة التقليد، الدعوى الجزائية، الدعوى المدنية، العقوبات.

La recherche d'une protection globale et complète du consommateur dans le cadre du marché libre nécessite des règles de base qui protège le consommateur, toute fois la mise à la consommation des produits est d'une grande importance pour parvenir à une protection complète, et c'est à partir de là que commence l'importance de la marque originale dans la lutte contre toutes les formes d'atteinte à celle-ci, par des actes d'imitation afin d'éviter de compromettre les droits du consommateur d'une part, et d'autre part d'éviter de violer le droit du titulaire de la marque originale.