



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 01
كلية الحقوق
قسم القانون العام



الحماية الجزائرية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)

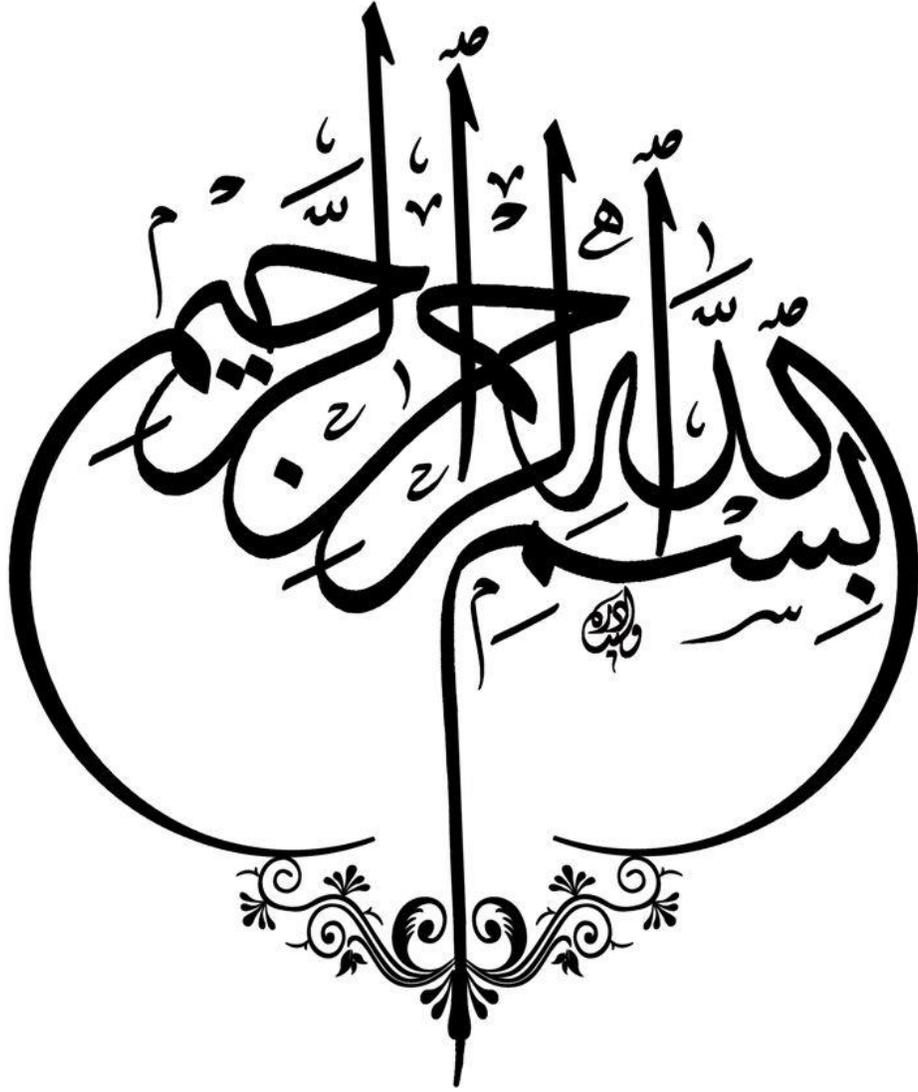
أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون
فرع قانون العقوبات والعلوم الجنائية

إشراف الأستاذ الدكتور:
طاشور عبد الحفيظ

إعداد الطالبة:
دكدوك هودة

| اللقب والاسم | الصفة | الرتبة العلمية | الجامعة الأممية |
|-----------------------|--------------|----------------------|-----------------------------|
| أ.د. مالكي محمد لخضر | رئيسا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الاخوة منتوري قسنطينة |
| أ.د. طاشور عبد الحفيظ | مشرفا ومقررا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الاخوة منتوري قسنطينة |
| أ.د. زواش ربيعة | عضوا ممتحنا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الاخوة منتوري قسنطينة |
| أ.د. شرون حسينة | عضوا ممتحنا | أستاذ التعليم العالي | جامعة محمد خيضر بسكرة |
| د. مباركي دليلة | عضوا ممتحنا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الحاج لخضر باتنة |
| د. لنكار محمود | عضوا ممتحنا | أستاذ محاضر (أ) | جامعة 20 أوت سكيكدة |

السنة الجامعية: 2018/2019



﴿ وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴾⁽¹⁾

﴿ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي، وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي، وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ
لِسَانِي، يَفْقَهُوا قَوْلِي ﴾⁽²⁾

﴿ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ
خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴾⁽³⁾

⁽¹⁾ سورة البقرة، الآية، 188.

⁽²⁾ الآيات 25، 26، 27، 28 من سورة طه.

⁽³⁾ الآية 35 من سورة الاسراء.

تشكرات

أشكر الله وأحمده على توفيقه لي في إنجاز هذه الرسالة،

ثم أتقدم بالشكر العميق والثناء الجزيل للأستاذ الدكتور: **طاشور عبد الحفيظ**

على تفضله بالإشراف على هذا العمل، وتضحيته بثمانين وقته وتحفيزه المستمر لي، وعلى توجيهاته ونصائحه القيمة والبناءة التي قدمها لي، داعية الله أن يحفظه ويبلغه آماله ويرفع درجاته ويؤمن كتابه ويجازيه عني خير الجزاء.

كما أتقدم بالشكر إلى كل أعضاء لجنة المناقشة على تحملهم عناء قراءة هذه الأطروحة وتصويبها.

كما أقدم خالص شكري وجميل عرفاني وامتناني لكل من ساهم في إنجاز هذا البحث من قريب أو بعيد، بالقليل أو الكثير.

إهداء

إلى اللذين قال الله في شأنهما
﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا﴾¹

إلى زوجي وأبنائي وإخوتي وأخواتي
إلى كل من غرفت من ينابيعهم العلم والمعرفة، أساتذتي
إلى كل من يسعى لطلب العلم، زميلاتي وزملائي

¹ - سورة الإسراء الآية: 23.

قائمة المختصرات

أولا/ باللغة العربية

| المختصر | معناه من منظور هذا البحث |
|-------------|---|
| ق.إ.م.إ | قانون الإجراءات المدنية والإدارية |
| ق.إ.ج | قانون الإجراءات الجزائية |
| ق.ع | قانون العقوبات |
| ق.ت.ج | القانون التجاري الجزائري |
| ق.م.ج | القانون المدني الجزائري |
| م.ج.د | المحكمة الجنائية الدولية |
| ق | قانون |
| ص | صفحة |
| ط | الطبعة |
| د.د.ن | دون دار نشر |
| د.س.ن | دون سنة نشر |
| د.م.ن | دون مكان نشر |
| ج.ر.ج.ج.د.ش | الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية |

ثانيا / باللغة الأجنبية:

| | |
|---------------------|---|
| E.C.H.R | European Convention on Human Rights |
| L.G.D.J | Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence |
| R.D.P | Revue de Droit Public. |
| Op.cit | Ouvrage Précédemment cité |
| Idem | de même |
| Ibid | au même endroit |
| p. (p-p) | page (s) |
| Numéro | N |
| Ann. prop. ind | Annales de la propriété industrielle |
| art. ; arts | article (s) |
| C. civ. fr | Code civil français |
| C. fr. prop. intell | Code français de la propriété intellectuelle |
| C.J.C.E | Cour de Justice des communautés européennes |
| r.d | Recueil Dalloz |
| éd | Edition |
| Gaz. Pal | Gazette du Palais |

| | |
|------------------------|---|
| I.N.A.P.I | Institut national algérien de la propriété Industrielle |
| I.N.P.I | Institut (français) national de la propriété industrielle |
| I.R.P.I | Institut de recherche en propriété intellectuelle |
| J.O.R.F | Journal officiel de la République française |
| n°, (n ^{os}) | numéro (s) |
| O.M.P.I | Organisation mondiale de la propriété intellectuelle |
| O.P.U | Office des publications universitaires |
| PIBD | Propriété industrielle- Bulletin de documentation |
| préc | précité (e, s, es) |
| Propr. intell | Propriété intellectuelle |
| Puf | Presses universitaires de France |
| RDPI | Revue du droit de la propriété intellectuelle |
| RIPIA | Revue internationale de la propriété industrielle et artistique |
| R.T.D.com | Revue trimestrielle de droit commercial |
| T | Tome |
| Trib. civ | Tribunal civil |
| V. ; v | Voir |
| T.G.I | Tribunal de grande instance |

مقدمة

مقدمة

يعيش العالم ثورة تكنولوجية وصناعية هائلة، قرّبت البعيد ويسّرت العسير، وعالجت العديد من الأمراض، وحلّت العديد من المشاكل والصعوبات، وحملت الكثير من المنافع والمكاسب لفائدة البشرية والحياة العامة.

وتعد العلامة التجارية من أهم مفرزات هذه الثورة باعتبارها أداةً ووسيلةً منافسة تكفل التمييز بين بضائع التجار خاصة في ظل التطورات الاقتصادية التي يشهدها العالم المعاصر، وتقدّم الاتصالات والمواصلات التي تكفل نقل البضائع وبياناتها وعلاماتها وتداولها بسرعة هائلة.¹ وترجع فكرة العلامة كميز للمنتجات إلى عصر الرومان للحيلولة دون سرقتها.²

أما في القرون الوسطى وفي ظل نظام الطوائف استخدمت العلامات الصناعية بصفة إلزامية لتمييز منتجات كل طائفة عن الأخرى.³ في حين أنّ الاهتمام الدولي بالعلامات بعيد

¹ - أنظر في ذلك:

PEROT- MOREL (M.A), *L'extension de la protection des Marques notoires*, *Revue trimestrielle de droit commercial*, 1966, p 11.

2- أنظر: السنهوري (أحمد عبد الرزاق)، *الوسيط في شرح القانون المدني*، الجزء الثامن، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، 1973، ص 405.

- العطيّات (مصطفى موسى)، *الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية (حماية العلامة التجارية الإلكترونية)*، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص 114.

3- أنظر: الصغير (حسام الدين)، *مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية*، محاضرة ملقاءة في ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، التي نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، والمعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا)، بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، برعاية وزارة الصناعة والتجارة والمواصلات، المنظم بالدار البيضاء، المغرب، يومي: 7 و8 ديسمبر 2004، ص 2. أنظر كذلك:

PILLET (A), *les Grandes Marques*, collection «Que sais-je?», Presses Universitaires de France, Paris, 1968, p 06.

نسيبياً. إذ تعتبر اتفاقية باريس المبرمة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية أول من وضع مبدأ حماية العلامة المشهورة إثر مؤتمر لاهاي سنة 1925¹. إلا أنه وقبل هذا التاريخ كانت هناك عدّة مبادرات في هذا الاتجاه².

إن المتأمل في الواقع المعيش يلاحظ أنه إذا غابت الضوابط والأخلاقيات المهنية، أو إذا لم تطبق القوانين بصرامة، فإن سوء استعمال مخرجات التكنولوجيا ومكاسبها يحولها من وسيلة نفع إلى عامل هدم تضر بمصالح البشر المادية والمعنوية. من هذا المنطلق اكتشف العالم في الآونة الأخيرة وبشكل ملفت للنظر ظاهرة "تقليد العلامات التجارية" التي مسّت معظم دول العالم - بما فيها الجزائر - خاصة في ظل الانفتاح الاقتصادي وتحرير التجارة، الشيء الذي يجعل إمكانية الاعتداء على العلامات التجارية لتحقيق مردود اقتصادي للمعتدين - خاصة أن الكثير من العلامات التجارية تجاوزت حدود شهرتها بلدها الأصلي لتصبح في متناول متمرسي الغش للانتفاع بها-، وجعلها فريسة سهلة للمتطفلين والمتطفلين لاستغلال قيمتها الاقتصادية دون وجه حق، لذلك فمن المنطقي ومن العدل تنظيم حماية خاصة للعلامة تبعا لشهرتها ولقدرتها المميزة.

تلعب العلامة التجارية دورا كبيرا في تحقيق العدالة بين المشتغلين في قطاع التجارة والصناعة والخدمات لنيل ثقة جمهور المستهلكين، من خلال الحرص على تحسين المنتجات والبضائع أو الخدمات والحفاظ على صورتها، من أجل كسب الشهرة المأمولة، وإنجاح

1- ففي مؤتمر واشنطن سنة 1911 مثلا، اقترحت فرنسا أن يتم إضافة حكم يمكن بموجبه لمستعمل العلامة الأول استعمالها حتى وإن تمّ تسجيلها من طرف الغير في بلد آخر لحساب هذا الأخير، غير أنّ هذا الحكم لم يحصل على الإجماع.

2- أنظر:

ANTONIAZZI (F), **la convention d'union de Paris et la loi fédéral sur la protection des marques de fabrique et de commerce**, thèse de licence et de doctorat, faculté de droit, université de Lausanne, imprimerie réunies S.A Lausanne, 1966, p 141.

المشاريع الاقتصادية.¹ فهي تعد همزة وصل ما بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة، وغالبا ما تكون الوسيلة الوحيدة لبناء الثقة الدائمة في بضائع المنتج.

كما أن العلامة التجارية وسيلة المشاريع الاقتصادية في مجال المنافسة مع غيرها من المشروعات على الصعيد الدولي والمحلي على حد سواء. إذ تهدف إلى جذب العملاء وجمهور المستهلكين. فهي تؤدي وظيفة مزدوجة، إذ تخدم مصلحة التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة باعتبارها وسيلة هؤلاء لتمييز سلعهم أو بضائعهم أو خدماتهم عن غيرها من السلع أو البضائع أو الخدمات المماثلة أو المشابهة، وإبراز درجة جودتها.

فكثيرا ما تستمد العلامة التجارية قوتها من جودة المنتجات التي ترمز إليها، وتعبّر عن صفات المنتجات أو البضائع التي تميّزها سواء من حيث النوع أو المرتبة أو الضمان أو طريقة التحضير²، فتصل تلك المنتجات والبضائع عن طريق تلك العلامة التجارية إلى جمهور المستهلكين.

وتخدم العلامة التجارية من جهة أخرى جمهور المستهلكين، إذ أنها وسيلتهم للتعرف على السلع أو البضائع أو الخدمات التي يفضلونها وتلقى عندهم قبولا أكثر من غيرها، لذا تعتبر العلامة وسيلة هامة من وسائل المنافسة المشروعة³، من خلال ممارستها للوظيفة التسويقية⁴.

1- أنظر: سويدات (عماد الدين محمود)، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد، الأردن، 2012، ص19، 20.

2 - أنظر: زين الدين (صلاح)، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص258.

- الصغير (حسام الدين)، المرجع السابق، ص 2.

3- أنظر: زين الدين (صلاح)، الملكية الصناعية والتجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 258.

4- أنظر: الصغير (حسام الدين)، المرجع السابق، ص 2.

وللعامة التجارية أهمية اقتصادية وقيمة تجارية عالية¹، فهي ليست مجرد تسمية تطلق

على الشيء²، بل تمنح لمالكها قوةً وتميُّزًا. فقدرتها هائلة في الإقناع، خاصة في ظل المنافسة الشديدة التي تجعل المستهلك يقارن المنتجات الموجودة بموضوعية³. بمعنى دون أن يتأثر بمختلف الشارات المتنافسة، لكنّه يميل إلى اقتناء العلامة المشهورة لكونها توحى بالثقة نظرا لجودتها الرفيعة والتميّزة، حتى وإن كانت مرتفعة السعر مقارنة بغيرها. فهي بذلك رمز يدل على مصدر المنتجات أو السلع أو الخدمات، مما يسهّل المعاملات التجارية بين أطرافها بتمييزهم عن بعض، وطمأنة المستهلك بأن ما بين يديه هو فعلا المنتج أو البضاعة التي يطمح للحصول عليها.⁴

وتلعب العلامة التجارية دورا كبيرا وهاما جدا في حماية المستهلك من مختلف صور الغش والاحتيال، بتحديد المسؤوليات القانونية على المنتجين والمصنعين في حال قيامهم بتظليل الجمهور واستعمال ضروب الاحتيال والغش لترويج البضائع بإخفاء عيوبها وإظهارها

1- قال كارلتون كوالتييس (نائب رئيس شركة كوكاكولا): " في حال خسرت شركة كوكاكولا كل أصولها بين ليلة وضحاها، فسيكون بإمكان الشخص الذي يملك اسم كوكاكولا أن يستيقظ في صباح اليوم التالي، ويذهب إلى أقرب مصرف، للحصول على قرض يبدأ بفضل من جديد ببناء كل ما تهدم". أنظر: الطراونة (سامر)، **إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في إطار اتفاقية جوانب التجارة المتصلة بحقوق الملكية الفكرية (TRIPS)**، المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ص 01.

2- أنظر:

LADAS (S.P), **Transformation d'une marque de fabrique en nom générique, Propriété industrielle**, études générales, s.m.d, paris, 1965, p 54.

3- أنظر: العطيات (مصطفى موسى)، المرجع السابق، ص 121، 122.

4- أنظر: الكسواني (عامر)، **الملكية الفكرية**، دار الحبيب، الأردن، 1998، ص. 136،

- سوفالو (أمال)، **حماية العلامة التجارية المشهورة بين التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية**، مذكرة لنيل

شهادة الماجستير في الحقوق والعلوم الإدارية، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، بن عكنون،

الجزائر، 2005/2004، ص ص 27-30.

على غير حقيقتها.¹ خاصة مع ازدياد عمليات تزوير العلامات بسرعة كبيرة وقدرة المزورين ولصوص العلامات على الاستجابة لرغبات جمهور المستهلكين بترويج البضائع المزيفة من خلال إقامة شبكات إنتاج وتوزيع دولية لتلك البضائع.²

وقد تخطت ظاهرة الاتجار في السلع التي تحمل علامات تجارية مزورة الحدود الجغرافية للدول وأحدثت آثاراً سلبية على التجارة الدولية وأعادت ازدهارها. وكانت أكثر الدول استياءً من تفاقم هذه الظاهرة هي الولايات المتحدة الأمريكية. إذ قدرت الخسائر التي تكبدتها الصناعة والتجارة الأمريكية في سنة 1996 بسبب المنتجات المزيفة بـ 200 بليون دولار أمريكي في مقابل 5.5 بليون دولار سنة 1982.³

وقد بلغ حجم عمليات التقليد والقرصنة عالمياً ما يمثل نسبة 5 إلى 10 % من حجم التداول التجاري العالمي أي نحو 780 - 800 مليار دولار سنوياً، في حين يبلغ حجم التقليد والقرصنة في دولة الكويت من 80 مليون إلى مليار دولار سنوياً وفي الدول العربية من 50 إلى 70 مليار دولار سنوياً.⁴

فالمستهلك هو المتأثر الأول بظاهرة الغش والتقليد، لكونه من يشتري السلع المغشوشة ويستعملها، وهو الذي يتحمل تبعات ذلك الغش، وتتمثل في التأثير على الصحة، وغيرها من

1- أنظر: السويدات (عماد الدين محمود)، المرجع السابق، ص21.

2- أنظر: عبيدات (رضوان)، تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص، مجلة الدراسات، (الجامعة الأردنية)، المجلد 26، علوم الشريعة والقانون، 1999، ص726.

3- أنظر: النون (براك ناصر)، تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها، ورقة عمل عن الإتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، متاح على الموقع التالي:

www.moci.gov.kw/uploads/Dr.Barrak%20Alnon.doc. (23/6/2017). p 20.

4- في عام 2009، أدت جرائم القرصنة والتقليد في المملكة المتحدة إلى خسارة حوالي 3 مليار جنيه إسترليني ضريبة على القيمة المضافة.

الآثار السلبية على السلامة والأمان للمستهلك والمنتج، وضياع الوقت وهدره في المطالبة بحقوقه في الشكوى أو استرداد أمواله أو الحصول على بديل من البضائع، وخصوصاً إذا لم يكن هناك ضمان أو اختفاء البائع.

كما تمتد آثارها إلى الصحة العامة والبيئة، فاستخدام السلع المغشوشة يسمح بانتشار الأمراض المعدية، وهذا يشكل خطراً على الصحة العامة، كما أن استعمال السلع المغشوشة أو المقلدة يلحق ضرراً بالغاً بالبيئة نظراً إلى عدم وفاء المنتج بالمواصفات والمعايير المتعلقة بالبيئة¹.

بالإضافة إلى ما تقدم فمن المعلوم أن تصنيع وتجارة السلع المزيفة تحقق أرباحاً طائلة للمعتدين، كثيراً ما تستخدم في تمويل أنشطة إجرامية منظمة تمارسها عصابات على المستوى الدولي. وبالمقابل تؤدي جرائم القرصنة والتقليد إلى حرمان أصحاب الحقوق من مكافآتهم المالية، لأن القرصنة والمقلدون لا يدفعون لهؤلاء. كما تقود هذه الجرائم إلى تراجع الإنتاج في هذه المجالات، لأنه لا أحد يرغب بأن يستثمر في مشاريع خاسرة لا تحقق أية ربحية².

1- كما تؤثر كذلك على الإنفاق الاستهلاكي لأنها لا تفي بالغرض الذي يطلبه المستهلكون ولا تلبى احتياجاتهم ولا تحقق لهم الرضا التام، لذلك فإن المستهلك مضطر لشراء سلعة أخرى، وربما أكثر لتحقيق الغرض المطلوب، وهذا يؤدي إلى إضاعة الدخل وتبديده على سلع عدة لتحقيق غرض واحد، في حين أنه بهذه الطريقة سيضطر إلى التغيير نتيجة إقدامه على شراء سلعة رديئة ورخيصة الثمن. ولذلك فإن المستهلك في النهاية يتكبد الخسارة جراء شراء السلع المغشوشة أو المقلدة ويزيد إنفاقه لإشباعه حاجاته ويبدد دخله من جراء ذلك، أنظر: المهدي (علي فاضل عبد الله)، دور الجهات الحكومية ذات العلاقة بمكافحة الغش والتقليد، ورقة عمل مقدمة في ندوة العلامة التجارية التي نظمتها وزارة الاقتصاد بالتعاون مع معهد التدريب والدراسات القضائية في أبوظبي في شهر ديسمبر 2010، متاح على الموقع التالي:

[http://www.alkhaleej.ae/economics/page/7a14bc6c-9ef1-4e22-b30f-8e8c6f5532f3.\(13/5/2017\)](http://www.alkhaleej.ae/economics/page/7a14bc6c-9ef1-4e22-b30f-8e8c6f5532f3.(13/5/2017)), p 03.

2- أنظر: النون (براك ناصر)، المرجع السابق، ص. 21.

وغني عن البيان فإن تزوير العلامات التجارية وتقليدها يعرقل أداء العلامة لوظائفها، ويلحق ضرراً جسيماً بالمجتمع. إذ لا يقتصر الضرر الناتج عن التزوير والتقليد على الصناعة والتجارة، بل يمتد إلى المستهلك الذي يقع ضحية الغش والخداع، وخاصة بعد أن اتسعت دائرة الاتجار في السلع التي تحمل علامات تجارية مزورة. والتي شملت كل أنواع المنتجات والبضائع من ملابس ونظارات وساعات وقطع غيار سيارات وآلات صناعية وأجهزة كهربائية. كما امتدت تجارة البضائع المزيفة إلى سلع يؤدي تقليدها إلى المساس بصحة الإنسان وتعريض حياته للخطر مثل المنتجات الغذائية والأدوية والأجهزة الطبية وفرامل السيارات وقطع غيار الطائرات¹.

وإن كانت أهمية هذا الموضوع تشكل دافعا لاختيار هذا الموضوع فإن هناك حوافز أخرى لاختياره، فقد أضحت ظاهرة تقليد وتزييف العلامات التجارية تقلق وترجع ليس أصحاب هذه العلامات فقط، بل الدول والمنظمات الدولية في العالم أيضاً². خاصة أن التقليد لم يتوقف عند السلع العادية من ألبسة و عطور وأحذية وآلات بل تعداه إلى مجالات أخرى كما أسلفنا أعلاه، ووصل حتى إلى مجال الأدوية. وهو ما أضى مسألة خطيرة جدا جعلت من قضية حماية العلامات التجارية ضرورة لا بد منها يتقاسمها الجميع على المستويين الداخلي والإقليمي والدولي.

مع ما حضى به هذا الموضوع من اهتمام - على محدوديته -، إلا أن دراستنا له يمكن اعتبارها - من وجهة نظرنا - رائدة على اعتبار أنها تتبنى بعض آليات وتقنيات المنهج المقارن للوقوف على ما وصلت إليه بعض التشريعات وقياس مستوى الحماية الجزائية المقررة على المستوى الداخلي. مقارنة مع ما تقتضيه الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر وأدمجتها ضمن منظومتها القانونية التي تسمو عليها تلك المعاهدات والاتفاقيات.

1- أنظر: الآثار السلبية لظاهرة الاتجار في السلع التي تحمل علامات تجارية مزورة:

Goldstone & TOREN, *The Criminalization on Trademark Counterfeiting*, 31 Connecticut Law Review, 1998, p11.

2- بلغت قيمة التجارة بالسلع المقلدة تشكل تقريبا ما نسبته 5 % من تجارة العالم. سوفالو (أمال)، المرجع السابق، ص 07.

فرغم وجود بعض العناوين ذات الصلة بهذا الموضوع، إلا أنّ الكثير منها لا تتوفّر فيها النظرة الأكاديمية وأساليب البحث العلمي¹. ومنها ما تركّز حول دراسة الحماية المدنية للعلامة التجارية، أو كلاهما معاً²، على غرار كتاب القاضي السويديات (عماد الدين محمود) بعنوان: الحماية المدنية للعلامة التجارية، وكتاب سلامة (نعيم جميل صالح) بعنوان: المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، وكذلك كتاب حمادي (زوبير) بعنوان: الحماية القانونية للعلامات التجارية.

كما أنّ العديد منها تعلقّ بالملكية الصناعية³، ككتاب محمددين (جلال وفاء) بعنوان: الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، وكتاب البياتي (صدام سعد الله محمد) بعنوان: النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية.

كما أنّ بعض الدراسات ذات الصلة بهذا الموضوع لم تركّز على دراسته من وجهة نظر الحماية الجزائية بل أخلطته ضمن نطاق الحماية الدولية والعنوان الإلكتروني⁴، على غرار كتاب عبد الصادق (محمد مصطفى) بعنوان: الحماية القانونية للعلامات التجارية

1- على غرار كتاب المستشار الضاوي (صالح)، الملكية الفكرية الإمتاع في الإبداع والإبحار في الابتكار، تونس، د.دن، د.س.ن. وكذا كتاب القاضي أنطوان الناشف (أنطوان)، بعنوان الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، صادر عن منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1999. وكتاب القاضية هبة المومني (هبة)، بعنوان حماية الرسوم والنماذج الصناعية (دراسة مقارنة)، صادر عن دار الحامد، الأردن، 2016.

2- كذلك كتاب الضمور (رناد سالم) بعنوان: الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة (دراسة مقارنة)، مكتبة القانون والاقتصاد، السعودية، 2013.

3- وكذلك كتاب الخولي (سائد أحمد) بعنوان: الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، صادر عن دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012، وكتاب معلال (فؤاد) بعنوان: الملكية الصناعية والتجارية، منشورات مركز قانون الالتزامات والعقود، المغرب، د.س.ن.

4- وكذلك كتاب غنام (شريف محمد) بعنوان: حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، صادر عن دار الجامعة الجديدة، مصر، سنة 2007، وكتاب محمد (محمد نصر) بعنوان: الحماية الدولية والجنائية من المنافسة التجارية غير المشروعة والاحتكار، صادر عن مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2015.

إقليميا ودوليا، وكتاب زين الدين (صلاح) - المرجع السابق-، وكتاب العطيات (مصطفى موسى)، المستند عليه كمرجع في بحثنا. لذلك فإن الأجزاء الواردة في هذه الدراسات - والمتعلقة بموضوع بحثنا- تحتاج إلى تنمّة، لاختلاف نظرة معالجة الموضوع وأهدافه وطرق دراسته.

أمّا بالنسبة للكتب الأجنبية فأغلبها - في حدود ما استطعنا الحصول عليه - يتعلّق بالحماية بوجه عام (مدنية جزائية ودولية)، وما تضمنته بخصوص عنوان هذه الأطروحة لا يغدو - مع ما له من أهمية - إلا أن يكون عبارة عن جزئيات تحتاج إلى إثراء وتنمّة وإعادة توظيفها في حدود ما يخدم موضوعنا الأكثر عمقا وشمولا، وهو ما يجعل هذا الموضوع جديرا بالبحث والدراسة.

انطلاقا من حدود الدراسة الموضحة أعلاه وتفاديا لاستهلال المذكرة بفصل تمهيدي للجوانب النظرية المفاهيمية - أمام كل ما حضيت به تلك المفاهيم من دراسات- وحتى لا نقع في مناط التكرار واجترار ما قيل في البحوث السابقة بخصوص الإطار النظري للعلامة التجارية (المفهوم، الأهمية، الخصائص،،،) من جهة، وأمام ضرورة الوقوف على بعض المفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة ونحن بصدد الإجابة على الإشكالية المطروحة من جهة أخرى، ارتأينا أن نبرز بعض المفاهيم الأساسية والمفتاحية التالية:

ففيما يخص تعريف العلامة التجارية فهناك من عرّفها بأنها: "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها، لتمييزها عن غيرها من السلع المماثلة، ولتمكين المستهلك من التعرّف على حقيقة مصدرها أينما وجدت"¹.

1- أنظر: القليوبي (سميحة)، الملكية الصناعية، دار النهضة، مصر، 1996، ص283.

- الناهي (صلاح الدين)، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، الأردن، 1983، ص233.

وعرفها الأستاذ البريت شارين: "العلامة هي إشارة محسوسة توضع على المنتج أو ترافقه من أجل تمييزه عن المنتجات المشابهة للمنافسين"¹.

ومن جهته عرّفها المشرع الجزائري من خلال الفقرة الأولى من المادة الثانية من الأمر: 06/03² بأنها كل رمز يمنح للسلعة أو المنتج أو الخدمة لتمييزها عن غيرها إذ تنص على ما يلي: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما 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"³.

أما المشرع الفرنسي في المادة: 711 من قانون الملكية الفكرية فقد أعطى تعريفاً أوسع إذ جاء فيها:

"la marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de présentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale."⁴

1- أنظر: الجهيني (منير محمد)، العلامات والأسماء التجارية، الجزء الأول، دار الكتاب الجامعية، لبنان، 2004، ص 204.

- العطيّات (مصطفى موسى)، المرجع السابق، ص 115.

2- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في: 2003/07/19 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 44، المؤرخة في: 23 جويلية 2003.

3- أما المشرع المغربي فقد عرفها في المادة: 133 من القانون: 17/97 بكونها: "يراد في هذا القانون بعلامة الصنع أو التجارة أو الخدمات كل شارة قابلة للتصميم الخطي تمكّن من تمييز منتجات وخدمات شخص طبيعي أو معنوي". أنظر: البوعمرى (بوشعيب)، العلامة التجارية على ضوء القانون والاجتهاد القضائي، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، عدد خاص "التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، 2012، ص 68.

4- أنظر:

وتجدر الإشارة إلى أن هناك فرقا بين العلامة التجارية والماركة التجارية، إذ أن لكل منهما مفهوماً مختلفاً،

فالعلامة التجارية mark trade، بمثابة مصطلح قانوني تتحصر وظائفه في معرفة مصدر المنتجات والتمييز بينها وضمان جودتها. وهي من الممتلكات التي تخضع لجميع التصرفات القانونية كالبيع والتنازل والرهن والترخيص.

أما الماركة brand فهي أشمل وأعم من مفهوم العلامة التجارية. وهي تعني باللغة العربية (سمات المنتج). وارتبطت نشأة استخدام هذه الكلمة كمرادف لعلامة دالة على ملكية شيء، بالعادة القديمة لأصحاب قطعان الماشية والحيوانات على اختلاف أنواعها من خيول، وأغنام، وأبقار وغيرها، بوسم كل وحدة من القطيع. أي كيهها بقطعة من الحديد المحمي تسمى الميسم (iron branding).

وكمثال توضيحي نقول أن العلامة التجارية في السيارة الألمانية (بي. إم. دبليو) هي تلك الحروف الشهيرة (BMW). أما الماركة فهي السيارة نفسها وما تحتويه من عناصر مادية من تقنية، وقوة، وعراقة وعناصر معنوية وأهمها الرفاهية.

وفي العصر الحديث، ومع التطور المذهل في علم وفن التسويق، زاد الاهتمام بمفهوم العلامة التجارية التي تشتمل على العناصر المادية والمعنوية للمنتج، وتعكس في الوقت ذاته قدرته التسويقية. فهي تشتمل على المكونات الثلاثة الرئيسة لأي منتج: الجوهر، والمنافع والخواص.

فجوهر المنتج أو السلعة هي القيمة التي يسهل على المستهلكين فهمها وتقييمها. أما المنافع فهي بعض السمات الخاصة بالسلعة التي يسعى المستهلك في إطارها لإشباع رغباته واحتياجاته. بينما الخواص هي السمات المادية للسلعة من مظهر خارجي، أو تعبئة، أو تغليف، أو خدمات ما بعد البيع، واختلاف الماركة، أي سمات المنتج، هي التي تفسر

اختلاف أسعارها. فالسيارات على سبيل المثال، جميعها وسائل نقل، لكن اختلاف سماتها المادية والمعنوية هي التي تميّز أسعارها.

أما فيما يخص تسجيل العلامة التجارية فيسمح بميلاد "العلامة المشهورة"، والتي تعتبر ثمرة وحلم مالك العلامة سواء أكانت صناعية أو تجارية أو خدمة، فهي الدليل الأكيد للنجاح الاقتصادي الذي حققته، حيث أنّ قوة العلامة تقاس انطلاقاً من شهرتها، فالعلامة بدون شهرة ليست إلا مجرد توقيع يوضع على المنتج خالية من المضمون والمحتوى¹.

وحتى يتمكّن صاحب العلامة التجارية من حماية علامته وتمييز بضائعه وخدماته التي هي من صنعه وإنتاجه عن غيرها، لا بد من القيام بتسجيلها وفق إجراءات محدّدة نصّت عليها القوانين والتنظيمات السارية، خاصة أن التطور الكبير والهائل للإنتاج، جعل وفي كثير من الأحيان المنتج مجهول وغير معروف، فالعلامة تتماثل شيئاً فشيئاً مع البضائع².

وأغلب القوانين المتعلقة بالعلامات التجارية في أغلب دول العالم اليوم تلزم مالك العلامة بالقيام بتسجيلها رسمياً حتى يضمن حقوقه، ويسد باب العبث والتقليد والاستعمال غير المشروع بوجه العابثين والمزيفين والمقلدين غير الشرفاء. كما يعتبر اتفاق "تريبس" من جهته أنّ التسجيل هو السبب المنشئ لملكية العلامة التجارية، حيث أنها لم تجعل الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية شرطاً للتقدم بطلب تسجيلها أو سبباً لرفض هذا التسجيل³، فالتسجيل

1- أنظر:

- KAPFERER (j.N), **Les marques, Capital de l'entreprise**, deuxième édition, les éditions d'organisations, Paris, 1996, p 159

-ROUBIER (p), **le droit de la propriété industrielle**, Tome 02, Librairie du recueil Sirey, Paris, 1954, p 566.

2- أنظر:

BODENHAUSEN (G. H. C.), **problèmes actuels concernant la protection Internationale de la propriété industrielle**, Propriété industrielle, 1950, p 85.

3- أنظر: محمددين (جلال وفاء)، المرجع السابق، ص 115.

إذا هو النتيجة النهائية للسير في الإجراءات المحددة التي نصّ عليها القانون ابتداء من تقديم الطلب إلى غاية الموافقة عليه وإصدار شهادة به.

وللتسجيل مفهومين أحدهما داخلي والآخر خارجي. إذ يقصد بالتسجيل الداخلي للعلامة التجارية أن يتم تسجيلها داخل الدولة وفقاً للأحكام القانونية السارية فيها، وغرض هذا التسجيل هو إضفاء الحماية القانونية للعلامة التجارية داخل تلك الدولة.

أما التسجيل الخارجي للعلامة التجارية، فهو تسجيلها دولياً، ويتم وفقاً لاتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية. أين يحق لرعايا الدول المتعاقدة أن يتلقوا الحماية بالنسبة لعلاماتهم التجارية المسجلة في بلدانهم الأصليين بإيداع تلك العلامات في المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية. ويترتب على التسجيل الدولي للعلامة التجارية أثر هام بخصوص الحماية، إذ بموجب هذا التسجيل تصبح العلامة تتمتع بالحماية في كل دولة من دول الاتحاد كما لو أودعت فيها مباشرة، وذلك ابتداء من تاريخ تسجيلها في المكتب الدولي¹.

لم يدرك الكثير من الناس خطر تناول أغذية أو أدوية أو سلع استهلاكية أو قطع غيار غير مطابقة للمواصفات على صحتهم وحياتهم، كون بعض السلع لها تأثير سريع، فيما أن البعض ذات تأثير مستقبلي. وما هذه الأمراض والحوادث -منها الخطيرة- تعبت في كثير من الناس إلا نتيجة لتلك الأغذية المقلدة أو المنتهية، والمنتشرة في أسواقنا المحلية.

حيث يشهد السوق في الوقت الحالي جملة من الاختلالات السلعية، من أهمها انتشار السلع المقلدة (الغش التجاري) بشكل كبير خلال السنوات القليلة الماضية بسبب انفتاح السوق المحلي أمام كثير من السلع والمنتجات الرديئة التي وجدت لنفسها مكاناً خصباً وأنماطاً استهلاكية متعددة بتعدد تلك السلع، زيادة على غياب كلي للثقافة الاستهلاكية.

1- صادقت الجزائر على بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد في مدريد في: 27 أوت 1989، والمعدل في: 3 أكتوبر 2006، وفي: 12 نوفمبر 2007، وذلك بموجب المرسوم الرئاسي: 420/13 المؤرخ في: 2013/12/15 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 21، مؤرخة في: 26 أبريل 2015.

ويعاني المجتمع الجزائري كثيراً من الشركات التي تقوم باستيراد بعض البضائع من دول شرق آسيا أو بعض الدول العربية، والتي عادة ما تكون رخيصة ورديئة. حيث يتم وضع علامة على تلك البضائع مقارنة لعلامة المنتج الذي نحن وكلاء له وذلك بتغيير حرف واحد من الاسم، فلا يستطيع كثير من المشتريين التفريق بين الاسم الأصلي أو المقلد.

والمشكلة الكبرى أن بعض التجار الصغار يراقبون الماركات الناجحة في السوق وذات الإقبال من المستهلكين، ثم سرعان ما يقومون بتقليد الاسم أو الماركة وإنزال بضاعتهم المقلدة والرديئة للسوق، وأمام هذه المشكلة يطالب التجار بأنه لا بد من حماية التاجر واتخاذ القوانين الصارمة ضد كل من يقوم بمثل هذه الأعمال غير الأخلاقية ولا الوطنية، كون الظاهرة خطيرة جداً على الاقتصاد وعلى المواطن، وذلك عبر عدم السماح لمثل هذه المنتجات بالدخول من المنافذ التي يجب أن تفعل طبقاً للماركات المسجلة، والتي تخالفها يتم منعها من الدخول.

ويقول أحد المستثمرين في مجال زيوت السيارات، كان في السابق يتم تعبئة الزيوت المزيفة والمغشوشة في علب عبوة لتر واحد من علب إحدى الماركات المعروفة بعد أن يتم كبسها، وتباع على أنها ماركة أصلية وتحمل نفس اسم الماركة المشهورة والغالية مما يحقق للمزورين ربحاً كبيراً، إلى جانب تغيير الاسم الأول للعلامة التجارية مما يؤثر سلباً على السيارة والتي سرعان ما يتلف محركها مما قد يؤدي إلى حوادث مرورية ويذهب ضحيتها الأبرياء من المواطنين.

ونظراً لما للعلامة التجارية من أهمية بالغة، إذ تعتبر بحق إحدى الركائز التي يعتمد عليها نجاح المشروع الاقتصادي الذي من خلالها يستطيع التنافس مع غيره من المشروعات سواء على الصعيد الدولي أو المحلي. خاصة في ظل التطور الكبير والهائل للإنتاج والذي يجعل المنتج مجهول وغير معروف - في الكثير من الأحيان - مما يجعل انتشار العلامة وشيوعها وقدرتها المميزة فريسة سهلة للمتطفلين والمتطفلين، لذا من المنطقي ومن العدل تنظيم حماية خاصة لها باعتبارها تعيننا نوعياً للمنتوج. وعليه فإن هذه الدراسة تهدف لإبراز

الحماية التي أقرها قانون العقوبات الجزائري، والنصوص المكملة له للعلامة التجارية ومقارنة تلك الحماية ببعض التجارب الدولية في هذا المجال للاستفادة منها.

أما عن صعوبة دراسة الموضوع فتكمن في تعدد أنواع العلامات، إذ توجد عدة أنواع كالعلامة التجارية¹، العلامة الصناعية²، العلامة الاحتياطية³، علامة الخدمة، العلامة المانعة، العلامة المشهورة، العلامة الجماعية، علامات الحركة، علامات الشكل، العلامات الصوتية، علامات الرائحة، علامات المذاق⁴. وتتوّع الاعتداءات على العلامات التجارية إلى العديد من الصور، كتقليد العلامة المشهورة، تشبيه العلامة المشهورة وترجمتها، والالتباس بها، إضعاف القدرة المميزة للعلامة وابتذالها، والمساس بالانتشار الاقتصادي للمؤسسة.

ولدراسة موضوع الحماية الجزائرية للعلامة التجارية كإحدى أهم صور الحماية المقررة لها بجانب الحماية المدنية، ارتأينا أن نطلق من الإشكالية التالية:

1- وهي في أبسط تعريفها كما أسلفنا أداة يستعملها التاجر لتمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شراءها من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج، أنظر: مولفوعة (نعيمة)، الاعتداء على الحق في العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2012/2011، ص 11، العطايات (مصطفى موسى)، المرجع السابق، ص 12.

2- العلامة الصناعية هي تلك التي يستخدمها المنتج لتمييز منتجاته عن منتجات مُنتج آخر تكون مشابهة لها، فهي علامة لتمييز صانع معيّن، أنظر:

- Chavanne (A) et Claudine (N), **marques de commerce ou de service, encyclopédie**, dalloz, répertoire commercial, 4eme édition, paris, 1997, p 02.

- العطايات (مصطفى موسى)، المرجع السابق، ص 129، 130.

3- وهي علامة معرّضة للسقوط إذا لم يقم صاحبها باستغلالها في خلال مدة معيّنة تقدّر في المادة: 11 من الأمر: 06/03 المتعلّق بالعلامات بثلاثة سنوات.

4- أنظر: تفصيل تلك الأنواع:

- مولفوعة (نعيمة)، المرجع السابق، ص 15_17.

- العطايات (مصطفى موسى)، المرجع السابق، ص 130، 131، 136، 137.

ما هي صور الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري والمقارن؟ وهل تلك الحماية كافية للحد من مختلف صور التعدي على العلامات التجارية؟

للإجابة على الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة، ارتأينا اعتماد المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الاستنباطي، وذلك من خلال: استقراء، وصَف، وتحليل مُختلف الأحكام الواردة ضمن النصوص القانونية الداخلية والدولية ومناقشتها والتعليق عليها، ورفع الغموض والإبهام المحيط بمضمونها. قصد التوصل إلى تعليقات واستنتاجات موضوعية وبناءة. فضلا عن الاعتماد على المنهج المقارن للوقوف على تجارب بعض الدول في هذا المجال.

مع الإشارة إلى أننا لا نقوم بدراسة كل شكل من أشكال الاعتداء على حقوق العلامات التجارية على حدى من حيث أركانها الثلاث، وذلك لاعتبارات شكلية وموضوعية بحتة، حتى لا نقع في مناط التكرار المخل. بل نقوم بدراسة تلك الأركان ومحاولة إسقاطها على كل نوع من أنواع تلك الجرائم.

إن الإجابة على الإشكالية المطروحة استدعى منا تقسيم الدراسة وفق الخطة التالية:

مقدمة

الباب الأول: أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية

الفصل الأول: الركن الشرعي في جريمة التعدي على العلامة التجارية

الفصل الثاني: الركن المادي في جريمة التعدي على العلامة التجارية

الفصل الثالث: الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية

الباب الثاني: القواعد الإجرائية الخاصة بالمتابعة والجزاء في جرائم التعدي على العلامة التجارية

الفصل الأول: أسس وشروط صحة المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

الفصل الثاني: إجراءات المتابعة الجزائية في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

الفصل الثالث: قمع الجرائم الماسة بالعلامات التجارية

خاتمة

الباب الأول

أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية

الباب الأول

أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية

تعتبر التجارة من أهم سبل النشاط البشري فائدة، لما فيها من أرباح كثيرة. وقد تغري -هذه الأخيرة- أصحاب النفوس الضعيفة لإتباع ضروب الاحتيال والغش، في ترويج صناعاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم بإخفاء عيوبها، ومن ثم إظهارها على غير حقيقتها، وصولاً إلى استمالة القوة الشرائية لجمهور المستهلكين بصورة تضليلية، فيقدم جمهور المستهلكين على شراء تلك الصناعات أو البضائع أو الخدمات اعتقاداً منهم بأنها تحمل المواصفات المحددة لها والمزايا الخاصة بها على النحو المعلن عنه، في حين تكون تلك الصناعات أو البضائع أو الخدمات ليست كذلك أو على الأقل دون ذلك¹.

وعملاً من المشرع على ردع مثل هذه الممارسات نجد أنه وعبر القسم العام من قانون العقوبات يتناول المبادئ والأحكام العامة والشاملة التي تتصف بالثبات والديمومة. وعن طريق القسم الخاص من قانون العقوبات يتناول كل جريمة على حدى، فيحدّد شروطها وأركانها وظروفها والقواعد الخاصة بها². وعلى هذا الأساس فإن كل نص من نصوص القسم الخاص في قانون العقوبات يفصح عن أمور ثلاثة:

بالنسبة للأمر الأول يتعلق بنوع الحق الذي يريد المشرع حمايته أو طبيعة المصلحة التي يراها جديرة بالحماية. أما الأمر الثاني فيرتبط بنمط السلوك البشري الذي يراه المشرع مضرًا بهذا الحق، أو مضرًا بالمصلحة التي يريد حمايتها. بينما يختص الأمر الثالث بالجزاء

1- أنظر: النون (براك ناصر)، المرجع السابق، ص 04.

2 - وهو ما أخذ به القضاء أيضاً من خلال القرار رقم: 587468 المؤرخ في: 25 أبريل 2013، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2013، ص 400، والذي تضمن أنه: " يجب في جريمة تقليد علامة تجارية إبراز أركان الجريمة وطرق إسنادها إلى المتهم في ضوء الأدلة المتوافرة والنصوص القانونية واجبة التطبيق".

الذي يفرضه المشرع على من يقدم على الاعتداء على هذا الحق أو المصلحة، ويطلق على ذلك الاعتداء أو الفعل الضار اسم (الجريمة).

وعليه فإن كل تحليل علمي دقيق لأي نص من نصوص القسم الخاص من قانون العقوبات يستلزم أولاً أن نبحث عن ماهية الحق الذي هو محل (موضوع) الجريمة، أي الحق الذي استهدفه الاعتداء. كما يستلزم أيضاً تحديد أركان الجريمة وعناصرها.

وقد درج الفقه الجزائي على أن يجعل للجريمة عموماً ثلاث أركان، وكغيرها من الجرائم تقوم جريمة تقليد أو تزيف العلامة التجارية والاعتداء عليها بشكل سنة على ثلاثة أركان، وهي الركن الشرعي وهو النص على الجريمة وعقابها، أي أن ينص المشرع على ذكر الجريمة في قانون العقوبات أو النصوص القانونية المكملة له ويجرمها ويحدد عقوبتها (الفصل الأول).

وتقوم أيضاً على الركن المادي وهو الفعل الجرمي أو الواقعة الإجرامية، أو هو الاعتداء المادي الذي ينصب على الشيء المحمي بموجب القانون، وهذا هو الجانب الموضوعي للجريمة (الفصل الثاني). كما تقوم هذه الجريمة على الركن المعنوي الذي يتجلى في حرية الإرادة في اختيار ارتكاب الجريمة من عدمها. وهذا هو الجانب الذاتي للجريمة (الفصل الثالث).

الفصل الأول

الركن الشرعي في جريمة التعدي على العلامة التجارية

القانون بصورته المجردة لا يمكن أن يحمي حقوق وحرّيات الأفراد إلا إذا طبق ضد المعتدين على تلك الحقوق والحرّيات، والمطبّق للقانون هو القاضي ضمن حدود سلطته التقديرية إياه. فالقانون ذاته تتحقق حمايته من خلال القضاء وذلك في مواجهة عدم الفاعلية، أي في حالة وجود عارض يعترض حماية النظام القانوني، وفي حدود هذا العارض تتدخل

السلطة القضائية بقصد تفويضه دون البحث عن مسبباته إلا بالقدر اللازم لمواجهة الحالة العرضية من خلال تحديد التدبير الملائم "كما وكيفا".

وقد نص مبدأ الشرعية الجنائية على اختصاص المشرع الجنائي بإنشاء الجرائم والعقوبات وفقا لما هو مقرر فيه بأنه (لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص)، ويعد هذا المبدأ مبدأ "دستوريا" و"تشريعيا" في آن واحد، وذلك لأهميته في الحفاظ على حقوق الإنسان وحياته الأساسية، لذلك نصت عليه المادة الأولى من قانون العقوبات الجزائري. وبموجبه يحظر على القاضي أن ينشئ جرائم وعقوبات من تلقاء نفسه، حيث تنحصر مهمته بتطبيق النص القانوني المحدد من قبل المشرع على الواقعة المطروحة أمامه. وهذا المبدأ الدستوري تقتضيه مبررات مبدأ دستوري آخر وهو "مبدأ الفصل بين السلطات".

وسنتناول فيما يلي الأحكام العامة لمبدأ شرعية جرائم الاعتداء على العلامة التجارية (المبحث الأول)، ثم نعرض السند القانوني لحماية العلامة التجارية في القانون الجزائري والمقارن (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الأحكام العامة لمبدأ شرعية جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

من بين أهم ضمانات حقوق الأفراد التي يأمن بموجبها جانب السلطة العامة هي ضمانات مبدأ "شرعية الجرائم والعقوبات"، الذي يقتضي حصر مصادر التجريم والعقاب في نصوص القانون¹، فهذه الضمانة هي التي تضع حدودا واضحة تفصل بين الأفعال

1- أنظر: حسني (محمد نجيب)، شرح قانون العقوبات، القسم العام، الطبعة السادسة، دار النهضة العربية، مصر، 1989، ص70.

المشروعة وغير المشروعة. كما أنها تعطي للعقوبة أساساً قانونياً يجعلها مقبولة باعتبارها توقع باسم القانون لصالح المجتمع¹.

وبموجب هذا المبدأ لا تستطيع النيابة العامة أن تحاسب الشخص (طبيعياً كان أم معنوياً) إلا بموجب النص القانوني، سواء تمثّل في قانون العقوبات أو النصوص المكملّة له كقانون العلامات التجارية والقانون التجاري، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش، وقانون الجمارك، وكذا الاتفاقيات والمعاهدات الدولية المتعلقة بالعلامات التجارية والتي صادقت عليها الدولة، إذ أن اعتمادها وفقاً لمقتضيات الدستور يجعلها بحسب المادة 150 منه أسمى من القانون، إذ تنص على ما يلي: "المعاهدات التي يصادق عليها رئيس الجمهورية، حسب الشّروط التي نص عليها في الدستور تسمو على القانون"².

وقد أخذت بهذا المبدأ معظم دساتير العالم من بينها الدستور الجزائري في المادة 58 التي تنص على ما يلي: "لا إدانة إلا بمقتضى قانون صادر قبل ارتكاب الفعل المجرّم". وكذا المادة 56 التي تنص على ما يلي: "كل شخص يُعتبر بريئاً حتّى تثبت جهة قضائية نظامية إدانته في إطار محاكمة عادلة تؤمّن له الضمانات اللازمة للدفاع عن نفسه". كما تنص المادة 160 على ما يلي: "تخضع العقوبات الجزائية إلى مبدأَي الشّرعية والشخصية".

ويحدد قانون العقوبات والنصوص المكملّة له الأفعال المحظورة التي يعدّ اقترافها بشروط معينة جريمة من الجرائم، فلا يمكن اعتبار فعل من الأفعال جريمة إلا إذا انطبق عليه نص من النصوص القانونية التي تتعدّد بتعدّد الأفعال التي يحظرها القانون، وبذلك ينحصر التجريم والعقاب في تلك النصوص. وبهذا الحصر ينشأ مبدأً أساسياً يسمى: "مبدأ

1- أنظر: القهوجي (عبد القادر)، قانون العقوبات-القسم العام، الجريمة-، المكتبة القانونية، مصر، 1994، ص 47.

2- القانون 01/16 المؤرخ في: 6 مارس 2016، يتضمّن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 14، المؤرخة في: 7 مارس 2016.

قانونية الجرائم والعقوبات" الذي يسود في الدول القانونية¹. إذ لا حاجة للبحث عن الأركان الأخرى للجريمة في ظل غياب الركن الشرعي لها².

ويقصد بالركن الشرعي للجريمة إضفاء الصفة غير المشروعة على النشاط أو الفعل، إذ يجب أن يحدد النص الفعل المكوّن للجريمة ويحدد العقاب الواجب فرضه على مرتكبه، ولا وجود للجريمة دون هذا الركن، ولكن يشترط ألا يخضع الفعل لسبب من أسباب الإباحة³. ويتكون مبدأ الشرعية من عنصرين أساسيين، هما وجود نص سابق يجرم الفعل قبل ارتكابه (مطلب أول)، وعدم توافر المشروعية في الفعل المرتكب (مطلب ثاني).

المطلب الأول

وجود نص سابق يجرم الفعل قبل ارتكابه

إن وجود نص سابق يجرم الفعل قبل ارتكابه عنصر أساسي يقوم عليه مبدأ الشرعية. ومقتضاه هو عدم جواز معاقبة شخص على فعل وقع منه وإنزال العقاب عليه بسببه، إلا إذا كان هذا الفعل مجرماً بنص قبل وقوعه، ويشترط في النص التجريمي جملة من الشروط نتناولها من حيث طبيعة النص التجريمي (فرع أول)، ومن حيث تطبيق النص العقابي (فرع ثاني).

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، شرح قانون العقوبات الجزائري (القسم العام)، الجزء الأول "الجريمة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 71.

2- أنظر: لعوارم (وهيبة)، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع القانون الجنائي، جامعة باجي مختار عنابة، كلية الحقوق، 2005، ص 40.

3- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم) الحماية الجزائرية للعلامة التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص

الفرع الأول

من حيث طبيعة النص التجريمي

لا بد أن يكون مصدر الصفة غير المشروعة للفعل هو نص القانون، ويقال لهذا النص "نص التجريم"، وهو في نظر القانون الجزائي يشمل قانون العقوبات والقوانين المكملة له والقوانين الجزائية الخاصة. وبالتالي يحدد في كل نص الشروط التي يتطلبها في الفعل كي يخضع لهذا النص ويستمد منه الصفة غير المشروعة ويحدد العقوبة المقررة لهذا الفعل، لذلك فإن القاضي لا يستطيع أن يعتبر فعلاً معيناً جريمة إلا إذا وجد نصاً يجرم هذا الفعل. فإذا لم يجد مثل هذا النص فلا سبيل إلى اعتبار الفعل جريمة ولو اقتنع بأنه مناقض للعدالة أو الأخلاق أو الدين.

وأساس هذا المبدأ هو حماية الفرد وضمان حقوقه وحرية، وذلك بمنع السلطات العامة من اتخاذ أي إجراء بحقه، ما لم يكن قد ارتكب فعلاً ينص القانون عليه وفرض على مرتكبيه عقوبة جزائية. وهو ما سنتناوله في هذا الفرع من خلال فقرتين، التشريع كمصدر للتجريم والعقاب (فقرة أولى)، وكذا الالتزامات التي يفرضها مبدأ الشرعية على المشرع عند سنه للنص التجريمي (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

التشريع كمصدر للتجريم والعقاب

ينبغي أن يكون النص التجريمي نصاً تشريعياً، أي مكتوباً حتى يمكن للفرد معرفة الأفعال المجرمة والأفعال المباحة، ومن ثم توفير نوع من الاستقرار للنظام الجزائي. ولذلك يستوجب مبدأ الشرعية اعتماد التشريع كمصدر وحيد للتجريم والعقاب، واستبعاد المصادر الأخرى لضمان الحماية الكافية للأفراد¹.

1- أنظر: نجيب (حسني نجيب محمود)، شرح قانون العقوبات، القسم العام، د. د. ن، لبنان، 1975، ص 82.

وفي هذا الإطار تنص المادة 140 من الدستور الجزائري في فقرتها السابعة على ما يلي: "يشرع البرلمان في الميادين التي يخصصها له الدستور وكذلك في المجالات الآتية:....القواعد العامة لقانون العقوبات، والإجراءات الجزائية، لاسيما تحديد الجنايات والجنح، والعقوبات المختلفة المطابقة لها، والعفو الشامل، وتسليم المجرمين، ونظام السجون...".

كما تبناه المشرع الجزائري في المادة الأولى من قانون العقوبات بنصها على ما يلي: "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون"¹.

ويلاحظ أنه إذا كانت السلطة التشريعية تملك وحدها سن النصوص التجريبية فقد تتخلى عن سلطتها إلى السلطة التنفيذية بطريق مباشر، وإلى السلطة القضائية بطريق غير مباشر.

الفقرة الثانية

الالتزامات التي يفرضها مبدأ الشرعية على المشرع عند سنه للنص التجريبي

يفرض مبدأ الشرعية على المشرع عند سنه للنص التجريبي بعض الالتزامات، يتعلق بعضها بمصدر التجريم، وهو ما تناولناه في الفقرة الأولى، ويتعلق البعض الآخر بمضمون التجريم. فالمشرع ملزم بعدم إفراطه في التجريم، إذ يجب عليه أن يتحرى في تجريمه للأفعال تلك التي تشكل خطرا حقيقيا على الفرد وعلى المجتمع. وبالمقابل فهو ملزم بعدم إفراطه في العقوبة، إذ يلزمه مبدأ الشرعية اختيار العقوبات المناسبة للأفعال المجرمة والتي تحقق الأغراض المرجوة من العقوبة. كما يلتزم المشرع عند سنه للنص التجريبي ببيان البنيان

1- الأمر رقم: 156/66 المؤرخ في: 8 جويلية 1966، المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 14، المؤرخة في: 7 مارس 2016.

القانوني للجريمة، وذلك بإبراز أركانها، وكذلك تحديد العقاب على نحو يسهل للقاضي تطبيقه من خلال النصوص.

كذلك يفرض مبدأ الشرعية على المشرع أيضا توضيحه للنص التجريمي وحرصه على سريانه على المستقبل.

الفرع الثاني

من حيث تطبيق النص العقابي

يحكم تطبيق النص التجريمي مبدأ تبعية القاضي للمشرع، وهي تبعية تحرم القاضي من التدخل ولو بطريق غير مباشر في سياسة التجريم. إلا أن الملاحظ من الناحية العملية أن مبدأ تبعية القاضي للمشرع غير مطلق التطبيق بالنظر إلى ما للقاضي من سلطة تقديرية في تطبيق النص التجريمي على الوقائع المعروضة عليه تحقيقا للعدالة. فيكون القاضي بذلك في مركز تقييم لإرادة المشرع¹.

وسنتناول ذلك من خلال فقرتين، تطبيق النص العقابي من حيث الزمان (فقرة أولى). وكذا تطبيقه من حيث المكان (فقرة ثانية)

الفقرة الأولى

تطبيق النص العقابي من حيث الزمان

أما فيما يتعلق بالنظام الزمني للنص التجريمي، فإن المشكلة تثور في حالة وقوع جريمة في ظل قانون ثم يصدر قانون جديد يعدل أو يلغي القانون القديم الذي ارتكبت في ظله الجريمة. فلا خلاف في أن القانون الجديد يطبق على الواقعة اللاحقة لصدوره، ولكن

1- وتتجلى مظاهر السلطة التقديرية للقاضي في تطبيق النص التجريمي في مسائل ثلاثة وهي: تكييف الوقائع والجريمة، تفسير النص التجريمي، صلاحية القاضي في استبعاد النص التجريمي خدمة للشرعية.

الإشكال يبقى قائماً بالنسبة للقانون الواجب التطبيق على تلك الوقائع السابقة لصدوره. ويثير هذا الإشكال مسألة تنازع القوانين من حيث الزمان.

ويقتضي مبدأ الشرعية عدم جواز متابعة فرد من أجل سلوك ارتكبه، إلا إذا كان هذا السلوك مجرماً بنص سابق على وقوعه. ويفيد هذا المبدأ عدم جواز تطبيق القانون الجديد على الوقائع التي سبقت صدوره. إلا أن هذا المبدأ لا يؤخذ به على إطلاقه، إذ يكاد يجمع الفقه والقضاء وما يرثهم في ذلك بعض التشريعات على جواز تطبيق القانون الجديد بأثر رجعي إذا كان أصح للمتهم. وقد نص قانون العقوبات الجزائري في المادة الثانية منه على ذلك¹.

الفقرة الثانية

تطبيق النص العقابي من حيث المكان

وبخصوص تطبيق النص العقابي من حيث المكان فيحكمه مبدأ أصلي وهو مبدأ إقليمية القانون الجنائي².

ومبادئ احتياطية وهي مبدأ عينية النص الجنائي³، ومبدأ شخصية النص الجنائي¹، ومبدأ عالمية النص الجنائي².

1- من أهم تطبيقات القانون الأصح للمتهم أن ينص القانون الجديد على تخفيض العقوبة مع الإبقاء على تجريم الفعل، ومن تطبيقاته أيضاً أن يجعل القانون الجديد من الفعل الذي ارتكبه المتهم غير معاقب عليه.

2- تنص المادة 3 من قانون العقوبات على أن يطبق قانون العقوبات على كافة الجرائم التي ترتكب في أراضي الجمهورية، ويعني أراضي الجمهورية، إقليم الدولة الجزائرية وفقاً للمبادئ العامة في القانون الدولي العام، وقد تولى قانون الإجراءات الجزائية بيان مكان وقوع الجريمة استناداً إلى مبدأ إقليمية القانون في المواد: 586، 590 و 591 منه.

3- حدد المشرع الجزائري الحالات التي يطبق عليها قانون العقوبات الجزائري بصرف النظر عن جنسية مرتكبها في المادة 588 من قانون الإجراءات الجزائية.

ويلاحظ في مجال تطبيق النص القانوني أنه في كثير من الأحيان يتم الخلط بين أمرين، وهما الوصف القانوني³، الذي هو التحديد القانوني من قبل المشرع لواقعة معينة وإخضاعها لنص أو نموذج قانوني معين ينطبق عليها. وبالتالي يكون هذا النص المحدد من قبل المشرع متضمنا الجريمة والعقوبة المحددة من قبل المشرع.

والتكليف القانوني⁴، الذي هو عمل قضائي صرف حيث أن القاضي يُعمل سلطته التقديرية لتقدير إخضاع الواقعة المعروضة عليه إلى النص القانوني الملائم الذي ينطبق عليها، وذلك كله وفقا لتقدير القاضي طبقا لثقافته القانونية، وبالتالي يعتمد ذلك على فطنته وذكائه وخبرته وعلمه القانوني دون علمه الشخصي، مع ملاحظة أن علم القاضي الشخصي لا يشمل العلم بالأمر العامة التي يفترض بالناس كافة الإلمام بها.

1- يقوم هذا المبدأ على وجوب سريان قانون الدولة على من يحمل جنسيتها ولو ارتكب جريمة خارج إقليمها، وذلك بموجب المادتين: 582، 583 من قانون الإجراءات الجزائية.

2- يقضي بوجوب سريان قانون الدولة التي يلقي فيها القبض على المجرم بصرف النظر عن جنسيته ومكان ارتكابه للجريمة.

3- أنظر: بكار (حاتم حسن موسى)، سلطة القاضي الجنائي في تقدير العقوبة والتدابير الاحترازية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002، ص 100.

- الرهيمي (جواد)، التكليف القانوني للدعوى الجنائية، د. د. ن، د. م. ن، 2004، ص 188.

- القبلاوي (محمود عبد ربه محمد)، التكليف في المواد الجنائية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003، ص 22.

- القويزي (محمد صالح)، التكليف القانوني للدعوى الجنائية المقترنة بدعوى مدنية، بحث مقدم للمؤتمر التاسع لاتحاد المحامين العرب المنعقد في القاهرة في شباط (فبراير) 1967، مطبعة الإرشاد، بغداد، 1967، ص 23، 24.

4- وقد تعددت الاتجاهات الفقهية في تعريف التكليف القانوني للجريمة. أنظر: الرهيمي (جواد)، المرجع السابق، ص 48، القويزي (محمد صالح)، المرجع السابق، ص 48، القبلاوي (محمود عبد ربه محمد)، المرجع السابق، ص 10 وما بعدها.

المطلب الثاني

عدم توافر المشروعية في الفعل المرتكب

يقصد به الصفة غير المشروعة للفعل، بمعنى أن للفعل أو عدمه قاعدة قانونية، ففانون العقوبات بني في غالبيته على قاعدة أساسية مضمونها "لا جريمة ولا عقوبة من غير نص قانوني"، فالركن الشرعي هنا يقصد به الصفة غير المشروعة للفعل، أي تكييف الفعل بأنه غير مشروع، ويتحقق بخضوع الفعل لنص التجريم وعدم وجود سبب من أسباب الإباحة التي تنفي عن الفعل صفة عدم المشروعية.

إن الاعتداء الجرمي سواء كان إيجابيا أم سلبيا يعد نتيجة لعدم شرعيته قانونا (الفرع الأول)، وهو ما يستلزم تطابق تلك الأفعال غير المشروعة مع تكييف قانوني معيّن (الفرع الثاني). فوجود النص المجرم للفعل المعاقب عليه لا يكفي بذاته للعقاب على كل فعل وقع في أي وقت وفي أي مكان ومن أي شخص، وإنما يشترط للعقاب على الفعل المجرم أن يكون النص الذي جرمه نافذ المفعول وقت اقتراف الفعل، وأن يكون ساريا على المكان الذي اقترف فيه وعلى الشخص الذي اقترفه. فإذا تخلف شرط من الشروط امتنع العقاب على الفعل المجرم.

الفرع الأول

الاعتداء الجرمي (الإيجابي أو السلبي) نتيجة لعدم شرعيته قانونا

الجريمة هي فعل غير مشروع صادر عن إرادة جنائية يقرر القانون لها عقوبة أو تدبير أمن ويشكل اعتداء على المجتمع، كما أن الجريمة هي كل سلوك خارجي إيجابيا كان أم سلبيا جرمه القانون وقرر له عقابا إذا صدر عن إنسان مسؤول.

ويتبين مما سبق أن الجريمة تتطلب أن يكون الفعل غير مشروع طبقا لقانون العقوبات والقوانين المكملة له كما أسلفنا الذكر، فهذا الفعل (الإيجابي أو السلبي) كي يمثل

اعتداء على مصلحة يحميها القانون، ينبغي أن يكون غير مشروع.¹ وسنتناول ذلك من خلال فقرتين، النتائج المترتبة على مبدأ الشرعية (فقرة أولى). وكذا شرعية العقوبات والتدابير كقاعدة مكملة لشرعية الجرائم (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

الآثار والنتائج المترتبة على مبدأ الشرعية

يترتب على الأخذ بمبدأ الشرعية حصر مصادر التجريم والعقاب في النصوص التشريعية، فالقاعدة الجنائية هنا مصدرها الوحيد هو القانون المكتوب، وعليه فإن المصادر الأخرى مستبعدة في نطاق القوانين الجنائية.² كما يترتب عنه التزام التفسير الكاشف للنصوص أي أن تفسير النصوص الجنائية قوامه البحث عن إرادة المشرع، ويبقى تفسير القاضي في الحدود التي لا تصل إلى حد خلق الجرائم أو العقوبات. ولا يجوز للقاضي أن يجرم فعلا لم يرد نص بتجريمه قياسا على فعل ورد نص بتجريمه بحجة تشابه الفعلين، أو يكون العقاب في الحالتين يحقق نفس المصلحة الاجتماعية مما يقتضي تقرير الثاني على الأول، لأن في ذلك اعتداء صريح على مبدأ الشرعية.

ويترتب عنه أيضا أن القاضي بتفسيره النص الجنائي إنما يسعى إلى الكشف عن إرادة المشرع، لا عن مصلحة المتهم. ولكن النص قد يشوبه لبس يجعل من تفسيره أمرا صعبا يؤدي تأويله إلى وجود تساوي بين مصلحة المتهم وإرادة المشرع، وحين ذلك على المشرع أن يأخذ بقاعدة الشك يفسر لمصلحة المتهم. أما آخرون فيرون أن الامتناع عن

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 73 - 76.

- رحمانى (منصور)، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم، الجزائر، 2006، ص-ص 126 -

129.

2- أنظر: سليمان (عبد الله)، مرجع سابق، ص 80.

- رحمانى (منصور)، مرجع سابق، ص 131، 132.

تطبيق النص في هذه الحالة ليس تطبيقاً لقاعدة الشك يفسر لمصلحة المتهم، وإنما تطبيق لقاعدة أعم وأشمل وهي قاعدة الشرعية، إذ يتعارض مبدأ الشرعية مع تطبيق نص غامض يستحيل تفسيره. وعلى أي حال فقد أصبح مثل هذا الفرض باستحالة تفسير النص أمراً نادراً، ذلك أن المشرع يعير اهتماماً كبيراً لوضوح النص.

ويبقى الإشكال الأساسي لتطبيق هذه القاعدة هو الإثبات، فحين تتعادل أدلة الإدانة مع أدلة البراءة يتعين تغليب أدلة البراءة تطبيقاً لقاعدة أخرى هي أن "الأصل في الإنسان البراءة".

ومن خلال ما سبق نجد أن مبدأ شرعية الجرائم والعقوبات يحقق مصلحة المجتمع عن طريق إضفاء الصبغة القانونية على العقوبة وجعلها مقبولة باعتبارها توقع تحقيقاً للمصلحة العامة، وعن طريق إسناد وظيفة التجريم والعقاب إلى المشرع وحده.

الفقرة الثانية

شرعية العقوبات كقاعدة مكملة لشرعية الجرائم

عملاً بمبدأ الشرعية ليست كل الأعمال المخالفة للنظام العام مهما بلغت خطورتها تعرض مرتكبيها للعقاب بصفة تلقائية، وإنما يتعرض منها للعقاب ما هو مجرم بنص فحسب، ومن ثم لا تشكل جريمة تستوجب العقاب إلا الأعمال المنصوص والمعاقب عليها بنص سواء صيغ في شكل قانون (بالنسبة للجنايات والجنح)، أو في شكل لائحة تنظيمية (بالنسبة للمخالفات). ويقتضي مبدأ الشرعية أن تكون الجريمة محددة وأن يكون التجريم واضحاً، كما يقتضي التفسير الضيق للنص.

وقاعدة "لا جريمة إلا بنص" مكملة لقاعدة "لا عقوبة أيضاً إلا بنص"، والقاعدتان مكملتان وملزمتان لبعضهما البعض، إذ أنه من الضروري أن يكون المرء على دراية ليس

فقط بأن فعل ما مجرم بل يجب أيضا أن يعلم بالعقوبة التي يتعرض إليها لو أتى ذلك الفعل، ومن ثم يتعين على المشرع أن يتولى بنفسه التصييص على عقوبة معينة لكل تجريم يقيمه.

غير أنه من الجائز أن يقضي القاضي بعقوبة تفوق الحد الأقصى المقرر قانونا، ويحدث هذا عند توافر شروط العود. كما يجوز له أيضا أن ينزل إلى الحد الأدنى المقرر قانونا إذا ما أسعف المتهم بالظروف المخففة.

ويقتضي مبدأ الشرعية من ناحية أخرى أن يكون الفرد على دراية مسبقة بنوع تدبير الأمن الذي يعرضه إليه تصرفه، وأن يكون تدبير الأمن موقفا على معاينة مسبقة لحالة الخطورة، أي احتمال قوي لارتكاب جريمة مستقبلا. كما لا يجوز للقاضي أن يلجأ إلا لتدابير الأمن المنصوص عليها صراحة في القانون، غير أن الطابع الوقائي والعلاجي لتدبير الأمن يفرض تلطيف مبدأ الشرعية.

وهكذا فإن لم يكن بإمكان القاضي أن يلجأ إلى تدابير الأمن المنصوص عليها صراحة في القانون، فليس للمشرع أن يحدد بدقة لكل تصرف تدبير أمن معين، كما هو الحال بالنسبة للعقوبات. فبالنسبة للأحداث مثلا فإن تدابير التربية التي تطبق عليهم لا علاقة لها بالجريمة المرتكبة وإنما تأخذ بالحسبان السن فحسب.

أما إذا تعلق الأمر بفئة من تدابير الأمن التي تسبب إزعاجا للأفراد، فيتعين أن تكون محددة بنص صريح مع تعيين الحالة الخطيرة التي ينطبق عليها ومن هذا القبيل تدابير الأمن الشخصية والعينية، حيث لا يجوز الحكم بها إلا في الحالات المحددة صراحة في القانون.

وتنتهي جريمة الاعتداء على العلامة التجارية باكتمال عناصرها، وقد أضحت ظاهرة الاعتداء على العلامات التجارية ظاهرة إجرامية تقتضي البحث عن الوسائل الكفيلة للقضاء عليها والحد منها، إذ أصبحت تتميز باحتراف الجاني أو الجناة. كما أصبحت تتسم بكونها مشروعا منظما يستند في الكثير من الحالات على تنسيق إداري ومالي وتخطيط مسبق

للجريمة، سواء كان هذا التنظيم بدائياً أو متطوراً. وقد يتم تخصيص بعض أفراد العصابة لجمع المعلومات الأولية عن الضحية والبعض الآخر للمراقبة بينما تتولى مجموعة أخرى مباشرة المشروع الإجرامي وقد تتولى مجموعة أخرى استلام محل الجريمة من المجموعة المنفذة، وقد يتطلب الأمر مجموعة أخرى لتسويق محل الجريمة أو التفاوض عليه.

ويتمتع الجناة في إطار ظاهرة الاعتداء على العلامات التجارية عادة بقدر من البراعة والذكاء والخبرة المهنية أو العلمية، فأسلوب ارتكاب الجريمة في هذا الإطار عادة ما يتميز بالابتكار الذي يثير حيرة الناس ورجال الشرطة والمحققين، كما أن تنفيذها يتطلب عادة أشخاصاً ذوي خبرة فنية، وهو ما يجعل هذا النوع من الجرائم من أكثر الجرائم المعاصرة خطورة لما تلحقه من خسائر اقتصادية ومادية وصحية على الأفراد والدول والمؤسسات، فضلا عن صعوبة اكتشاف الجناة.

وتتميز هذه الجريمة أيضا بارتفاع عدد ضحايا الظاهرة الإجرامية، وهو ما يضيف عليها طابع الخطورة لكونها تشكل تحدياً سافراً لسيادة الدولة والأمن العام وتؤدي إلى زعزعتها، سيما وأنها قابلة للامتداد والانتشار في مناطق جغرافية واسعة، وقد تتحول من ظاهرة محلية إلى ظاهرة دولية.

الفرع الثاني

التكييف القانوني للفعل الغير المشروع

يستند الموقف القانوني من هذا الموضوع إلى مجموعة من المواد القانونية التي تنص على كلمة الوصف القانوني صراحة أو إشارة، سواء أكان ذلك في قانون العقوبات أم في قانون الإجراءات الجزائية، والتي أشارت إلى إن الوصف القانوني للجريمة ما هو إلا عملية سابقة للتكييف القانوني للجريمة، وما على القاضي الذي يريد أن يطبق القانون على الواقعة المعروضة إلا أن ينزل الوصف أو النموذج القانوني المحدد من قبل المشرع سلفاً على تلك الواقعة. وهو ما نتناوله من خلال ماهية التكييف القانوني للفعل غير المشروع (فقرة أولى).

كذلك فإنّ احترام ضمانات المتّهم من خلال تطبيق قاعدة تقيّد المحكمة بوقائع الدّعى وأشخاصها، لا يتعارض مع كون الاتهام عبارة عن ادعاء قابلا للبحث والتّحقيق والذي قد يكشف وقائع جديدة، أو ظروف لصيقة بالواقعة المحالة إلى المحكمة، أو متّهمين جدد، وبالتالي فإنّ المحكمة إزاء ما جدّ أمامها من وقائع وأشخاص، يكون لها سلطة إجراء بعض التّعديلات الطّيفة وغير الجوهرية على وقائع الدّعى، وسلطتها في تغيير الوصف القانوني للوقائع وتقريبه من الصّواب. وهو ما سنتناوله من خلال (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

ماهية التكييف القانوني للفعل غير المشروع

لقد تعددت الاتجاهات الفقهية في تعريف التكييف القانوني للجريمة. فقد ذهب بعض الفقه الفرنسي إلى تعريف التكييف القانوني بأنه: "عملية قانونية يقوم فيها القاضي بالبحث عن الاسم القانوني الذي يتعين إضفائه على الفعل الذي دخل في حوزته وبهذه العملية يتخذ الفعل الاسم القانوني الخاص به، فالتكييف هو الفعل من خلال النص الجنائي الذي يعاقب عليه".¹

ويتضح من خلال هذا التعريف أن التكييف هو تحديد العلاقة القانونية القائمة بين الواقعة الإجرامية وبين أحكام القانون التي تنطبق عليها. وهو أيضا بحث القاضي عما إذا كان الفعل المرتكب من قبل المتهم قد توفّرت فيه العناصر القانونية وأركان جريمة ما حسب الوصف القانوني لها، أي حسب التحديد القانوني للنموذج أو الاسم الخاص بها.²

ويتطلب التكييف شرطين، أولهما أن ينص المشرع على أنه إذا توافرت واقعة مجردة لها خصائص معينة فإنها تندرج تحت احد الأوصاف التي يعرفها القانون ويرتب عليها أثرا

1- أنظر: القبلاوي (محمود عبد ربه محمد)، المرجع السابق، ص 10 وما بعدها.

2- أنظر: القويزي (محمد صالح)، المرجع السابق، ص 48.

قانونيا معيناً. وثانيهما أن يعلن القاضي أن الواقعة المعروضة عليه تتوافر فيها خصائص الواقعة المجردة التي أضفى عليها القانون وضعاً قانونياً معيناً. فالشرط الأول هو من عمل المشرع، بينما الشرط الثاني فهو من عمل القاضي.

والمشرع حين يضفي تكييفاً (وصفاً) قانونياً معيناً على واقعة ما فإنه ينشئه، بخلاف القاضي الذي حين يضفي هذا التكييف القانوني على الواقعة المعروضة عليه، فإنه يعلن هذا التكييف ويكشف عنه. وهناك ارتباط وتلازم بين الشرطين فالقاضي لا يمكنه أن يختار تكييفاً معيناً إلا إذا عرفه المشرع (من خلال الوصف القانوني المسبق للجريمة)، بل إن دور القاضي في هذا الشأن كاشف محض، لأنه يتمثل في الخصائص التي يتطلبها المشرع في الواقعة المجردة وقد توافرت في الواقعة المعروضة عليه¹.

إن تكييف الدعوى يقوم به قاضيها، وهو ليس إلا عمل قانوني وإلزام قانوني على القاضي دون طلب من أحد الخصوم بأن يكيّف الطلبات والوقائع المعروضة عليه تكييفاً صحيحاً يتفق مع الوصف القانوني للجريمة من قبل المشرع، وبالتالي فإن التكييف هو عمل قضائي ملزم قانوناً للقاضي، وبما أن النص على هذه القاعدة الأصولية للقضاء لن ينشئها بل يكشف عنها لذلك فإن القاضي ملتزم بالتكييف حتى وإن لم ينص المشرع عليها².

وهذا ما جعل جانب من الفقه الفرنسي يذهب إلى القول بأن تكييف الواقعة يُعدُّ عملاً أساسياً وضرورياً للقاضي³. حيث أن التكييف ليس إلا من عمل القاضي، لأن الأخير عندما يكيّف واقعة ما وفقاً لوصفها القانوني فإنه يعمل على التقاء الواقع بالقانون، وحينئذٍ يسهل تطبيق القاعدة القانونية الواجبة التطبيق على الواقعة⁴.

1- أنظر: الرهيمي (جواد)، المرجع السابق، ص 48.

2- أنظر: المرجع نفسه، ص 54.

3- أنظر: القبلاوي (محمود عبد ربه محمد)، المرجع السابق، ص 83.

4- أنظر: المرجع نفسه، ص 79.

ومن الأهمية بمكان ملاحظة أن هناك علاقة وثيقة جدا بين السلطة التقديرية الممنوحة قانونا للقاضي وبين التكييف القانوني الذي هو من اختصاص القاضي، ذلك لأن تقدير وتهيئة القاضي لعناصر النزاع المطروح عليه من أجل إنزال حكم القانون عليها لغرض حسمها هو الذي يعتمد عليه تكييف القاضي لذلك النزاع، ولما كانت أدوات الصياغة القانونية ووقائع النزاع والقاعدة القانونية هي المادة التي تباشر من خلالها السلطة التقديرية، وهي كذلك عصب التكييف القانوني ولما كان من يقوم بالتقدير هو نفسه من يقوم بالتكييف، فإن ذلك يدل على قوة العلاقة بين التقدير والتكييف.

وعملية التكييف تأتي تالية للتقدير، ذلك لأنه وإن كان التقدير والتكييف يردان على عناصر واحدة، ويقوم بهما ذات العضو بالصفة ذاتها عند إصدار العمل القضائي إلا أن الفارق بينهما زمني، حيث إن التقدير سابق للتكييف من حيث التمهد له حتى يمكن إنزال حكم القانون على الواقعة، والتقدير أيضا لاحقا للتكييف من حيث أعمال أثر القاعدة القانونية على واقع النزاع، وهذا التعقيد لا يمكن أن يواجهه إلا القاضي المتمتع بالذكاء والفتنة والقدرة القانونية والعلم والخبرة والذوق الرفيع ضمن سلطته التقديرية، وعلى ذلك فالقاضي عندما يقوم بعملية التكييف يباشر سلسلة من عمليات التقدير ليصل إلى تطبيق القاعدة القانونية التي يرى ملاءمتها لواقع النزاع المعروف عليه بقصد حسمه¹.

ولابد من الإشارة إلى أن للتكييف تقسيمات متعددة تناولها الفقه، فمن حيث موضوعه قسم إلى تكييف للواقعة وتكييف للجريمة (جناية، جنحة، مخالفة)، ومن حيث نطاق تطبيقه قسم إلى تكييف خاص بالموضوع وآخر خاص بالشخص، كذلك فإن للتكييف أهمية بالغة سواء من حيث تحديد نوع الجريمة أو الواقعة أم في تحديد الاختصاص أم في تسبيب الأحكام الجنائية أم بالنسبة لأطراف الدعوى (القاضي، المتهم، المجني عليه)².

1- أنظر: بكار (حاتم حسن موسى)، المرجع السابق، ص 127 وما بعدها.

2- أنظر: القبلاوي (محمود عبد ربه محمد)، المرجع السابق، ص 44 وما بعدها.

ومن كل ما تقدم يظهر وبوضوح الفارق الكبير بين ما يعطيه معنى الوصف القانوني للجريمة وما يعطيه تكييفها القانوني من معنى آخر، من حيث أن الأول هو من اختصاص المشرع في كل دولة، أما الثاني فهو من صميم عمل القاضي.

كما يتضح مما سبق بأن هناك علاقة وثيقة بين السلطة التقديرية للقاضي وبين التكييف القانوني الذي يقوم به القاضي والذي هو من اختصاصه، وعدم الاختلاف بينهما إلا من حيث الفارق الزمني، وعدم الاختلاف هذا هو الذي يفسر عدم النص صراحة على التكييف في معظم القوانين الإجرائية الجزائية، وذلك بالاكتماء بالنص على ما تتمتع به المحكمة من سلطة تقديرية في الحكم الذي تصدره، بحيث لا تتقيد بالتكييف الذي تعطيه سلطة التحقيق للواقعة بموجب وصفها القانوني.

وعلى ذلك فإن التشريع لم يذكر صراحة التكييف القانوني، بل أشار إلى عبارات من شأنها أن تفيد هذا المعنى، وبالتالي فإن مصطلح (التكييف) في الحقيقة هو مصطلح فقهي كما سبق الإشارة إلى ذلك، وهو أيضا مصطلح قضائي، وذلك لوجود تعريفات عديدة لهذا المصطلح فيهما. لكن يجدر بنا طرح التساؤل التالي: إذا كان التكييف عملا قضائيا فلماذا يسمى بالتكييف القانوني؟

الجواب على هذا التساؤل باختصار يبني على سببين رئيسيين، الأول هو أن القاضي ملزم قانونا بالتكييف عندما تعرض عليه واقعة أو حادثة أو قضية معينة، أما الثاني فهو أن أصل تسمية التكييف بالقانوني لا ترجع إلى السلطة القائمة به بل إلى مصدر تلك السلطة وهو القانون.

الفقرة الثانية

السلطات التي تملكها المحكمة بصدد وقائع الدعوى

تتمثل السلطات التي تملكها المحكمة بصدد وقائع الدعوى في تغيير الوصف القانوني للواقعة، وسلطتها في تدارك الخطأ المادي، وكذلك إعادة تكييف الجريمة.

إنّ المقصود بالوصف القانوني للواقعة تلك العمليّة القانونية التي يقوم بها كلّ من المحقّق والقاضي في كلّ جريمة أو واقعة تدخل حوزتهما بغية بيان النصّ القانوني الواجب التّطبيق عليها. ووفقا لهذا التّعريف فإنّ ماهية سلطة المحكمة الجنائية في تغيير الوصف القانوني للواقعة هو إجراء بمقتضاه تعطي المحكمة التّكييف الصّحيح للفعل الذي ترى أنّه الأكثر انطباقا عليه من التّكييف الوارد في أمر الإحالة، أو في ورقة التّكليف بالحضور، بالنّظر إلى أنّ المحكمة أقدر من النيابة على إنزال الوصف القانوني الصّحيح على الوقائع¹.

ومؤدّى قيام المحكمة بتحقيق الواقعة وإعطائها وصفا قانونيا معيّنا، هو أن تضعها تحت فرض من فروض التّجريم التي صاغها قانون العقوبات، أي الوقوف على مدى تطابق الواقعة الماديّة مع الواقعة القانونية الواردة بالنّص التّجريمي، ولكن دون إضافة وقائع جديدة غير واردة للمحكمة بموجب أمر الإحالة.

ويتسنى للمحكمة تغيير الوصف القانوني للواقعة المسندة للمتهم، ربّما لمجرّد اختلاف بين جهات النّظر في تقدير الواقعة أو في فهم نصوص القانون، مع الإبقاء على جميع عناصر الجريمة وظروفها، وقد يكون نتيجة لاستبعاد المحكمة لظرف مشدّد أو عنصر لا تقتنع بثبوته في حقّ المتهم²، أو إذا أظهر التّحقيق ظروفًا مشدّدة لم تذكر في قرار الإحالة، وبالتالي يتضمّن التّعديل إضافة وقائع جديدة، والتّعديل هنا هو إعطاء التّهمة وصفها القانوني

1- أنظر: القبلاوي (محمود عبد ربه محمد)، المرجع السابق، ص. 150.

2- أنظر: القويزي (محمد صالح)، المرجع السابق، ص. 34.

السليم بناءً على ما أظهره التحقيق النهائي أثناء الجلسة والمرافعات من ظروف ووقائع جديدة، وهذا التعديل لا يخرج عن الوقائع الأصلية.

والفرق بين تغيير الوصف القانوني المسند للمتهم وبين تعديل التهمة، أنه في تعديل التهمة يقتضي الأمر في الغالب تغيير وصفها القانوني، لكن تغيير الوصف قد يحصل بغير تعديل التهمة.

أما تعديل النيابة العامة للتهمة جائز باعتبارها سلطة اتهام، وذلك بإضافة وقائع جديدة لم ترد تماماً في أمر الإحالة، ولو أدى ذلك إلى تغيير التهمة أو الزيادة في التهم، ويكون ذلك في الجلسة مباشرة، وبمواجهة المتهم، أما إذا كان غائباً فيجب إبلاغه بالتهمة الجديدة لضمان حقه في الدفاع، ويكون التعديل أمام المحكمة الابتدائية دون المجلس، لأن ذلك يحرم المتهم من حق التقاضي على درجتين الذي يعتبر ضماناً له.¹

وعموماً فإن تغيير الوصف القانوني للواقعة يعدّ حقاً للمحكمة، بل أكثر من ذلك فهو واجب عليها وليس مجرد رخصة تمارسها إن شاءت، إذ تلتزم عند نظرها للدعوى بتطبيق النصّ المجرّم على الواقعة التي تنظر فيها، وذلك بعد تمحيصها لجميع الأوصاف، دون أن تقتيد بالوصف الذي أسبغته جهة الاتهام على الواقعة، وبذلك فإن المحكمة التي تقتصر على محاكمة المتهم بناءً على الوصف الذي أحيل من أجله، دون أن تضيف إليه ما يثبتته التحقيق من وقائع فإنها تكون قد أخطأت في تطبيق القانون.

أما سلطة المحكمة في تعديل التهمة فهو إجراء بمقتضاه تعطي المحكمة التهمة تكيفها القانوني الصحيح الذي ترى أنه أكثر انطباقاً على الوقائع، بما يقتضيه ذلك من إضافة العناصر أو الظروف إلى الواقعة المرفوعة بها الدعوى، والتي تثبت-العناصر أو

1- أنظر: بغدادي (مولاي ملياني)، الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992،

الظروف- من التّحقيقات الأولية أو النّهائية أو المرافعات في الجلسة، ولو لم تذكر في أمر الإحالة أو ورقة التّكليف بالحضور.

إذن فللمحكمة أن تغيّر الوصف القانوني للواقعة المسندة للمتهم أو أن تعدّل التّهمة بإضافة ظروف ثبتت من التّحقيق أو من المرافعة بالجلسة، وكذلك لها أن تغيّر في التّفصيلات أو تبين عناصر التّهمة وتحددها، وللمحكمة كذلك أن تبحث عن الوصف الصّحيح للأفعال الإجرامية المسندة للمتهم والمواد المطبّقة على هذه الأفعال، كما تقوم ببناء حكمها على هذا الأساس، وبناءً عليه يكون للمحكمة أن تعدّل وصف التّهمة من سرقة مثلاً إلى إخفاء مسروقات أو من اختلاس إلى نصب واحتيال، أو أن تغيّر في كون المتهم فاعلاً وتجعل منه شريكاً¹.

وينبغي للمحكمة أثناء ممارستها لسلطة تعديل التّهمة، أن تتقيّد بمجموعة من الشّروط المتعلقة بضرورة أن تكون العناصر الجديدة أو الظروف قد تناولها التّحقيق الابتدائي، أو ثبتت من المرافعة في الجلسة، فلا يجوز لها أن تسند للمتهم واقعة ليس لها أساس في أوراق الدّعى التي كانت بين يدي الخصوم ودارت حولها المرافعات.

كما يشترط أن تكون العناصر الجديدة أو الظروف التي يتمّ إضافتها مرتبطة بالواقعة الأصلية، أي لا تتطوي على جريمة مستقلة عن الواقعة الأصلية.

ويشترط أن يتمّ تنبيه المتهم بالظروف التي تمّ إدخالها على الواقعة المنسوبة إليه، سواء ترتّب على هذا التّعديل توجيه تهمة جديدة عقوبتها أشدّ أو مماثلة أو أخفّ من التّهمة السابقة، وسبب ذلك مردّه إلى أنّ إضافة عناصر جديدة للواقعة أو التّغيير فيها، يستوجب إعطاء المتهم فرصة للدّفاع عن نفسه في مواجهة هذا التّعديل.

1- أنظر: مينا (محمد فرج)، الوجيز في الإجراءات الجزائية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د. س. ن، ص 119.

كما أجاز القانون للمحكمة المختصة أن تقوم بإصلاح وتدارك الأخطاء المادية أو السهو الوارد في أمر الإحالة أو ورقة التكاليف بالحضور، مثل إغفال اسم المتهم أو تاريخ ميلاده أو مكانه، أو الخطأ في ذكر مواد القانون.

ويشترط القانون في الأخطاء المادية أو السهو أن تؤدي إلى تعديل الاتهام الوارد في أمر الإحالة أو ورقة الاستدعاء، وأن يترتب على الخطأ أو السهو تعديل واضح في الجريمة المنسوبة للمتهم.

وفي جميع الأحوال على المحكمة عند قيامها بتصحيح الخطأ أو إعادة تكييف الجريمة بإضافة ظروف مشددة أن تضمن للمتهم حق الدفاع، وكذلك تنبيه محاميه إلى هذا التصحيح وتعطيه وقتاً لتحضير دفاعه، وإذا لم تقم بذلك فإنها تكون قد أخلت بحقه في الدفاع مما يترتب بطلان ما قامت به من إجراءات، خاصة إذا كانت هذه التعديلات تضرّ بالمتهم¹.

المبحث الثاني

الأساس القانوني لحماية العلامة التجارية في القانون الجزائري والمقارن

تحظى العلامة التجارية بمكانة هامة ضمن فئة حقوق الملكية الفكرية تعكسها النصوص القانونية الدولية وكذلك الداخلية (بموجب القانون التجاري، قانون العقوبات، قانون حماية المستهلك وقمع الغش، الأمر المتعلق بالعلامات)، والاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر في هذا المجال، وهو ما يعكس اهتمام المشرع بضرورة قمع هذه الجريمة الخطيرة سواء على المستوى الداخلي أو الدولي.

1- أنظر: بغدادي (مولاي ملياني)، المرجع السابق، ص 364، 365.

وسنتناول بالدراسة الأساس القانوني لحماية العلامة التجارية في القانون الجزائري (مطلب أول) ثم نعرض الأساس القانوني لحماية العلامة التجارية في القانون المقارن (مطلب ثاني).

المطلب الأول

في القانون الجزائري

يعني تقليد العلامة التجارية اختيار علامة مشابهة لعلامة مشهورة محاكاتها من حيث الشكل، عادة ما تكون هذه العلامة مسجلة ولها حماية قانونية، ويمكن للعلامة المقلدة إحداث التباس في ذهن الجمهور أو المستهلكين، مما يعد مساساً بحقوق مالك العلامة الحصرية¹.

فالركن الشرعي يعني أن يكون الفعل الجرمي غير واقع تحت سبب من أسباب الإباحة التي تمنع المسؤولية الجزائية، فلا تقوم جريمة إلا بفعل غير مشروع يقرر القانون له عقوبة.

ويوصف الفعل بأنه غير مشروع إذا تضمن القانون نصاً يجرمه ولم يكن في الظروف التي ارتكب فيها خاضعاً لسبب من أسباب الإباحة.

وقد عمل المشرع الجزائري على حماية العلامة التجارية من الاعتداءات الواقعة عليها. سواء في النصوص القانونية الداخلية (فرع أول). كما يظهر ذلك أيضاً من خلال الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر في هذا المجال (فرع ثاني).

1- أنظر: النون (براك ناصر)، المرجع السابق، ص 18.

الفرع الأول

في النصوص القانونية الداخلية

بما أن جريمة الاعتداء على العلامة التجارية من الجرائم الخطيرة التي عملت مختلف التشريعات على التصدي لها ومكافحتها، فإن المشرع الجزائري وعلى غرار غيره من التشريعات الأخرى اهتم أيضا بضرورة قمع هذه الجريمة الخطيرة على المستوى الداخلي، وذلك ما يظهر من خلال النصوص القانونية الداخلية، ابتداء من الدستور وقانون العقوبات (فقرة أولى)، وكذا قانون حماية المستهلك والقانون المتعلق بالممارسات التجارية وقانون الجمارك والأمر المتعلق بالعلامات (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

في الدستور وقانون العقوبات

تنص المادة 43 من الدستور على أن: "حرية الاستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون. تعمل الدولة على تحسين مناخ الأعمال، وتشجع على ازدهار المؤسسات دون تمييز خدمة للتنمية الاقتصادية الوطنية. تكفل الدولة ضبط السوق. ويحمي القانون حقوق المستهلكين، يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة".

كما تنص المادة 44 منه على ما يلي: "حرية الابتكار الفكري والفني والعلمي مضمونة للمواطن. حقوق المؤلف يحميها القانون".

فقد كرس الدستور الجزائري في مواده مبدأ ضمان حرية الإبداع ولضمان أكثر تنظيم وحماية صدرت عدة نصوص تشريعية وتنظيمية حددت شروطها وإجراءاتها.

وبالرجوع إلى قانون العقوبات وتحديداً في الباب الرابع بعنوان "الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية" في الكتاب الثالث المخصّص للجنح والمخالفات، نجد أن المادة 429 قد نصّت على أنه: "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

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

سواء في نوعها أو مصدرها.

سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها دون حق".

وباستقراء هذه المادة نجد أنها نصّت على "خداع" المتعاقد والذي يتخذ العديد من الصور كتغيير المواصفات الجوهرية للسلعة، وجريمة تزيف البضاعة والغش فيها، وجريمة إخفاء البضاعة في مظهر خادع من شأنه تضليل المشتري، تزوير العلامة أو تقليدها. وهو ما يعني بأن قانون العقوبات من خلال هذه المادة لم يتعرّض لجريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية بشكل مباشر.

ويتمثل السلوك الإجرامي أياً كانت صورته شاملاً النشاط الإيجابي، كما يشمل الامتناع عن مباشرة الفعل الذي أمر به القانون. والأصل أن تترتب على الفعل آثار يتمثل فيها الاعتداء على الحق الذي يحميه القانون. وتعد آثار الفعل مرتبطة بماديات الجريمة وتسمى بالنتيجة، ولكنها ليست عنصراً في كل جريمة. فالشروع يعاقب القانون عليه على الرغم من أنه لم يحقق نتيجة جرمية بعد.

وطبقاً لقانون العقوبات والقوانين المكملة له فلا تقوم جريمة إلا بفعل غير مشروع يقرر القانون له عقوبة. ويوصف الفعل بأنه غير مشروع إذا تضمن القانون نصاً يجرمه ولم يكن في الظروف التي ارتكب فيها خاضعاً لسبب أباحه، فمخالفة الأعراف والتقاليد لا تعد

جرائم يعاقب عليها القانون ما لم ينص على تجريمها قانون نافذ. فليست الجريمة ظاهرة مادية خالصة، بل هي عمل إنسان يسأل عنها ويتحمل العقاب من أجلها. لذلك يجب أن تكون ذات أصول في نفسيته. وبغير العلاقة بين شخصية الجاني وماديات الجريمة يستحيل تحديد شخص تقوم مسؤوليته عنها.

واشترط صدور الفعل عن إرادة يعني اشتراط صدوره عن إنسان، إذ لا تنسب الإرادة لغير الإنسان. ويتعين أن تكون الإرادة مميزة مدركة وحررة مختارة حتى تعد عنصراً في الجريمة، وتسمى الأسباب التي تجردها من القيمة القانونية موانع المسؤولية الجنائية.

وللإرادة الجنائية صورتان: القصد الجنائي والخطأ غير العمدى، ويعني القصد الجنائي اتجاه الإرادة إلى إحداث الفعل ونتيجته، ويفترض الخطأ غير العمدى اتجاه الإرادة إلى إحداث الفعل دون النتيجة.

فالركن الشرعي إذا في قانون العقوبات هو الصفة غير المشروعة للفعل ويكتسبها إذا توفر له أمران هما خضوعه لنص تجريم يقرر فيه القانون عقاباً لمن يرتكبه، وعدم خضوعه لسبب من أسباب الإباحة، إذ أن انتفاء أسباب الإباحة شرط ليظل الفعل محتفظاً بالصفة غير المشروعة التي أكسبها له نص التجريم.

كما أن القانون 03/09 المؤرخ في: 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بموجب القانون 109/18¹ المؤرخ في: 10 جوان 2018 أحال في أحكامه الجزائية المتعلقة ببعض الجرائم إلى قانون العقوبات عندما ترتكب هذه الجرائم من المتدخل مساساً بصحة وسلامة المستهلك وبمصالحه المادية والمعنوية، فالمشرع الجزائري تدخل بموجب نصوص قانونية تهدف إلى بث الأمان والثقة في التعامل وحماية المستهلك من أي ضرر.

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 35، المؤرخة في: 13 جوان 2018.

ويمكن إجمال هذه الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات في جريمة الخداع، جريمة الغش وجريمة عرقلة مهام الرقابة.

فجريمة الخداع هي تلك الجريمة التي يعمل فيها الجاني على خداع المتعاقد معه - المستهلك- سواء في طبيعة السلعة، أو صفاتها الجوهرية أو في تركيبتها، أو في نسبة المقومات اللازمة لها، أو في نوعها، أو مصدرها، أو في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها¹.

وقد نص المشرع الجزائري على جريمة الخداع في المادتين: 429 و 430 من قانون العقوبات مبيّنا العناصر المكونة لها. كما نص عليها في المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أما عن جريمة الغش فإن المشرع الجزائري لم يعرف معنى الغش، وبالرجوع إلى الفقه نجد عدة تعريفات نذكر من بينها²: "أنه فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة مما يعينه القانون ويكون مخالفا للقواعد المقررة لها في التشريع أو في أصول الصناعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها وبشرط عدم علم المتعاقد الآخر به".

من خلال هذه التعاريف يتضح الفرق بين الغش والخداع الذي يمكن أن يتعرض له المتعاقد. فمن حيث موضوع الجريمة فإن الغش يقع على مادة أو سلعة معدة للبيع، في حين يقع الخداع على الشخص المتعاقد معه. أما من حيث الغاية فهي المحافظة على الصحة

1- أنظر: بن عاشور (لمية)، الحماية الجنائية للمستهلك في قانون حماية المستهلك (قانون 89 - 02)، (رسالة ماجستير)، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2000-2001، ص 41.

2- أنظر: سكيكر (محمد علي)، الوجيز في شرح جرائم قمع التدليس والغش وحماية المستهلك في ضوء التشريع والفقه والقضاء، ط 1، دار الجامعيين، مصر، 2008، ص 23.

- القاضي (محمد مصباح)، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، دار النهضة العربية، مصر، 2008، ص 52.

العامة في تجريم الغش، في حين الغاية من تجريم الخداع هي ضمان سلامة العقود والاتفاقات¹.

ولقد نظم المشرع الجزائري جريمة الغش التجاري بنص المادتين: 431 و432 من قانون العقوبات وكذا المادة 70 من قانون: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك، والملاحظ على هذه المواد أن جريمة الغش لا يمكن أن يكون محلها إلا سلع موجهة إلى تغذية الإنسان أو الحيوان، وذلك على عكس جريمة الخداع والتي يمكن أن يكون محلها أي سلعة ينصب عليها التعاقد بدون تخصيص.

وأخيرا جريمة عرقلة مهام الرقابة، إذ يجرم قانون العقوبات قيام المتدخل باعتراض مهام الرقابة التي يمارسها الأعوان المؤهلون كمنعهم من دخول المحلات التي توجد فيها المنتوجات، أو منعهم من اقتطاع العينات وغيرها من الأعمال المكلفون بها.

الفقرة الثانية

في القوانين الخاصة

نص القانون 03/09 في المادة 11 منه والمعدلة والمتممة بموجب القانون 09/18 المذكور آنفا على ما يلي: "يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله. كما يجب أن يحترم المنتج المتطلبات المتعلقة بمصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه

1- أنظر: بودالي (محمد)، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبيعية، دار الفجر، مصر،

2005، ص 27، 28.

تحدد الخصائص التقنية للمنتجات التي تتطلب تأطيرا خاصا عن طريق التنظيم".

وقد نصت المادة 26 من القانون المتعلق بالممارسات التجارية¹ على أنه: "تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين".

ومن جهتها فقد اعتبرت المادة 27 من القانون ذاته ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بتشويه سمعة عون اقتصادي منافس، بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو منتجاته أو خدماته. أو تقليد العلامات المميّزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بنزع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك، أو استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.

وقد اعتبرت المادة 38 من هذا القانون هذه الممارسات التجارية غير نزيهة وأفردت لها العقوبة اللازمة.

أيضا فقد نصت المادة الخامسة من القانون رقم: 04/17 المعدّل والمتمم لقانون الجمارك² على ما يلي: "لتطبيق هذا القانون والنصوص التطبيقية المتفرعة عنه يقصد بالعبارات الآتية ما يأتي:....البضائع التي تخفي الغش، البضائع التي يرمي وجودها إلى إخفاء الأشياء محل الغش والتي هي على صلة بها....".

وتنص المادة 22 منه على ما يلي: "يحضر استيراد وتصدير السلع المقلّدة التي تمسّ بحق الملكية الفكرية كما هي معرّفة في التشريع الساري المفعول. يحضر أيضا استيراد كل

1- القانون 02/04 المؤرخ في: 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 41، المؤرخة في: 12 جوان 2004.

2- مؤرخ في: 16 فيفري 2017، يعدّل ويتم القانون 07/79 المؤرخ في: 21 جويلية 1979 المتضمّن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 11، المؤرخة في: 19 فيفري 2017.

البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة أو أية إشارات على المنتجات نفسها أو على الأغلفة أو الصناديق أو الأحزمة أو الأظرف أو الأشرطة أو الملصقات التي من شأنها أن توهي بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري".¹

وتنص المادة 22 مكرر من القانون 04/17 المذكور أعلاه على ما يلي: "دون الإخلال بالأحكام المنصوص عليها في هذا القانون، يتم التخلي عن البضائع ذات القيمة الضعيفة، كما هو معمول به في مجال الغش قليلة القيمة المنصوص عليه في المادة 288 من هذا القانون، والمعترف بأنها مقلّدة، لأجل إتلافها".

وتجدر الإشارة إلى أنه توجد وسائل عديدة غير مباشرة لحماية العلامة التجارية عبر قانون الجمارك تسمى بالعراقيل التقنية للتجارة أو الحواجز الخفية والتي تتخذ طابعا عاما تحت شكل تنظيمات تقنية للأمن، القواعد التقنية الصحية وشبه الصحية، حماية المحيط.

وموازاة مع ذلك فإنه بالرجوع إلى الأمر رقم: 04/03 المؤرخ في: 2003/07/19 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، نجد أنه جاء في فصله الثاني تحت عنوان حماية الإنتاج الوطني من المواد 8 إلى 16 بمجموعة من التدابير الحمائية سميت بتدابير الدفاع.

ويمكن تصنيف البضائع المحظورة وفقا لقانون الجمارك إلى صنفين اثنين: الأول يتعلق بالبضائع المحظورة عند الاستيراد أو التصدير وهي البضائع الممنوع استيرادها أو تصديرها إما بصفة مطلقة أو نسبية.

1- وتجدر الإشارة إلى أن نص هذه المادة في القانون 10/98 المؤرخ في: 22 أوت 1998 الذي يعدّل ويتّم القانون 07/79 المؤرخ في: 26 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 61، المؤرخ في: 22 أوت 1998 كانت تتضمن فقرة أخيرة مضمونها: "تحظر عند الاستيراد، مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه، وتخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة...".

أما الثاني فهي البضائع الخاضعة لقيود عند الجمركة ويتعلق الأمر بالبضائع التي يجوز استيرادها وتصديرها غير أن جمركتها موقوفة على تقديم سند أو رخصة أو شهادة أو إتمام إجراءات خاصة¹.

فضلا على ذلك فإن المشرع في المرسوم التنفيذي رقم: 354/96 المؤرخ في: 19 أكتوبر 1996 المتعلق بكيفيات مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة ونوعيتها، أوجب على المستورد أن يراعي عند استيراد المنتجات توافر المقاييس والمواصفات القانونية الجزائرية دون أن يهمل المقاييس والمواصفات الدولية. وعلى هذا الأساس فقد افترض المشرع قيام مسؤولية المستورد بمجرد حيازته المنتجات الأجنبية، وفرض عليه أن يبحث في مدى توافرها على المواصفات والمقاييس.

وتدعيما لحماية المستهلك وضع جهازا خاصا لرقابتها وإخضاعها للتحاليل المخبرية قبل إخضاعها لعملية الجمركة أي لفحص عام وفحص معمق، وقد نظم ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 354/96 المذكور أعلاه حتى يتم التأكد من أن المنتج يستجيب للطلبات المشروعة للاستهلاك والمستهلك وأنه مطابق لشروط تداوله ونقله وخزنه، أما إذا كانت الفحوصات العامة والمعمّقة سلبية، فيسلم للمستورد مقرر رفض دخول المنتج إلى الجزائر ويتم تحويل هذا المنتج من الحدود الجزائرية على مسؤولية وتكاليف المستورد دون الإخلال بتطبيق العقوبات المقررة في القانون رقم: 02/89 المؤرخ في: 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والتشريع الجمركي.

أما في الأمر: 06/03 المتعلق بالعلامات فقد نصت مادته: 26 على ما يلي: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة...".

1- أنظر: بوسقيعة (أحسن)، المنازعات الجمركية، الطبعة الثانية، دار هومة، الجزائر، 2005، ص 20.

يتضح من خلال استقراء المادة السابقة أن المشرع الجزائري تطرق إلى الحماية القانونية للعلامة التجارية من التقليد¹ بصفة مباشرة في الأمر: 06/03 المنظم للعلامات التجارية، مُقَصِّراً الحماية على العلامات المسجلة والمودعة في الجزائر فقط²، والتي قد وقع تقليدها في الجزائر، وهذا ما تضمنته المادة الثالثة من الأمر ذاته بنصها: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني

يجب وضع العلامة على الغلاف، أو على الحاوية عند استحالة ذلك، إذا لم تسمح طبيعة أو خصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة لا يطبق هذا الإلزام على السلع أو الخدمات التي لا تسمح طبيعتها وخصائصها من وضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ...".

وبحسب المادة 26 سالفه الذكر تعد جريمة التقليد جنحة، عكس ما كان عليه الأمر في ظل الأمر: 57/66 الذي تم إلغاؤه والذي تبنى التكييف الضمني في مادته: 28 التي يستتبط منها أن التقليد يعد جنحة من خلال النظر لمدة الحبس ومقدار الغرامة.

الفرع الثاني

في المعاهدات والاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر

فضلا عن الحماية التي أقرها المشرع الجزائري للعلامة التجارية على المستوى الداخلي فإنه قام بالمصادقة على العديد من الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامات التجارية.

1- وهو تقريب الشبه بين العلامة المقلدة والعلامة الحقيقية، بشكل يحدث اللبس بينهما، ويُصَغَب على جمهور المستهلكين التفرقة بينهما. أنظر: الصفار (زينة غانم عبد الجبار)، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 67.

2- حيث تنص المادة 27 من الأمر: 03-06 على أنه: "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها".

ونظرا لتطور وتوسع العلاقات الدولية الاقتصادية والتجارية أصبحت القوانين الوطنية غير كافية لتنظيم حقوق الملكية الصناعية، نظرا لاختلافات وتناقضات نصوص القانون بعضها البعض مما يؤدي إلى عدم منح حماية ملائمة وكافية، فضلا عن أن الحماية القانونية في الأصل تقف عند الحدود الإقليمية للدولة التي تسجل فيها، وذلك تطبيقا لمبدأ السيادة الإقليمية، فلا يسري أثر علامة تجارية إلا في إقليم الدولة التي تم تسجيل تلك العلامة فيها، فإذا تم تسجيل العلامة في الجزائر فإن ذلك لا يسمح بمتابعة أفعال التقليد المرتكبة في الخارج، وإذا ما رغب صاحب العلامة حمايتها في دولة أخرى، لا بد عليه من تسجيلها في تلك الدولة، وفي أي دولة أخرى يرغب أن يحمي فيها علامته.

ولهذا السبب وللتقليل من محدودية الحماية الداخلية وعدم مواكبتها للتطور التقني المتسارع عالميا والمرفوق بسرعة تداول المنتجات والبضائع والخدمات وسهولة انتقالها عبر الدول من خلال التجارة الدولية، لذا قادت تلك الاعتبارات والعيوب للتفكير في حماية دولية للعلامة التجارية¹، إذ كانت الحاجة ماسة لإبرام معاهدات دولية لتوحيد المفاهيم المختلفة والوصول إلى التنسيق والتلازم بالنسبة لنصوص الملكية الصناعية.

وقد أخذت هذه الاتفاقيات صياغة قانونية مطابقة لصياغة القوانين الداخلية، بمعنى أن هذه القوانين تسري لدى الدول التي اشتركت وانضمت لهذه الاتفاقيات في قانونها الداخلي بمجرد الانضمام.

ويترتب على ذلك الانضمام وجود نظام قانوني موحد لحماية الملكية الصناعية في جميع الدول المنظمة، فضلا عن ذلك فإن هذه الاتفاقيات تهدف إلى معاملة رعايا دول الاتحاد معاملة المواطنين في كل دولة من حيث مدى حماية القانون لهذه الحقوق، ومن تم كانت الحاجة إلى تأسيس نظام دولي يطبق على الدول الأعضاء في الاتحاد، ومبدؤها

1- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 45، 46.

الأساسي يتمثل في مبدأ التوفيق بين قوانين دول الاتحاد ومبدأ المعاملة بالمثل بين دول الاتحاد.

وسنشير فيما يلي إلى الاتفاقيات والمعاهدات التي صادقت عليها الجزائر بشكل من التفصيل، أما الاتفاقيات الأخرى فنعرضها على سبيل الذكر.

الفقرة الأولى

الحماية المقررة وفقا لاتفاقية باريس باعتبارها دستورا دوليا لتلك الحماية

تعد هذه الاتفاقية مظلة دولية لحماية الحقوق الفكرية بأوسع معانيها بما فيها العلامات التجارية، لذا اعتبرها البعض ميثاقا ودستورا دوليا لتلك الحماية، وأن حماية العلامة فيها مضمونة لعدد كبير من دول العالم، وخاصة الدول المصنّعة، بحيث أن هذه الدول أتحدت وأسست نظاما دوليا راقيا لحماية حقوق الملكية الصناعية.

وتشمل هذه المعاهدة عدد كبير من الدول ذات الأنظمة السياسية المختلفة، كما أنظمت إليها كثير من الدول العربية ولاسيما الجزائر التي أنظمت إليها في خلال مرحلتين، الأولى كانت مند الموافقة على الاتفاق باعتبارها مستعمرة فرنسية، والثانية بعد الاستقلال في 01 مارس 1966 بموجب الأمر 48/66 الصادر في 25 فيفري 1966. وصادقت عليها بموجب أمر 02/75 المؤرخ في 09 جانفي 1975.¹

1 - وهو ما أكده القضاء من خلال القرار رقم: 350164 المؤرخ في: 05 أكتوبر 2005 الصادر عن الغرفة التجارية والبحرية، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول 2006 حيث أقر بأنه: "يتعين على القضاة عملا باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتجارية التي انضمت إليها الجزائر إبراز العناصر التقنية التي اعتمدها لتقرير التشابه الكبير بين العلامة المراد إبطالها وبين العلامة المشهورة".

وقد أوضحت المادة الأولى من هذه الاتفاقية نطاق حماية الملكية الصناعية وكذا العلامة التجارية¹، علاوة على ذلك نصت صراحة في محتوى الاتفاقية على ألا تؤخذ الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي، وإنما تنسحب إلى الصناعات الزراعية والإستراتيجية وعلى جميع المنتجات المصنعة أو الطبيعية. وتقوم هذه الاتفاقية على مجموعة من المبادئ ولعل أهمها: مبدأ المساواة، مبدأ الحق في الأولوية ومبدأ الاستقلال في العلامات.

ونستشف مبدأ المساواة من خلال المادة الثانية من اتفاقية باريس والتي ورد فيها على أن يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية، بالمزايا التي تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً قوانين تلك الدول للمواطنين بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية، ومن ثم يكون لهم نفس الحماية المكفولة للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم.

وأنه لا يجوز أن يفرض على رعايا دول الاتحاد أي شرط خاص بالإقامة أو بوجود منشأ في الدولة التي تتطلب فيها الحماية للتمتع بأي حق من حقوق الملكية، ويحتفظ صراحة لكل دولة من دول الاتحاد بأحكام تشريعها المتعلقة بالإجراءات القضائية والإدارية والاختصاص وكذلك بتحديد محل مختار أو تعيين وكيل.

ومن خلال ذلك يتبين بأن رعايا كل من الدول الأخرى الأطراف في الاتفاقية، سواء داخل الوطن الواحد لتلك الدول أم في عدة دول منها، بحيث يجوز لمن كان له الحق في تسجيل علامة في دولته أو دولة أخرى تسجيل ذلك الحق في أية دولة من دول الاتحاد الأخرى.

1 - وهو ما أكدته المحكمة العليا في قرار لها يقضي بتأييد قرار قضاة المجلس لما توصلوا إلى إقرار ملكية العلامة الصناعية "أورانجينا" لكل من مؤسسة المشروبات الغازية الجزائرية والشركة المالية المسماة "أورانجينا" الفرنسية اعتماداً على تمتع العلامة المذكورة بالحماية القانونية في الجزائر منذ مصادقة الجزائر سنة 1975 على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية وعلى الاتفاق المبرم بين الشركتين 1977. قرار رقم 377589 المؤرخ في 07 جوان 2006، الغرفة التجارية والبحرية، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2006، ص 381.

ولأجل تطبيق قاعدة المساواة لا بد من أن يقدم صاحب شهادة التسجيل الأجنبية بتسجيل شهادته في الدولة التي يطلب فيها المساواة. ويعكسه لا يوجد هذا الحق كما أنه لا فائدة من تطبيقه سوى حرمان أبناء الدول الأخرى من الإفادة من مزايا قوانينها، إضافة إلى أن الموضوع سيفقد الجدة لأن رعايا هذه الدول يعاملون معاملة واحدة في جميع دول الاتحاد بموجب معاهدة باريس.

ولا يمكن إجبار أي دولة من دول الاتحاد على تغيير نظامها في التسجيل أو الطعن، لأن ذلك يتعلق بالسيادة الوطنية. ولا يشترط في الشخص الذي يطلب الحماية في إحدى دول الاتحاد أن تكون له مؤسسة، أو أن تكون له إقامة أو غيرها من الشروط، وإنما يكتسب هذه الحقوق بمجرد أنه من رعايا إحدى دول الاتحاد.

أما مبدأ الحق في الأولوية، فتقضي المادة الرابعة من اتفاقية باريس بأن كل من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد يتمتع فيما يخص بالتسجيل في الدول الأخرى بحق الأسبقية في خلال ستة شهور من تاريخ تقديم الطلب الأول.

وعلى ذلك يتمتع هذا الشخص بمهلة ستة أشهر لتسجيل علامته في بلاد الاتحاد الأخرى. فلا يحتج عليه بأي استعمال أو تسجيل للعلامة يقع خلال هذه المدة في أي بلد من بلدان الاتحاد، لكن يجوز الاحتجاج عليه باستعمال أو تسجيل العلامة قبل بدء مدة الشهور الستة إذ تعتبر علامته جديدة في هذا البلد، إذ يتمتع كل من أودع طلبا في إحدى دول الاتحاد بحق الأفضلية والأسبقية على رعايا الدول الأخرى. ويشترط أن يكون الطلب منصب على تسجيل علامة صناعية أو تجارية أو خدمة، كما يشترط أن يكون موافقا لقانون الدولة التي يتقدم بطلب الحماية فيها مهما كان مصير الطلب بالموافقة أو الرفض.

أما المبدأ الثالث الذي تقوم عليه الاتفاقية السابقة وهو مبدأ استقلال العلامات، فحسب المادة السادسة من اتفاقية باريس فإنه تعتبر كل علامة مسجلة في أكثر من دولة مستقلة

تمام الاستقلال عن الأخرى، فإذا فرض وانتهت مدة تسجيل العلامة في إحدى الدول فإن هذا لا يعني انتهاء مدة التسجيل في جميع البلاد المسجلة بها العلامة التجارية.

ومع ذلك لا يترتب بأي حال على تجديد تسجيل العلامة في دولة المنشأ الالتزام بتجديد التسجيل في دول الاتحاد الأخرى التي سجلت فيها العلامة، إذ تعتبر العلامة التي سجلت طبقاً للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ.

وتجدر الإشارة إلى أن اشتراط تسجيل العلامة في البلد الأصلي تسجيلاً صحيحاً مرجعه إلى اعتبار تمتع هذه العلامة بالحماية في الخارج امتداداً لحماية قائمة في البلد الأصلي.¹

ووفقاً للفقرة الثانية من المادة السادسة من هذه الاتفاقية فإن هناك حالات أجازت فيها الاتفاقية إبطال أو رفض التسجيل، وبالتالي تُحرم فيها العلامة التجارية من الحماية في دولة من دول الاتحاد رغم تسجيلها في بلدها الأصلي تسجيلاً صحيحاً، ويتعلق الأمر بحالتين:

تخص الحالة الأولى العلامات التي تتضمن اعتداءً على الحقوق المكتسبة للغير وكذا العلامات المجردة من أية صفة مميزة، أي تلك التي تتكوّن من إشارات وبيانات قد تستعمل للدلالة على نوع المنتجات وصفتها، أو لبيان الغرض منها، أو قيمتها ومصدرها، أو زمن إنتاجها، أو التي أصبح استعمالها في البلاد التي طلبت فيها الحماية دارجاً في اللغة التجارية أو في العرف القانوني للتجارة، على أن تراعى ظروف الواقع خاصة استعمال العلامة عند تقدير الصفة المميزة لهذه العلامة.

وتتعلق الحالة الثانية بالعلامات المخالفة للنظام العام. إذ أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية لسنة 1883 لم تتناول في أحكامها الخاصة بالعلامة التجارية جريمة تقليد

1- أنظر: حسنين (محمد)، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 211.

العلامة التجارية مفضّلة الأمر لكل دولة من دول الاتحاد عن طريق تشريعاتها الداخلية، واكتفت بتعهّد دول الاتحاد رفض تسجيل العلامة التجارية ومنع الانتفاع بها، إذا كانت تشكّل صورة مستنسخة أو تقليد من شأنه خلق التباس مع علامة تجارية أخرى تعتبرها السلطة المختصة لتلك الدولة شائعة الشهرة فيها على أساس أنها ملكا لشخص معيّن (طبيعيا أم اعتباريا) يحق له الاستفادة من الاتفاقية¹.

وقد عدلت هذه الاتفاقية في العديد من المرات حتى تتكيف مع الاحتياجات الدولية الجديدة طبقا لنص المادة 1 منها، حيث عدلت في روما سنة 1886، وفي مدريد 1894، وفي بروكسل 1897، وفي واشنطن 1911، وفي لندن 1934، وفي لشبونة 1958، وفي ستوكهولم 1967 وأخيرا في فينا 1973.

الفقرة الثانية

الحماية المقررة وفقا لاتفاقيات ومعاهدات أخرى

تم التوقيع على اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات² في سنة 1891 وأصبحت سارية المفعول 1892، وكان الهدف من هذه الاتفاقية هو تسهيل تسجيل العلامات على المستوى الدولي والتخلص من الصعوبات التي تتخطى تسجيل العلامات على المستوى الفردي المتعدد، وتوفير حماية أوسع وتقليص المصاريف وعدم هدر الوقت دون مبرر، وتوفير حماية أفضل وأجدي للعلامة التجارية.

1- أنظر: زين الدين (صلاح)، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 438.

2- لنظام التسجيل الدولي مزية وفائدة أخرى على مكاتب الأطراف المتعاقدة المعينة. فهو يوفر عليها عناء التحقق من استيفاء الطلب للشروط الشكلية أو تصنيف السلع والخدمات أو نشر العلامات. ويكفل تعويضها عن العمل الذي تؤديه بفضل الرسوم المسدّدة، وهي الرسوم الفردية (بالنسبة إلى الأطراف المتعاقدة بموجب البروتوكول)، أو الرسوم التكميلية والإضافية التي توزعها الويبو (wipo) سنويا على الأطراف المتعاقدة التي لا تحصل الرسوم الفردية.

ولما كان مبدأ تسجيل العلامة فعلا في كل دولة يراد حمايتها يثير صعوبات عملية كثيرة، فقد قضت اتفاقية مدريد إنشاء اتحاد بين الدول الموقعة عليها والمنظمة لها يقوم بين أعضائه نظام للتسجيل الدولي للعلامات، وبمقتضى هذه الاتفاقية يكون لكل شخص تابع لدولة مصادقة عليها أن يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الاتحاد، عن طريق تقديم طلب من مصلحة الملكية أو إدارة تسجيل العلامات في بلده الأصلي للمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية للقيام بتسجيلها وإضفاء الحماية الدولية عليها.

وعليه فإن التسجيل الوطني للعلامة في بلد المنشأ مدخل لتسجيلها دوليا وتمتعها بنفس الحماية في كل دولة من دول الاتحاد من تاريخ تسجيلها، إذ أن الحماية القانونية للعلامة التجارية تبقى لمدة خمسة سنوات من تاريخ التسجيل الدولي، استنادا للحماية المقدمة للعلامة في بلد المنشأ، وعند انتهاء فترة الخمس سنوات التي تبدأ من تاريخ التسجيل الدولي، ينفصل التسجيل الدولي للعلامة عن التسجيل الوطني لها، فتكون الحماية التي يوفرها التسجيل الدولي في الدول الأخرى من دول الاتحاد ولمدة 20 سنة كاملة بصرف النظر عن مدة التسجيل الوطني، ولن تتأثر العلامة بفقدان الحماية في بلد المنشأ¹.

ومن المقرر أنه إذا فقدت العلامة حمايتها في بلدها الأصلي، نظرا لعدم تجديد التسجيل مثلا فإنها تفقد الحماية الدولية، وهذا المبدأ منتقد لمخالفته لقاعدة استقلال العلامات السابق ذكرها في معاهدة باريس، وللاستفادة من اتفاقية مدريد وجب على المعني إثبات التسجيل في بلده الأصلي.

1- أنظر: حسنين (محمد)، المرجع السابق، ص 213.

-عباس (محمد حسني)، الملكية الصناعية والمحل التجاري، الجزء الثاني، د. د. ن، د. م. ن، 1977، ص

وقد أنظمت الجزائر إلى هذه الاتفاقية في سنة 1973، وطبقا لهذه الاتفاقية يتم التسجيل الدولي للعلامات المسجلة في بلدها عن طريق تقديم طلب بذلك من إدارة تسجيل العلامة التجارية في الجزائر إلى المكتب الدولي بجنيف، ولا يجوز لهذا المكتب أن يرفض التسجيل إلا لأسباب واردة على سبيل الحصر في اتفاقية مدريد، ويقوم المكتب بإبلاغ التسجيل الدولي للدول المنظمة للاتحاد، ويجوز لدول الاتحاد أن ترفض تسجيل دولي للعلامة على أن يبلغ الرفض مسبقا إلى المكتب الدولي خلال سنة ويقوم المكتب بإخطار الدولة طالبة التسجيل¹.

أما في اتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة والذي أبرم في: 14 أبريل 1891 بموجب وثيقة ستوكهولم لسنة 1967 المتعلقة بقمع مصدر السلع الزائفة أو المضللة، وانضمت إليها الجزائر سنة 1972². وبموجب المادة الأولى منه يجب حجز وضبط كل السلع والبضائع التي تحمل بيانا مزيفا وكاذبا عن مصدرها يذكر فيه بصورة مباشرة أو غير مباشرة أحد البلدان الموقعة عليه أو مكان واقع في أحدها هو المكان أو البلد الأصلي لها. كما يجب حظر استيرادها أو اتخاذ التدابير أو العقوبات الأخرى في هذا المجال.

كما يحظر استيراد كل بيانات الدعاية التي قد تخدع الجمهور فيما يخص مصدر السلع عند بيعها أو عرضها للبيع، وتختص كل دولة متعاقدة بالبت في مسألة التسميات التي لا تخضع لأحكام هذا الاتفاق لأنها اسم جنس. ولا تدخل في هذا التحفظ الأخير التسميات

1- إذ يمكن للمكتب الدولي رفض تسجيل العلامة للأسباب التي يمكن أن يستند إليها المكتب الوطني على أن يرسل إشعار بذلك إلى المعني بالأمر أو إلى المكتب الوطني مكان التسجيل الأصلي ومع ذلك يبقى مالك العلامة يتمتع بالحماية القانونية في بلده الذي سجل فيه العلامة، وتدمم مدة الحماية الدولية بـ 20 سنة يمكن تجديدها في كل مرة تحسب من تاريخ انتهاء مدة التسجيل السابقة، عادة يرسل المكتب الدولي قبل ستة أشهر من تاريخ انتهاء التسجيل الدولي تذكير غير رسمي لمالك العلامة.

2- بموجب الأمر: 10/72 المؤرخ في: 22 مارس 1972، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 32، المؤرخة في: 21 أبريل 1972.

الإقليمية الخاصة بمصدر منتجات النبيذ، فلا يجوز إطلاق لفظ "شمبانيا" أو "كونياك" إلا على المنتجات المصنوعة فعلا في تلك البلاد رغم أن هذه العبارات أصبحت شائعة الاستعمال في الدلالة على جنس البضاعة، غير أن الغرض هو حماية هذه المنتجات ذات الشهرة العالمية.

وتجدر الإشارة إلى أن القضاء نبّه إلى أن استعمال الألقاب قد يطرح مشاكل صعبة عمليا فيما يخص حماية العلامة الاسمية¹، وهناك عدة أحكام وقرارات صدرت في هذا الاتجاه، نذكر منها: أنه تقرّر عدم اعتبار علامة "entreprise agricole" ليست تقليدا لـ "entreprise"، وأن علامة "madame figaro" ليست تقليدا لعلامة "madame"².

وفي حال عدم وجود عقوبات خاصّة تؤمّن قمع البيانات الكاذبة عن مصدر البضاعة، تطبّق العقوبات الواردة بنصوص قوانين العلامات، ويجري الحجز على البضاعة - ما لم تكن داخلة باسم التجارة العابرة "الترانزيت" - تحت إشراف إدارة الجمارك التي تبّلغه فورا إلى المعني بالأمر سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا³.

أما في اتفاق نيس المتعلق بالتصنيف الدولي للمنتجات والخدمات قصد تسجيل العلامات المبرم في 15 جوان 1957 وتمت مراجعته في ستوكهولم في 14 جويلية 1967،

1- وهي علامة مكوّنة من حروف أو أرقام ليس لها بالضرورة معنى لكن مستوعبة لدى الجمهور على أنها مميّزة، والألقاب يمكن استعمالها كعلامة وعادة كعلامة مميّزة، كما يمكن أن تكون العلامة الاسمية عبارة عن كلمة مألوفة، أو عبارة عن تركيبية كلمات، أو شعار، أو اسم أو صفة، أو رمز أو اسم جغرافي. أنظر:

LAPORTE-LEGEAIS (M.E), **droit des marques et nom de domaine**, 2005, disponible sur le site:

[http:// eduscol.education.fr- chrgt- marques-et-nom-de-domaine.pdf](http://eduscol.education.fr- chrgt- marques-et-nom-de-domaine.pdf). (28/2/2017). P 12.

2- أنظر قضايا وأمثلة أخرى:

- بوبشطولة (بسمّة)، **الحماية القانونية للعلامات التجارية**، مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال،

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف2، 2014- 2015، ص 49-52.

3- أنظر المادتان: 04 و06 من اتفاق مدريد لقمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة.

والذي انضمت إليه الجزائر في 22 مارس 1972¹، وقد جاءت نتيجة كون تصنيف المنتجات والسلع والخدمات ملحق ضروري لأي قانون للعلامة، فأعدت تصنيفا لاستعماله في التسجيل الدولي لاتفاقية مدريد وكذا التسجيلات الوطنية في مختلف أقاليم الدول المتعاقدة، فساعدت هذه الاتفاقية في تجاوز مسألة اختلاف التصنيف الدولي للمنتجات والسلع والخدمات مما كان يحول دون تسجيل العلامات التجارية ويضع أمامه مختلف العوائق، إذ كانت بعض الدول لا تملك تصنيفا للعلامات أصلا، ودولا أخرى كانت تصنيفاتها متباينة أو غير منطقية.

أما اتفاقية نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي في 26 ديسمبر 1981 قصد حماية شعار الأولمبياد، فقد انضمت إليها الجزائر في 21 أبريل 1984²، وهدفها حماية الرمز الأولمبي من استخدامه تجاريا سواء في الدعاية أو بوضعه على المنتجات أو كعلامة، إلاّ بعد الحصول على ترخيص من اللجنة الأولمبية الدولية المالكة للرمز، وفي حال استعمال هذا الرمز تجاريا فإن الإيرادات المحصّل عليها يدفع جزء منها لصالح اللجان الأولمبية الوطنية خاصة في الدول النامية، وذلك قصد الإسهام في إنشاء مرافق رياضية جديدة، وتغطية سفر ومشاركة الرياضيين في الألعاب الأولمبية التي تمثل فيها هذه الدول.

بجانب هذه الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر نجد اتفاقية أخرى وهي اتفاقية فيينا بشأن التصنيف الدولي للعناصر التصويرية للعلامات³. وبجانب البروتوكول السابق هناك

1- وذلك بموجب الأمر: 10/72، المؤرخ في: 22 مارس 1972، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 32، المؤرخة في: 21 أبريل 1972.

2- وذلك بموجب المرسوم: 85/84، المؤرخ في: 24 أبريل 1984، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 17، المؤرخة في: 24 أبريل 1984.

3- الهدف من هذا البروتوكول الذي أمضي سنة 1989 هو إدخال بعض التغييرات في نظام التسجيل الدولي للعلامات وفقا لاتفاق مدريد قصد إزالة الصعوبات التي تحول دون انضمام بعض الدول إليه خاصة مع غياب بعض الدول الرئيسية عن اتفاقية مدريد كالولايات المتحدة الأمريكية و اليابان، وقد جاء مكملا لاتفاقية مدريد في شكل ملحق بها.

بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات¹، ومعاهدة قانون العلامات التجارية²، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)³.

المطلب الثاني

في القانون المقارن

يتخذ بعض المنافسين عدة صور للاعتداء على العلامة التجارية المشهورة للاستفادة من شهرتها في تسويق منتجاتهم، وهذا الاعتداء بدوره يؤدي إلى حصول نوع من الخلط واللبس لدى جمهور المستهلكين حول المصدر الحقيقي لهذه المنتجات، لذلك قررت القوانين المقارنة توفير حماية قانونية لها من الاعتداء عليها شأنها في ذلك شأن أي علامة تجارية أخرى، إلا أن حماية العلامة التجارية المشهورة تكون أوسع من الحماية المقررة للعلامات التجارية الأخرى (غير المشهورة) حيث لا تقتصر على حمايتها مدنياً بل تمتد إلى حمايتها جنائياً.

إن قانون العلامات التقليدي الذي تطور أساساً في الإطار الوطني لحماية العلامة في سياق عملية المنافسة في ذات النوع من التجارة أو المنتجات، أصبح عاجزاً عن توفير

1- بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات هو معاهدة دولية تتيح لمواطني الدول الأعضاء إجراءً يمكنهم من حماية علاماتهم بالنسبة إلى السلع والخدمات في أسواق التصدير. وأُعدت بروتوكول مدريد سنة 1989 ثم دخل حيز التنفيذ في الأول من ديسمبر 1995. وتم تعديل البروتوكول في: 3 أكتوبر 2006. المكتب الدولي للويبو، المرجع السابق، ص 2.

2- وقد أبرمت معاهدة قانون العلامات سنة 1994، والغرض منها هو توحيد إجراءات تسجيل العلامات التجارية الوطنية والإقليمية وتعميم هذه الإجراءات.

3- وقد أقرت اتفاقية تريبس مبدأين يتوجب على الدول الأعضاء الالتزام بهما في مجال الملكية الفكرية هما: مبدأ المعاملة الوطنية نصت عليه المادة 3 من الاتفاقية. والمبدأ الثاني هو مبدأ الدولة الأفضل بالرعاية. محمد بن (جلال وفاء)، المرجع السابق، ص ص 23-25.

الحماية اللازمة للعلامات التجارية التي اكتسبت شهرة قوية تجاوزت حدود البلد الذي نشأت فيها ونوعية المنتجات المرتبطة بها.

هذه العلامات المشهورة كثرت نتيجة للتطورات الاقتصادية الدولية ومبادئ حمايتها تعززت تدريجياً على صعيد الاتفاقيات الدولية إضافة للقوانين الوطنية والاجتهاد القضائي في الدول المختلفة إلى أن أصبحت مع ظهور الترييس أحد أساسيات قوانين العلامات التجارية الحديثة. ولدراسة الأساس القانوني لحماية العلامة التجارية في القانون المقارن. سنتطرق إلى الوضع في بعض الدول العربية (فرع أول) ثم نعرض موقف تشريعات بعض الدول العربية (فرع ثاني).

الفرع الأول

في الدول العربية

شهدت الأسواق الصناعية والاستهلاكية في الدول العربية تطوراً متميزاً نتيجة التحول في الاقتصاد العالمي. هذا التحول المفاجئ أدى إلى جذب العديد من الشركات والصناعيين من جميع أنحاء العالم إلى منافسة حادة بغية الحصول على حصة لهم في السوق، الأمر الذي أسفر عن إيجاد أسواق يمكن أن يشكل الاسم المشهور لسلعة معينة فيها الفارق الأساسي في جعل السلعة قابلة للتسويق، بحيث تتيح العلامة المميزة منح صاحب السلعة سبق في الأسواق. وبالتالي فإن أصحاب المنتجات سيخسرون الكثير في حال عدم ممارستهم لحق الأسبقية في التسجيل أو عليهم أن يؤمنوا حماية متواصلة لملكيتهم وذلك بتسجيلها.

ومن هنا جاء الاهتمام بحماية الملكية الصناعية والذي تمثل بإنشاء العديد من الهيئات والمؤسسات كجمعية المجمع العربي لحماية الملكية الصناعية في الأردن وفي مصر وفي لبنان التي ساعد على تأسيسها المجمع العربي لحماية الملكية الصناعية والذي تأسس سنة 1987 لتحقيق أهداف عديدة.

ولعل أهم هذه الأهداف هو تعزيز الوعي بضرورة حماية الملكية الصناعية في الوطن العربي من خلال تشجيعه لتطوير القوانين التي تحكم نشاط هذا الحقل، كقوانين العلامات التجارية والصناعية وبراءات الاختراع وقوانين الحماية الفكرية والاكتشافات والاختراعات. وكذلك تعزيز الوعي بضرورة الحماية لدى المعنيين في الوطن العربي، وتوحيد التشريعات العربية في هذا المجال، وتطوير المواثيق بما يتلاءم مع نصوص اتفاقية باريس لعام 1883 وما تلاها من مواثيق في مجال حماية الملكية الصناعية.

كما يهدف أيضا إلى التوعية والتثقيف في مجال الحماية بوسائل الإعلام التخصصي والمؤتمرات والندوات والأبحاث والدراسات بهدف حماية المستهلك والمنتج على السواء. إضافة إلى تنظيم هذه المهنة وتنشيطها، ورفع مكانتها بما يخدم منتسبيها والمجتمعين المحلي والدولي بالإضافة إلى تدريب الكوادر العربية في حقل الملكية الصناعية.

وحتى تتمكن هذه الهيئات والمؤسسات العربية والدولية من الاضطلاع بمهامها، لابد من تطوير القوانين المتعلقة بالعلامات التجارية وبراءات الاختراع والتصاميم والنماذج الصناعية، وكذلك قوانين حماية الملكية الفكرية وحقوق النشر والحماية من المنافسة غير المشروعة، والتي في مجموعها تضع الأسس المتكاملة اللازمة لتحقيق أهداف هذه المؤسسات والهيئات.

الفقرة الأولى

القانون المصري للعلامات التجارية

لم تكن العلامة التجارية في التشريع المصري تتمتع بالحماية الجزائية، حيث كانت المحاكم تطبق قواعد العدل والإنصاف والقانون الطبيعي، وكذلك وضعت تلك المحاكم نظاما

إداريا لتسجيل العلامة التجارية والأسماء والرسوم والنماذج الصناعية وبراءات الاختراع لغايات تنظيم إثبات ملكية هذه العناصر¹.

قام المشرع المصري في سنة 1939 بإصدار قانون خاص للعلامات التجارية، يضيف عليها الحماية الجزائية من أي تعد، حيث حدد جرائم التعدي على العلامة التجارية، والجزاء على ذلك، حيث صدر قانون العلامات والبيانات التجارية رقم 57 لسنة 1939 والذي عمل به بعد صدور اللائحة التنفيذية رقم 239، ثم عدل هذا القانون عدة مرات في سنة 1949 وعام 1953 وعام 1956 وعام 1959 حيث كان كل تعديل على القانون الأصلي يعقبه تعديل على اللائحة التنفيذية².

ولمواكبة التطور في التجارة الدولية وصدور الاتفاقيات الدولية في مجال الملكية الفكرية وانضمام مصر إلى هذه الاتفاقيات، تدخل المشرع المصري وألغى قانون العلامات والبيانات التجارية رقم: 57 لسنة 1939، وذلك بصدور قانون حماية الملكية الفكرية رقم: 82 لسنة 2002، والذي نظم أحكام حماية الملكية الفكرية، ومنها العلامات التجارية، حيث تناول في المواد من: 63 إلى 118 من ذات القانون أحكام العلامات التجارية، وفي المادتين: 113 و114 تناول صور التعدي على العلامة التجارية والجزاء على هذا التعدي.

وقد أورد المشرع المصري في قانون حماية الملكية الفكرية رقم: 82 لسنة 2002 تعريفا للعلامة التجارية في المادة 63 منه بحيث أدخل بعض أنواع العلامات التجارية، حيث

1- أنظر: شفيق (محسن)، المحل التجاري، مجلة القانون والاقتصاد، العدد الثالث والرابع، السنة العاشرة، دار الطباعة المصرية، مصر، 1940، ص 86.

- القليوبي (سميحة)، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 248.

2- عدلت اللائحة التنفيذية بموجب القرار رقم: 176 لسنة 1940 والقرار رقم 90 لسنة 1942 والقرار رقم 233 لسنة 1949 والقرار رقم 23 لسنة 1951 والقرار رقم 340 لسنة 1952 والقرار رقم 270 لسنة 1953 والقرار رقم 443 لسنة 1954 والقرار رقم 389 لسنة 1955 والقرار رقم لسنة 1958 القرار رقم 165 لسنة 1962، ولمزيد من التفصيل أنظر في ذلك: عبد الصادق (محمد مصطفى)، المرجع السابق، ص 39-40.

يلاحظ أنه في القانون الملغى لم يرد ذكر لمجموعة الألوان التي يمكن اتخاذها بشكل خاص لتمييز منتجات معينة أو بضائع كعلامة تجارية، في حين أنه في القانون الجديد قد أورد مجموعة الألوان التي يمكن أن تتخذ شكلا خاصا ومميزا كعلامة تجارية¹.

ولم يأت هذا القانون بأي تعديل على صور التعدي على العلامة التجارية، حيث جاءت المادة 113 منه تكررا لما جاء في المادة 33 من القانون الملغى.

وقد تدخل المشرع المصري لتوفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية في هذا القانون من خلال تعديل الجزاءات المنصوص عليها في القانون القديم، حيث ذهب في المادة 113 إلى رفع عقوبة الحد الأدنى للحبس بحيث لا تقل عن شهرين، في حين أنها كانت في القانون الملغى غير محددة، وكذلك تدخل في رفع عقوبة الغرامة بحيث لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تتجاوز عشرين ألف جنيه، في حين إنها كانت في القانون الملغى لا تقل عن خمسين جنيه ولا تزيد على ثلاثمائة جنيه.

كما تناول حالة العود في المادة 113 إذ نص على أنه في حالة العود فإن عقوبة الحبس التي يجب إصدارها بحق مرتكب فعل التعدي على العلامة التجارية لا تقل عن شهرين وأن تقترن بالغرامة، بحيث لا تقل هذه الغرامة عن عشرة آلاف جنيه ولا تتجاوز خمسين ألف جنيه، في حين أنه كان في القانون الملغى في حالة العود يجب على المحكمة أن تقضي على مرتكب جرم التعدي على العلامة التجارية بالحبس دون الغرامة، وأن تنتشر حكم الإدانة أو تلصقه وأن يكون حكمها متضمنا إغلاق المصنع أو المحل التجاري لمدة لا تقل عن خمسة عشر يوما ولا تزيد على ستة أشهر².

1- أنظر: الصغير (حسام الدين عبد الغني)، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005،

ص 51.

2- وهذا ما أوضحتها المادة 36 مكرر من القانون الملغى والمعدل للقانون رقم: 569 لسنة: 1954.

وقد ألزم المشرع المصري المحكمة في حال الإدانة أن تقضي بمصادرة المنتجات محل الجريمة أو المبالغ أو الأشياء المتحصلة منها وكذلك مصادرة الأدوات التي استخدمت في ارتكاب الجريمة كعقوبتين تكميليتين¹.

وقد اشترط المشرع المصري كما ذكرنا أن تكون العلامة مسجلة فضلا عن الشرط الذي أورده في المادة 63 وهو أن تكون العلامة مما يدرك بالبصر، وأكد على هذا الشرط في المادتين: 113 و 114 من القانون ذاته وهو ما يمكن اعتباره استبعاد للعلامات الصوتية التي أخرجها المشرع المصري من نطاق الحماية الجزائية للعلامة التجارية². التي نظم أحكامها وحدد صور التعدي عليها والجزاءات والتدابير التي يمكن اتخاذها في مواجهة المعتدي.

الفقرة الثانية

في التشريع الأردني

ساير الأردن كغيره من دول العالم التطور الهائل في مجال الملكية الفكرية، خاصة بعد توقيعها على اتفاقيات دولية في هذا المجال، حيث شهد تطورا في مجال التشريع من خلال التعديلات التي أجريت على قوانين الملكية الفكرية، ومن بينها قانون العلامات التجارية ونتيجة لتطور الحياة التجارية صدر قانون العلامات التجارية رقم: 33 لسنة 1952، حيث وفي ذات العام صدر نظام العلامات التجارية وكذلك قانون علامات البضائع، حيث كان القانون رقم: 33 لسنة 1952 يتضمن تنظيم أحكام العلامات التجارية³، ويضفي على

1- في حين كانت المصادرة جوازية في القانون الملغى كما بينته المادة 36 من ذلك القانون.

2- أنظر: السلامة(ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، 218.

3- المنشور في الجريدة الرسمية للمملكة الأردنية الهاشمية، العدد رقم: 1110، المؤرخة في 01 جوان 1952.

العلامة التجارية حماية جزائية من أي تعد، وينص على صور التعدي على العلامة التجارية وكذلك الجزاء على هذا التعدي.

ونظرا لتطور التجارة الدولية وظهور الاتفاقيات الدولية في مجال الملكية الفكرية عامة وحقوق العلامات التجارية خاصة، أصبحت الحاجة ملحة إلى تحديث وتعديل بعض نصوص هذا القانون لمواكبة هذه التطورات، فصدر القانون المعدل رقم: 34 لسنة 1999 بشأن العلامات التجارية والذي لا يزال ساري المفعول¹، حيث تضمن الحماية الجزائية للعلامة التجارية، وذلك من خلال النص على الجرائم الواقعة على العلامة التجارية والعقوبات والتدابير الواجبة حال الاعتداء على العلامة.

وقد أضاف أشكالا وصورا أخرى للعلامة التجارية، عرفها في المادة الثانية بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"، مما يعني أن المشرع الأردني أضاف علامة الخدمة (Service Marks)، والعلامة الجماعية (Collective Marks)².

وقد أضاف المشرع الأردني في القانون الجديد حماية جزائية على العلامة التجارية المشهورة، وذلك من خلال النص على تعريفها في المادة الثانية من ذات القانون، وهي التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه. حيث لم تكن هذه العلامة مشمولة بالحماية الجزائية في القانون الملغى. واعتبر أن من قام بتزوير علامة تجارية مسجلة وفق أحكام

1- المنشور في الجريدة الرسمية للمملكة الأردنية الهاشمية، العدد رقم: 4389، المؤرخة في: 01 نوفمبر 1999.

2- بعد أن كان القانون الملغى يقتصر على علامات البضائع والمنتجات، الأمر الذي يدل على أن المشرع الأردني قد وسع من مظلة الحماية الجزائية للعلامة التجارية وذلك بإدخاله علامة الخدمة والعلامة الجماعية متى توافرت فيها الشروط الواجب توافرها حتى تكون محلا للحماية الجزائية. أنظر: الخرشوم (عبد الله حسين)، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص 135، الأسمر (صلاح سلمان)، حماية العلامة التجارية المشهورة في ظل اتفاقية باريس وتريس والقانون الأردني، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، المجلد السابع، العدد الثالث، 2001، ص 170، 171.

القانون أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور فإن ذلك يُعدّ جرماً مستقلاً يستوجب العقاب.

كما رفع الحد الأعلى للغرامة في المادة 38 إلى ثلاثة آلاف دينار (3.000 د.أ)، في حين كان الحد الأعلى للغرامة في القانون الملغى مائة دينار (1.00 د.أ)، كما أنه تدخل في تحديد الحد الأدنى للحبس بثلاثة شهور في القانون الجديد، عكس القانون القديم الذي لم يتضمن الحد الأدنى للحبس. كما نصّ على إجراءات تحفظية في المادة 39 التي تمكّن صاحب العلامة التجارية أن يطلبها من القضاء من أجل المحافظة على حقوقه في العلامة التجارية ودفع التعدي عنها¹.

كذلك يتضح تدخل المشرع الأردني في توفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية بأن أجاز للمحكمة في الفقرة الرابعة من المادة 39 من القانون الجديد أن تصدر قراراً يتضمن مصادرة البضائع ومواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والأختام وغير ذلك من المواد المستخدمة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ فيها.

وكذلك أجاز للمحكمة أن تتلف أو تتصرف بها في غير الأغراض التجارية. إلا أنه وفي حالة تسجيل هذه العلامة في دولة أخرى تكون موقعة على اتفاق دولي رفقة الأردن يتعلق بحماية العلامات التجارية، فإن هذا يكفل الحماية الجزائية للعلامة التجارية غير المسجلة في الأردن.

1- فقد أعطى المشرع الحق لصاحب العلامة التجارية إما من خلال طلب مستعجل أو أثناء شكواه أن يطلب من المحكمة صاحبة الاختصاص أو قاضي الأمور المستعجلة متى أثبت أنه مالك للعلامة التجارية التي وقع عليها فعل التعدي أو أن التعدي أصبح وشيكاً على علامته أو يخشى اختفاء دليل معين أن يتقدم بهذا الطلب لإثبات ذلك، وكذلك أعطى المشرع في الفقرة الثانية من المادة 39 من القانون الجديد الحق للمشتكى عليه بالاعتراض على قرار المحكمة خلال ثمانية أيام من تاريخ تبلغه أو تفهمه للقرار إذا كان وجاهياً.

وتجدر الإشارة إلى المادة 1/41 من قانون العلامات التجارية الأردني والتي نصت على أنه إذا اشتركت حكومة المملكة الأردنية الهاشمية، في أي وقت من الأوقات في اتفاق دولي لحماية العلامات التجارية المتبادلة، فعندها يحق لأي شخص يكون قد طلب حماية علامته التجارية في أية بلاد أخرى داخلية في الاتفاق أن يسجل علامته بمقتضى هذا القانون وتكون له الأولوية على غيره من المستدعين.

ويكون تاريخ التسجيل ذات تاريخ التسجيل في تلك البلاد على أن يقدم الطلب خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم الطلب لحماية العلامة التجارية المبحوث عنها في بلاد الدولة الأجنبية.

وتبقى الحماية الجزائية للعلامة التجارية مقتصرة على مدة الحماية المقررة لها وهي عادة عشرة سنوات من يوم تسجيلها الموافق لتاريخ تقديم طلب التسجيل طبقا لنص المادة 1/20 من قانون العلامات الأردني، ويمكن لمالك العلامة التجارية المسجلة تجديد الحماية بعد انتهاء مدة التسجيل السابق وهذا حسب المادة 1/21 من قانون العلامات الأردني.

الفرع الثاني

تشريعات حماية العلامة التجارية في بعض الدول الغربية

كان لتعدد الحياة الاقتصادية والتجارية في الدول الغربية أثر مباشر في تطور المنظومة التشريعية لحماية العلامة التجارية، وهو ما سنتناوله من خلال بعض النماذج كالقانون الفرنسي (فقرة أولى) والقانون البريطاني وقانون الولايات المتحدة الأمريكية (فقرة ثانية)

الفقرة الأولى

في القانون الفرنسي

حاول المشرع الفرنسي أن يوفر حماية واسعة للعلامة التجارية وذلك من خلال النصوص التي تضمنها قانون العقوبات الفرنسي، قانون العلامات وقانون الملكية الفكرية.

ففي قانون العقوبات الفرنسي¹ يعاقب قانون العقوبات الفرنسي كل من قلد علامة مودعة عن طريق المحاكاة بواسطة طرق تدليسية من شأنها أن توقع المشتري في غلط، أو قام باستعمال علامة مقلدة تدليسيا، كما يعاقب كل من قام عمدا باستعمال علامة مودعة تتضمن معلومات صريحة من شأنها أن توقع المشتري في غلط حول طبيعة الصفات الأساسية التركيبية، أو حول أصل المنتج، ويعاقب أيضا كل من حاز دون سبب مشروع منتجات وهو يعلم أنها تحمل علامة مقلدة، وكل من قام عمدا ببيع، أو عرض للبيع، أو قام بتوزيع أو عرض للتوزيع منتجات أو خدمات تحمل علامات مقلدة.

وقد ربط المشرع الفرنسي بين عنصر وفعل التقليد وبين التدليس، واشترط لمعاقبة مرتكب جريمة التقليد، أن يكون قد استعمل طرقا تدليسية لإيقاع المشتري في لبس وغلط بين العلامة الحقيقية والعلامة المقلدة، ونصّ على عدة جرائم بجانب تقليد العلامة التجارية

1- ظهرت العلامة التجارية في فرنسا في بعض متاحف باريس ومرسيليا، إذ لم يكن لها في البداية أي قانون ينظم حمايتها، إلى منتصف القرن التاسع عشر حيث بدأت ملامح هذه الحماية تظهر على نوعين جماعي وفردى، وكان القانون الفرنسي الذي صدر بتاريخ: 23 جوان 1857 والذي نظم حماية العلامة الصناعية والتجارية (La marque de Fabrique et de Commerce) من أوائل التشريعات التي صدرت في هذا الصدد، وقد عدل عدة مرات، إلى أن صدر القانون الخاص بالعلامات التجارية بتاريخ: 31 ديسمبر 1964 والذي ألغى القانون الصادر سنة 1857 إلا أنه قد عدل أيضا عدة مرات، إلى أن تم إعادة تنظيم أحكام الحماية القانونية للعلامة التجارية بالقانون رقم: 1991/7 الذي صدر بتاريخ: 04 جانفي 1991 والذي دخل حيز التنفيذ بتاريخ: 1991/12/28، ثم صدر قانون 5 شباط بشأن تجريم تقليد العلامة التجارية، وبتاريخ: 18 أكتوبر 1996 صدر القانون المعدل لقانون حماية الملكية الفكرية والذي جاء ليواكب الاتفاقيات الدولية في مجال الملكية الفكرية. أنظر:

كاستعمال العلامة المقلدة، جريمة البيع، عرض علامة مقلدة للبيع، توزيع منتج أو خدمة حاملة لعلامة مقلدة أو عرضها للتوزيع.

ويحمي قانون العقوبات العسكري (LPM) لسنة 1992 الأشياء ذات العلامة الرفيعة الموضوعة للتداول التجاري ضد التعسف في الحق في الماركة، في حين استعمال العلامة لأغراض شخصية لا يخضع لأحكام هذا القانون. فمن الضروري إذاً أن نميّز الاستعمال التجاري لشيء يحمل ماركة مقلدة والذي يعاقب عليه القانون، والاستعمال الخاص¹ لنفس هذا الشيء والذي لا يعاقب عليه من القانون.

فينبغي التمييز بين استيراد شيء يحمل ماركة مقلدة خاصّة أو تجارية قصد استعمالها تجارياً إذ في هذه الحالة يعاقب القانون على هذا الفعل. وجدير بالذكر أنه من الصعب إثبات استعمال هذا الشيء الذي يحمل ماركة مقلدة استعمالاً تجارياً. لذا يمكن استعمال أدلة أو قرائن أو مؤشرات من بينها: عدد الأشياء المعنية²، مهنة الشخص الذي يمتلك البضاعة المزورة، طريقة تخزين واستعمال البضائع المقلدة.

وفي قانون العلامات صدر أول قانون للعلامة التجارية في فرنسا في: 23 جوان 1857، فقد تناول جريمة تقليد العلامة التجارية في المادتين السابعة والثامنة. إذ نصت المادة السابعة على معاقبة كل من زور علامة أو استعمال علامة مزورة، وكل من وضع

1- وتجدر الإشارة أنه بعد 2008 الجمارك السويسرية لم تعد تتساهل مع هذه العمليات وطبقت مبدأ "اللا تساهل" وبالتالي فهي تصدر كل شيء مقلد سواء كان للاستعمال الشخصي أو للاستعمال التجاري.

WYSSBORD (V), *l'usage privé de contre façons et les sanctions pénalisent droit des marques- analyse des modification récentes*, thèse de master en droit, faculté de droit Université de Neuchâtel-Suisse, 14 novembre 2008, p 50.

2- وفقاً للمادة: 155 من قانون العقوبات الفرنسي والمادة 62 من قانون العقوبات العسكري، فإن الذي يستورد بضاعة مزورة أو مقلدة يتعرّض لعقوبة جنائية. أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit., pp33 -44.

بطريق التديليس كل منتجاته وخدماته لتجارته علامة هي ملك لغيره، وكذا كل من باع أو عرض للبيع منتج أو عدة منتجات حاملة لعلامة مزورة أو موضوعة بطريق التديليس.

أما المادة الثامنة فقد نصّت على معاقبة كل من زوّر علامة من خلال التديليس قصد إيقاع المشتري في غلط، وكذا كل من استعمل علامة مقلّدة تديليسيا، وكل من استعمل علامة لإيقاع المشتري في الغلط بخصوص طبيعة ومقدار المنتج، وكل من باع فعلا أو عرض للبيع منتوجا أو عدة منتوجات حاملة لعلامة مقلّدة بطريق التديليس أو حاملة لمقادير توقع المشتري في لبس حول طبيعة المنتج.

وفي سنة 1964 صدر القانون 1360/64 لتعديل القانون السابق واستحدث جريمة تقليد العلامة التجارية، وعدّل بدوره في 1965 الذي يجرم تزوير العلامة التجارية واستعمال العلامات المزورة أو المقلدة. وفي جوان 1975 صدر قانون آخر عدّل بمرسوم: 23 سبتمبر 1976. ثم صدر القانون المشترك الأوروبي للعلامات التجارية بتاريخ 21 ديسمبر 1988، ثم صدر القانون 07/91 في 04 جانفي 1991 المتعلق بالعلامات الصناعية والتجارية لسد الثغرات التي تضمنها القانون المشترك الأوروبي في مجال العلامة التجارية والصناعية، وقد سوى القانون 07/91 المتعلق بالعلامات الصناعية والتجارية بين جريمة التقليد¹ والتزوير¹

1- تقليد العلامة التجارية: اصطناع أو محاكاة علامة تشبه في مجموعها العلامة التجارية الأصلية، وتقترب منها على نحو يضل الجمهور ويؤدي إلى الخلط أو اللبس بين العلامتين. قضت محكمة التمييز بدبي بجلسة: 18 أبريل 2004 (بأن تقليد العلامة التجارية ماهيته: اصطناع لعلامة مشابهة في مجموعها للعلامة الأصلية، مشابهة من شأنها تضليل جمهور المستهلكين المخاطبين بالعلامتين لوقوع اللبس بينهما. وجوب النظر إليها في مجموعها دون كل عنصر من العناصر التي تتركب منها. تقدير التشابه الخادع بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة من سلطة محكمة الموضوع). (الطن رقم 548 لسنة 2003 حقوق، جلسة: 2004/4/18). الحمادي (حسن احمد)، تزوير العلامات التجارية وتقليدها، في قضاء النقض الإماراتي، المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي:

[\(12/11/2016\). http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-29/12/2010,48706.](http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-29/12/2010,48706)

من حيث العقوبة، تماما كما كان قائما في ظل قانون 1965 وذلك عكس القوانين السابقة الأخرى التي كانت فيها عقوبة تزوير العلامة أشد من عقوبة التقليد. وبصدور قانون الملكية الفكرية انتقلت الأحكام المتعلقة بالعلامات إليه مما جعل أحكام قانون 1991 لم تطبق كثيرا.

أما في قانون الملكية الفكرية وبموجب قانون: 597/92 المؤرخ في: 1 جويلية 1992² المتعلق بالملكية الفكرية تم تقنين المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية، بموجب المواد من 1/711 إلى 1/811 منه.

وفي سنة 1994 تم تعديل قانون الملكية الفكرية بموجب القانون 102/94 المؤرخ في 5 فيفري 1994³.

ومن أهم ما جاء في هذا التعديل بخصوص العلامات التجارية أنه عدّد في المادة 2/713 الاعتداءات التي يمكن إدراجها في مناط التزوير. كما تضمّن مصطلح التزوير للدلالة على كافة الاعتداءات الحاصلة للحق الناجم عن تسجيل العلامة التجارية مستعملا عبارة "La Contrefaçon" الذي عرفته المادة 1/716 منه بنصها على ما يلي: " L'atteinte

1- تزوير العلامة التجارية: هو اقتباسها ونقلها بشكل تام نقلا كاملا دون تغيير أو نقل الأجزاء الرئيسة منها بحيث تكاد تكون العلامة الأصلية نفسها ومطابقة لها. (الاستنساخ) وذلك قصد تضليل الجمهور ومن دون الحصول على موافقة صاحب العلامة. أنظر:

SOTIRIADIS (B.H) et LABRÉCHE (J.E) et ROBIC (R), **droit pénal en marques de commerce et droit d'auteur**: un survol, disponible sur le site:

<http://www.robic.ca-wp-content-uploads-16/05/2017-BHS.pdf>. (2/5/2017). P 03.

2- أنظر:

loi n° 92/597 du 1er juillet 1992 relative au **code de la propriété intellectuelle**; journal officielle de la Polynésie françaises; n° 36; du 03 septembre 1992.

3- أنظر:

loi n° 94/102 du 05 février relative a **la répression de la contrefaçon et modifiants certaines dispositions du code de la propriété intellectuelle**; journal officielle de la Polynésie françaises; n° 15; du 14 avril 1992.

portée au droit du propriétaire de la marque". وتضمن أيضا تعديلات بتوحيد الجنحة التي تتدرج ضمنها كل الاعتداءات الواقعة على العلامة التجارية في المادة 9/716 التي تتضمن عقوبة موحدة لجميع اعتداءات التزوير.

وقد نصّ في المادة 11/716 على عقوبات الأشخاص المعنوية في مجال التزوير بالنسخ أو التقليد مثلها مثل الأشخاص الطبيعية، وعالج أحكام العلامات الجماعية والنقابية، كما ميّز بين التزوير بالنسخ (la contrefaçon par reproduction) عن طريق النسخ المطابق أو الشبه مطابق لكل أو جزء من علامة الغير المودعة والمسجلة سواء تم استعمالها أم لا، ويحكم هذا النوع من التزوير المادة 2/713، وكذا 3/713 وتعاقب عليه المادة 9/716.

وقد بين التزوير بالتقليد (contrefaçon par imitation) وفيه يتم نقل عناصر علامة الغير دون الالتزام بتفاصيلها لكن بنية إحداث اللبس في أذهان المستهلكين والجمهور بينها وبين العلامة المقلدة، وتعاقب على هذا الفعل المادة 3/713 ب. وتضمن أحكام تتعلق بكيفية إثبات جرمي التزوير بالنسخ أو بتقليد العلامة.

كما نص المشرع الفرنسي في الفقرة الأولى من المادة 711 من مجموعة قوانين الملكية الفكرية على اعتبار الإشارات الصوتية مثل الأصوات والجمل الموسيقية من قبيل العلامات التجارية، وبالتالي تخضع لإحكام الحماية الجزائرية.

والجدير بالذكر بأن مبدأ شرعية التجريم والعقاب في التشريع الفرنسي يأخذ مجالا أوسع مقارنة مع التشريعات الأخرى، إذ أضفى حماية جزائية على العلامة الصوتية¹،

1- وهي علامة أدخلت صراحة في التشريع الفرنسي في قانون 1991/11/04، وقد كرسها القضاء قبل هذا التاريخ. أنظر:

والاسمية¹، والرسمية²، واعترف حتى بالأشكال ثلاثية الأبعاد للبضاعة كعلامة تجارية، كشكل الزجاج أو غلاف البضاعة شريطة أن يكون هذا الشكل حقيقيا وليس مجردا³. عكس التشريع المصري والأردني اللذين يشترطان أن تكون العلامة مما يدرك بالبصر⁴.

وذهب المشرع الفرنسي إلى توفير الحماية الجزائية للعلامة الجماعية وذلك في المادة 715 من مجموعة الملكية الفكرية، حيث حدد استخدام هذه العلامات حصرا على أعضاء الجمعية أو الاتحاد الذي يملكها، أما بقية الأحكام الخاصة بتسجيل هذه العلامة وحمايتها فتخضع لأحكام العلامات التجارية نفسها المنصوص عليها في مجموعة قوانين الملكية الفردية الفرنسية⁵.

1- وهي علامة مكونة من حروف أو أرقام ليس لها بالضرورة معنى لكن مستوعبة لدى الجمهور على أنها مميزة. أنظر:

Ibid, p 12.

2- أنظر: زين الدين (صلاح)، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 262-264، وكذا:

Marie-Angèle PEROT- MOREL, Op. Cit. p15.

3- أنظر: مولفرعة (نعيمة)، المرجع السابق، ص 23.

4- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 219.

5- أنظر:

Franck Soutoul et Jean-Philippe Bresson, "Comment éviter la dégénérescence d'une marque", disponible sur le site web suivant: http://www.prodimarques.com- documentation- les_marques.php. (22.9.2017).

الفقرة الثانية

في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية

أول تشريع صدر في إنجلترا يتناول أحكام العلامات التجارية صدر سنة 1875 بشأن تسجيل العلامات التجارية، ثم أعقبه صدور قانوني 1883 و 1888 بشأن العلامات التجارية، ثم صدر قانون العلامات التجارية سنة 1905 والذي عدل سنة 1937.

ثم صدر قانون آخر للعلامات التجارية سنة 1938 تناول في مادته الأولى التعريف بالعلامة التجارية وكيفية تسجيل العلامة التجارية ثم نص في المادة 59 على جرم تزوير السجل الخاص بالعلامات التجارية وعاقب على هذا الفعل بالحبس لمدة لا تزيد عن عامين مع الأشغال الشاقة أو بدونها أو بالغرامة على أن لا تزيد عن مئة جنيه أو بكلتا العقوبتين.

كذلك تناول في المادة 60 جريمة تقليد العلامة التجارية، كما تناول في المادة 61 علامات الملكية التي لا يجوز استخدامها كعلامة تجارية¹.

أمام التطور الذي شهده العالم في مجال التجارة الدولية فقد صدر قانون العلامات التجارية الجديد لسنة: 1994 الذي لا زال ساري المفعول حتى الآن²، حيث تضمن القانون الجديد الحماية الجزائية للعلامة التجارية وذلك من خلال النص على جرائم تقليد أو تزيف العلامة التجارية أو تزويرها أو استعمالها، حيث كان هذا القانون قد اعتبر من قبيل الاعتداء على العلامة التجارية قيام الشخص بإضافة علامة مشابهة لعلامة أخرى مسجلة على

1- أنظر:

SWEET & MAXWELL, *The Trade Mark Handbook, A Practitioner's Guide to Trade Marks In The United Kingdom and the European*, 1999, p.100.

2- أنظر: صرخوة (يعقوب)، *النظام القانوني للعلامات التجارية*، مطبوعة جامعة الكويت، الكويت، 1993، ص 15.

بضائع أو أغلفة من شأنها أن تؤدي إلى إحداث لبس أو خداع أو قيامه ببيع أو عرضه للبيع أو توزيعه بضائع تحمل علامة غير تلك المسجلة¹.

وقد ذهب المشرع الإنجليزي إلى إمكانية تسجيل العلامة الصوتية، حيث تضمن قانون العلامة التجارية الإنجليزي تعريفات وتعليمات مفتوحة تجيز تسجيل العلامة الصوتية، طالما كان بالإمكان أن توصف بالكلمات أو تدون بنوته موسيقية. وفي جميع الأحوال يجب أن يكون الوصف واضحاً وأن يكون الصوت صفة مميزة للبضائع أو الخدمات المتعلقة به²، وقد نص على حماية وتسجيل العلامات الجماعية وذلك في الملحق الأول التابع لقانون العلامات التجارية الإنجليزي³.

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد تأخر الاعتراف بالعلامة التجارية كموجودات ذات قيمة إلى ما قبل النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وقد استمرت حماية العلامة التجارية على نظام السوابق القضائية وسلطة كل ولاية في تنظيم تجارتها الدولية إلى أن صدر القانون الفيدرالي سنة 1881 كأول قانون ينظم تسجيل العلامات التجارية والذي عدل سنة 1905 وسنة 1920، وفي سنة 1938 صدر قانون (لانهام) الاتحادي للعلامات التجارية والذي بدأ سريان مفعوله سنة 1946.

وقد تضمن قانون العلامات التجارية الصادر سنة 1938 جرائم التعدي على العلامات التجارية في المواد من 59 إلى 61، حيث تناولت المادة 59 منه جرائم التزوير في سجلات تسجيل العلامات التجارية وحددت العقوبة بالحبس لمدة لا تزيد عن عامين أو غرامة

1- المادة 92 من قانون العلامة التجارية للملكة المتحدة لسنة 1994.

2- أنظر:

Coleman (A), **Intellectual property law**, longman Practitioner Series, 1st edition, England, 1994, p. 251.

3- المادة 2 من الملحق رقم: 1 المرفق بقانون العلامات التجارية الإنجليزي والتي جاء فيها: "إن الرموز التي تتكون منها العلامة الجماعية -وفق أحكام هذا القانون- تستخدم في تمييز سلع أو خدمات الأعضاء في جمعية ما عن تلك التي يملكها أعضاء في جمعية أخرى".

لا تزيد عن مئة جنيه أو بكلتا العقوبتين، وكذلك تناولت المادة 60 من ذات القانون جريمة تقليد العلامة التجارية المسجلة، بعد أن حددت المقصود بتقليد العلامة التجارية، وكذلك تناولت المادة 61 من هذا القانون العلامات الملكية التي يحظر استخدامها¹.

وفي سنة 1993 أصدر المشرع الأمريكي قانون العلامات التجارية الذي سرى مفعوله اعتبارا من 1995 حيث يطبق هذا القانون مباشرة على كل الدول الأعضاء في الولايات المتحدة الأمريكية وبالتالي يصبح جزءا من القوانين العاملة في الاتحاد، والذي تضمن بأن اللغة التي تستخدم في تسجيل العلامة التجارية يمكن أن تكون إحدى لغات الاتحاد، وقد حدد هذا القانون الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية بين دول الاتحاد، وكذلك حدد مدة تسجيل العلامة وتجديدها وإجراءات هذا التسجيل².

ونتيجة التطور التجاري والاقتصادي في العالم وانتقال البضائع بين الدول فقد شهد القرن العشرون، تطورا ملموسا لإحكام العلامات التجارية، حيث دأبت غالبية دول العالم إلى

1- أنظر:

THOMAS Mc CARTHY (Y), **Trade Marks and Untair Competition**, Vol 1, New York, 1973, p. 117

[http:// www.law.cornell.edu-topics-trademark.htm](http://www.law.cornell.edu-topics-trademark.htm), (14/9/2016); Sweet & Maxwell , Op. Cit., p.100.

2- أنظر:

POLITI (J.M), **Trademarks Throughout The World**, Publisher: Clark Boardman Callaghan, 1979, 1999, disponible sur le site:

[https:// www.abebooks.com-9780876321263-Trademarks-World-Presser-Lisa-B-0876321260-plp](https://www.abebooks.com-9780876321263-Trademarks-World-Presser-Lisa-B-0876321260-plp).

(28/4/2017), P-P 53-93.

سن تشريعات خاصة للعلامة التجارية تتضمن توفير الحماية الجزائية، وذلك من خلال النص على صور التجريم والجزاء على هذا التعدي¹.

الفصل الثاني

الركن المادي في جريمة التعدي على العلامة التجارية

التقليد يقتل الابتكار ويكبح الاستثمارات الأجنبية المباشرة، فحتى تكون الابتكارات ذات مردود من الضروري حمايتها حتى تتمكن الشركات التي تستثمر في الأبحاث من استرجاع أموالها المستثمرة، هذه الحماية تتجسد في شكل ماركة، براءة اختراع، حق مؤلف، على المنتج أو على طريقة الصنع، إذا تم انتهاك هذه الحماية لا تكون للمؤسسات الاقتصادية إمكانيات للاستمرار في القيام بالأبحاث والابتكار².

إن صناعة البضائع المقلدة له تأثير على سوق العمل خاصة في الاقتصاد المبني على المعرفة، ففي حالة انتشار التقليد تضيع العديد من مناصب العمل لحساب مناصب عمل أخرى قليلة التكاليف لأن المزور أو المقلد متورط في الجريمة المنظمة التي تشجع استعمال الأطفال وظروف العمل غير الإنسانية، وهذا ما يؤدي لتباطؤ النمو الاقتصادي

1- فقد صدر قانون العلامات والبيانات التجارية في الهند سنة 1908، وفي الأرجنتين صدر قانون البضائع والعلامات الزراعية سنة 1900، وصدر قانون العلامات التجارية في الفلبين سنة 1947، وفي استراليا صدر قانون العلامات التجارية سنة 1955، وصدر في باكستان قانون العلامات التجارية سنة 1940، وفي اليابان صدر القانون الذي ينظم أحكام العلامات التجارية سنة 1959، وفي الصين صدر أول تشريع ينظم أحكام العلامات التجارية سنة 1963، وفي إيران صدر قانون العلامات والبيانات التجارية سنة 1936. أنظر في ذلك:

THOMAS Mc CARTHY (Y), Op. Cit. p. 118.

2- أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit, p. 45.

وزيادة التكاليف الاجتماعية¹. كما تتأثر العوائد الجبائية للدول بشكل سلبي ويحقق ميزان مداخل الميزانية خسائر.

وكغيرها من الجرائم يشترط لقيام جريمة الاعتداء على العلامة التجارية توفر الركن المادي الذي يعرفه الفقهاء بأنه فعل ظاهري يبرز الجريمة ويعطيها وجودها وكيانها في الخارج²، أو هو وقوع فعل أو امتناع عن فعل جرّمه القانون بما يجعل الجريمة تبرز إلى الوجود تامة كانت أو ناقصة³. ومن هنا نجد أن الركن المادي للجريمة يقوم أساساً على عنصر السلوك الإجرامي، وأحياناً يكون هذا العنصر كافياً ولوحده لذلك. فالسلوك الإجرامي يعرف بأنه: "القيام بفعل أو الامتناع عن القيام بفعل يُجرّمه القانون"، فهو تصرف الشخص إزاء ظروف معينة⁴.

كما أن السلوك شرط لازم من أجل أن ينسب لشخص ما اقتراح جريمة أي لقيام الإسناد المادي، فلا يمكن تصور جريمة دون أن تكون نتيجة لسلوك إجرامي فهو سبب النتيجة حينما يثبت توفر العلاقة السببية بينهما، وإليه وإلى النتيجة كذلك ينصرف العلم والإرادة باعتبارهما عنصري الركن المعنوي في الجرائم القصدية. والسلوك كذلك هو محل الصفة غير المشروعة التي يقوم بها الركن الشرعي للجريمة، إذ هو ما يعتني به المشرع وكل واقعة تنتفي عنها صبغة السلوك لا يتصور مبدئياً أن تكون محلاً للتجريم.

1- أنظر:

Ibid, p. 45.

2- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 144.

3- أنظر: نجم (محمد صبحي)، قانون العقوبات-القسم العام، النظرية العامة للجريمة، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 195.

4- وبالمقارنة بين التعريف المعطى للسلوك الإجرامي والتعريف المعطى للركن المادي للجريمة نتبين أهمية أو قيمة السلوك في توفر ماديات الجريمة. لكن هناك من يرى بأن السلوك لا قيمة له فما هو إلا مجرد عارض ومظهر للشخصية الإجرامية فالجاني لا يعاقب لأنه قام بسلوك ولكنه يعاقب لأن شخصته خطيرة على المجتمع وما سلوكه إلا دليل على تلك الخطورة.

وانطلاقاً مما سبق تتضح لنا أهمية السلوك في البنين القانوني للركن المادي خصوصاً وللجريمة عموماً، ولكن ما هو مضمون هذا السلوك كعنصر من عناصر الركن المادي للجريمة؟ أو ما هو النظام القانوني للسلوك بوصفه عنصراً من عناصر قيام الركن المادي للجريمة؟

وللإجابة عن هذا التساؤل سوف نعالج مضمون الركن المادي (مبحث أول) ونعرض كيفية إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية (مبحث ثاني)

المبحث الأول

مضمون الركن المادي

يتجسد هذا الركن في النشاط المادي المعتبر قانونياً لتحقيق الواقعة الإجرامية، إذ لا مبرر لتدخل القانون الجنائي في الحكم على شخص لم يصدر عنه سلوك مادي يحقق أي اضطراب اجتماعي، حيث إنه قد يتراجع عن تنفيذ أفكاره الإجرامية.

وسنتناول في هذا المبحث صورتَي السلوك الإجرامي وهما السلوك الإيجابي والسلبي المشكلان لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية (مطلب أول)، ثم نتناول إشكالية عدم وضوح عناصر الركن المادي لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية (مطلب ثاني).

المطلب الأول

الفعل الإيجابي والسلبي المشكلان لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية

الركن المادي للجريمة عموماً هو كل العناصر الواقعية التي يتطلبها النص الجنائي لقيام الجريمة، وهي - وفق ما تقدم - كل ما يدخل في النموذج التشريعي للجريمة، وتكون له طبيعة مادية ملموسة.

فالركن المادي يمثل صُلب كل جريمة. ولأن المقنن أو المشرع لا يجرم على مجرد النية أو التفكير في الجريمة، أو على مجرد الدوافع والنزاعات النفسية التي تحرض على الجريمة، وإنما يستلزم أن تظهر تلك النزاعات والعوامل النفسية في صورة واقعة مادية، - هي الواقعة الإجرامية - فإنه لا يستطيع الدخول في نفوس البشر، ويفتش في تفكيرهم المجرد ليعاقبهم على ذلك دون أن يتخذ هذا التفكير وتلك العوامل النفسية مظهرًا ماديًا.

فالسلك السلبي هو إحجام شخص عن إتيان فعل ايجابي معين كان المشرع ينتظره منه في ظروف معينة بشرط أن يوجد واجب قانوني يلزمه بهذا الفعل، وأن يكون باستطاعة الممتنع القيام به، أما الفعل الإيجابي فهو تلك الحركة العضوية الإرادية للجاني، الذي يصدر عن الفاعل في شكل حركات غايتها إحداث آثار مادية معينة. فالجاني الذي يريد إحداث نتيجة ما يحضر الوسيلة لذلك، وهذا الفعل يصدر عن الجاني في هذه الصورة في حركة عضوية من عضو أو عدة أعضاء من جسمه، باليد أو بالرجل أو بهما معا.

وعندما يقترن الفعل المادي هذا بإرادة ارتكاب الجريمة تكتمل إذن في صورة السلوك الفعل الإيجابي. ولمعرفة مضمون السلوك الإجرامي لابد من التمييز بين صورتيه، السلوك الايجابي (فرع أول) والسلوك السبي (فرع ثاني)

الفرع الأول

الأفعال الإيجابية المشكلة للجريمة

السلوك الإيجابي هو كيان مادي ملموس أو محسوس، ويتمثل هذا الكيان فيما يصدر عن مرتكبه من حركات لأعضاء جسمه ابتغاء تحقيق آثار مادية معينة¹. وأهمية الحركة العضوية في كيان السلوك الإيجابي واضحة، إذ بغيرها يتجرد من الماديات فلا

1- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 245.

يتصور أن تترتب عليه نتيجة إجرامية أو أن يحدث عن طريقه مساس بالحقوق التي يحميها القانون.

ويترتب على اعتبار الحركة العضوية عنصرا في السلوك الإيجابي نتائج هامة هي أن التفكير والتحضير لا يعتبران سلوكا إجراميا. فالسلوك الإيجابي لا يقوم بمجرد العزم أو التصميم على المساس بحقوق الغير، إذ تقتضيه في الحالتين الحركة العضوية. لكن هذا المبدأ لا يمنع من وجود استثناءات، حيث يقوم التجريم على مجرد التفكير¹.

والصفة الإرادية كشرط للحركة العضوية بوصفها عنصر في السلوك الإيجابي المكون لأحد عناصر الركن المادي للجريمة، هي قوة نفسية مدركة، فالسلوك الإيجابي لا يقوم بحركة عضوية أيا كانت، وإنما يقوم بحركة عضوية ذات مصدر معين هو الإرادة، فغياب الإرادة ينفي عن الفعل صفة الإجرامية. كما أن الصفة الإرادية يجب أن تسيطر على كل أجزاء الحركة العضوية وتوجهها على نحو معين، فجميع ماديات الجريمة التي يتكون منها الفعل يتعين أن تكون متجهة في اتجاه معين ترسمه الإرادة، ويجب أن يكون الاتجاه الإرادي إلى كل أجزاء الحركة العضوية².

لقد أسلفنا القول بأن العلامة التجارية هي كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة. وتشير العلامة إما إلى بلد الإنتاج أو مصدر صناعة السلع أو مصدر بيعها

1- إن الحركة العضوية لا تعني دائما حركة اليد بل هي أوسع من ذلك وتشتمل على حركة أي عضو من جسد الإنسان. والسلوك الإيجابي حركة عضوية ذات أصل إرادي. ولا يضم السلوك بين عناصره الاتجاه الإرادي أي لا يفترض البحث في كيفية اتجاه الإرادة والى ماذا اتجهت إذ يتعلق ذلك بالركن المعنوي للجريمة. ولا يضم كذلك تكييف القانون وحكمه على الحركة العضوية أو الاتجاه الإرادي إذ يتعلق ذلك بالركن الشرعي.

2- فمن بدأ بحركة إرادية ثم فقد السيطرة في مرحلة لاحقة ووقع السلوك الإجرامي لا يعتبر مرتكبا لحركة عضوية إرادية. فقد تكون الحركة العضوية مستبعدة إذا كانت صادرة ممن لا تسيطر إرادته على أعضاء جسمه مثل حالات الإغماء والشلل. وكذلك الأمر بالنسبة للحركات الصادرة ممن يخضع لإكراه مادي يسلبه كل سيطرة إرادية على بعض أجزاء جسمه.

أو أنواعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات¹.

والغرض من العلامة التجارية هو أن تكون وسيلة للتمييز بين المنتجات والسلع، وذلك عن طريق اختلاف العلامات التي تستخدم في تمييز كل سلعة عن أخرى، والتقليد يمس عنصر من عناصر هذه العلامة، والعبرة فيه تكون بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة تركيب الصور والحروف والرموز بعضها مع بعض، والشكل الذي تبرزه في علامة أو في أخرى، بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها وما إذا كانت الواحدة تشترك في جزء أو عنصر أو أكثر مما تحويه الأخرى². فالعبرة فيه هو بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف.

فالتقليد يظهر عادة إذا ما وصل التشابه إلى حد غش الجمهور وإيقاعهم في اللبس بين العلامتين بصرف النظر عن الاختلاف بينهما³.

وسنتناول هذا الفرع من خلال فقرتين، التقليد(فقرة أولى)، تقليد العلامة التجارية المشهورة (فقرة ثانية).

1- أنظر: النون (براك ناصر)، المرجع السابق، ص 4.

2- أنظر: عبد التواب (معوض)، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية، د. د. ن، د. م. ن، 1985 ص 206.

3- أنظر: الصفار (زينة غانم عبد الجبار)، المرجع السابق، ص 68.

الفقرة الأولى

التقليد

التقليد كما أسلفنا هو عرض لمنتوج مظهره الخارجي قريب أكثر لمنتوج أصلي، والشركة التي تقلد منتوجا هي شركة تغتصب هوية وصورة شركة أخرى قصد خداع المستهلكين¹.

وقد أسلفنا أن الحق على العلامة يخوّل لصاحبه حقا حصريا لاستعمال العلامة لتمييز المنتوجات أو الخدمات المسجلة والتصرف فيها.

وهذا الحق يخوّل لصاحب العلامة منع الغير من استعمال العلامة من خلال منع إصاق العلامة المعنية على المنتوجات أو مواد التغليف، منع استعمال العلامة لعرض منتوجات أو وضعها في السوق أو احتجازها لهذا الغرض، منع استعمال العلامة لتقديم الخدمات، منع استعمال العلامة لتصدير أو استيراد منتوجات، منع إصاق العلامة على ورق واستعمالها لأغراض إشهارية أو استعمالها بأية طريقة أخرى في أي نوع من الأعمال².

فحسب موقع توقف عن القرصنة "stop piracy" فإن صاحب العلامة، مالك حقوق التأليف، صاحب براءة الاختراع يمتلك حقا حصريا لاستعمال حقه لأغراض تجارية، وبالتالي يكون مؤهلا لمنع تصنيع، عرض للجمهور، ووضع للتداول، أو استيراد أو تصدير منتوجات تضر بحقه من قبل الآخرين.

1- أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit, p 15.

2- أنظر:

Ibid, p 20.

غير أنه لا يمكن له أن يعترض على أفعال خاصّة (شخصية) عندما يعود الفرد من عطلة حاملا ساعة يد مقلدة لاستعمالها شخصيا، ففي هذه الحالة لا يخضع هذا الشخص للعقوبة بموجب التشريعات المطبقة¹. ومما سبق نجد بأن التقليد يأخذ العديد من الصور.

والتقليد (contrefaçon) هو اصطناع الشيء المقلّد دون تغيير مادي فيه أي أنه نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة²، أو هو نقل العناصر الأساسية للعلامة الأصلية، أو نقل بعضها نقلا حرفيا مع إضافة شيء ضمن علامة أخرى، لجعلها شبيهة في شكلها الإجمالي مع تلك العلامة³، الشيء الذي يوقع المستهلك في الخطأ ما لم يكن قادرا على التمييز لوقوعه تحت مناط الغلط واللبس⁴.

ويختلف التقليد عن التزوير (Imitation) في كون الثاني يتم بنسخ العلامة نسخا حرفيا يجعل العلامة المزورة شبيهة تماما بالعلامة الحقيقية لدرجة صعوبة التفريق بينهما⁵. مع الإشارة إلى أن القرار المؤرخ في 15 جويلية 2002 والذي يحدّد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك قد عبّر في مادته الثانية عن التقليد المباشر (النسخ الكامل والنسخ التشبيهي في الجوانب الأساسية للعلامة التجارية) بمصطلح التزييف.

1- أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit, p 20.

2- أنظر: القرام (ابتسام)، المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري، قصر الكتاب، الجزائر، 1998، ص 130.

3- أنظر: الأسمر (صلاح سلمان)، المرجع السابق، ص 90، 91.

- عبيدات (رضوان)، المرجع السابق، ص 722.

4- أنظر: القيلوبي (سميحة)، المرجع السابق، ص 277.

5- إذ يعرف هارون علي التزوير بأنه: " la contrefaçon et la reproduction servile brutal et complète de marquee " أنظر:

HAROUN (A), la protection de la marque au Maghreb, office des publications universitaires, ALGER, 1979, p. 155.

وأورد تعريف للسلع المزيفة بالقول بأنها تلك السلع التي تمس بحق من حقوق الملكية كالتوضيب الموضوع على السلع دون رخصة أو علامة تجارية، أو علامة تجارية مماثلة لعلامة المصنع أو علامة تجارية مسجلة قانونا والخاصة بنفس النوع من السلع¹. أو تلك التي لا يمكن تمييزها في جوانبها الأساسية من علامة المصنع أو العلامة التجارية هذه والتي تمس نتيجة لذلك بحقوق مالك العلامة.²

غير أن هناك من يرى أن التقليد والتزوير كلاهما يشكلان جريمة واحدة، غاية ما في الأمر أن كشف تقليد العلامة أسهل من اكتشاف تزويرها، فتزوير العلامة التجارية أقل صعوبة من تقليدها، إذ أن مرتكب فعل التزوير ينقل نقلا كاملا ومطابق للعلامة التجارية بكل مكوناتها دون زيادة أو نقصان لعناصرها أي أنه نقل حرفي لها، فلا يعتبر تزويرا للعلامة إلاّ النسخ الكامل لها، بحيث تبدو مطابقة تماما للأصلية. ومن ثم يكون التزوير سهل للتقدير باعتباره نسخ تام، في حين قد يُدخّل مرتكب التقليد بعض التعديلات على العلامة مع المحافظة على مظهرها العام، مما قد يؤدي إلى تضليل المستهلك نتيجة هذا الشبه³.

وقد اعتبر المشرع الجزائري أن التقليد مرادف للتزوير، ولم يذكر في الأمر المتعلق بالعلامات المدوّن باللغة العربية إلاّ مصطلح واحد وهو التقليد، بينما لم يذكر في الترجمة الفرنسية إلاّ مصطلح واحد وهو التزوير إذ جاء فيها: " la contrefaçon est une infraction sanctionnée des peines prévues par les articles 27 à 33 ci-dessous"، وفي الحقيقة كلا منهما يختلف عن الآخر ويشكل جريمة مستقلة وقائمة بذاتها.

1- فالتقليد وفقا لاجتهاد المحكمة العليا يكمن في التشابه الموجود بين علامتين موضوعيتين على نفس المنتج، ومن شأن هذا التشابه أن يحدث لبسا أو خطأ عند المستهلك متوسط الانتباه، قرار رقم: 261209، المؤرخ في: 05 فيفري 2002، المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، المنشور في مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2003، ص 265.

2- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 64.

3- أنظر: بويشطولة (بسمة)، المرجع السابق، ص 39.

وتعرّف الفقرة الأولى من المادة 26 من الأمر: 06/03 التقليد بأنه: "... كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"، وقد سار المشرع الجزائري في تعريفه للتقليد حذو نظيره الفرنسي الذي استعمل مصطلح وحيد عن كافة الاعتداءات للحق الناتج أو الناجم عن علامة صناعية أو تجارية أو خدمة في الفقرة الثالثة من المادة 713 من تقنين الملكية الفكرية، وحدد كل الأفعال التي تعتبر مجرمة في حق العلامة التجارية¹، وبين في الفقرتين التاسعة والعاشر من المادة 716 العقوبة المستوجبة لكل اعتداء.

غير أن المشرع الجزائري في الأمر المتعلق بالعلامات التجارية استعمل عبارة " la contrefaçon " في النسخة الفرنسية قاصدا التقليد لا التزوير، ولم يحدّد الأفعال التي يعتبرها القانون اعتداء على الحق في العلامة التجارية، واكتفى باستعمال "الحقوق الاستثنائية" في تعريفه للتقليد وهو ما يفيد حياة صاحب الحق سلطة الاستثناء على هذا الشيء² وبالتالي يمكنه استعماله³ واستغلاله⁴ والتصرف فيه⁵. وهو ما يعدّ إضافة غير مفيدة على اعتبار أن

1- وهي التزوير بالنسخ، والتزوير بالتقليد، والتزوير بالاستعمال، والتزوير باستبدال المنتج والتزوير بوضع علامة تابعة للغير، بجانب جرمي البيع أو العرض للبيع منتج أو سلعة مزورة، وجريمة إخفاء المنتج المزور.

2 - حيث قضت المحكمة العليا في إحدى اجتهاداتها بأنه يعد مجرد إنتاج منتج مقلد مساسا بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة التجارية وبالتالي تقليدا، قرار رقم: 0965242 بتاريخ: 2014/11/27، المحكمة العليا، غرفة الجناح والمخالفات، القسم الثالث، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2015، ص 449.

3- ويعني الاستفادة بشكل مباشر دون وساطة أحد من الشيء سواء كان ماديا أم غير ماديا بما يتفق مع طبيعة هذا الشيء.

4- ويعني الاستفادة من الشيء بالحصول على أجرته من المستأجر له.

5- ويعني تعديل أو تغيير الشيء إذا كان التصرف ماديا أو بيعه أو تغيير وصفه القانوني دون تغيير مادته إن كان التصرف قانونيا. انظر في ذلك: السنهوري (عبد الرزاق)، المرجع السابق، ص 493.

- حسنين (محمد)، المرجع السابق، ص 24، 25.

مصطلح "الاستثنائية" جزء من الكل وهو "حق الملكية" الذي استعمله المشرع في تعريفه للعلامة بقوله: "...خرقا لحقوق صاحب العلامة".

لم يفسر المشرع الجزائري المقصود بـ "الحقوق الاستثنائية"، وبالرجوع للقواعد العامة نجد بأن العلامة التجارية حق من الحقوق المدنية، موضوعه شيء غير مادي يجوز تملكه. ويتم تقليد العلامات التجارية عموما إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

ويترتب عن التقليد بالطرق المباشرة انخداع الغير وتضليله وعدم قدرته على التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المقلدة من العلامة الأصلية، وله عدة صور بالنسخ الكامل أو شبه الكامل وبعد التقليد بالنسخ الكامل أو شبه الكامل صورة التقليد بالطرق المباشرة، وفيه يتم اصطناع علامة تجارية مطابقة للعلامة الأصلية أو نقل أجزائها الرئيسية منها، فتظهر بذلك العلامة المقلدة لجمهور المستهلكين مثل الأصلية تماما.

ومن الأمثلة على ذلك ما اعتبرته محكمة سطيف بأن هناك استنساخ شبه كلي للعلامات لعدة أنواع من الغسول منها: (Pert plus، Head and Shoulders، Pantene، Herbal) مع وجود اختلاف بين المنتجات الأصلية والمقلدة ليس في التسمية وإنما في الملصقات الأمامية الموضوعة على عبوة الغسول، وكذا في غطاء العبوة، ففي المنتج الأصلي تستطيع لمس الأحرف والخطوط المتواجدة في الملصق الأمامي، على عكس المنتج المقلد، زيادة على أنه بالنسبة لداخل الغطاء توجد حلقة داخلية بالمنتج الأصلي على خلاف المقلد، وهو ما اعتبرته المحكمة منتوجا مقلدا تم عرضه للبيع فكانت المتابعة على أساس (عرض وبيع منتج مقلد) أدى لإدانة الفاعل تطبيقا لأحكام المادة 26 من الأمر المتعلق بالعلامات¹.

وقد اعتبرت أيضا محكمة سطيف في حكم لها صادر سنة 1998 بأن هناك تقليد ارتكبه صاحب العلامة المقلدة "canti"، الذي أبرم عقدا مع الشركة صاحبة العلامة الأصلية

1- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 79.

(conti) المختصة بصناعة آلات القهوة للقيام بتوزيع هذا المنتج في الجزائر، لمدة عام، وبعد انتهاء هذه المدة تم فسخ العقد وأسس المتهم شركة ذات مسؤولية محدودة لتوزيع آلات القهوة مع إيداع علامته التجارية -المقلدة- "canti" لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية.

ومن جهته أصدر القضاء الفرنسي عدة أحكام قضى فيها بتوافر جريمة التقليد عن طريق زيادة عنصر للعلامة مثل قضية مواد التنظيف والغسيل بين علامة "NET" وعلامة "O'NET"، وبين علامة "Marini" و"Martini" وبين علامة "LAGO" وعلامة "LANGO" وبين علامة "ANTICAR" وعلامة "ANICAR".

وقد قضى بوجود تقليد في حال استبدال حرف بآخر كما في حالة علامة "PAMPYS" التي تشابه العلامة الأصلية "PAMPERS"، كما قرّر بأن هناك تقليد في علامة "CAPITAL" التي تعتبر تقليدا للعلامة الأصلية "CAPITOL"، فالناحية السمعية والبصرية تعدّ عنصرا هاما في موضوع التقليد للانطباع الذي تتركه الأذن والذاكرة في ذهن المستهلك دون الالتفات إلى المعنى والأثر الذي تتركه¹.

وقد يتخذ النسخ شبه الكامل صورة إضافة أو حذف حرف أو أكثر، أو زيادة كلمة أو أكثر، أو استبدال حرف بآخر، مما يقوي مخاطر الالتباس². وقد يكون عن طريق قيام المقلّد بتقديم علامة معتمدا بصريا على نفس التركيب والبناء من ناحية الأشكال والألوان والرموز الداخلة في تركيب العلامة التجارية الأصلية. أو يكون في شكل محاكاة ذهنية بتوجيه التقليد

1- أنظر:

MARINO (L), **droit de la propriété** intellectuelle, 1er édition, presses universitaire, France, 2013, p. 361.

2- أنظر: لعوارم (وهيبة) المرجع السابق، ص 71، وكذا ص 79، أنظر أيضا:

Ibid, p 361.

إلى ذهن المستهلك من أجل خلق تقارب ذهني بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة ويعتمد في ذلك على المرادفات أو المتناقضات للكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة¹.

وهناك أيضا ما يسمى بالمحاكاة عن طريق جمع الأفكار عن طريق التقارب في الترتيب الفكري فمثلا علامة (la vache joyeuse) تعتبر تقليدا للعلامة الأصلية (la vache qui rit)، وعلامة البُن (label noir) قلّدت بطريقة غير مشروعة العلامة المعروفة (carte noir)².

وعلى عكس المشرع البلجيكي والأردني الذي ذهب في مادته الثالثة من قانون العلامات للقول بالزامية توفر نية الاحتيال حتى تقوم الجريمة في حق الفاعل، فإن المشرع الجزائري والمشرع الفرنسي لا يشترطان في هذه الجريمة توفر سوء نية المقلّد، إذ أن الجانب المعنوي غير ضروري في هذه الحالة لقيام الجريمة ويكفي لقيامها العنصر المادي فقط مما يعني صاحب العلامة من إثبات سوء النية لدى المقلّد³.

فالتقليد يعاقب عليه في حد ذاته، إذ يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، لذلك فإنه لا يشترط توافر

1- أنظر: النون (براك ناصر)، المرجع السابق، ص 18.

2- أنظر: معلم (عز الدين)، دور منظومة إدارة الجمارك الجزائرية في محاربة ظاهرة تقليد العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص 34.

3 - وهو ما أكد القضاء الجزائري من خلال القرار رقم: 286391 الصادر بتاريخ: 25 جوان 2002 المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، المجلة القضائية العدد الأول 2003، ص 269.

العنصر المعنوي¹. في حين يرى الاجتهاد القضائي البلجيكي أن المدعي ملزم بإثبات سوء نية المدعى عليه أمام القضاء الجنائي وهو ذات ما قرره المشرع الأردني².

كما أنه ومن الطرق المباشرة للتقليد هو التقليد التدليسي (Imitation Frauduleuse) ويتمثل في تصنيع منتج لا يمثل نسخة دقيقة لمنتج الغير لكن يكتسي العناصر الأساسية للمنتج الأصلي بحيث أن الجمهور قد يخطأ في تمييز الأصل عن النسخة³. نتيجة قيام المقلد بمحاكاة علامة الغير عن طريق التغيير أو الإضافة أو التشويه للعلامة الأصلية بشكل يجعل التمييز بينهما ملتبساً على المستهلك، وللقاضي السلطة التقديرية لتقدير المحاكاة⁴.

وعلى خلاف الشكل الأول من الاعتداء المباشر (التقليد بالنسخ الكامل أو شبه الكامل والتي لا تتطلب ركنين) فالعبرة عند إجراء المقارنة بين العلامتين الأصلية والمقلدة بالمظهر العام والصورة العامة لا بالعناصر الجزئية⁵، ويعتد بالتشابه العام بين العلامتين، أي مدى المحاكاة الإجمالية التي تدل على السمات البارزة للعلامة الأصلية بصرف النظر عن تفاصيلها الجزئية أو أوجه الاختلاف الثانوية⁶.

1- أنظر: صالح (فرحة زراوي)، الكامل في القانون التجاري الجزائري (الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر (وهران)، 2006، ص 261.

2- أنظر: بويشطولة (بسمة)، المرجع السابق، ص 41.

3- أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit, p.17

4 - وهو ما قضت به المحكمة العليا في قرار صدر عنها بشأن قضية مكتب الدراسات المعمارية والعمرانية (أ.ت) ضد الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، قرار رقم: 0946351 بتاريخ: 2015/03/12، المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2015، ص 294.

5- أنظر: الصفار (زينة غانم عبد الجبار)، المرجع السابق، ص 69.

6- أنظر: علوش (نعيمة)، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013، ص 72.

المحاكاة التدلّيسية مبنية على سوء النية لذا فهذه الصورة من صور الاعتداء تتطلّب ركنا ماديا هو المحاكاة وركن معنوي هو القصد الجنائي لدى المحاكي، إذ يقوم القاضي بتقدير اللبس الممكن حدوثه لدى الجمهور العريض ويقوم ببيانه عند تسبب حكمة إذ لا تقوم الجريمة جزائيا دون تحقّقه مع إمكانية الحكم عليه مدنيا¹.

يعتبر تقديم مُنتج أو خدمة مملوكة للغير للمستهلك طريقة من الطرق المباشرة للتقليد أيضا، حيث تقدم في هذه الحالة للمستهلك علامة تجارية أصلية غير مقلّدة سجلّها الغير فيقدّمها شخص غير مالكيها، واضعا إيّاها على بضاعة أخرى من ذات الصنف². أو تغيير جزء منها قصد تضليل الجمهور وخذاعه بإيهامه بأن هذه البضاعة هي ذات البضاعة الأصلية ذات العلامة بأن يتم قلع الصورة أو البطاقات الملصقة بالمنتج الأصلي ووضعه على بضاعة أو منتج مشابه، وهو ما يطلق عليه اغتصاب الصورة، وحسب "Guyet" يتملّ هذا الفعل في إلصاق ماركة الغير على البضائع المراد بيعها بطريقة غير قانونية³.

وتقع هذه الجريمة عادة على العلامات التي تتخذ صورة نماذج أو أشكال مميزة، كاستعمال عبوة زجاجية (لتعبئة المشروبات أو العطور)، بجمعها ثم تعبئتها بمواد منافسة للمواد التي كانت تلك العبوات تستعمل من أجلها. وتشتت هذه الجريمة القصد الجنائي وسوء

- حمادي (زوبير)، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 190.

1- فقد يتخذ التقليد صورة حذف حرف من أحرف الكلمة الأصلية، فمثلا تم اعتبار العلامة الفارقة "شواوا" تقليدا للعلامة الفارقة "شيووا"، إذ أن حذف حرف الياء من العلامة الأولى لم يغيّر من إيقاع اللفظ الذي يظل نفسه في العلامتين، ومن الصعب أن تلتفت عناية المستهلك لمثل هذا الفارق بعدما ترسّخت صورة العلامة الثانية في ذاكرته. أنظر: أبو عيد (إلياس)، المؤسسة التجارية، الجزء الأول، دار بيروت للنشر، لبنان، 1983، ص 120.

2- أنظر:

YVES (S.J.), *Protection et valorization des marques de fabrique de commerce ou de service*, 4e éd, Cahors, Paris, 1972, p.36 ; Albert CHAVANNE et Jean Jacques BURST, Op., Cit. p 756.

3- أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit., p.15.

النية الذي تثبته الضحية أو النيابة العامة بكل الوسائل لدى الفاعل الراغب في إيقاع المستهلكين في الخطأ وإيهامهم أن هذه المنتجات هي التي تمثلها العلامة الحقيقية التي تتمتع بالثقة والإقبال والشهرة.¹

وإلى جانب الطرق المباشرة للتقليد، هناك طرق أخرى غير مباشرة وهي عديدة. إذ يعتبر التقليد بالاستعمال إحدى هذه الطرق وفيه يتم استعمال العلامة المقلدة على البضائع أو المنتجات ذاتها بشكل مباشر، أو غير مباشر كأن تستعمل العلامة على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع كالغطاءات أو المغلفات التي تعرض فيها البضائع أو تحفظ فيها قصد البيع، دون اشتراط كون البضائع التي وضعت عليها العلامة المقلدة أكثر أو أقل جودة من تلك التي تحمل العلامة التي وقع عليها التعدي.

غالبا ما يكون فعل الاستعمال مرتبطا بجريمة التقليد أو العرض للبيع إذ يقع بين فعل صنع العلامة وبيع المنتج، ويفترض وجود علامة مقلدة تقليدا مطلقا أو بطريقة تدليسية تم استغلالها تجاريا، وبذلك يكون الفاعل قد ارتكب جرائم متعددة (التقليد، العرض للبيع، البيع) غير أنه يعاقب بوحدة لارتباط تلك الجرائم.

ولا تقوم الجريمة في حق من يقوم بشراء بضائع تحمل علامة مقلدة، غير أن عناصر الفعل المجرّم قانونا تتحقق إذا قام بإعادة بيعها من جديد مع علمه بحقيقة كونها مقلدة².

كذلك يعد بيع منتجات مقلدة أيضا من الطرق غير المباشرة للتقليد، حيث أنه قد يرتكب هذا الفعل الجرمي من طرف تجار لم يرتكبوا أفعالا إجرامية أخرى (تقليد العلامة)، بصرف النظر عن عدد مرات البيع³، وكون البضاعة المقلدة بنفس مواصفات الجودة أو أقل

1- أنظر: القيلوبي (سميحة)، المرجع السابق، ص 171.

2- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 68.

3- ففي هذه الحالة تعد كل الأفعال المتكررة جريمة واحدة مستمرة لأنها ترتكب بقصد جنائي واحد. أنظر: القيلوبي (سميحة)، المرجع السابق، ص 374.

وبصرف النظر عما إذا كان الفاعل قد حقق أرباحاً أم لا (البيع بسعر أقل من سعر البضاعة المقلّدة)، وبصرف النظر أيضاً عن مصدر هذه السلعة المقلّدة (مصنّعة داخل الإقليم أو خارجه) وسواء أعدت للبيع داخل الدولة أو خارجها، ولقيام هذه الجريمة يفترض وجود عقد طبقاً لأحكام القانون المدني¹، فكل نقل للملكية خارج البيع لا يكون كافياً لقيام فعل "بيع منتج عليه علامة مقلّدة" فتستبعد الهبة أو المعاوضة.

ويصنف عرض البضاعة المقلّدة للبيع ضمن طرق التقليد غير المباشرة أيضاً. فيستوي لتحقّق هذه الصورة أن يتم عرض البضاعة في واجهة المحل التجاري أو بداخله أو إرسال عينات أو نشرات للترويج لهذه البضاعة، أو وضعها في المخزن تمهيداً لنقلها إلى المحل التجاري أو فروعه بصرف النظر عما إذا كان الحائز مالكا أم لا، وبصرف النظر أيضاً عما إذا كان الغرض هو العرض أم البيع².

أما الطريقة للتقليد غير المباشر فهو التقليد الارتكاسي (Reflectif) أين يستعير من المنتج الأصلي بعض مميزاته غير أنه يحافظ على مميزات خاصة به بما فيها علامة الشركة المقلّدة، فالمنتج المقلّد وفقاً للتقليد الارتكاسي يلبي نفس مفهوم المنتج الأصلي ويؤدي نفس الوظائف الأساسية ويمكن اعتباره منتجاً منافساً، وهدف هذا التقليد ليس تغليب المستهلك بل إقناعه بأن المنتج المقلّد أفضل من المنتج الأصلي³.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك نمط جديد للعلامات التجارية من خلال الاعتداء على أسماء المواقع وهي نمط جديد للمضاربة وقرصنة العلامات التجارية، فالسطو الإلكتروني بواسطة عناوين المواقع الإلكترونية يؤدي بصورة مباشرة إلى تضليل جمهور المستهلكين،

1- لاسيما المادة 351 منه.

2- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 69.

3- أنظر:

الذين يتوقعون الوصول إلى العلامة التجارية التي يرغبون فيها بافتراض أن العلامة هي ذاته الموقع الإلكتروني، وكثيرا ما يتم مساومة أصحاب العلامات وإجبارهم على دفع مبالغ مالية كبيرة لاسترجاع علاماتهم.¹

الفقرة الثانية

تقليد العلامة التجارية المشهورة

حظر المشرع الجزائري تقليد العلامة المشهورة بمعنى اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية حيث قضى في الفقرة: 08 من المادة 07 من أمر: 06/03 المؤرخ في: 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات برفض تسجيل كل الشارات المماثلة لعلامة مشهورة وذلك مهما كانت طبيعة المنتجات التي توضع عليها، وبالتالي فكل علامة تشكل تقليدا لعلامة تتميز بالشهرة في الجزائر يكون مصيرها الرفض أو الإبطال.

غالبا ما يلجأ المقلدون إلى تشبيه العلامة المشهورة وذلك بنقل العناصر الأساسية لها أو نقل بعضها نقلا حرفيا مع إدخال بعض التعديلات عليها بإضافة شيء ما إليها، وذلك

1- فقد تم تسجيل العلامة التجارية "Marlboro" المشهورة التي تملكها الشركة المشتكية كاسم موقع: WWW.Marlbo.omc.oro مما حدا بهذه الشركة أن تطلب من الجهة التي تقوم بحل منازعة أسماء المواقع (WIPO) للتدخل، وقد قضى فريق التحكيم بضرورة تحويل اسم الموقع للشركة المشتكية وذلك لتطابقه مع علامتها التجارية، كذلك تسجيل العلامة التجارية التي تملكها الشركة المدعية "SONY" وهي العلامة "WALKMAN"، كاسم موقع: WWW.Walkman.com وقد طالبت الشركة المشتكية باستعادة اسم الموقع المسجل، وذلك لأن زبائن الشركة سوف يعتقدون أن الموقع له علاقة ببضائع ومنتجات الشركة، وأنه ليس للمسجل حق التسجيل وهو يهدف من تسجيله الاعتماد على شهرة العلامة التجارية في جلب الزوار لموقعه، لهذا حكمت جهة التحكيم بضرورة إعادة اسم الموقع المسجل للشركة. ومن الاعتداءات أيضا تسجيل اسم موقع: WWW.adidas.com المتطابق مع العلامة التجارية "Adidas"، واسم الموقع: WWW.toyota.com المتطابق مع العلامة التجارية TOYOTA وتسجيل العلامة التجارية "Mariot" كعنوان إلكتروني WWW.mariot.com. أنظر: بويشطولة (بسمه)، المرجع السابق، ص 48، 49.

بهدف الحصول على علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية، فهنا لا نكون أمام تقليد العلامة وإنما تشبيها لها. مثل هذه الطريقة تشكل تمويها وتضليلا، ووعيا منه بخطورة مثل تلك التصرفات سواء بالنسبة لمالكها أو بالنسبة للمستهلك سواء بسواء حظر المشرع الجزائري تسجيل أو استعمال مثل هذه العلامات حيث نص على ما يلي: "يستثنى من التسجيل: الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة تتميز بالشهرة في الجزائر...". ولتقدير تشبيه العلامة يأخذ القاضي بعين الاعتبار التشبيبات الإجمالية وليس التمييزات الجزئية بمعنى التشبيبات التي من شأنها أن تؤدي بالمشتري العادي إلى الخلط بصفة إجمالية بين العلامتين¹.

وقصد الانتفاع من التأثير الذي تمارسه العلامة المشهورة قد يلجأ بعض التجار أو الصناع إلى ترجمتها إلى لغة أو إلى لغات أخرى، ونظرا لكون ترجمة العلامة إلى لغة أخرى يعتبر تقليدا لها وسع المشرع الجزائري حماية هذا النوع من العلامات حتى إلى تلك التصرفات أو الاعتداءات التي تقوم على الترجمة. حيث نص في الفقرة الثامنة من المادة 07 السالفة الذكر على أنه يستثنى من التسجيل الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

فترجمة العلامة إلى لغة أجنبية قد يحدث التباسا وبالتالي تقليدا في حال كانت العلامة المترجمة موضوعة على سلع أو بضائع مخصصة للبيع في بلد يتكلم مواطنوه اللغة المذكورة أو أنّ اللغة ممكن أن تفهم من قبل المستهلكين، ومع ذلك فهذا لا يعني أنّ كل ترجمة تؤدي بالضرورة إلى رفض التسجيل أو إبطاله بل يجب أن تكون قادرة على إحداث التباس.

وتقدير وجود التباس من عدمه في هذا الشأن غالبا ما يكون دقيقا جدا، لذا فإن المعيار المستعمل والذي يبدو تقريبا ثابت في أغلب الاجتهادات القضائية يقضي بضرورة التمرکز على مستوى المستهلك المتوسط لمعرفة فيما إذا كان بالإمكان فهم الترجمة وبالتالي

1- أنظر: سوفالو (أمال)، المرجع السابق، ص 94.

إثبات وجود تقارب بين العلامتين¹. وعليه فخطر الالتباس يتحقق عندما تكون الترجمة واضحة لدى الجمهور، ولذا فقد اعتبرت كتشبيه²، بالإضافة إلى ذلك فينبغي أن نشير وبدقة إلى المفهوم الصحيح للترجمة³.

قد يقع المشتري في الشبهة والإشكال وعدم الوضوح، فيقدم على شراء سلعة أو بضاعة منافس آخر محل تلك التي كان يرمي لشرائها معتقدا أنها هي المقصودة أو بدلا عنها، فيكون الضرر الذي يصيبه جراء ذلك مباشرا وفوريا وملموسا، وبالمقابل يؤدي ذلك إلى إضعاف تدريجي للعلامة التجارية الأصلية وقدرتها المميزة التي تتمتع بها⁴.

كما تعاني العلامة المشهورة من إضعاف القدرة المميزة لها وابتذالها بمجرد استعمالها من طرف الغير على منتجات أو خدمات أخرى مهما كانت طبيعتها، وهو ما يعرف بخطر إضعاف العلامة "Danger d'affaiblissement" ويتحقق عندما يقوم أحد الأشخاص باستعمال علامة تجارية سبق استخدامها من شخص آخر قبله لمنتج غير مشابه للمنتج

1- أنظر:

PEROT-MOREL (M.A), *la protection international des marques notoires, journal de droit international*, France, 1980, p. 277.

2- مثلا العلامة "eau écarte" التي تعتبر ترجمة للعلامة "SCARLET WATER". أنظر:

HAROUN (A), Op. Cit, p. 164.

3- أنظر:

PEROT-MOREL (M.A), Op. Cit, p. 278.

4- يمكن أن يأخذ الالتباس إحدى صورتين، الأولى: أن يظهر نفس العلامة على سلع أو بضائع منافسة والتي توجه لتلبية نفس الاحتياجات تولد في ذهن المستهلك التباس وبسبب هذا الخلط فالمشتري وبدل أن يأخذ المنتج الذي يرغب به والذي يحمل العلامة التي بقيت راسخة في ذهنه فإنه يأخذ وعن خطأ المنتج الآخر الذي يحمل ذات العلامة أو علامة مشابهة لها. والثانية أن توضع العلامة على منتجات مختلفة كليا ورغم ذلك فإن الجمهور يربطها ويسندها إلى ذات المصدر وهذا ما يطلق عليه التباس المؤسسات "Confusion des entreprises". أنظر في ذلك: سوفالو (أمال)، المرجع السابق، ص 46-52.

الأول وليس هناك أي مجال للخلط بين المنتجين أو مصدريهما، لكن استعمال العلامة من قبل المستخدم اللاحق يتسبب في التقليل من تميز العلامة للمنتج الأول مع احتمال مستقبلي بأن تصبح العلامة القوية علامة ضعيفة¹.

وقد يكون نجاح العلامة وشهرتها عاملا يدفع بمالكها لتمديد نشاطه إلى مجالات اقتصادية أخرى باستغلال الشهرة التي حققتها علامته فيعمد إلى وضعها على منتجاته أو خدماته الجديدة والتي هي مختلفة كلية عن تلك التي توضع عليها عادة كي يضمن إنجاز المشروع الجديد وذلك بتقريبه من المنتج الذي يربطه بتلك العلامة المشهورة ويتجنب بذلك النفقات غير الضرورية للبحث عن اسم جديد والإشهار له، غير أن مثل هذا الاستغلال من شأنه أن يجعل العلامة عامة ومبتذلة، ويفتح المجال للغرباء لاستغلال هذه العلامة وإفقاد صاحبها القدرة على السيطرة الاقتصادية عليه.

كما قد يكون في صورة المساس بالانتشار الاقتصادي للعلامة بسبب استعمالها كاسم موقع، فقد أتاحت شبكة الانترنت للشركات ورجال الأعمال والمؤسسات التجارية الكائنة في مختلف دول العالم إنشاء مواقع على الشبكة تعرض فيها منتجاتها على الزائرين الذين يتصفحون المواقع لمشاهدة البضائع والخدمات التي تعرضها من أجل تسويقها والتعامل فيها شراء وبيعا بالطريق الالكتروني.

1- وقد توصلت المحاكم الأمريكية إلى الاعتراف بطريقتين من طرق إفقاد العلامة تميزها: إفقاد العلامة تميزها بواسطة التشويه، وإفقاد العلامة تميزها بواسطة إفقادها بريقها. أنظر في ذلك:

JATON (M), **la protection des marques de haute renommée au regard de droit suisse**, thèse de licence et de doctorat, faculté de droit, université de Lausanne, imprimerie centrale Lausanne S. A, 1961, p. 48;

PEROT-MOREL (M.A), Op. Cit, p. 30.

BAEUMER (L), **la protection de la marque de haute renommée en droit français et en droit Allemand**", Revue internationale de droit comparée, n° 3, 1962, p. 549.

وقد أوجدت شبكة الانترنت مشكلات قانونية من نوع جديد تتصل بحقوق الملكية الفكرية من أهمها فيما يتعلق بالعلامات التجارية المشكلات التي ظهرت نتيجة لتسمية بعض المواقع على الشبكة باتخاذ أسماء المواقع أو الدومين Nom de domaine كعنوان لتلك المواقع تشابه أو تطابق أو تماثل علامات تجارية مشهورة بقصد جلب العملاء إلى المواقع¹.

الفرع الثاني

السلوك السلبي

السلوك السلبي في أبسط صوره هو امتناع الفرد عن القيام بواجب يفرضه القانون. وهو لا يختلف عن السلوك الإيجابي في مسألة إدراك الجاني بالموقف الذي سيتخذه عند إحجامه القيام بعمل يستوجبه القانون.

وقد اختلف الرأي كثيرا بخصوص تدخل القانون الجنائي حالة الامتناع بين رفض ذلك بعلّة أن الامتناع عدم أو رفض ذلك بالنظر للفلسفة الليبرالية لكن الرأي السائد لا يرى الامتناع عَدَمًا بل هو مثل الفعل يستند إلى إرادة، إرادة مانعة من الحركة عكس إرادة الفعل فهي إرادة دافعة، وأنه مثل الفعل قادر على أحداث تغيير في العالم الخارجي وإحداث اضطراب اجتماعي.

فما هو مفهوم السلوك السلبي؟ (فقرة أولى)، وما هي صوره في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية؟ (فقرة ثانية).

1- واسم الموقع هو عبارة عن تسمية جديدة أو رمز مبتكر يتم اختياره واستخدامه من قبل الشركة المشتركة في شبكة الانترنت لتميزها عن غيرها ولإعطاء المتعاملين معها إمكانية مخاطبتها أو الدخول إليها عبر الشبكة الالكترونية فالدومين يتضمن الاسم أو المركز المبتكر والذي يوضع بشكل مختصر، ويتضمن أيضا عنوان الشركة الالكتروني E-Mail وبإمكان أي شخص أو شركة أن تقوم بتسجيل أية علامة كاسم دومين لتصبح مملوكة له، ويقوم باستعمالها كعنوان على الانترنت مما يمكن من التفاوض مستقبلا مع الشركة صاحبة العلامة الأصلية لتقوم ببيع هذا الاسم مقابل أسعار خيالية. أنظر تفصيل ذلك: سوفالو (أمال)، المرجع السابق، ص-ص 53-61.

الفقرة الأولى

مفهوم السلوك السلبي

السلوك السلبي أو الامتناع هو إحجام الجاني عن القيام بعمل إيجابي يفرضه عليه القانون في ظروف معينة وعلى ذلك فإن الامتناع يقوم بتوافر ثلاثة عناصر.

إذ يعتبر الإحجام عن أداء عمل إيجابي أول هذه العناصر فالركن المادي في جرائم الامتناع لا يتألف من مجرد إحجام الجاني مجرداً، وإنما من ذلك الامتناع الذي يترك فيه الجاني أداء عمل معين يلزمه القانون بالقيام به. ففي مقام التجريم يستوي لدى المشرع أن يقع اعتداء على الحق أو المصلحة المحمية بارتكاب الفعل المجرم أو بالتخلي عن أداء العمل الواجب. ومثال ذلك امتناع الشاهد عن الإدلاء بشهادته أمام القاضي.

أما العنصر الثاني فهو استلزام وجود واجب يفرضه القانون، إذ أن الامتناع المؤثم في قانون العقوبات هو ذلك الذي يرتب عليه المشرع الجنائي آثاراً جنائية، فإذا لم يكن هناك واجب قانوني يفرضه قانون العقوبات فلا جريمة في حق من أحجم عن الفعل. كمن يشاهد طفلاً يعبث بأسلاك كهربائية عارية فلا يحذره حتى يصعقه التيار فيقتله.

وأخيراً وجوب توفر الصفة الإرادية للامتناع، فمصدر الامتناع الإرادة والصفة الإرادية في الامتناع لا تقتصر على توجيه الإرادة إلى عدم القيام بالالتزام الذي يفرضه القانون بل تنصرف إلى عدم توجيهها للقيام به مع القدرة على ذلك، لأن الإرادة تتطلب القدرة على التنفيذ حيث لا تكليف بمستحيل.

ويتضح مما سبق أنه لا فرق بين من ارتكب جريمته بالامتناع ومن ارتكابها بسلوك إيجابي إذ أن النتيجة واحدة. فإذا كان أحد عناصر الامتناع ظاهرة إيجابية فذلك يستتبع بالضرورة أن يكون للامتناع كيان إيجابي. فضلاً عن أن الامتناع يصدر إزاء ظروف مادية ويمثّل تصرف صاحبه في مواجهتها.

ولما كان الامتناع باعتباره سلوكاً إنسانياً ذا صفة واعية ومدركة، فهو بفضل هذه الصفة يكتسب سيطرة على الظروف المادية المحيطة به ويوجهها إلى غايته، فيكون مؤدي ذلك القول بأن هذه الظروف تنسب إليه باعتبارها بعض وسائله لإدراكه غايته، ويصل ذلك إلى حد اندماج هذه الظروف فيه واكتسابه منها طابعاً مادياً¹.

الفقرة الثانية

صور السلوك السلبي في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية

إن تزوير العلامات التجارية وتقليدها يعرقل أداء العلامة لوظائفها، ويلحق ضرراً جسيماً بالمجتمع، إذ لا يقتصر الضرر الناتج عن التزوير والتقليد على الصناعة والتجارة، بل يمتد إلى المستهلك الذي يقع ضحية الغش والخداع، وخاصة بعد أن اتسعت دائرة الاتجار في السلع التي تحمل علامات تجارية مزورة، فشملت كل أنواع المنتجات والبضائع من ملابس ونظارات وساعات وقطع غيار سيارات وآلات صناعية وأجهزة كهربائية.

كما امتدت تجارة البضائع المزيفة إلى سلع يؤدي تقليدها إلى المساس بصحة الإنسان وتعرض حياته للخطر، مثل المنتجات الغذائية والأدوية والأجهزة الطبية وفرامل السيارات وقطع غيار الطائرات.

وخير مثال على ذلك ما سطره القضاء الأمريكي في قضية *extron v. Aviation Sales* وهي تتعلق بتصنيع قطع غيار طائرات هليكوبتر رديئة وضعت عليها علامة تجارية

1- وهذا التحليل ينطبق على الجرائم السلبية البسيطة والجرائم السلبية ذات النتيجة. فالجرائم السلبية البسيطة يقوم ركنها المادي بامتناع لا تعقبه نتيجة مادية ملموسة، أما الجرائم السلبية ذات النتيجة فيفترض ركنها المادي امتناعاً أعقبته نتيجة إجرامية، وتسمى هذه الجرائم بجرائم الارتكاب عن طريق الامتناع. أنظر: يعقوب (محمود داوود)، الركن المادي للجريمة، متاح على الموقع التالي:

<http://ar.jurispedia.org-index.php> (30/03/2017).

مزورة، هي في الأصل علامة مسجلة مملوكة لشركة Bell Hélicoptère Division of Textron Inc، مما أدى إلى المساس بأمن وسلامة الطيران وضياع الأرواح، فقد وجدت المحكمة أن الحوادث التي وقعت لعدة طائرات هليكوبتر كانت بسبب قطع الغيار المعيبة التي صنعها وباعها المدعى عليهم وكانت تحمل العلامة التجارية المزورة مما أدى إلى حالات الوفاة والإصابات البدنية الجسيمة¹.

وكغيرها من الجرائم يتكون الركن المادي لجريمة الاعتداء على العلامة التجارية من عناصر ثلاثة، هي أن يكون الفاعل إما أصلياً أو تبعياً، أي يكون إما فاعلاً منفرداً أو شريكاً²، وأن تتحقق النتيجة الإجرامية المراد تحقيقها أو أية نتيجة إجرامية محتملة الوقوع.

وأخيراً أن تكون هناك علاقة سببية بين الفعل والنتيجة، وهي الرابطة التي تربط السلوك ارتباط السبب بالمسبب، إذ لا يكفي لقيام الركن المادي في الجريمة توافر السلوك الإجرامي والنتيجة المعاقب عليها، وإنما يلزم كذلك توفر علاقة السببية التي تصل بينهما، أي أن يكون السلوك هو السبب في إحداث النتيجة، فإذا انتفت علاقة السببية اقتضت مسؤولية الفاعل على الشروع إذا كانت الجريمة عمدية، أما إذا كانت غير ذلك فلا مسؤولية عنها، حيث لا شروع في الجرائم غير العمدية³.

1- أنظر: النون (براك ناصر)، المرجع السابق، ص 19.

- قرموش (عبد اللطيف)، تقليد العلامة التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، عدد خاص "التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، 2012. ص 64.

2- قضت محكمة التمييز بدبي بجلسة 26 فبراير 2000 (بأنه من المقرر، أنه لا يشترط في جريمة التقليد المنصوص عليها في المادة 37 من قانون العلامات التجارية، أن يكون الجاني قد قلده بنفسه علامة من العلامات التجارية، بل يكفي أن يكون التقليد قد تم بوساطة غيره، طالما أنه كان شريكاً معه)، (الطعن رقم 227 لسنة 1999 و1 لسنة 2000 جزء، جلسة: 2000/2/26). أنظر: الحمادي (حسن أحمد)، المرجع السابق.

3- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 252.

غير أن السؤال الذي يتبادر إلى الذهن قبل الانتهاء من دراسة عناصر الركن المادي لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية هو إشكالية مدى إمكانية المعاقبة على الشروع فيها؟

عند قيام جريمة التقليد قانونا يسأل من ساهم فيها بصفته فاعلا أصليا أو شريكا، غير أنه ليس بالضرورة أن تتحقق كل العناصر، فبالرغم من أن القانون يوجب وجود فعل مادي في الجريمة إلا أنه لا يشترط أن يترك هذا الفعل آثارا مادية، فحتى في حالة عدم إنتاج الفعل آثاره الجرمية فإنه يشكّل ركنا ماديا للجريمة كما هو الحال في حالة الشروع في جريمة التقليد، إذ أن الجاني هنا يقوم بسلوك محظور ولا يكمله وبالتالي لا تتحقق نتيجته.

وعلة العقاب في الجريمة تكمن في أنها اعتداء فعلي على مصلحة محمية قانونا، والشروع يحمل في طياته كل معاني الاعتداء على المصلحة المحمية ولكنه إذا أوقف أو خاب أثره فقد تحول من صورة الاعتداء الفعلي إلى صورة اعتداء يهدد بخطر، فهو بمثابة اعتداء محتمل عليها، لذا فقد وجب تجريم الشروع بوصفه اعتداء محتملا يهدد المصالح المحمية بخطر، ومصدر الخطر في جرائم الشروع يكمن في أفعال الجاني من جهة ونيته الإجرامية من جهة أخرى¹.

على غرار معظم التشريعات اعتمد المشرع الجزائري المذهب الشخصي وقد تأثر لا محالة بالتشريع الفرنسي كما استفاد من تطور الاجتهاد القضائي الفرنسي الذي كرس عبارة "مباشرة إلى ارتكاب الجريمة" وهي نفس العبارة التي استعملها المشرع الجزائري في المادة 30، ومن جهة أخرى لم يشترط المشرع الجزائري أن يؤدي الفعل حالا إلى النتيجة المقصودة لأن الشروع قد يستغرق مدة طويلة قبل أن تتم الجريمة².

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 163، 164.

2- وجدير بالذكر بأنه ظهر مذهبان بخصوص البدء في التنفيذ باعتباره عمل مادي يتميز عن العزم أو التصميم الإجرامي ذو الطابع النفسي الذي لا عقاب عليه غير أنه يصعب التمييز بين البدء في التنفيذ والأعمال التحضيرية التي هي الأخرى أعمال مادية، المذهب الأول موضوعي أو مادي أما المذهب الثاني شخصي ويبحث أنصاره في إرادة الجاني الإجرامية أي في مدى دلالة أفعال الشخص على قصده. أنظر: المرجع نفسه، ص 166.

وباعتبار جريمة التقليد من الجرائم العمدية المادية ذات النتيجة، كما أنها من الجرائم الإيجابية وبالتالي يمكن الشروع فيها. وهذا ما نستشفه في المادة 28 من الأمر المتعلق بالعلامات التجارية التي تنص على أنه لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليداً للعلامة المسجلة، ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالاً توهي بأن تقليداً سيرتكب، ونصت المادة 29 من الأمر ذاته بدورها على أنه إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليداً قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، وتأمّر بوقف أعمال التقليد.

ويستشف من خلال المادتين السابقتين أن المشرع أشار إلى مرحلة الشروع في التقليد بعبارة "...أو يرتكب تقليداً"، وعلى الرغم من ذلك أغفل النص عقوبة الشروع، واكتفى بإدراج عقوبة تقليد العلامة التجارية في شكلها التام المنشئ لآثارها الجرمية في المادة 32 من الأمر ذاته.

وفي غياب نص صريح يعاقب على الشروع في جريمة التقليد، واحتراماً لمبدأ "شرعية الجرائم والعقوبات" لا يمكن للقاضي معاقبة الشخص الذي يشرع في ارتكاب هذه الجريمة من تلقاء نفسه اجتهاداً منه، غير أنه من الضروري الإشارة إلى مسألتين في غاية الأهمية بهذا الخصوص.

وتتمثل المسألة الأولى في أن التقليد الجزئي الذي تناولناه بالدراسة يشكل جريمة مستقلة ولا يُعدُّ شروعا في التقليد، أما الثانية فإنه إذا تعلّق الأمر بقيام أحد الأشخاص بجريمة الاعتداء على علامة مملوكة للغير عبر الانترنت بتعديل معطياتها أو حذفها بطريق الغش قصد تضليل المستهلك¹، فإنه وفقاً للمادة 394 مكرر¹ التي تجرّم الأفعال المؤدية للمساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات يعاقب على الشروع فيها².

1- انظر بعض الأحكام التي صدرت في قضايا تتعلّق بهذا الموضوع. لعوارم (وهيئة)، المرجع السابق، ص 76، 77.

أما إذا كان التعديل والتغيير بالإضافة عن طريق الغش، فإن العقوبة تكون أشد حسب المادة 394 مكرر³، وتكون أشد إذا لم يتوقف الفاعل أو من لهم علاقة بالفعل الجرمي السابق عند التقليد وتعدّوه إلى القيام بنشر والاتجار بالمعطيات المخزّنة والتي ارتكب بصدها التقليد.⁴

المطلب الثاني

إشكالية عدم وضوح عناصر الركن المادي لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية

رأينا أن أفعال الاعتداء قد تتعلّق بأي عنصر من عناصر الحقوق الاستثنائية التي ذكرها المشرع في المادة 26 من الأمر المتعلق بالعلامات سالف الذكر، ونصّ على عقوبة واحدة لكل الاعتداءات التي تعدّ تقليداً⁵. وترك أمر تعداد تلك الأفعال للقاضي الجزائي، محتذياً بذلك حدو المشرع الفرنسي الذي جمع - بعد سنة 1988 - كافة الاعتداءات الواقعة على العلامة التجارية تحت مصطلح التقليد سواء بالنقل أو بالتشبيه⁶. إذ يقصد به كل

1- المستحدثة بموجب القانون 15/04 المؤرخ في: 10 نوفمبر 2004، المعدّل والمتمم للأمر: 156/66 المؤرخ في: 8 جوان 1966 المتضمّن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 71، المؤرخة في: 10 ديسمبر 2004.

2- إذ تنص هذه المادة على ما يلي: "يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من: 50.000 دج إلى: 100.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك. وتضاعف العقوبة إذا ترتّب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة".

3- إذ تكون عقوبتها الحبس من ستة أشهر إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من: 500.000 دج إلى: 2.000.000 دج.

4- إذ تكون العقوبة وفقاً للمادة: 394 مكرر 2 من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من مليون إلى خمس ملايين دينار جزائري

5- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 63.

6- أنظر: ميلود (يزيد)، الحماية الجنائية للعلامات التجارية-دراسة مقارنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع القانون الجنائي والعلوم الجنائية، كلية الحقوق، بن عكنون، 2009-2010، ص 39.

- السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 219.

التصرفات التي يقوم بها الغير إهدارا لحقوق صاحب العلامة، أي كل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه الشرعية، على الرغم من أن هناك معنىً ضيقاً للتقليد بجانب المعنى الواسع الذي اعتمده المشرع الجزائري، يتمثل في صنع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية¹، بما يؤدي تظليل المستهلك والتباس أمر التمييز بين العلامتين عليه.

وإن كان بإمكاننا اعتبار تلك العمومية أمراً إيجابياً يجعل عمومية العبارات يمكن من استيعاب الصور الجديدة للاعتداءات الواقعة على العلامة التجارية والتي تزيد بسبب التطور الاقتصادي والتجاري والعلمي، إلا أنه من جانب آخر يجدر بنا التساؤل عن النتائج المترتبة عن عدم قيام المشرع بتحديد وتعداد الأفعال التي تشكل جريمة التقليد؟ واكتفائه ببيان الإطار العام لهذه الجرائم، خاصة أمام تعدد وتزايد وتنوع صور هذه الجريمة واختلاف صور التصرفات الغير مشروعة المشكلة لها، في ظل التطور الذي تشهده التجارة والاقتصاد على المستويين المحلي والعالمي. وما إذا كان ذلك لا يفتح المجال واسعا لسلطة القاضي الجزائري في تفسير أحكام المادة 26 من الأمر المتعلق بالعلامات، وإدخال ما يراه ضمن ذلك الإطار العام أو العبارات العامة بما يشكل مساساً بمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات؟ هذا من جهة.

ومن جهة ثانية ثارت مشكلة في الفقه الجنائي حول ما إذا كانت السلطة التقديرية الممنوحة للقاضي في هذا المجال تتعلق بالأهداف التي يرمي القانون إلى تحقيقها أم تتعلق بالوسائل²؟

1- أنظر:

HAROUN (A). Op. Cit. p. 155.

2- وإجابة على هذه الإشكالية ظهر اتجاهان، يرى الأول وهو الاتجاه التقليدي بأن العقوبة غاية في حد ذاتها، إذ يتم الربط بين

العقوبة وجسامة الجريمة موضوعياً، مما يجعل العقوبة محددة على نحو لا يسمح بأيّة سلطة تقديرية للقاضي الجنائي في مجال أعمالها. فدور القاضي حسب هذا الاتجاه يجب أن يكون محددًا، لأن القانون كامل ولا يشوبه أيّ نقص، ومن ثمة كان على القاضي التقيد بالبحث عمّا تضمنه القانون ذاته، دون البحث عن الخلفيات الأخرى للقاعدة القانونية التي لم يوردها المشرع صراحة في النصوص التجريبية.

يتمتع القاضي الجزائري بسلطة في تكوين قناعة وجدانية وسلطة تقديرية واسعة سواء من حيث قبول الأدلة ذاتها وعددها، أم من حيث تقديره الشّخصي لقيمة كلّ منها، وهذا تبعاً لما يطمئن إليه¹، وبناءً على تلك القناعة الوجدانية يملك القاضي الحقّ في أن يُكوّن عقيدته من كافّة أدلتها. وسلطته مطلقة في تحريّ الحقيقة حسب ما يملّي عليه ضميره، وله أن يستبعد أيّ دليل لا يطمئن إليه، فليس هناك أيّ دليل يُفرضُ عليه، وسلطته التّقديرية كاملة في موازنة الأدلة وتحديد قيمتها، ويستطيع التّسيق بين الأدلة المقدّمة وأن يستخلص منها نتيجة منطقية يعتمد عليها بتقرير إدانة المتّهم أو براءته².

وأمام الضّمّانات التي تمنحها القوانين الإجرائية للمتّهم ومن بين أبرزها أنّ الأصل هو "براءة الدّمة"³، كان من الضروري أن يقوم الاجتهاد القضائي - وأمام صعوبة تقدير قيام التقليد- بابتكار أسس معينة لتسهيل عمل القاضي في الوقوف على واقعة التقليد، وهي الأساس المتعلّق بالعلامة (فرع أول) والأساس المتعلّق بالمستهلك (فرع ثاني).

أما الاتجاه الحديث فيعتبر أنّ التّجريم قائم على فكرة الخطورة الاجتماعية للفعل، حيث يكون للقاضي دوراً فعالاً تحقيقاً لفاعلية قانون العقوبات، فيكفي أن يأتي الفاعل سلوكاً ينطوي على خطورة تهدّد المصالح التي يحيطها القانون بالحماية، حتّى يعدّ بأنّه اقترف جرماً بعرض النّظر عن تحقّق النّتيجة المادّية للفعل. خاصّة أمام اختلاف الإثبات الجزائي عن الإثبات المدني في مسائل متعددة، فأدلة الإثبات حرّة في المسائل الجزائية بينما هي مقيدة في المسائل المدنية. أنظر: البحر (ممدوح خليل)، نطاق حرية القاضي في تكوين قناعته الوجدانية، مجلة الشريعة والقانون، السنة الثامنة عشر، العدد 21، جوان 2004، ص 330.

1- أنظر: البحر (ممدوح خليل)، المرجع السابق، ص 331.

2- ويرى منتقدي هذا المبدأ أنّه يُهدر دقّة القواعد القانونية الخاصّة بعبء الإثبات في المواد الجنائية الناتج عن أصل البراءة، بما أنّ القاضي حرّ في تكوين عقيدته. المرجع نفسه، ص 332-359.

3- أنظر: المرجع نفسه، ص 340.

الفرع الأول

الأساس المتعلق بالعلامة

إن التفرقة بين العلامة الأصلية وبين ما يشبهها من علامات أخرى أمر صعب يعتريه الكثير من العوائق التي يصطدم بها القاضي في مهمته لتحديد وجود التقليد من عدمه، ولأجل ذلك فإنه وحده بما يملك من فطنة وحنكة وخبرة القادر على ذلك.

وهو ما جعل المشرع يمنحه سلطة تحديد توافر التقليد من عدمه (فقرة أولى). كما أن صعوبة هذه العملية جعلت من ضرورة ابتكار قواعد وضوابط يعتمد عليها القاضي في تحديد التقليد من عدمه أمر لازم (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

سلطة القاضي في تحديد حالة توافر التقليد من عدمه

بناءً على هذا الأساس يقوم تقليد العلامة التجارية بوجود محاكاة تتم بها المشابهة بين العلامة الأصلية والمقلدة وعلى القاضي أن يبرز في حكمه وصفا للعلامة الصحيحة (الحقيقية) والعلامة المقلدة، وعليه بيان أوجه التشابه¹ والتطابق بينهما والتي تبرز توفّر التقليد. كما عليه تقدير الاصطناع والمحاكاة والتشابه والتماثل في مجموع العلامتين التجارييتين الذي من شأنه تضليل جمهور المكلفين، وإحداث اللبس والخلط بين المنتجات من سلطة محكمة الموضوع².

1- قضت المحكمة الاتحادية العليا بجلسته: 28 أبريل 1998 (بأن الفصل في وجود تشابه علامة تجارية في مجموعها للعلامة الأصلية من شأنه تضليل الجمهور ووقوعهم في اللبس بينها). الطعن رقم: 182 لسنة 19 مدني، جلسة: 1998/4/28). أنظر: الحمادي (حسن أحمد)، المرجع السابق.

2- قضت المحكمة الاتحادية العليا بجلسته 15 مايو 1994 بأن العلامة التجارية الغرض منها التمييز بين المنتجات والسلع عن طريق المغايرة بينها، بحيث يرتفع اللبس بين علامة وأخرى، ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل. (الطعن رقم 103 لسنة 15 مدني، جلسة: 1994/5/15). أنظر: المرجع نفسه.

وعليه النظر أيضا إلى أوجه التشابه والتماثل لا أوجه الاختلاف¹ دون لزوم التطابق الذي من شأنه التضليل وإحداث اللبس والخطأ، ودون وجوب وقوع التضليل أو الخطأ، بل يكفي إمكانية الوقوع في ذلك. ويحظر وضع العلامة الأصلية والمقلدة جنبا إلى جنب عند الفحص، بل عليه استعراض العلامتين تباعا وعلى انفراد للتحقق من المظهر العام والانطباع في الذهن.

وهذا ما أكدته محكمة الاستئناف بالدار البيضاء في قرارها على ما يلي: "إن واقعة التقليد تتحقق بوجود التشابه بين نموذج العلامتين مع الاهتمام بهذه التشابهات لا الاختلافات، التي يكون القصد منها خلق التباس في ذهن المستهلك ويجب على المحكمة إبراز عناصر التشابه التي من شأنها إحداث لبس في ذهن المستهلك وهو نفس المعنى في قرار المجلس"².

الفقرة الثانية

القواعد التي يستند إليها القاضي في تحديد توافر التقليد من عدمه.

وتستند السلطة التقديرية للقاضي في تحديد توافر التقليد من عدمه إلى ثلاثة قواعد³. تتمثل القاعدة الأولى في ملاحظة الشكل العام للعلامة التجارية في مجموعها، وذلك بالنظر لسماتها البارزة دون التركيز في التفاصيل الجزئية، والعبرة أيضا باستعمال حاستي النظر

1- وهو ما تضمنته محكمة النقض المصرية في الطعن رقم 2274، لسنة 55 ق، جلسة 22 ديسمبر 1989، المجموعة القضائية، السنة 37، الجزء الثاني، ص 1016. وكذلك قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 88/168 المنشور في مجلة نقابة المحامين العدد 7 و9، 1989. ص 905.

2- أنظر: البوعمرى (بوشعيب)، المرجع السابق، ص 112.

3- أنظر تفصيل هذه القواعد: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 78 وما بعدها.

والسمع معاً¹، وما دام العميل أو المستهلك لا يعقد مقارنة بين علامتين متجاورتين، ولا يجري فحصاً فنياً دقيقاً لهما، بل يشتري السلعة المشوبة بالتقليد بعد نظرة عامة أو سمع مع الاستعانة بالذاكرة التي تمدّه بصورة غامضة غير دقيقة للعلامة الأصلية، فإن على القاضي كذلك ألاّ يجري مقارنة بين العلامتين باستحضارهما في آن واحد، بل يقف على كل واحدة على حدى. ومتى وجد بأن الخلط محتملاً في هذه الظروف الواقعية فإن العلامة مقلّدة².

وفي هذا الإطار قضت محكمة الاستئناف التجارية بالدار البيضاء في إحدى قراراتها بما يلي: "أساس التمييز بين العلامتين ليس باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور متشابهة للعلامة الأخرى بل العبرة بالصورة التي تتطبع في ذهن المستهلك نتيجة تركيب هذه الحروف وأن الصورة العامة لتركيب حروف BEE يختلف عن الصورة العامة لكلمة BIC، كما أن النطق وهو الأهم في التأثير على المستهلك بالنسبة للكلمتين لا يمكن أن يترتب عليه أي لبس أو خلط بين العلامتين في ذهن المستهلك مما ينعدم معه القول بوجود التقليد"³.

أما القاعدة الثانية فهي النظر إلى وجه التشابه دون أوجه الاختلاف، فالتقليد لا يتم إلاّ من خلال سلع أو خدمات متشابهة ومتماثلة، فمن السهل على القاضي تقدير وقوع التقليد بخصوص المنتجات المتماثلة مع العلامات الأصلية. غير أن الأمر يكون صعباً عند تقدير منتج شبيه للمنتج الأصلي، لذا فإن الفقه والقضاء استحدثوا مجموعة من المعايير تساعد على إجراء هذا التقدير.

1- أنظر: بلمهدي (عبد الحفيظ)، التقليد في العلامة التجارية: أشكاله وطرق الحماية، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، عدد خاص "التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، 2012، ص 68.

2- أنظر: راشدي (سعيدة)، النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، جامعة الجزائر، 2002/2003، ص 99.

3- أنظر: البوعمرى (بوشعيب)، المرجع السابق، ص 113.

وتعتبر طبيعة السلع والخدمات إحدى هذه المعايير، إذ أن اتحاد كل منهما في طبيعة مشتركة يعد تشابهاً ضمن نفس النوع، فلا يكون التقليد إلا في السلع ذات الطبيعة المتماثلة (آلات، عربات...)، كذلك ترتيب السلع والمنتجات، إذ اعتبر القضاء الفرنسي أن السلع الموضوعة أو المورّعة ضمن قسم مشترك داخل المحلات التجارية تعدّ متشابهة. كما اعتمدوا النطق والسمع والتقارب الفكري حيث يتم الوقوف على التقليد عند مجموع العناصر المتشابهة، والتي تظهر من خلال تشابه التسمية بين السلعة الحقيقية والمقلدة من حيث اتحاد اللحن السمعي البصري والتقارب الفكري بين العلامة الأصلية والمقلدة، والذي من شأنه إيقاع المستهلك أو الزبون في الخلط، من خلال اختيار عنوان أو تسمية توهمه بأنه بصدد اقتناء ذات السلعة أو العلامة الحقيقية المشهورة¹. كما لجأوا إلى معيار الشكل الخارجي للعلامة، ويقصد به الألوان، شكل العبوة، وغيرها من أشكال المنتج كخصوصية له كمنتج.

وإلى جانب القاعدتين السابقتين مع ما تعتمد عليه القاعدة الثانية من معايير تساعد القاضي في تحديد توافر التقليد من عدمه، فإن القاعدة الثالثة تستوجب التزام المحكمة بالتحقق من وجود تقليد من شأنه تضليل الجمهور بنفسها² ومعنى ذلك ألا تكفي المحكمة بما يثيره المتضرر في عرائضه ومرافعاته، بل عليها الوقوف على حقيقة التقليد، مع إمكانية الاستعانة بخبرة فنية.

1- أنظر: الكسواني (عامر محمد)، المرجع السابق، ص 150.

- الجبيري (حمدي غالب)، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 538.

2- وقد أخذ القضاء المقارن بذلك أيضاً، إذ جاء في قرار تعقيبي تونسي أن "تقدير أهمية وجه التشابه بين العلامات وما إذا كان من شأنه تضليل جمهور المستهلكين ما يؤدي إلى التباس الأمر عليهم من المسائل الموضوعية التي تعود إلى قضاة الأصل...." القرار التعقيبي عدد 65931، بتاريخ 08 ماي 2001، نشرة محكمة التعقيب 2001، ص 103.

الفرع الثاني

الأساس المتعلق بالمستهلك

لا يقصد بالمستهلك هنا بائع الجملة الذي يشتري من المصنع مباشرة، كما لا يقصد به بائع التجزئة الذي يشتري من بائع الجملة. بل يقصد به المستهلك الذي عرفه المشرع بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"¹.

ودرجة وعي المستهلك أو المشتري أو الزبون ذات أهمية كبيرة في مساعدة القضاء لتقدير وجود فعل التقليد، مع الاعتماد عند إجراء المقارنة بين العلامة الأصلية والمقلدة بمعيار المشتري العادي المتوسط الحرص والانتباه²، واستبعاد تقدير الوضع على أساس معيار المشتري الغافل المهمل لمقتضيات الفحص والتدقيق والتحري عند الشراء وفقاً لمقتضيات العادة والعرف. كما ينبغي عند إجراء تلك المقارنة الاعتماد بالتشابه الإجمالي أكثر من اعتبار الفروق الجزئية³.

1- أنظر المادة الثالثة من القانون 03/09 المؤرخ في: 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 15، الصادرة بتاريخ: 08 مارس 2009.

2- أنظر: حمادي (زويبير)، المرجع السابق، ص 191.

- وقد أخذ القضاء الجزائري بذلك في القرار رقم: 261209 المؤرخ في 05 فيفري 2002 الصادر في الجريدة الرسمية العدد الأول 2003 ص 265، اين رفضت الغرفة التجارية والبحرية طعنا ضد قرار صادق على حكم رفض دعوى تقليد علامة تجارية ما بين "برانيس" و"برانيسيس" على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين وأن اللبس الذي يقصده المشرع هو ذلك الذي يجعل المستهلك متوسط الانتباه يخلط بين المنتجين فالكلمتين عبارة عن لقب يمنح لكل من يتولى الامارة سواء ذكر أو انثى.

3- أنظر: جعفر (علي محمد)، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2009، ص 163.

وفي هذا الإطار أكدت محكمة الاستئناف بالدار البيضاء في إحدى قراراتها على ما يلي: "إذا كان اسم لندن يختلف عن اسم ليبتون إلا أن الشكل الذي كتب به سواء من حيث الألوان المستعملة أو في طريقة الكتابة بخصوص الحجم والحروف فإن من شأن ذلك إيقاع المستهلك العادي في الغلط وحمله على الاعتقاد بأنه يشتري منتج ليبتون والحال أن الأمر يتعلّق بمنتج آخر"¹.

وقد أخذت المحاكم الجزائرية الجزائية بالتشابه الإجمالي أو العناصر الجوهرية دون الجزئية عند تقدير التقليد، ويظهر ذلك في عدة أحكام وقرارات نذكر منها اعتبار محكمة الجزائر عندما رفعت شركة حمود بوعلام صاحبة العلامة "SELECTO" دعوى ضد شركة زرقة صاحبة علامة "SELECTRA"، حيث خلصت المحكمة من خلال حيثيات القضية إلى أن علامة شركة حمود بوعلام أسبق في الإيداع، وعلامتها تتمتع بسمعة وصيت ذائع، وقضت بأنه يوجد تقليد بين التسمية "SELECTRA" والتسمية "SELECTO"².

وسنتناول في هذا الفرع جرمي الخداع والغش (فقرة أولى) وكذا جريمة عرقلة أعوان الرقابة (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

جرم الخداع والغش

جريمة الخداع هي تلك الجريمة التي يعمل فيها الجاني على خداع المتعاقد معه - المستهلك- سواء في طبيعة السلعة، أو صفاتها الجوهرية أو في تركيبها، أو في نسبة

- بالي (سمير فرناني) وحمو (نوري)، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية- دراسة مقارنة- الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص 51.

1- أنظر: البوعمرى (بوشعيب)، المرجع السابق، ص 112.

2- أنظر قضايا أخرى: بويشطولة (بسمة)، المرجع السابق، ص ص 45-47.

المقومات اللازمة لها، أو في نوعها، أو مصدرها، أو في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها¹.

وقد نص المشرع الجزائري على جريمة الخداع في المادتين: 429 و 430 من قانون العقوبات مبيّنا العناصر المكونة لها. كما نص عليها في المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ويقع الخداع بكل فعل يقوم به الجاني يوقع فيه المتعاقد الآخر في غلط حول ذاتية البضاعة، أو حقيقتها، أو صفاتها، الجوهرية، أو نوعها، أو أصلها، أو مصدرها، أو عددها، أو مقدارها، أو كيلها، أو وزنها... الخ، وبذلك يتمثل الركن المادي أو الشرع فيه في الخداع في بضاعة تحمل صفات غير موجودة فيها عن طريق القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو بإلباسه مظهرا يخالف ما هو عليه في حقيقة الواقع، ويمكن حصر صور الخداع في عدة أنواع.

فقد يكون الخداع في طبيعة السلعة كأن يبيع زيت المائدة على أساس انه زيت زيتون. أو الخداع في مكونات السلعة، كالإعلان عن حليب منزوع الدسم مع أنه عادي كغيره. أو الخداع في نوع المنتج، كبيع دقيق من الدرجة الثانية على أساس أنه دقيقا من الدرجة الأولى². كما قد يكون الخداع في كمية البضاعة، حيث تقوم الجريمة إذا كان وزن السلعة المسلمة أو قياسها أو حجمها أو عددها أقل مما هو متفق عليه، أو مما هو مذكور في العقد. أو الخداع في مصدرها، الكذب في الأنساب بالنسبة للحيوانات.

وباعتبار جريمة الخداع من الجرائم العمدية، يجب أن يعلم الجاني أن استعمال الطرق المنصوص عليها في المادة السابقة سيؤدي إلى خداع المتعاقد وأن تتجه إرادته إلى ذلك وأن

1- أنظر: بن عاشور (لمية)، المرجع السابق، ص 41.

2- أنظر: عمارة (عمار)، الحماية الجزائية للمستهلك - الغش والتدليس في المواد الغذائية والطبية-، الملتقى الوطني حول القانون الاقتصادي الجزائري، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2008/2007، ص 75.

القانون يعاقب عليها¹. ولم يتطلب المشرع لقيام هذه الجريمة والمعاقبة عليها أن يترتب عن هذا الخداع إلحاق ضرر بالمستهلك، فمجرد الخداع يعتبر جريمة تامة فهي من جرائم الخطر وليست من جرائم الضرر².

أما جريمة الغش فلم يعرف المشرع الجزائري معناه ، وبالرجوع إلى الفقه نجد عدة تعريفات نذكر من بينها³: "أنه فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة مما يعينه القانون ويكون مخالفا للقواعد المقررة لها في التشريع أو في أصول الصناعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها وبشرط عدم علم المتعاقد الآخر به".

من خلال هذه التعاريف يتضح الفرق بين الغش والخداع الذي يمكن أن يتعرض له المتعاقد، وذلك من خلال عدة أوجه. فمن حيث موضوع الجريمة يقع الغش على مادة أو سلعة معدة للبيع، في حين يقع الخداع على الشخص المتعاقد معه.

أما من حيث الغاية فهي المحافظة على الصحة العامة في تجريم الغش. في حين الغاية من تجريم الخداع هي ضمان سلامة العقود والاتفاقات⁴.

ولقد نظم المشرع الجزائري جريمة الغش التجاري بنص المادتين: 431 و432 من قانون العقوبات وكذا المادة 70 من قانون: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك، والملاحظ على هذه المواد أن جريمة الغش لا يمكن أن يكون محلها إلا سلع موجهة إلى تغذية الإنسان

1- أنظر: حداد (العبد)، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، (رسالة دكتوراه)، جامعة الجزائر، 2008، ص218.

2- أنظر: فتاك (علي)، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، مصر، 2014، ص516.

3- أنظر: سكيكر (محمد علي)، المرجع السابق، ص 23.

- القاضي (محمد محمد مصباح)، المرجع السابق، ص 52.

4- أنظر: بودالي (محمد)، المرجع السابق، ص 27، 28.

أو الحيوان وذلك على عكس جريمة الخداع والتي يمكن أن يكون محلها أي سلعة ينصب عليها التعاقد بدون تخصيص.

ولقيام جريمة الغش لابد من فعل إيجابي من جانب المخالف وهو ارتكاب المادي أو الشرع فيه والذي يتمثل في قيام الجاني بأعمال الغش التي تنال من المنتج، فالغش هنا يقع على الشيء المبيع فلا يكفي فيه مجرد الكذب على المتعاقد من طبيعته أو صفاته أو جودته أو نوعه أو خواصه أو عناصره الرئيسية¹.

وتعد جريمة الغش وحياسة المواد المغشوشة أو الفاسدة من الجرائم العمدية التي يشترط لقيامها القصد الجنائي العام لدى المتهم، والقصد الجنائي يقوم على عنصرين²، الأول أن تتجه إرادة الجاني إلى القيام بالغش أو الشرع فيه، والثاني توافر عنصر العلم أي علم المتهم بما قام به بشكل يخدع المتعاقد معه. وهنا لابد من إثبات أن الجاني قد اتجهت إرادته إلى إتيان أفعال الغش، أو أنه على علم بفساد ما يعرضه للبيع، وأنه مما يدخل في عداد أغذية الإنسان. وهنا يلزم توفر القصد الجنائي لحظة التعاقد أو الشرع فيه، وعلى القاضي أن يبحث في توفر ذلك.

الفقرة الثانية

جريمة عرقلة مهام الرقابة

تعتبر جريمة عرقلة مهام الرقابة من الجرائم العمدية التي يجب لقيامها توفر القصد الجنائي حال ارتكاب السلوك الإجرامي.

1- أنظر: موسى (أحمد كمال الدين)، الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية، د.د.ن، د.م.ن، د.س.ن، ص

.34

2- أنظر: القاضي (محمد محمد مصباح)، المرجع السابق، ص 56، 57.

ففي إطار تطبيق القانون، يؤهل للقيام بمهام الرقابة ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، والمستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية، وأعوان الإدارة المكلفة بالتجارة.

وتسهيلا لمهام هؤلاء الأعوان ينبغي عليهم أن يبينوا وظيفتهم وأن يقدموا تفويضهم بالعمل، ويمكنهم لإتمام مهامهم، طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية، كما يمكنهم القيام بتفحص كل المواد والمستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها.

للموظفين المذكورين أعلاه، حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية، ويمارسون كذلك أعمالهم خلال نقل البضائع. ويمكنهم كذلك عند القيام بمهامهم، فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل.

وتعتبر معارضة للمراقبة كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام الرقابة من طرف الموظفين المذكورين سلفا، ويعاقب عليها قانونا. ويدخل ضمن عرقلة أعمال المراقبة ويعاقب على هذا الأساس في حالة رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم، ومعارضة أداء الوظيفة عن طريق أي عمل يرمي إلى منعهم من الدخول الحر لأي مكان غير محل السكن الذي يسمح بدخوله طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية، ورفض الاستجابة عمدا لاستدعاءاتهم.

كذلك يدخل ضمن عرقلة أعمال المراقبة المعاقب عليه، توقيف عون اقتصادي لنشاطه أو حث أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة، واستعمال المناورة للمماطلة أو العرقلة بأي شكل كان للقيام بالرقابة. وكذلك إهانتهم وتهديدهم أو كل شتم أو سب اتجاههم، إلى جانب العنف أو التعدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية مهامهم أو بسبب وظائفهم.

المبحث الثاني

إثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية

تكمُن أهمية الإثبات عموماً في كونه هو الطّريق لإحقاق حقّ المحقّق، وإبطال ادّعاء المبطل، وهو المعيار الذي يميّز الحقّ من الباطل. وقد قال رسول الله صلّى الله عليه وسلّم في هذا المعنى في رواية البيهقي: " لو يعطى النّاس بدعواهم لادّعى رجالٌ دماءَ رجالٍ وأموالهم، ولكنّ البيّنة على المدّعي واليمين على من أنكر"¹. كما أنّ البيّنة المشروعة هي وسيلة القاضي وسنده في الأحكام التي يصدرها، وهي وسيلة صاحب الحقّ في تأييد دعواه وإظهار حقّه.

وتتأكّد أهمية الإثبات في كونه عامّاً في جميع الحقوق، سواء كانت عامّة أم خاصّة، وتكمُن فيه قوّة الدّعوى في كلّ نزاع يُعرّض أمام القاضي، فلا يمكن له أن يُصدِر حكماً في دعوى بغير دليل يؤيّدّه، لذا قال رسول الله صلى الله عليه وسلّم في قضية الحضرمي والكندي: "شاهدك أو يمينه، ليس لك منه إلّا ذاك"².

1- حديث حسن، رواه البيهقي، أخرجه في "الصحيحين" من حديث ابن جريج عن ابن أبي مليكة، عن ابن عباس رضي الله عنه. أنظر: الحنبلي (ابن رجب)، جامع العلوم والحكم، الجزء الثاني، مؤسسة الرسالة، مصر، 2001، ص 226.

2- أنظر بخصوص صور علم القاضي: مبارك (صبري السعداوي)، قضاء القاضي بعلمه في الفقه الإسلامي، مجلة العدل (السعودية)، العدد الثاني والعشرون، 1425هـ، ص-ص 36-39. وانظر في شروط الإثبات وضوابطه في الفقه الإسلامي، المرجع نفسه، ص 39، 45.

والإثبات بصفة عامة تأكيد وجود أو صحة أمر معين بأي دليل أو برهان، وهو بهذا المعنى متنوع الأساليب بتنوع العلوم التي يتصل بها، فالعالم أو الباحث في أي فرع من فروع المعرفة، يسعى لإقامة الدليل على صحة حقيقة معينة أو تأكيد وجودها بالالتجاء إلى كل الوسائل العلمية المعروفة، وهو في ذلك حر في اختيار الوسائل التي تؤدي إلى تأكيد الحقيقة التي يسعى إليها¹.

وحسب مفهوم أوسع، فإن كلمة إثبات تنصرف إلى مجموع الوسائل المستعملة للوصول إلى إظهار الحقيقة حول فعل معين، أما بالمفهوم القانوني فيقصد بالإثبات إقامة الدليل أمام القضاء، بطريق من الطرق التي يحددها القانون على وجود أو صحة واقعة قانونية متنازع فيها للوصول إلى نتائج قانونية معينة.

ويحقق الإثبات مصلحة خاصة وفي ذات الوقت يعمل على تحقيق المصلحة العامة للمجتمع، من حيث مساهمته في حسم المنازعات وإرساء العدالة. وتكمن أهمية الإثبات في كونه الوسيلة الوحيدة التي تمكنا من اعتبار فعل ما موضع شك أو نزاع عنوانا للحقيقة على اثر صدور حكم نهائي في الدعوى.

فالإثبات لا يمكن فصله عن الحكم القضائي بل هو روح هذا الحكم وجوهره، فاندماج الإثبات يؤدي حتما إلى براءة المتهم أو تسريحه، فطالما أنه لم يقدّم الدليل على إسناد جريمة لشخص معين، فإنه لا يجوز إدانته أو تسليط عقوبة عليه.

أما فيما يخص هدف الإثبات فإن الهدف الأساسي له في مجال المواد الجزائية هو إظهار الحقيقة سواء فيما يتعلق بالأفعال المرتكبة أو فيما يتعلق بشخصية المتهم الذي يكون

1-أنظر: قاسم (محمد حسن)، قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، د. س. ن،

محل متابعة جزائية. وتجدر الإشارة إلى أن هناك عدّة أنظمة للإثبات كالنظام التقني¹، والنظام الإتهامي²، والنظام المختلط³.

ولدراسة كيفية إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية سنقسم هذا المبحث إلى مطلبين نتناول في (مطلب أول) الإثبات حسب القواعد العامة، أما في (مطلب ثاني) فسنتناول بعض الآليات الخاصة لإثبات جريمة الاعتداء على العلامة التجارية.

1- وينطلق هذا النظام من فكرة كون القضاء هي خدمة عمومية، لا يمكن للأفراد الاستحواذ عليها ولا شلّ مجراها، وهو ما يوضّح الدور التّشط للقاضي في سير المحاكمة والبّحث عن الأدّلة. عمارة (عبد الحميد)، **ضمانات الخصوم أثناء مرحلة المحاكمة في التشريعين الوضعي والإسلامي**، دار الخلدونية، الجزائر، 2010، ص-ص 24-27. أنظر كذلك:

MISONNE (A), **l'importance résiduaire de la notion de procès équitable après la loi du 08 Avril 2002 relative à l'anonymat des témoins**, Revue De Droit Pénale De Criminologie, 84 ème Année; numéro 11/2004, p 977, 978, 981;

TAISNE (J.J), **Institutions judiciaires**, 10 ème édition, Dalloz, Paris, 2006. p. 136.

2- وينظر إلى الدّعى الجزائية على أنّها صراع بين الخصوم تحكمه قواعد شكلية محدّدة أمام قاضي محايد، يتوقّف دوره على الموازنة بين أدّلة الخصوم ويحكم في النهاية لمصلحة الدّليل الأقوى، وهو يعتبر الدّعى الجنائية خصومة قضائية عادية بين الأفراد أساسها طرفان متساويان في الحقوق والواجبات. أنظر في ذلك: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص-ص 19-23.

3- يأخذ النظام المختلط بخصائص النظامين السابقين، ويمثّل الحلّ التّوفيق بينهما، وقد أخذ بهذا النظام المشرّع الجزائري، إذ يقوم على التّمييز بين مرحلة التّحقيق الابتدائي التي يغلب عليها النظام التّقني، ومرحلة المحاكمة التي يغلب عليها النظام الإتهامي. أنظر: المرجع نفسه، ص-ص 27-29، أنظر أيضا:

SMITH (J), & GOMPERS (M), **International Human Rights**, 3rd edition, oxford university press, 2007, p. 07.

المطلب الأول

إثبات التقليد حسب القواعد العامة

يهدف الإثبات إلى البرهنة أو التدليل على حقيقة واقعة بطرق عديدة كالشهادة والمعينة وتقارير الخبراء والقرائن وغيرها، وهناك خلاف بين قواعد الإثبات في المواد المدنية والجنائية، فالإجراءات المدنية يحكمها مبدأ حياد القاضي، فالخصوم هم الذين يقدمون الأدلة.

أما في الدعاوى الجنائية فإنه يقوم بدور إيجابي في الكشف عن الحقيقة، وهو مكلف بالبحث والتتقيب عن كل ما يفيد في كشف الحقيقة، وله أن يكمل كل نقص في الأدلة التي نوقشت أمامه¹. فضلا عن أن الإثبات في المسائل الجزائية يتميز بالحرص على حماية حقوق المتهمين والعمل على جعل أسس الإدانة وركائزها متينة وبقينية، وقد اختلفت التشريعات في الأخذ بمبدأ الإثبات الحر في التقليد، فبينما أخذت به معظم التشريعات كالتشريع الفرنسي والأردني، فإن البعض الآخر أخذ بنظام الإثبات المقيد.

وبالرجوع للمادة: 212 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري نجد أنه تبنى مبدأ حرية الإثبات²، لمالك العلامة التجارية حقوقا بخصوص وسائل إثبات التقليد، إذ يقع عبء الالتزام بالتحري في مطابقة المنتج للمواصفات التي يحتويها على مالك العلامة، ولأجل ذلك أجاز له المشرع اتخاذ إجراءات الحجز لتمكينه من المحافظة على الأدوات والسلع التي تحمل العلامة المقلدة.

1- أنظر: درويش (محمد فهمي)، فن القضاء (النظرية والتطبيق)، الطبعة الأولى، د.د.ن، مصر، 2007، ص 439.

2- إذ تنص على ما يلي: "يجوز إثبات الجرائم بأي طريق من طرق الإثبات، ماعدا الأحوال التي ينص فيها القانون على غير ذلك، وللقاضي أن يصدر حكمه تبعا لاقتناعه الخاص. ولا يسوغ للقاضي أن يبني قراره إلا على الأدلة المقدمة له في معرض المرافعات والتي حصلت المناقشة فيها حضوريا أمامه".

إن تصرفات التقليد عبارة عن وقائع بسيطة يمكن إثباتها بمختلف الطرق، كالشهادة البسيطة وإقرار المتهم ذاته، وهو ما سنتناوله في (فرع أول). كما يمكن إثباته أيضا بالقرائن والكتابة في (فرع الثاني).

الفرع الأول

الاعتراف والشهادة

من بين أهم وسائل إثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية اعتراف أو إقرار مرتكب أفعال الاعتداء بالواقعة الإجرامية المنسوبة إليه كلها أو بعضها، أي أن يصدر الإقرار من الشخص نفسه الذي نُسبت إليه الواقعة التي يترتب عليها قيام مسؤوليته الجزائية، أما الاعتراف على الغير فلا يُعدّ اعترافاً وإنما شهادة، ولتفصيل هذا الاختلاف فإننا سنتطرق للإقرار كدليل لإثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في (فقرة أولى)، والشهادة كدليل لإثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في (فقرة الثانية).

الفقرة الأولى

الاعتراف (الإقرار) كدليل لإثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

وفقا للمادة 213 من ق.إ.ج فإن الاعتراف يُعدُّ كغيره من أدلة الإثبات، موكول لتقدير قضاة الموضوع، وهو يصحّ كدليل إثبات على صاحبه، ولا يمتدُّ أثره إلى الشريك كإقرار بل كشهادة، ماعدا بعض الجرائم التي ورد بشأنها قيد من قيود إثباتها¹، والاعتراف قد يكون قضائياً² إذا صدر أمام قضاء الحكم وفي مرحلة المحاكمة أثناء الجلسة، أو يكون غير

1- أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 460.

2- الاعتراف: هو قول صادر عن المتهم يقرّ فيه بصحة نسبة التهمة إليه. أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، يقين القاضي الجنائي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005، ص 467، 468.

قضائي إذا تمّ خارج مجلس القضاء كالذي يتمّ أمام الضبطية القضائية التي وقفت على الأفعال المشكّلة لجريمة التقليد.

أمّا من حيث الحجّية، فالإعتراف قد يكون كدليل إثبات (وقد يكون قضائياً أو غير قضائي أو دليل إقناع شخصي مع أدلة الإثبات الأخرى أو دليلاً قانونياً يتطلبه القانون كمصدر للإدانة)، أو يكون سبباً للإعفاء، وذلك في بعض الجرائم الخاصة التي يصعب إثباتها، كتلك التي يشجّع القانون الجناة على كشفها وإرشاد السلطات إلى بقية الشركاء مقابل إعفائهم من العقاب إذا تمّ الاعتراف وفق شروط خاصة¹.

وتجدر الإشارة إلى أنّ الاعتراف في المجال الجزائي ليس سيّد الأدلة كما هو عليه الحال أمام القاضي المدني، وكما يكون دليلاً للإثبات يجب أن يكون حرّاً واختيارياً وواضحاً ومفصّلاً ومحدّداً وناتجاً عن إجراء قانوني، كالاستجواب الذي يتمّ أمام قاضي التحقيق أو قاضي الحكم. أمّا ذلك الذي يتمّ أمام الضبطية القضائية فلا يعتدّ به حسب وجهة نظر بعض فقهاء القانون².

ومتى توفّرت شروط الاعتراف وكان صحيحاً وقانونياً، فإنّه يعدّ دليلاً كباقي أدلة الإثبات الأخرى التي تخضع لقناعة القاضي، التي تتكوّن لديه بصفة تلقائية حسب المادة 213 ق.إ.ج، ويتعيّن على القاضي في حالة عدم الأخذ باعتراف المتّهم أن يبيّن أسباب ذلك

1- مثلما ورد صراحة ضمن المادة 31 من القانون المتعلق بالوقاية من المخدرات والمؤثرات العقلية، أنظر: القانون رقم 18/04 المؤرخ في: 2004/12/25 المتعلق بالوقاية من المخدرات والمؤثرات العقلية وقمع الاستعمال والاتجار غير المشروعين بها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 83، المؤرخة في: 26 ديسمبر 2004. عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 461.

2- فغموض الأقوال التي يدلي بها المتّهم من حيث دلالتها على ارتكاب الجريمة محلّ الاتهام المنسوب إليه ينفي عنها صفة الاعتراف. أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 467، 468.

في الحكم الجزائي، وإلا عُدَّ ناقص التعليل والتسبب¹، ولقضاة الموضوع في مادّة تزوير أو تقليد العلامة التجارية الحرّية المطلقة في تقدير الاعتراف، حيث يسوغ لهم الأخذ بجزء منه وترك الجزء الآخر، شريطة أن يكون الجزء الذي اطمأنوا إليه كدليل لإدانة المتّهم منطقياً وقانونياً، وترك أيّ دليل يدعو للريبة والشكّ منه².

وكمبدأ فإنّ كلّ الدلائل المرتبطة بالمتابعة يجب أن يتمّ التوصل إليها في حضور المتّهم في أثناء السماع العلني وبمواجهة حجّة الخصم³. مع ضمان حقّ المتّهم في عدم إكراهه على الاعتراف، أو ما يصطلح عليه بـ "منع التّجريم الذاتي"، مهما كان شكل هذا الإكراه، مباشر أو غير مباشر، جسديّ، عقليّ أو نفسيّ، سواء قبل أو خلال المحاكمة، ويجب إبعاد الدليل المتحصّل عليه بهذه الطريقة، وصمت المتّهم لا يمكن اعتباره اعترافاً من قبله⁴.

1- غير أنّ قاعدة وجوب التعليل عند عدم الأخذ بالاعتراف لا تنطبق على محاكم الجنايات والمحاكم العسكرية، لأنّ أحكامهما لا تعلّل باعتبارهما محكمتا اقتناع، فأعضاؤها إذا أجابوا على السّؤال بالتّقي استفاد المتّهم بالبراءة، والعكس إذا أجابوا بنعم. أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 461.

2- فلمحكمة الموضوع استخلاص الدليل وأن يصحّ بذاته لأن يكون عنصر إثبات أو نفي للحقيقة المراد إثباتها لواقعة الدّعى من جماع الأدلّة والعناصر المطروحة أمامها، وطرح ما يخالفها من صور أخرى لم تقتنع بصحّتها مادام استخلاصها سائغاً، وحقّها في تجزئة أيّ دليل ولو كان اعترافاً، والأخذ بما تراه صحيحاً متفقاً مع وقائع الدّعى وظروفها. أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 471، أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 462.

3- أنظر:

MOLE (N) and HARBY (C), **The right to a fair trial (A guide to the implementation of article 6 of the European Convention on Human Rights)**. Human rights handbooks, n°3, 2ndédition, Belgium, 2006, p. 65.

4- أنظر:

Lawyers Committee for Human Rights, **WHAT IS A FAIR TRIAL?(A Basic Guide to Legal Standards and Practice)**, United state of America, 2000. p. 20.

الفقرة الثانية

الشهادة كدليل لإثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

بصفة عامة الشهادة هي البيان¹، وسميت الشهادة بالبينة لأنها تبين الحق من الباطل، والشاهد ناقل، فهو ينقل إلى حيّز الدعوى واقعة جديدة بذلك، فهو شخص مكنته الظروف من رؤية الحادث أو إدراكه وفرضت عليه تلك الظروف أن يكون شاهداً². والشهادة بهذا المعنى هي إخبار شخص شفويًا السلطة المختصة عمّا شاهده بنفسه أو عاينه بحاسة من حواسه³، بخصوص واقعة تزوير أو تقليد العلامة التجارية أو طرحها للتداول، كأن يكون من الناقلين أو المؤجرين مثلاً، وهي بهذا المعنى تعدّ دليلاً مباشراً لأنها تنصبّ على الواقعة مباشرة⁴، وقد اشترط المشرّع أن يكون الشاهد مميّزاً ومختاراً وغير ممنوع من أدائها، ومع ذلك أجاز سماع شهادته وأعفاه من أداء اليمين، أو بأداء اليمين إذا لم تعارض ذلك التّياية العامة أو أحد أطراف الدعوى⁵ وفقاً للمادة 228 من ق.إ.ج.

1- وتعدّ شهادة الشهود من الأدلة المهمة أمام المحكمة ويحظى الدليل المستمدّ منها باهتمام القاضي، أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 471.

2- أنظر: عارف (علي عارف)، تولى المرأة منصب القضاء بين تراثنا الفقهي والواقع المعاصر، مجلة التجديد، السنة الأولى، العدد الثاني، جويلية 1997، ص 107.

3- وقد جرّم المشرّع شهادة الزور، وذلك بموجب المواد من: 232 إلى 235 من ق.ع.

4- أنظر: الشهادة كدليل إثبات في التشريع الجنائي الإسلامي، عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص-ص 458-460.

5- ولم يحظر القانون سماع الشهادة على سبيل الاستدلال بلا يمين، بل للمحكمة متى اقتضت بصحتها أن تأخذ بها وتعتمد عليها، ويتم اليمين بأن يقسم الشاهد بالله العظيم بهدف دعوة ضميره لقول الصدق، أو أن يتحرّج صاحبه خلقياً. أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 480. الهامش 03، أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 456.

وتؤخذ الشهادة على سبيل الاستثناس وليس الاستدلال، متى صدرت عن شخص غير مؤهل للحلف أو محروم أو معفى منها، ولا يُعدُّ ذلك سببا للبطلان حسب المادة 229 ق.إ.ج.

وللقاضي سلطة تقديرية واسعة في تحديد قيمة الشهادة المدلى بها ونصيبتها في تكوين عقيدته، تطبيقاً لمبدأ الاقتناع الذاتي الذي تأخذ به غالبية الأنظمة الوضعية، لذلك قيل: "الشهادة عين القاضي وأذنه"¹.

وأنَّ قيمة الشهادة تعتمد على نُبُل وأخلاق الشاهد، وحرصه على ذكر الحقيقة كاملة، وقد اشترط المشرع أداء الشهادة شفويًا، كي يتمكن القاضي من مراقبة لهجة الشاهد وملامحه ومدى هدوئه واطمئنانه².

وتأخذ العديد من التشريعات المقارنة بالشهادة كدليل لإثبات الجرائم الواقعة على حقوق العلامة التجارية، ففي التشريع الأردني وعلى اعتبار هذا النوع من الجرائم جنحة، فإنه يجوز إثباتها بواسطة الشهادة، إذ يمكن أن تنصب شهادة الشاهد على أن المعتدي على

1- الشهادة كغيرها من الأدلة تخضع في تقدير قيمتها في الإثبات لسلطة المحكمة، فمن المقرر أن وزن أقوال الشهود وتقديرها مرجعه إلى محكمة الموضوع. أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 474، 475.

2- لكن ما هي القيمة القانونية للشهادات المجهولة الهوية؟ فبعض الشهود وبسبب الخوف من التعرض لاعتداءات جسدية أو

تعرض أقاربهم لذلك، لا يقبلون الإدلاء بشهاداتهم إلا بصفة مجهولة، لذا ولدواعي أمنية وعملا على حمايتهم يتم إخفاء هويتهم الشيء الذي يجعل التحقق من مصداقية الشهادة وصدق صاحبها صعبا وغير ممكن أحيانا. أنظر:

MISONNE (A), l'importance résiduaire de la notion de procès équitable après la loi du 08 avril 2002

relative à l'anonymat des témoins, Revue de droit pénal et de Criminologie, 84ème année, numéro 11/ 2004, P 114.

العلامة التجارية قام باستعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة¹. أو قام باقتناء أو عرض أو حيازة علامة تجارية مقلدة أو مزورة أو مملوكة للغير.

غير أن الإشكال يثار في حجية الشهادة في جرمي التزوير والتقليد، إذ أن الشاهد لا يمكن أن يكون على قدر من الخبرة في معرفة العلامة التجارية المزورة أو المقلدة خاصة إذا كان التزوير على درجة متطابقة تماما، أو أن التقليد كان على درجة من التشابه والتماثل مع العلامة الأصلية.

كما يثور التساؤل بخصوص مدى حجية الشهادة في جرمي تزوير العلامة وتقليدها، لأن هاتين الجريمتين بحاجة إلى اعتماد أسس معينة لبيان مدى تحقق التزوير أو التقليد، خاصة أن الشاهد متى كان مستهلكا فإنه لا يشترط فيه أن يكون شديد الحرص وإنما متوسط الحيلة، لذلك فإن الشاهد قد يدلي بأقواله دون أن تكون لشهادته أية حجية في هاتين الجريمتين تحديدا².

الفرع الثاني

القرائن والكتابة

يقوم القاضي الجزائي بدور إيجابي في عملية الكشف عن الحقيقة، وهو مكلف في سبيل ذلك بالبحث عن الأدلة وكشفها ومن ثمة فحصها وتمحيصها فنقديها، سواء تعلق الأمر بالدليلين سالفين الذكر (الاعتراف والشهادة) أو تعلق الأمر بالقرائن والكتابة على أساس أنهما وسيلتين هامتين لإثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية.

1- أنظر: الصفار (زينة غانم عبد الجبار)، المرجع السابق، ص-ص 75-95، وكذا:

CHAVANNE (A), **le délit d'usage de marque et son évolution**, mélanges P. MATHELY, édition: litéc, 1990, p. 101.

2- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 464، 465.

وهو ما سيتضح من خلال ما سنتناوله في (فقرة أولى) دور القرائن كدليل لإثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وفي (فقرة ثانية) دور الكتابة في ذلك.

الفقرة الأولى

إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية بالقرائن

القرائن هي استخلاص حكم واقعة مجهولة من أخرى معلومة قام الدليل عليها¹. وقد تكون القرائن القانونية مطلقة لا يجوز إثبات عكسها تقيد القاضي والخصوم. وقد تكون قرائن بسيطة تقبل إثبات عكسها وتخضع لتقدير القاضي، وبالتالي تشملها شفوية المرافعة لوجوب تعريضها للنقاش من طرف الخصوم في الدعوى الجزائية أثناء جلسة المحاكمة².

أما القرائن القضائية فتعدّ دليلاً غير مباشر يستخلصها القاضي بإعمال الذهن من ظروف الدعوى المطروحة أمامه من خلال الواقعة التي قام عليها الدليل لإثبات واقعة أخرى لها علاقة بها. ويجوز للقاضي استخلاص صورة الواقعة كما ارتسمت في وجدانه بطريق الاستنتاج مادام ذلك سليماً متفقاً مع حكم العقل والمنطق.

ولا يجوز أن يلجأ القاضي إلى الإثبات بالقرائن إلا إذا تعذر الإثبات بالأدلة المباشرة، ذلك أن الإثبات بالقرائن القضائية يشوبه الظنّ والشكّ بما لا يصحّ معه أن يبقى القاضي ضحية الإيحاء لنفسه بالرغبة في أن يظفر بما يظنّ أنّه الحقيقة³. ولم ينصّ المشرع الجزائري

1- فالقرائن هي استنتاج الواقعة المراد إثباتها من وقائع أخرى ثابتة ومعلومة، أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 486، أنظر: الإثبات بالقرائن في المسائل الجزائية في الفقه الإسلامي، عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص-ص 472-474.

2- القرائن القاطعة لا يجوز إثبات عكسها ومثالها افتراض الحقيقة والصحة في الأحكام النهائية. والقرائن القاطعة ترد على سبيل الحصر استناداً على نصّ القانون، ولا يجوز للقاضي الإضافة إليها. أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 471.

3- أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 486-487.

على القرائن صراحة واكتفى فقط بالإشارة إليها ضمناً من خلال النصّ العام في المادة 1/212 ق.إ.ج.

الفقرة الثانية

إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية بالدليل الكتابي

والدليل الكتابي حسب الفقه الوضعي هو مجموعة من العلامات والرموز التي تعبّر عن الأفكار والمعاني المترابطة، ويُطلق عليها اسم المحرّر وهو ورقة تحمل بيانات في شأن واقعة ذات أهمية في إثبات ارتكاب الجريمة ونسبتها إلى المتهّم¹.

والمحرّر باعتباره وسيلة إثبات يخضع في حدّ ذاته لمبدأ الاقتناع القضائي، فالقاضي يستمدّ اقتناعه وفقاً للقواعد العامة في الإثبات الجزائي، وبذلك لا تعتبر المحرّرات الرسمية حجة في المسائل الجزائية ما لم يتبيّن تزويرها بالطرق المقرّرة قانوناً.

ولذلك لا يجوز إلزام المحكمة أن تقضي بما يخالف اقتناعها الذي تكوّن لديها من مجموع الأدلّة المقدّمة في الدّعوى المرفوعة أمامها، وحتى محاضر التّحقيق وما تتضمّنه من اعترافات للمتهّمين، والمعاینات وأقوال الشّهود وغيرها، هي مجرد وسائل إثبات تخضع لتقدير القاضي الجزائي، وله أن يأخذ بها أو يطرحها. وهذا ما تضمّنته المادّتين: 215، 216 من ق.إ.ج²، فالقاعدة العامة في الإثبات إذاً هي أنّ الورقة سواء كانت رسمية أو عرفية ليس لها

1- ولم تكن الورقة المكتوبة من الأدلّة القانونية في المسائل الجزائية تحظى بأهميّة كبيرة لدى الفقه والقضاء، لأنّ الجرائم من الوقائع التي لا يُتصوّر أن يعطي الجاني مقدّماً كتابة على نفسه بإثباتها، ومع ذلك فقد تنطوي الورقة المكتوبة التي تُتخذ كدليل إثبات في كافّة المعاملات التي تحتوي على جسم الجريمة. أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 467، أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 489-490.

2- أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 467، 468.

حجية، فهي تخضع لتقدير قاضي الموضوع، الذي لا يلتزم بالتقيّد بما اشتملت عليه، ما لم يوجد نصّ يقضي بخلاف ذلك¹.

المطلب الثاني

بعض الآليات الخاصة لإثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية

إن حماية العلامة التجارية نقطة مهمة وحاسمة لحماية هوية أعمال التاجر، فبدون هذه الحماية يمكن لأي شخص الاستفادة من جهود الآخرين، بحيث يتحصل على فوائد بشكل سهل من جراء استعمال علامات لا تخصه، ولذلك احتاجت الدول إلى قوانين لحماية العلامات التجارية. لذا لجأت مختلف دول العالم للبحث عن توفير حماية جزائية للعلامة التجارية، كما حاولت مراعاة خصوصية هذه الجريمة عند البحث عن أدلة لإثبات جرائم الاعتداء عليها. إذ يمكن إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية بواسطة آليات خاصة. وأهم هذه الآليات هي محاضر الحجز (فرع أول) كما يمكن إثباتها عن طريق المعاينة والخبرة (فرع ثاني).

الفرع الأول

الإثبات بمحاضر الحجز

يقصد بحجز المال قانوناً وضعه تحت تصرف القضاء تمهيداً لبيعه واستيفاء الدائن لدينه من ثمنه، والحجز نوعان، تحفظي يؤدي إلى ضبط المال بوضعه تحت يد القضاء. فهو إجراء تحفظي لا يقصد من ورائه بيع المال المحجوز وإنما الضغط على المدين للوفاء بالتزامه بتجميد هذه الأموال ومنع المدين من التصرف فيها تصرفاً من شأنه الإضرار بحقه، ويجوز إيقاعه بدون سند تنفيذي، ويكون الحجز هنا تحت مسؤولية الدائن.

1- أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 467.

أما الحجز التنفيذي فهو بالإضافة إلا أنه يرمي إلى ضبط المال المحجوز، فإنه يؤدي إلى بيع المال المحجوز كي يحصل الدائن على حقه من ثمنه. ولا يجوز إيقاع هذا الحجز إلا إذا كان بيد الدائن سند تنفيذي، كما قد يكون الغرض من الحجز منع المالك للشيء المحجوز من القيام بأفعال مخالفة للقانون بواسطة الأداة محل الحجز، أو يكون الغرض منه منع المحجوز عليه من التصرف في الأموال أو الأشياء المحجوزة بما يضر بمصالح الغير.

ويوجد ثلاثة أنواع من محاضر الحجز والتي سيتم تناولها من خلال التطرق إلى الحجز في إطار قانون العلامات (فقرة أولى) وكذا الحجز في إطار قانون الجمارك وقانون الممارسات التجارية (فقرة ثانية)

الفقرة الأولى

الحجز في إطار قانون العلامات

بالرجوع إلى المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أنها تنص على ما يلي: "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناءً على إثبات تسجيل العلامة. عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة".

ويتضح من المادة السابقة أن المشرع الجزائري خول لمالك العلامة المسجلة، وكذا للمستفيد من الحق الاستثنائي بالاستغلال، وسيلة إثبات وقوع جريمة التعدي على علامته التجارية، وذلك من خلال تقديم طلب الحجز على البضائع التي تحمل علامة مقلدة لعلامته، بموجب عريضة لدى كتابة ضبط رئيس المحكمة المختصة، وهي وفقا لأحكام المادة 7/40 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية المحكمة التي تم في دائرة اختصاصها الحجز، سواء

بالنسبة للإذن بالحجز أو الإجراءات التالية له، وبالنسبة للإشكال في التنفيذ يؤول للمحكمة مكان الإشكال في التنفيذ.

وعلى صاحب العلامة أن يبيّن في عريضته نوع الحجز الذي يرغب في الحصول على إذن للقيام به، فقد يكون "وصف" وفي هذه الحالة تبقى المنتجات تحت تصرّف الحاجز وبين يديه، وقد يكون "حجزاً" وفي هذه الحالة يمكن وضع الأشياء محل التقليد لدى كتابة ضبط المحكمة، كما أن عليه أن يرفق عريضته بمحضر تسجيل العلامة الذي يثبت ملكيته لها، والذي بوجوده لا يمكن للقاضي رفض إصدار أمر الحجز.

وعليه أيضاً أن يبيّن المنتجات محل الدعوى بشكل تفصيلي، ويتم البت في هذا الطلب بموجب أمر على ذيل عريضة يتم الأمر من خلاله بالحجز، ويطلب من المحضر القضائي إتمام العملية، أو يستعين بخبير مختص للقيام بذلك.

يقوم المحضر القضائي بالتبليغ الرسمي لأمر الحجز إلى المحجوز عليه شخصياً، أو إلى أحد أفراد عائلته البالغين المقيمين معه إذا كان شخصاً طبيعياً، ويبلغ إلى الممثل القانوني أو الأتقائي إذا كان شخصاً معنوياً، ويقوم بعدها بجرد الأشياء المراد حجزها في مكان تواجدها وتعيينها تعييناً دقيقاً مع وصفها وتحرير محضر بذلك وفقاً لمقتضيات المادة 688 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية يكون غير قابل للطعن إلاّ بالتزوير.

ويجب على المحضر القضائي أن يسلم نسخة من محضر الحجز والجرد إلى المحجوز عليه في أجل أقصاه ثلاثة أيام، وفي حالة رفض الاستلام ينوّه بذلك في المحضر. وإذا تمّ الحجز في غياب المدين أو لم يكن له موطن معروف، يتم التبليغ الرسمي بالحجز وفقاً لأحكام المادة 412 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية. وإذا كان المحجوز عليه مقيماً خارج الوطن وجب تبليغه بأمر الحجز ومحضر الحجز والجرد في موطنه بالخارج، حسب الأوضاع المقررة في البلد الذي يقيم فيه، مع مراعاة الآجال المنصوص عليها في هذا القانون. ولا يتم البيع في هذه الحالة إلا بعد انقضاء مدة عشرة أيام من تاريخ التبليغ.

فضلا عن البيانات المعتادة في المحاضر يجب أن يتضمن محضر الحجز والجرد البيانات المنصوص عليها في الفقرات من 1 إلى 5 من المادة 691 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، كما ينبغي أن يبيّن السند التنفيذي والأمر الذي بموجبه تم الحجز، وتعيين الأشياء المحجوزة بالتفصيل مع تحديد نوعها وأوصافها ومقدارها ووزنها ومقاسها وقيمتها بالتقريب.

وإذا خلا محضر الحجز والجرد من أحد البيانات المذكورة، كان قابلا للإبطال خلال عشرة أيام من تاريخه بطلب من صاحب المصلحة بموجب دعوى استعجالية يتم الفصل فيها خلال أجل خمسة عشر يوما، حسب الفقرتين السابعة والثامنة من المادة 691 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

وفي حالة كون الأشياء المحجوزة في غير المحل أو المسكن ولم يجد في مكان الحجز من يقبل الحراسة، ولم يأت الحاجز ولا المحجوز عليه بشخص للقيام بذلك، يمكن تعيينه كحارس، وجب تكليف المحجوز عليه بالحراسة مؤقتا إن كان حاضرا، ولا يعتد برفضه. وإن لم يكن المحجوز عليه حاضرا وقت الحجز كُلف الحاجز بالحراسة مؤقتا، للمحافظة على الأموال المحجوزة. وفي هذه الحالة يقوم المحضر القضائي برفع الأمر إلى رئيس المحكمة المختص لاستصدار أمر على عريضة، إما بنقل الأشياء المحجوزة وإيداعها لدى حارس يختاره الحاجز أو المحضر القضائي، وإما تعيين الحاجز أو المحجوز عليه حارسا عليها وفقا لما نصّت عليه المادة 697 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

وإذا كان الحارس موجودا وقت الحجز وسلمت له الأشياء المحجوزة في مكان حجزها يوقّع على محضر الجرد وتسلم له نسخة منه، أما إذا كان غائبا وقت الحجز أو عيّن فيما بعد، وجب على المحضر القضائي إعادة الجرد أمامه ثم يوقع بالاستلام، وبعد ذلك بمثابة تبليغ ببدء الحراسة. ويكون للحارس باستثناء الحاجز والمحجوز عليه الحق في الحصول على أجر يقدر بموجب أمر على عريضة صادر عن رئيس المحكمة، وفي هذه الحالة يمنع

على الحارس استعمال أو استغلال الأموال المحجوزة إلا بموجب أمر مخالف صادر عن القضاء وإلا تعرض للعقوبة.

أما إذا كان الحارس هو المحجوز عليه المالك أو صاحب حق الانتفاع فإنه يجوز له حق الاستعمال فيما خصصت له دون الاستغلال ويتعرض للعقوبة في حالة التبريد¹، وإذا تعلقت الحراسة بأدوات عمل أو آلات لازمة للاستغلال يمكن للحاجز أو المحجوز عليه استصدار أمر على عريضة من رئيس المحكمة يسمح للحارس باستغلال الأموال المحجوزة بشرط إثبات أن من شأن ذلك تحقيق زيادة في قيمة الحجز وفقا للمادة: 699 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

ويمكن للمحضر القضائي الاستمرار في الحجز بعد أوقات العمل الرسمية، أو صادف اليوم الموالي عطلة رسمية دون ترخيص من رئيس المحكمة، مع وجوب التنويه في محضر الحجز عن تاريخ وساعة بدايته وساعة انتهائه تحت طائلة القابلية للإبطال، المادة 644 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

وطبقا للمادة: 35 من الأمر: 06/03 المتعلق بالعلامات² على صاحب العلامة التجارية طالب الحجز أن يرفع دعوى أمام القسم المدني أو الجزائي خلال شهر من تاريخ القيام بعملية الحجز وإلا عدّ الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون³.

فضلا عما يترتب عن ذلك البطلان من تعويضات للأضرار، يمكن الحكم بها لصالح المحجوز عليه، بصرف النظر عما لهذا الأخير أو كل ذي مصلحة إذا رأى أن إجراء من

1- وتقع على الحارس مسؤولية الحفاظ على الأشياء المحجوزة تحت طائلة تطبيق الفقرة الأولى من المادة 434 من قانون العقوبات.

2- وتنص المادة 35 من الأمر ذاته على ما يلي: "يعدّ الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتزم المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها".

3- في حين تقدر المدة الممنوحة لمالك العلامة بخمسة أيام فقط وذلك طبقا للمادة: 07/716 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

إجراءات التنفيذ أو الحجز قابلاً للإبطال، أن يرفع دعوى استعجالية ضد الحاجز والمحضر القضائي للمطالبة بإبطال الإجراء وزوال ما ترتب عنه من آثار خلال مهلة شهر من تاريخ الإجراء، وإلا سقط هذا الحق واعتبر الإجراء صحيحاً.

وإذا ما تبين لقاضي الاستعجال أن طلب الإبطال تعسفي جاز له الحكم على المدعي بغرامة مدنية لا تقل عن عشرين ألف دينار المادة 643 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية. مع الإشارة إلى أن هذا البطلان لا يوقف إجراءات المتابعة كون الحجز يدخل فقط كوسيلة للإثبات الذي يمكن أن يتم بوسيلة أخرى.

ويمكن للمحضر القضائي أن يقيد من طلبات مالك العلامة التجارية ويقبل إجراء الوصف بدل الحجز على كامل البضاعة، كما بإمكانه أن يحجز كمية كافية لمساعدته على إثبات الجريمة. وإذا تعلّق الأمر بمعاينة استبدال المنتجات وحتى يتيسر الحصول على دليل المخالفة على المحضر القضائي ألاّ يستظهر الأمر المفوض له إلاّ بعد إتمام إجراءاته للمعاينة.

الفقرة الثانية

الحجز الذي يتم في إطار قانون الجمارك وقانون الممارسات التجارية

تعد حماية العلامات التجارية من المهام الطبيعية لإدارات الجمارك العصرية، فهي مكلفة بتنظيم ومراقبة التجارة الدولية والتعرض للممارسات التجارية غير الشرعية التي تشوّه المنافسة.

وتقليد العلامة التجارية هو المثال النموذجي لمثل هذه الممارسات. ودور الجمارك في الحماية ضد التقليد يترجم من خلال ضمان حماية حقوق الملكية الفكرية في معاقبة المنتجات

المقلدة¹ أثناء تواجدها على الأراضي الوطنية، والمشاركة في حماية المستهلك ومهمة حماية الاقتصاد الوطني.

إن تقليد العلامة التجارية أو تزويرها ونقل منتج يحمل علامة مقلدة من دولة إلى أخرى يشكل جريمة جمركية يعاقب عليها القانون، وهناك عدّة آليات تضمن تدخل الجمارك لممارسة هذه المهمة نصّ عليها قانون الجمارك الجزائرية الذي نصّ في المادة 22 من قانون الجمارك المذكور أنفاً وبالضبط في الفصل المتعلق بالمحظورات ضمن باب حماية الملكية الفكرية على ما يلي: "يحظر استيراد وتصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية كما هي معرفة في التشريع ساري المفعول.

يحظر أيضاً استيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة أو أية إشارات على المنتجات نفسها أو على الأغلفة أو الصناديق أو الأحزمة أو الأظرفة أو الأشرطة أو الملصقات التي من شأنها أن توحي بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري". وتبرز هذه المادة اهتمام المشرع بحماية جميع حقوق الملكية الفكرية سواء كانت العلامات أو براءات الاختراع أو حقوق المؤلف أو الرسوم والنماذج، أو تسميات المنشأ.

وتنص المادة 309 مكرر من القانون 04/17 على ما يلي: "الشركاء، كما ورد تعريفهم في قانون العقوبات، مسؤولون عن الجرائم الجمركية، ويخضعون إلى نفس العقوبات التي تطبق على الفاعلين الأصليين".

1- بخصوص إجمالي قيمة المنتجات المقلدة في دولة الإمارات العربية المتحدة وخسائر الإيرادات الناجمة عن هذا النشاط بالنسبة لأربع قطاعات شملتها دراسة أجريت هناك. أنظر: شتيوي (عمر)، دور القطاع الخاص في محاربة الغش التجاري، المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-2010-dec-29-48706>. (12/11/2016).

وتنص المادة 310 من القانون 04/17 على ما يلي: "يعتبر، في مفهوم هذا القانون، مستفيدين من الغش، الأشخاص الذين شاركوا بأي صفة كانت في جنحة جمركية أو تهريب والذين يستفيدون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من هذا الغش.

ويعتبر مستفيدين من الغش:

مالكو بضائع الغش

مقدمو الأموال المستعملة لارتكاب الغش،

الأشخاص الذين يحوزون مستودعا داخل النطاق الجمركي موجهة لأغراض التهريب. يخضع المستفيدون من الغش كما ورد تعريفهم أعلاه، إلى نفس العقوبات التي تطبق على الفاعلين الأصليين للجريمة"

وتنص المادة 312 من القانون 04/17 على ما يلي: "إن الأشخاص الذين اشتروا أو حازوا بضائع مستوردة عن طريق التهريب، حتى خارج النطاق الجمركي، بكمية تفوق احتياجاتهم العائلية، يخضعون إلى عقوبات المخالفات من الدرجة الثالثة".

وتنص المادة 317 من القانون 04/17 على ما يلي: "في مجال الجرائم الجمركية، يكون مالكو البضائع محل الغش وكذا الشركاء وباقي المستفيدين من الغش حسب مفهوم المادتين: 309 مكرر و 310 من هذا القانون، متضامنين وخاضعين للإكراه البدني من أجل دفع الغرامات والمبالغ التي تقوم مقام المصادرة "

وتنص الفقرة الرابعة من المادة 325 مكرر من القانون 04/17 على ما يلي: "تعد جنحة من الدرجة الثانية، الأفعال التالية:

..... التصريحات الخاطئة من حيث نوع أو قيمة أو منشأ البضائع المرتكبة بواسطة فواتير أو شهادات أو وثائق أخرى، مزورة أو غير دقيقة أو غير كاملة البيانات أو غير قابلة للتطبيق.

يعاقب على هذه الجرائم بما يأتي:

مصادرة البضائع محل الغش والبضائع التي تخفي الغش،

غرامة مالية تساوي ضعف قيمة البضائع المصادرة

الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)..."

تنص المادة 340 مكرر من القانون 04/17 على ما يلي: "يستفيد من الأعذار المعفية من العقوبة المنصوص عليها في قانون العقوبات كل من ثبتت مسؤوليته في جريمة جمركية وقام قبل مباشرة إجراءات المتابعة بالإبلاغ عن الجريمة وساعد على معرفة الأشخاص الضالعين فيها.

تخفّض العقوبات المستوجبة إلى النصف، لكل شخص ثبتت مسؤوليته في جريمة جمركية، سهّل بعد مباشرة إجراءات المتابعة التعرّف على شخص أو عدة أشخاص ضالعين في الجريمة أو وفر معلومات إضافية تتعلق بهذه الجريمة".

يحدد قرار: 15 جويلية 2002 الذي يحدد كيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك الشروط التي بموجبها تتدخل الجمارك وذلك عندما تكون السلع المشتبهة بأن تكون مقلدة، قد صرح بها قصد وضعها للاستهلاك، عثر عليها خلال عمليات تفتيش على البضائع الموضوعة تحت رقابة الجمارك، موضوعة تحت أحد الأنظمة الجمركية الاقتصادية.

وكان يحدد التدابير التي ينبغي اتخاذها من قبل إدارة الجمارك في ما يتعلق بهذه البضائع إذا تبين فعلا أنها مقلدة، ويعرف هذا القرار البضائع المقلدة بالبضائع الماسة بحق من حقوق الملكية الفكرية، كما يعرف أصحاب هذه الحقوق.

إلا أنه وبعد تعديل قانون الجمارك بموجب القانون 12/07 المتضمن قانون المالية لسنة 2008 أصبحت المادة 22 من قانون الجمارك تعرف مباشرة في صلب النص السلع المقلدة بتلك الماسة بحق الملكية الفكرية.

فقد أصبحت المادة 22 مكرر تحدد شروط تدخل إدارة الجمارك بتعليق رفع اليد أو حجز السلع المشبوهة بالتقليد في حالة ما إذا تم التصريح بها لوضعها للاستهلاك، أو تم

التصريح بها للتصدير، أو تم اكتشافها عند إجراء المراقبة طبقا للمواد: 28 و 29 و 51 من قانون الجمارك، أو كانت موضوعة تحت نظام جمركي اقتصادي طبقا للمادة: 115 مكرر من قانون الجمارك أو الموضوعة في منطقة حرة.

وهذا القرار والمواد المستحدثة في قانون الجمارك بشأن حماية الملكية الفكرية جاء لاستكمال النظام القانوني بما يتفق مع مطالب المؤسسات الدولية والتي دخلت الجزائر معها في مفاوضات بشأن الانضمام إليها، كما هو الحال مع منظمة التجارة العالمية، التي توصي البلدان المرشحة للانضمام إليها اعتماد تشريع نموذجي بشأن حماية الملكية الفكرية في إطار اتفاق حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة.

ونضيف أن هذا القرار المذكور أعلاه يحتاج بدوره إلى تعديل في نصوصه لأنه أصبح لا يتلاءم مع التعديلات التي طرأت على أحكام المادة 22 من قانون الجمارك.

إن أصحاب العلامات الصناعية أو التجارية، حقوق المؤلف أو الحقوق المتصلة بها، والتصميمات وبراءات الاختراع وشهادات الحماية التكميلية للأدوية وشهادات منتجات وقاية النبات، قد يطالبون من سلطات الجمارك ترصد سلع قد تشكل تقليدا لمنتجاتهم، وعلاماتهم التجارية وحقوقهم المتعلقة بالتأليف والنشر، وبراءات الاختراع وغير ذلك. وقد يكون تدخل إدارة الجمارك بناءً على طلب، أو يكون هذا التدخل تلقائياً.

فأما الحالة الأولى فإنه لا يمكن للجمارك أن تتدخل في حالة وجود شبهة تقليد، إلا بعد الحصول على موافقة صاحب الحق عن طريق صياغة طلب تدخل¹ موجهة إلى المديرية

1- يجب أن يكون طلب التدخل مرفقا بمجموعة من العناصر تستخدم للمساعدة في تحديد هوية السلع ذات شبهة بأنها مقلدة، وأيضاً لتسهيل عمل الجمارك. فصاحب الحق مطالب بتوفير وثائق تثبت أن مقدم الطلب هو صاحب الحق، وهي الشهادات التي تقدمها المصالح المختصة مثل INAPI (المعهد الوطني للملكية الصناعية Institut National de Propriété Industrielle) بالنسبة للملكية الصناعية و ONDA (الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة).

العامة للجمارك، مديرية مكافحة الغش¹، هذا الطلب المقدم من جانب الشخص المعني يوضح للجمارك بأنه هو صاحب حق الملكية الفكرية، ويحسب الجمارك بالمخاطر والأضرار التي تكبّتها إدخال هذه السلع في الدوائر التجارية ويدعو الجمارك إلى حجز السلع وتعليق منح رفع اليد للسلع والمنتجات المشتبهة بأن تكون مقلدة. إضافة إلى ذلك فإنه يجب أيضا على صاحب الحق أن يشكل ملفا يبرر فيه أنه مالك الحق وأن البضائع المشتبهة قد تتسبب في إلحاق ضرر له².

تنص المادة 44 من القانون ذاته على ما يلي: "يخوّل لأعوان المصلحة الوطنية لحرس السواحل القيام بالمراقبة المنصوص عليها في التشريع والتنظيم ساري المفعول، على متن جميع السفن الموجودة في المنطقة البحرية للنطاق الجمركي"³. ويتم في أقرب ميعاد ممكن، إشعار المستورد ومقدم الطلب بتعليق حرية تنقل السلع، ومن ثمة يشرع على الفور في التفقد والتحقق من المنتجات الموصوفة بأنها مقلدة. هذه العملية تكون بالمقارنة بين البيانات والمعلومات المقدمة من المديرية العامة، مع تلك التي تظهر على المنتجات. فإذا تأكد الافتراض أشعر المكتب المديرية العامة بذلك، كما أن الجمارك لديها الصلاحية في منح صاحب الحق الذي يظن بأنه متضرر، فرصة لمعاينة البضائع المحتجزة لتحديد مدى صحة ادعاءاته، ونفس المصالح يمكن لها أن توفر هذه الفرصة للمستورد مالك هذه البضائع⁴.

1- المادة 4 من قرار: 15 يوليو 2002.

2- والتدخل بناء على الطلب، لا يمكن أن يتم إلا إذا كانت السلع المشتبه في كونها تحمل انتهاكا لحقوق العلامة التجارية وقد صرح بها لغرض وضعها للاستهلاك، أي أنها موجهة للعرض في السوق المحلية، أو صرح بها للتصدير، حسب التعديل المذكور أعلاه، وأن يكون قد تم اكتشافها عند إجراء المراقبة، وأن تكون موضوعة تحت احد النظم الاقتصادية بمفهوم المادة 115 مكرر من قانون الجمارك.

3- أنظر كذلك المادة 45 من ذات القانون.

4- المادة 10 من قرار: 15 جويلية 2002.

أما الحالة الثانية فهي حالة التدخل التلقائي للجمارك، إذ تنص المادة 258 من القانون 04/17 على ما يلي: "فضلا عن المعايينات التي تتم بواسطة المحاضر، يمكن إثبات الجرائم الجمركية ومتابعتها بجميع الطرق القانونية بما فيها التقارير والخبرة وكل الوثائق الأخرى، حتى وإن كانت مقدّمة أو معدّة من طرف سلطات دولة أجنبية، وكذلك وسائل الإثبات المعدّة على دعائم إلكترونية، حتى وإن لم يتم أي حجز، وأن البضائع التي تم التصريح بها لم تكن محلاً لأية ملاحظة خلال عمليات الفحص".

فهي خلال عمليات الرقابة المعتادة التي تقوم بها إدارة الجمارك على البضائع قد تكتشف سلعا يشوبها شك بأن تكون ماسة بحقوق العلامة التجارية، فتبادر إدارة الجمارك في هذه الحالة ومن تلقاء نفسها إلى تعليق حرية حركة هذه السلع، ولو لم يتدخّل صاحب الحق، أي بناء على مبادرة من الجمارك.

هذا وقد كرس العمل بها بموجب المادة 08 من الأمر المؤرخ: 15 جويلية 2002 التي تنص على ما يلي: "عندما يظهر بشكل واضح لإدارة الجمارك، خلال عملية رقابة تم إجراؤها في إطار إحدى الإجراءات الجمركية المذكورة في المادة الأولى أعلاه، وقبل أن يودع طلب الحق أو يعتمد، أن السلعة هي السلعة المذكورة في المادة 2 أعلاه، يمكن لإدارة الجمارك أن تعلم مالك الحق إذا تبين من هو، بخطورة المخالفة وفي هذه الحالة، يرخص لإدارة الجمارك بوقف رفع اليد أو مباشرة حجز السلع موضوع الخلاف خلال مدة ثلاثة (3) أيام مفتوحة لتمكين مالك الحق إيداع طلب التدخل طبقا للمادة 4 أعلاه".

وكي يمكن لإدارة الجمارك التدخل يجب أن تكون السلع موضوعة تحت المراقبة الجمركية، أو في إطار أحد النظم الجمركية الاقتصادية، على النحو المذكور في المادة 115 مكرر من قانون الجمارك¹. وتنص المادة 240 مكرر 1 من قانون الجمارك: 04/17 على مايلي: "العقوبات المطبقة على الجرائم الجمركية هي:

1- المادة 04 من قرار: 15 جويلية 2002.

الغرامة، المصادرة، الحبس. تطبق المصادرة على البضائع محل الغش والبضائع التي تخفي الغش مهما كان حائزها، حتى إن كانت ملكا للغير أجنبي عن الغش أو غير معروف".

وتنص المادة 242 من القانون ذاته على ما يلي: "بعد معاينة الجريمة الجمركية، يجب توجيه البضائع، بما فيها وسائل النقل والوثائق المحجوزة، إلى أقرب مكتب أو مركز جمركي من مكان الحجز وإيداعها فيه، ويحرر فيه محضر الحجز¹.

وتنص المادة 246 من القانون ذاته على ما يلي: "يجب على أعوان الجمارك وأعوان المصلحة الوطنية لحرس السواحل الذين يقومون بالحجز، قبل ختم المحضر، أن يعرضوا على المخالف رفع اليد عن وسائل النقل القابلة للمصادرة تحت كفالة قابلة للدفع أو إيداع قيمتها². غير أن رفع اليد لا يمنح عندما تكون وسائل النقل تشكل محل الجريمة، أو أنها قد صنعت أو هُيئت أو كُيفت أو جُهزت من أجل إخفاء البضائع، أو تكون قد استعملت لنقل البضائع المحظورة حسب مفهوم الفقرة الأولى من المادة 21 من هذا القانون³.

وإذا تبين أن السلع مقلدة فإن الجمارك تتخذ إجراء بشأنها من أجل القضاء على جميع أضرارها، وهذا الإجراء نصت عليه المادة 22 مكرر 2 من القانون 04/17 المذكور أعلاه التي جاء فيها ما يلي: "دون الإخلال بالأحكام المنصوص عليها في هذا القانون، يتم التخلي

1- غير أنه، يمكن تحرير المحضر بصفة صحيحة في مكاتب ضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، وأعوان مصالح الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحرس السواحل وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أو في مكتب موظف في المصالح التابعة لوزارة المالية، أو في مكاتب مقر المجلس الشعبي البلدي لمكان الحجز.

2- تهدف الكفالة المقدمة من صاحب الطلب أساسا إلى تغطية المسؤولية المحتملة للجمارك تجاه الأشخاص المعنيين في حالة عدم استكمال الإجراءات نتيجة إغفال أو عمل يقوم به صاحب الحق، أو في الحالة التي يتبين فيها أن البضائع لا تمس بحقوق الملكية الفكرية، وكذا لتأمين دفع التكاليف بسبب حفظ وإيداع البضائع في مخزن الجمارك.

3- يجب على أعوان الجمارك وأعوان المصلحة الوطنية لحرس السواحل الذين يقومون بإجراء الحجز، أن يعرضوا على المخالف، قبل ختم المحضر، رفع اليد عن وسائل النقل الموقوفة كضمان لدفع العقوبات المقررة تحت كفالة قابلة للدفع أو إيداع قيمتها.

عن البضائع ذات القيمة الضعيفة، كما هو معمول به في مجال الغش قليلة القيمة المنصوص عليه في المادة 288 من هذا القانون، والمعترف بأنها مقلّدة، لأجل إتلافها"، ويمكن لإدارة الجمارك أن تتخذ ضد هذه السلع كل الوسائل المتاحة التي تؤدي إلى حرمان المقلدين فعليا من المنافع الاقتصادية للمعاملة شريطة أن لا ترخص إدارة الجمارك بإعادة تصدير السلع المقلّدة على حالتها، وألا تستبعد العلامات الموضوعة بطريقة غير شرعية على السلع المقلّدة وألا تضع السلع تحت نظام جمركي آخر.

والجدير بالذكر أن قبول طلب التدخل لا يعطي الحق في التعويض لصاحب الحق في حالة ما إذا خرجت البضائع من رقابة المكتب الجمركي¹، وذلك إما بمنح رفع اليد أو بسبب عدم وجود تدبير حجز، كما أن الخزينة العمومية لا تتحمل المصاريف.

غير أن التخلي الذي نصت عليه المادة 22 مكرر 2 عن السلع المقلّدة لصالح الخزينة العمومية ولضمان المصلحة الشاملة للأطراف المعنية، فإنه وفقا للمادة العاشرة من القرار الصادر في: 15 جويلية 2002 على الجهة التي تدرس طلب الالتزام بالحفاظ على سرية بعض المعلومات الحساسة عن تكوين المنتج، والرسوم البيانية، والرسومات الخ....

غير أن المنظمة العالمية للجمارك أكّدت على أن المسؤولية في تفعيل دور الجمارك في حماية العلامة التجارية تقع في المقام الأول على أصحاب العلامات التجارية الذين عليهم اتخاذ الخطوات اللازمة لحماية حقوقهم، ومع ذلك وقعت المنظمة العالمية للجمارك على مذكرة تفاهم بشأن حقوق الملكية الفكرية مع المنظمات الفاعلة في هذا المجال².

1- المادة 16 من قرار: 15 جويلية 2002.

2- مثل CCI (Commercial Crime Services) والمكتب العالمي للمؤسسات المسيرة لحقوق التسجيل والنسخ الميكانيكي، من تقرير OCDE.

كما تم تبني برنامج خصوصي للمنظمة العالمية للجمارك¹ بخصوص حماية العلامات التجارية يركز من جهة على تعزيز التعاون الدولي وتوسيع مجال جمع المعلومات قصد مساعدة الإدارات على تحسين فعاليتها في جميع جوانب عملها في هذا المجال، وخاصة توعية موظفي الجمارك بالانتهاكات التي تطل العلامات التجارية.

كما وضعت منظمة الجمارك العالمية وبالتعاون مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية ومسؤولي مشاريع اللجنة الأوروبية، سلسلة من المواد لمساعدة الجمارك على فهم المشاكل المتعلقة بانتهاكات حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية، وتحسين أدائها في مكافحة هذه الجرائم. ووضعت تشريع نموذجي يتضمن بنود بشأن العلاقات بين الجمارك، أصحاب الحقوق، المستوردين والمصدرين، وإجراءات إتلاف العلامات أو البضائع المقلدة. وبيّن الوسائل التي يمكن بها لصاحب الحق أن يطلب من إدارة الجمارك تعليق التداول الحر للسلع المشتبهة في أن تكون مقلدة أو مقرصنة. وينص أيضا متى يجوز لإدارة الجمارك أن تتخذ تلقائيا تدبير أو إجراء في حالة البضائع المشبوهة. وقد تم وضع ذلك في سياق اتفاق تريبيس.

1- وهي منظمة دولية تأسست المنظمة العالمية للجمارك سنة 1952 تحت اسم "مجلس التعاون الجمركي"، الذي ضم في عضويته حينئذ 17 بلدا أوروبا، وعقد المجلس دورته الافتتاحية في 26 جانفي 1953 بالعاصمة البلجيكية بروكسل. ثم تطورت المنظمة مع مرّ السنين، وانضمت إليها تباعا عشرات البلدان من مختلف أرجاء العالم، ووصل عدد الأعضاء حاليا إلى 180 بلدا يمثلون 98% من التجارة العالمية، وأصبحت المنظمة مركز خبرة عالميا في الشأن الجمركي والهيئة الوحيدة المتخصصة في هذا الشأن على مستوى دولي، كما أنها تُعدّ الناطق الرسمي للجمارك في المحافل الدولية. وتهتم بكل ما يتعلق بالتشريعات والمساطر الجمركية التي تنظم التجارة بين البلدان، وتهدف إلى رفع فعالية المصالح الجمركية عبر العالم وتجويد خدماتها وتمكينها من أداء وظائفها في ما يخص تيسير التجارة وتأمين المبادلات التجارية، حماية المجتمع والصحة العامة والسلامة ومحاربة الغش، تعزيز القدرات عبر دعم مختلف المصالح الجمركية الوطنية لتبني معايير جمركية عصرية، رفع مستوى كفاءة الجمارك وتحسين أدائها وسمعتها، إجراء الأبحاث والتحليل بشأن القضايا التي تهم الجمارك والتجارة الدولية بهدف تعزيز ثقافة الأداء الاحترافي من خلال إشاعة المعارف بين أعضاء المنظمة والأطراف الأخرى المعنية كذلك. أنظر:

. (23/8/2017). <https://ar.wikipedia.org>

وأُنشأت المنظمة العالمية للجمارك موقعا على شبكة الإنترنت¹ يتضمن بطاقة معلومات تحتوي على أهم البيانات المتعلقة بالمنتجات المحتمل أن تكون مقلدة. كما أن هناك نظام معلومات مركزي (SCI) يتواجد في مقر المنظمة العالمية للجمارك وفي مكاتب الاتصال المكلفة بالاستخبارات (BRLR) والتي تشكل شبكة من الاستخبارات ووسيلة فعالة لتوعية البلدان الأعضاء، هذه المكاتب تنشر بصورة منتظمة تقارير حول التوجهات التي تسمح بمعرفة المخاطر الحالية للتقليد، وطرق الاتجار، إلى غير ذلك...

ومن جهة أخرى تسعى المنظمة لتطوير التكوين وأعدت عدد من البرامج التدريبية، بما في ذلك برنامج لإصلاح وتحديث الجمارك. وتم تركيب تكوين متخصص في تقييم المخاطر، في إطارها تتأقلم الإدارات على استخدام المعلومات باعتبارها أساسا للعمل. وبهذه الخطوة فإن برنامج تكوين المنظمة يمكن أن يساعد الإدارات العضوة على فهم أفضل لمواجهة مشكلة التقليد.

وتنص المادة الثامنة من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية² على ما يلي: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"، وبالرجوع للقانون المذكور نجد أن من بين التزامات التجار

1- هذا الموقع من جزأين: واحد في متناول الجمهور العام، وآخر مؤمن ومحدود، مخصص لأفراد الجمارك.

2- القانون 02/04 المؤرخ في: 23 جوان 2004 يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية

الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 41، المؤرخة في: 27 جوان 2004. وقد عدل هذا القانون بموجب القانون رقم: 06/10 المؤرخ في: 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 46، المؤرخة في: 18 أوت 2010.

الامتناع عن حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية¹. كما يمكن وفقا للقانون ذاته حجز البضائع التي تحمل علامات، ويكون هذا الحجز عينيا أو اعتباريا.

تنص المادة السابعة والعشرون من القانون ذاته على ما يلي: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يلي:

... 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. استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها..."، وقد اعتبرت المادة 38 من ذات القانون هذه الأفعال مخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية يعاقب عليها القانون.

كما نصت المادة 39 على عقوبات أخرى تتمثل في حجز البضائع موضوع المخالفات المذكورة². ويمكن في حالة تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به وفقا للمادة 27 المذكورة أعلاه أن يقوم الوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، بواسطة قرار باتخاذ إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها ستون (60) يوما. ويكون هذا القرار قابلا للطعن أمام القضاء، وفي حالة إلغائه يمكن للعون الاقتصادي المتضرر المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه أمام الجهة القضائية المختصة³.

وقد اعتبرت المادة 47 من القانون قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بالنشاط نفسه عودا،

1- أنظر المادة 25 من القانون 02/04.

2- وهو ما سنتناوله في العنصر المتعلق بالعقوبات (الباب الثاني) بالتفصيل.

3- أنظر المادة 46 من القانون 06/10.

وفي هذه الحالة تضاعف العقوبات المذكورة أعلاه في حالة العود، ويمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة الثانية من قانون الممارسات التجارية بصفة مؤقتة وهذا لمدة لا تزيد عن عشر (10) سنوات، وتضاف إلى هذه العقوبات عقوبة الحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى خمس (5) سنوات¹.

أما فيما يخص الأعوان المخولون للقيام بهذا الحجز فقد نصت المادة 49 من القانون 02/04 على ما يلي: "في إطار تطبيق هذا القانون، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم: ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية،

المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة. الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض. يجب أن يؤدي الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية اليمين وأن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها. يجب على الموظفين المذكورين أعلاه، خلال القيام بمهامهم، وتطبيقا لأحكام هذا القانون، أن يبينوا وظيفتهم وأن يقدموا تفويضهم بالعمل....".

يمكن للموظفين المذكورين أعلاه، القيام بحجز البضائع ولهم من أجل ذلك حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين، أو إلى أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية، كما لهم ممارسة أعمالهم خلال نقل البضائع، ولهم عند القيام بمهامهم فتح أي طرد أو متاع

1- وتجدر الإشارة إلى أن المشرع شدد العقوبة مقارنة بالقانون 02/04 الذي كان يسمح بمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري، زيادة على إمكانية عقوبة الحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى سنة واحدة، حسب المادة 47، وحسب المادة 48 من القانون 02/04 ذاته يمكن للوالي المختص إقليميا، وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها.

بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل. وإلتزام مهامهم خوّل لهم القانون طلب تدخّل وكيل الجمهورية المختص إقليميا ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية".

ولتمكين الموظفين المذكورين أعلاه من القيام بمهامهم خوّلهم القانون فحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وأية وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها، ويحرّر محضر حجز أو محضر إعادة المستندات المحجوزة وتسلم نسخة من تلك المحاضر إلى مرتكب المخالفة¹.

وتنص المادة 65 من القانون 02/04 على ما يلي: "دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن لجمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون. كما يمكنهم التأسس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم"².

1- المادة 49 من القانون 02/04.

2- وقد صدرت عدت قرارات قضائية حول جرائم التقليد من بينها القرار الصادر عن مجلس قضاء الجزائر بتاريخ: 1999/03/17 في القضية القائمة بين شركة عطور LANCOM وبين جديدي حيث قضى المجلس بأن المتهم الذي سمى عطره بـ TRESOR قد ارتكب جنحة التقليد عندما اصطنع علامة trésor de l'ancom وحكم عليه بالتعويض وبإلغاء العلامة المقلدة Trésor. وفي قرار آخر صادر عن مجلس قضاء الجزائر في: 1989/01/30 قضى بأن تسمية BANITA تشكل تقليدا للعطر HABANITA. وجاء في حيثيات القرار أنه يستخلص من مجرد المقارنة بين بطاقات المتهم وبطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان ومن حيث السمع، وإن الاجتهاد القضائي يعتبر جنحة التقليد قائمة عندما يتم تقديم منتج في تغليف يحمل أوجه تشابه وتطابق كبيرة مع تغليف المنتج محل المنافسة حتى ولو كان يحمل اسما مغايرا، ولكن يوحي باسم العلامة التي تمت محاكاتها. وبذلك نكون أمام جريمة التقليد كلما تم اصطناع العناصر الأساسية ومميزات العلامة. أنظر: بيوت (نذير)، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، العدد الأول، 2000، ص 62، أنظر: بعض القرارات في الأنظمة المقارنة. الحمادي (حسن أحمد)، تزوير العلامات التجارية وتقليدها، في قضاء

ولا يمكن ونحن بصدد دراسة مختلف الهيئات التي يمكن أن تقوم بإجراء الحجز على السلع محل الاعتداء على حقوق العلامة التجارية أن نهمل دور المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش¹.

وحسب المادة:1 منه فإن هذه المفتشية تدير من قبل مفتش مركزي يساعده 05 مفتشين يعينون بمرسوم تنفيذي، وتتولى المفتشية مهام مراقبة احترام المصالح الخارجية المكلفة بالمنافسة والأسعار والجودة والتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش وقواعد الرقابة. وكذا توجيه أعمال الرقابة والتحقيقات الاقتصادية في المصالح الخارجية وتقييمها. وتفتيش المخابر العلمية والتقنية التي تراقب الجودة وأمن المنتجات. كما يمكن أن تقوم بتحقيق خاص في ميدان رقابة الممارسات التجارية وذلك بوسائلها الخاصة أو بمساعدة إدارة المنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش.

كما لا يمكن أيضا إهمال دور المفتشيات الجهوية على مستوى كل ولاية²، فقد حددت المادة 07 من المرسوم الذي ينظم مهام هذه المفتشية³ وأهمها تنسيق لأعمال المديرات الولائية لاسيما في مجال الرقابة، ومراقبة مخالفة التشريع في مجال المنافسة والأسعار والنوعية ومراقبتها، والقيام بالتحقيقات الاقتصادية في مجال الجودة وقمع الغش.

النقض الإماراتي، المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي:

http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-29_dec2010_48706. (12/11/2016).

1- التي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 210/94 المؤرخ في: 16/07/1994 الذي يتضمن مفتشية مركزية للتحقيقات

الاقتصادية وقمع الغش على مستوى وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 48، المؤرخة في: 1994/07/20.

2- أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 91/91 المؤرخ في: 06/04/1991 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 16، الصادرة بتاريخ: 1991/04/10.

3- أنظر: كالم (حبيبية)، حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2013/2014، ص 84.

الفرع الثاني

إثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية بالخبرة والمعائينات

لقد أسلفنا الذكر أن إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية يعتمد على وسائل الإثبات الجنائي العامة، كما يمكن إثباتها بوسائل الإثبات الخاصة. وعرضنا في الفرع الأول إمكانية إثباتها بمحاضر الحجز، كذلك فإنه إذا ثارت أثناء قيام الدعوى الجنائية مسألة فنية يتوقف عليها الفصل في الدعوى. ولم يستطع القاضي البت فيها برأي، فإن له اللجوء إلى رأي يبنى على أصول فنية وعلمية من أهل العلم والفن. وهو ما سنتناوله (فقرة أولى) الخبرة. كما له أيضا في سبيل إثبات حالة الأشخاص والأشياء والأمكنة ذات الصلة بالجريمة أن يعاينها ويفحصها فحصا مباشرا (فقرة ثانية) المعاينة.

الفقرة الأولى

الخبرة كوسيلة لإثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية

يحتاج القاضي في الكثير من الأحيان لرأي تقني من طرف خبير¹ ذو تجربة لإعطائه توضيحات أو لتقييم الأضرار، فالحقوق الإجرائية للمتهم خلال مرحلة المحاكمة تقتضي أن يكون القاضي قادرا على تقييم الادعاءات بصفة سليمة، أي أن يكون قادرا على إصدار قرار عقلائي². والخبرة باعتبارها استشارة فنية فإن القاضي يستعين بها لتكوين عقيدته في المسائل التي يحتاج في تقديرها إلى معرفة خاصة لا تتوفر لديه.

1- أنظر قرار محكمة التمييز بدبي بجلسة: 30 مايو 1999 في الطعن رقم: 69 لسنة 1999 حقوق، جلسة: 1999/5/30، الحمادي (حسن أحمد)، المرجع السابق.

2- أنظر:

PATENAUDE (G), **Le juge, l'expertise (FORENSIQUE) et le droit a une défense pleine et entière**,
Avancées et confins actuels des droits de l'homme aux niveaux international, Européen et

تحضى الخبرة بأهمية كبيرة في إثبات الاعتداء على العلامة التجارية، خاصة مع التطور العلمي والتكنولوجي وتطور وسائل الإجرام التي تستعمل في هذا النوع من الجرائم وتتوَعها، والتي تستوجب مهارات خاصة من شأنها كشف القدرات غير العادية الساعية للتخفي¹.

وقد كرس المشرع الجزائري حق الاستعانة بالخبير للجهة القضائية بموجب المادة 219 من ق.إ.ج، التي تشير إلى المواد من: 143 إلى 156 ق.إ.ج، وإذا طلب الدفاع تعيين خبير فلم تُجبهِ المحكمة، وجب عليها أن تُسبب حكمها حتى لا يكون مشوبا بعيب القصور والإخلال بحق الدفاع. كما لا يجوز لقضاة الحكم الأخذ بتقرير الخبرة إلا بعد عرضه في الجلسة وإتاحة الفرصة للخصوم لمناقشته².

يقتضي اللجوء للخبرة التفكير حول التسيير المتوازن لمدة المحاكمة، ففي الواقع مدة الخبرة أحيانا تكون طويلة، على الرغم من أن لكل منهُم الحق في محاكمة علنية عادلة، وفي آجال معقولة من طرف محكمة مستقلة ونزيهة³.

كما أن التسرع من جهته يضرّ بنوعية الخبرة المنجزة وطبيعة الحكم الصادر بالتبعية⁴. ويمكن إلحاق الخبرة بالشهادة ذلك أن الخبير والشاهد كلاهما تستعين بهما السلطة

national (mélange offerts a Silvio Marcus Helmons), édition BRUYLANT, Bruxelles, 2002, p. 289.

1- أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 464.

2- ويجدر بنا التساؤل حول ما إذا كان للقضاة المعرفة الكافية بالمبادئ الأساسية للعلوم المعنية من أجل القدرة على تحليل قيمة الخبرة المقدمة؟ خاصة إذا كان مصدر الخبرة هو مخبر الشرطة العلمية. أنظر تفصيل ذلك:

PATENAUDE (G), Op, Cit., p-p. 289- 295.

3- أنظر:

MAGENDIE (J.C), **Célérité et qualité de la justice, la gestion du temps dans le procès**, In: rapport au garde des sceaux, ministre de la justice, 15 juin 2004, p. 48, 49.

4- أنظر:

القضائية، ليقرّرا أمامها بما أدركاه من أمور تؤدّي إلى اكتشاف الحقيقة، وهذا ما جعل الدكتورة إيمان محمد علي الجابري تعتبر أنّ الشّهادة وسيلة إثبات تهدف إلى جمع الأدلّة اللازمة في الدعوى، أمّا الخبرة فهي وسيلة يقصد منها مساعدة القاضي من الوجهة الفنيّة في تقدير دليل قائم في الدعوى¹.

وبالرجوع إلى تشريعات العلامات التجارية المقارنة نجد أنها جاءت خالية من النص على قيمة الخبرة في جرائم العلامات التجارية. لذا لا بد على تلك التشريعات أن تأخذ بالخبرة كوسيلة للإثبات في هذا النوع من الجرائم نظرا لكونها تنصب على مسائل فنية بحتة لا تستطيع المحكمة أحيانا تقديرها بنفسها خاصة أن التزوير في العلامات مثلا هو النقل المتطابق للعلامة الأصلية، أو هو تحريف مفتعل في الوقائع والبيانات التي يراد إثباتها².

والتقليد بدوره هو نقل الأجزاء الرئيسية للعلامة الأصلية، مما يتطلّب الأخذ بالخبرة كأداة ضرورية للوقوف على حقيقة الاعتداءات على حقوق العلامة التجارية.

الفقرة الثانية

إثبات الاعتداء على العلامة التجارية بالمعاينة

من بين وسائل الإثبات في المسائل الجزائية والتي لا تقلّ أهميّة عن تلك المذكورة أعلاه نجد، الإثبات بالمعاينة، والمعاينة هي الرؤية بالعين لمكان أو شخص أو شيء لإثبات حالته وضبط كلّ ما يلزم لكشف الحقيقة وجمع الأدلّة المختلفة عن الجريمة، كرفع

Ibid, p 50.

1- أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 493.

2- أنظر: معلم (عز الدين)، المرجع السابق، ص 37.

البصمات، وتقصي الأثر وكلّ ما يفيد في كشف الحقيقة. كما تتيح المعاينة للقاضي فرصة مشاهدة مسرح الجريمة بنفسه¹.

وقد نصّ المشرّع الجزائري على المعاينة في المادة 235 من ق.إ.ج، وبحسب هذه المادة، إذا قرّرت المحكمة الانتقال للمعاينة وجب عليها الانتقال بكامل هيئاتها، واستدعاء الأطراف ومحاميه لحضورها، ويحرّر محضر بتلك الإجراءات، لذلك فإنّ الحكم الذي يعتمد على نتائج المعاينة التي لم يحضرها المتّهم أو من طلبها من الأطراف، تكون قابلة للبطلان متى تمسك بها من طالب بإجرائها ولم تردّ عليه المحكمة بحكم أو قرار مسبّب بالرفض، لأنّ ذلك يعدّ مساساً بحقّ الدفاع.

وإذا قامت المحكمة بالمعاينة، وجب عليها عرض ما توصلت إليه من نتائج من خلال محضر المعاينة في الجلسة، وتمكين الخصوم بما فيها النيابة من مناقشة ذلك بصفة شفوية وعلنية، حتى يتمكنّ المتّهم من الردّ عليها مباشرة تكريسا لحقّ الدفاع²، وبذلك تخضع المعاينة والتّجارب القضائية لتقدير المحكمة سواء أكانت هي التي أجرتها أم كانت ثابتة بالتحقيقات الأولية، إلّا أنّه لا يجوز لها الاعتماد في حكمها على المعاينة التي وردت بالتحقيقات الأولية، إلّا إذا كانت قد طرحت نتائجها للمناقشة بالجلسة.

ويمكن القول أنّ اعتبار المعاينة والتجارب القضائية دليلا من أدلّة الإثبات، إنّما هو من باب التّجاوز، فالمقصود من المعاينة هو مشاهدة أثر من آثار الجريمة بقصد الوصول إلى الحقيقة، وفي حالة العثور عليه يعدّ قرينة³.

وفي ختام هذا الفرع فإنه لا بد من الإشارة إلى أن الاعتداء على العلامة التجارية قد يأخذ ترجمة أو نقل حرفي للعلامة شائعة الشهرة، وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة، أو

1- أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 470.

2- أنظر: عمارة عبد الحميد، المرجع السابق، ص 470.

3- أنظر: الجابري (إيمان محمد علي)، المرجع السابق، ص 491.

مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها بما يؤدي لإحداث لبس مع العلامة المشهورة، أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضررا بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة، ويوحي بصلة بينهم وبين هذه البضائع، مما يبرز أهمية الترجمة كأداة للوقوف على هذا الاعتداء.

ويعدّ حضور المترجم جلسة المحاكمة حقًا للخصوم، وهو أمر متروك لسلطة رئيس المحكمة حسب نص المادة 2/298 من ق.إ.ج، حيث يتحقّق الرئيس في بداية الجلسة من حضور المترجم عندما يكون وجوده لازماً، للرجوع إليه عند الاقتضاء.

والتطبيق العملي للفقّه الفرنسي اعتبر أن تقليد عنصر على انفراد لعلامة مركبة لا يشكّل تقليداً، أما ترجمة العلامة إلى لغة أجنبية ليس في الأصل تقليداً إذا كان هذا المصطلح غير معروف في الدولة. ولا يحدث خلط للعلامة، حيث أن العلامة "Abielle" مسجلة بـ 11 لغة أجنبية¹، غير أن الالتباس يتحقّق عندما تكون الترجمة واضحة لدى الجمهور. لذلك اعتبرت كتشبيه مثلاً علامة (eauécarte) التي تعتبر ترجمة للعلامة (scarletwater). كما ينبغي التأكيد على دقة المفهوم الصحيح للترجمة وبناءً على ذلك فإنه لم يقرّر في فرنسا أن علامة (flash) تعتبر ترجمة ومن ثم تقليد للعلامة (eclair) حيث أن لهذه الكلمة مدلول ومعنى واضح لدى الجمهور الفرنسي العادي محدود بالضوء الشديد والسريع المستعمل من طرف المصورين².

1- أنظر :

WOLTERS (K), *lamy droit commercial (marques, brevets, dessins et modèles)*, collection lamy droit affaires, France, 2011, p. 377.

2- أنظر في ذلك :

-HAROUN (A), Op. Cit., p. 164.

-PEROT-MOREL (M.A), Op. Cit., p. 278.

الفصل الثالث

الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية

طبقاً للقواعد العامة للتجريم والعقاب، لا يكفي قيام الركن المادي للجريمة منفرداً حتى يسند الفعل إلى الجاني، فالمسؤولية الجزائية تستلزم ضرورة توافر الركن المعنوي الذي يدل على وجود رابطة نفسية ومعنوية بين الفعل المادي وإرادة الجاني، وباعتبار جريمة التقليد اعتداءً على حقوق صاحب العلامة الأدبية والمالية فإنها لا تخرج عن الأحكام العامة للركن المعنوي في النظرية العامة للتجريم، والتي تقوم على اتجاه إرادة الفاعل إلى النشاط الإجرامي وإلى تحقيق النتيجة المترتبة عليه مع علمه بها، أي يجب توافر القصد الإجرامي لديه¹.

يذهب البعض في تفسير معنى القصد الجزائي المطلوب توافره بالقول بأنه لا يكفي القصد الجزائي العام بل لابد من توفر سوء النية لدى الفاعل أي القصد الجزائي الخاص. إلا أن هذا الاشتراط محل نقد، إذ أن المشرع لم يصرح به، ولا يستنتج من ذلك ضرورة توافر قصد خاص إلى جانب القصد العام وهو الرأي الذي سار عليه أغلب الفقهاء، فيكفي أن يعلم الجاني أن نشاطه الإجرامي يرد على مصنف ينسب لشخص آخر وأن ما يقوم بنشره أو إذاعته أو اقتباس منه قد قام به دون وجه حق وأن تتجه إرادته إلى القيام بهذه الأعمال حتى يتوافر القصد الجنائي.

وبالرجوع للمادة 26 من الأمر 06/03 نجد بأنها لا تنص على النية مما يخلق التباساً حول الموضوع. غير أن تسجيل العلامة التجارية لدى الجهة المختصة يفترض علم الجميع بها وليس للجاني أن يتذرع بجهله مما يجعل الركن المعنوي مفترض².

1- أنظر: أبو العز (حنان طلعت)، الحماية الجنائية لحقوق المؤلف دراسة مقارنة، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص 108، 109.

2- أنظر: قرموش (عبد اللطيف)، المرجع السابق، ص 65.

وحسن النية لا يفترض في جريمة التقليد، بل عبء إثباته يقع على المتهم، إذ يفترض سوء النية أو الإهمال الشديد في المقلد لمجرد أنه ارتكب الفعل المادي للتقليد والذي يعتبر دليلاً كافياً على نية الغش والتدليس لديه¹.

فالتقليد لا يخرج عن كونه جريمة ككل الجرائم تتطلب توافر العنصر المعنوي وهو سوء النية أو الخطأ فالقصد الجنائي يتحقق مثلاً إذا نشر المقلد المصنف معتقداً أن هذا المصنف قد آل إلى الملك العام بانقضاء مدة حمايته، في حين أن مدة الحماية لا زالت سارية، ذلك أن عدم تحقق المقلد من هذا الأمر يعتبر إهمالاً جسيماً يوجب المسؤولية الجزائية، في حين لا يتحقق القصد الجنائي في حالة الاقتباس من كتب التاريخ.

وقد أشار قانون العقوبات الجزائري في كثير من مواده إلى القصد الجنائي باشتراطه ضرورة توافر العمد في ارتكاب الجريمة دون أن يشير إلى تعريفه كغيره من قوانين العقوبات على وجه العموم، غير أن الفقه يتفق عموماً بأن القصد الجنائي هو العلم بعناصر الجريمة وإرادة ارتكابها²، فهو يتحقق بتوفر عنصرين الأول هو ضرورة أن يكون الفاعل على علم بأركانها (مبحث أول). والثاني فهو وجوب أن تتوجه الإرادة إلى ارتكاب الجريمة (مبحث ثاني)

المبحث الأول

العلم

يقضي العلم أن يكون الجاني محيطاً بكل واقعة ذات كيان مادي أو تكييف قانوني، وبأن فعله صالح لإحداث الاعتداء على العلامة محل الحق، فضلاً عن توقعه بأن من شأن

1- وعدم اشتراط سوء النية بالنسبة لتقليد العلامات يعود إلى كون هذه الأخيرة لا يمكن اكتسابها إلا بعد تسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية. أنظر: معلم (عز الدين)، المرجع السابق، ص 34.

2- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 231.

تلك الأفعال تحقيق النتيجة. فهو تحديد للوقائع والأمر التي يتعين أن يحيط بها الجاني كي يتوفر القصد الجنائي.

ومن الصعوبات التي تواجه قاضي الموضوع في التحقيق في توافر القصد الجنائي في حالات الاعتداء على العلامة التجارية، أن هناك فرق بين جريمة تقليد العلامة التجارية وجريمة تزوير العلامة التجارية. إذ يقصد بالتزوير النقل الحرفي لها بحيث يتم التطابق التام بين العلامتين، ولا توجد صعوبة في اكتشافها لوجود التطابق التام.

والتزوير يعني الاستنساخ أي الاقتباس بشكل تام بنية التضليل والاحتيال، حتى أن البعض اعتبر التزوير صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يصعب على المستهلك المتوسط الحرص والانتباه التمييز بينهما، وتقوم جريمة التزوير إذا أضاف المزور إلى علامة الغير اسمه الشخصي أو أية علامة أخرى، ولا يهم أن يكون تزوير العلامة شاملاً لكل العلامة كما لا يهم أن يكون نقلاً طبق الأصل¹.

أما جريمة تقليد العلامة التجارية فهي استخدام علامة قريبة الشبه بالعلامة الأصلية بما يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين، وتكمن الصعوبة في تقدير توافر التقليد من عدمه وفقاً لمعيار الرجل العادي متوسط الحرص². وإذا اقتصر النقل المكوّن للجريمة على مجرد نقل

1- أنظر: عبد الصادق (محمد مصطفى)، المرجع السابق، ص 298، 299.

2- جاء في حكم محكمة تمييز دبي بأن تقليد العلامة التجارية هو اصطلاحاً لعلامة مشابهة في مجموعها للعلامة الأصلية، مشابهة من شأنها تضليل جمهور المستهلكين المخاطبين بالعلامتين لوقوع اللبس بينهما)، الطعن رقم: 2000/374 بتاريخ: 2001/2/4. أنظر: المعيني (عبد الرحمن حسن)، تزوير العلامات التجارية وتقليدها في قضاء النقض الإماراتي، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، المقام في 29 ديسمبر 2010، بأبو ظبي. متاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-2010-dec-29-48706>. (12/11/2016).

العناصر الأساسية أو نقل بعضها نقلا حرفيا مع إضافة شيء فإنه لا يعد تزويرا وإنما تقليدا لها¹.

ولإحاطة موضوع العلم كعنصر من عناصر الركن المعنوي لجريمة الاعتداء على العلامة التجارية، لابد من دراسة موضوع الحق المعتدى عليه، وخطورة الفعل المرتكب على مصلحة صاحب العلامة المحمية قانونا (مطلب أول)، ثم دراسة ضرورة العلم بمكان وزمان ارتكاب الفعل وتوقع نتيجة الفعل المسيء بمصالح صاحب العلامة (مطلب ثاني)

المطلب الأول

الحق المعتدى عليه وخطورة الفعل المرتكب على مصلحة صاحب العلامة المحمية قانونا

العلم هو حالة ذهنية أو قدر من الوعي يسبق تحقق الإرادة ويعمل على إدراك الأمور على نحو صحيح مطابق للواقع. والعلم بهذا المعنى يرسم للإرادة اتجاهها، ويحدد حدودها في تحقيق الواقعة الإجرامية، ولذلك يجب توافر العلم بعناصر الواقعة الإجرامية، وسنعكف في هذا المطلب على بيان طبيعة الحق المعتدى عليه (فرع أول)، ثم ندرس خطورة الفعل المرتكب على مصلحة صاحب العلامة المحمية قانونا (فرع ثاني)

الفرع الأول

الحق المعتدى عليه

حتى يقوم القصد الجنائي وجب أن يكون الجاني على علم بموضوع الحق الذي يعتدي عليه، فإذا كان الجاني يجهل هذه الحقائق انتفى القصد الجنائي، وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد أشار في القانون 06/03 إلى تقليد العلامة للدلالة على كل

1- أنظر: عبد الصادق (محمد مصطفى)، المرجع السابق، ص.298.

الاعتداءات الواقعة على العلامة التجارية رغم أن الفقه قد قسم صور الاعتداء إلى طائفتين¹ وسنتاولها من خلال فقرتين. الطائفة الأولى (فقرة أولى)، الطائفة الثانية (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

الطائفة الأولى

وتخص فعل التقليد بحد ذاته أو ما يقوم مقامه، ويهدف إلى تضليل الجمهور في تمييز المنتج أو السلعة أو الخدمة نفسها. وفي هذه الطائفة ينبغي النظر في أوجه التشابه والتماثل لا أوجه الاختلاف، دون لزوم التطابق الذي من شأنه التضليل وإحداث اللبس والخلط ودون وجوب وقوع التضليل أو الخلط بل يكفي إمكانية الوقوع في ذلك. كما ينبغي النظر إلى التماثل والتشابه الإجمالي الكلي لا الجزئي (الشكل العام أو الصورة العامة التي تنطبع في ذهن لمجموع العلامة).

وللوقوف على التقليد هنا يحظر وضع العلامة الأصلية والمقلدة جنباً إلى جنب عند الفحص مع وجوب استعراض العلامتين تباعاً وعلى انفراد للتحقق من المظهر العام والانطباع في ذهن².

وللمتهم أن يدفع في اتجاه إثبات حسن نيته كي ينفي على نفسه المسؤولية الجزائية مع إمكانية مساءلته مدنياً لجبر الأضرار التي لحقت بصاحب العلامة، ومعيار تقدير التماثل والتشابه بين العلامتين هو تقدير الرجل العادي المتوسط في الحرص والانتباه لا اليقظ أو الحريص أو الحاذق.

والعلم في هذه الطائفة يختلف باختلاف صور التقليد، فإذا كنا بصدد التقليد في صورة النسخ أو إعادة الاصطناع للعلامة التجارية فلا يشترط في ذلك عنصر سوء النية لدى

1- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 96.

2- أنظر: حمادي (زويبير)، المرجع السابق، ص 191.

الفاعل، فمجرد إعادة اصطناع العلامة كليا أو جزئيا تتوفر هذه الجريمة، بصرف النظر عن علم الجاني بكون الفعل مجرماً قانوناً أم لا.

أما إذا تعلّق الأمر بالشكل الغالب من جرائم التقليد، وهي تلك التي تكون في صورة تشبيه أو محاكاة للعلامة الأصلية. فالعلم في هذه الحالة يتمثل في نية إحداث لبس وخطأ بين العلامتين في ذهن المستهلك العادي باستعمال طرق تدليسية، فالعبرة في معرفة ما إذا كانت العلامة قد تمت محاكاتها وتقليدها أم لا؟ بالمستهلك أو الزبون العادي¹.

ويرى البعض أن المشرع تعمد إسقاط شرط سوء النية في جريمة التزوير لأن حسن النية غير متصور فيها إذ متى كانت العلامة مسجلة فهي قرينة على العلم بها، والبعض الآخر يرى أن الجريمة تقع ولو لم يكن لدى المتهم سوء نية مستندون إلى أن المتهم يجب أن يكون عالماً بكل العلامات المستعملة في صنف تجارته عن طريق سجل العلامات ولأن طالب التسجيل من حقه أن يطلع على فهارس العلامات المسجلة والمقدمة للتسجيل².

وفي الجزائر يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بنشر كل العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة لذلك، وبالتالي لا عذر بجهل القانون، إذ تعد هذه النشرة بمثابة إعلام للجمهور يحول دون التدرع بالجهالة من قبل المعني³.

غير أنه إذا كان التسجيل وفق هذا الرأي قرينة على سوء النية في تزوير العلامة أو تقليدها، فإنه يجوز للفاعل إثبات حسن النية وذلك بإثباته عدم علمه بسبق تسجيل العلامة

1- أنظر:

- CHAVANNE (A) et BURST (j.j), Op. Cit, p. 381.

- VOGEL (L), **Encyclopédie Juridique, droit commercial**, tome 4, Dalloz, Paris, 2002, p 74.

2- أنظر: عبد الصادق (محمد مصطفى)، المرجع السابق، ص 303.

3- أنظر: حمادي (زبير)، المرجع السابق، ص 120.

المشابهة¹. في حين من الضروري وتطبيقا لمقتضيات قرينة براءة الذمة وحسن النية، أن نقول بأن القصد الجنائي في مثل هذه الجرائم مطلوب إذ لا بد من توفّر سوء النية في الفاعل وضرورة علم المزور بجريمة التزوير، لأنه قد يقوم شخص بنقل حرفي لعلامة دون أن يعلم أن نفس المنتج موضوع عليه العلامة نفسها إذا لم تكن تلك العلامة مسجلة.

أما إذا كانت مسجلة فلا تشترط سوء النية مادام بإمكان التاجر الذي زور العلامة أن يطّلع على سجل العلامات، فإذا وجد أن هذه العلامة مسجلة ثم قام بتزويرها على منتجات متماثلة فإنه يعد مرتكبا لجريمة تزوير بصرف النظر عن توافر سوء النية².

أما إذا كان التقليد في صورة الاستبدال أو الوضع التداييسي فلا يكفي لقيام هذه الجريمة مجرد القيام بالأفعال الجرمية، بل لا بد أن تكون قد تمت بقصد الغش من قبل الفاعل، فهي جريمة مقصودة تستوجب سوء النية من طرف الفاعل، وعلى المدعي إثبات ذلك³.

ونية التدليس أو الغش هنا تكمن في إرادة الفاعل الاستفادة من مميزات العلامة لكسب الربح. وإثبات توافر سوء النية من عدمه يخضع لتقدير قاضي الموضوع، ويمكن استنتاجها من كافة الأدلة المتوفرة والظروف المحيطة بالجريمة⁴. كما تمتاع المتهم عن ذكر مصدر السلع محل التقليد أو ذكر مصدر صوري لها، وتخضع ظروف الحال هذه إلى ما تخضع له بقية القرائن خاصة فيما يتعلّق بجواز إثبات عكسها.

1- أنظر: عبد الصادق (محمد مصطفى)، المرجع السابق، ص 303.

2- أنظر: المرجع نفسه، ص 304.

3- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 96.

4- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 96.

الفقرة الثانية

الطائفة الثانية

هي طائفة تالية لفعل التقليد ويكون فيها العلم مختلفا باختلاف الأفعال المشكلة لها، وهي جريمة استعمال علامة مزورة أو مُقلدة وفيها يلزم توفر العلم لدى المستعمل بأنه يستخدم علامة تجارية مُقلدة أو مُزورة¹. ويهدف من ذلك تضليل جمهور المستهلكين، ويختلف الأمر هنا بين ما إذا كنا بصدد استعمال العلامة المقلدة إذ قد يكون التقليد في صورة النسخ أو النقل الحرفي للعلامة أو الأجزاء الرئيسية لها.

وهنا لا يشترط توفر العلم والإرادة المشكلان للقصد الجنائي، والقاضي هنا يكتفي بالعنصر المادي وهو قيام حالة استعمال العلامة المقلدة بالطريقتين المذكورتين. أو يكون في صورة المحاكاة التديسية، إذ في هذه الحالة يشترط توفر القصد الجنائي أي لا بد أن يكون الجاني عالما بوجود الغش وتكون له نية الاحتيال قصد تضليل المتعاملين حول مصدر الإنتاج وبناء على ذلك لا تقوم الجريمة إذا انتفى سوء النية.

كما تشمل هذه الفئة أيضا جريمة بيع المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد بيعها وجريمة استعمال علامة غير قابلة للتسجيل. كما تشمل جريمة إيهام الغير بتسجيل العلامة التجارية.

1- قضت محكمة التمييز بدبي بجلسة: 26 فبراير 2000 (بأنه من المقرر، أن عدم تحدث الحكم صراحة وعلى استقلال عن علم الطاعن بتقليد العلامة التجارية لا يعيبه، ما دامت الوقائع كما أثبتتها الحكم تقيد توافر هذا العلم). (الطعن رقم: 227 لسنة 1999 و 1 و 2 لسنة 2000 جزائي، جلسة: 2000/2/26). أنظر: الحمادي (حسن أحمد)، المرجع السابق.

وفي هاتين الصورتين يشترط توفر عنصر العلم، ويمكن فيهما استنتاج سوء النية من خلال ظروف الحال، وهي خاضعة لتقدير قاضي الموضوع كأن يستند لقرينة بيع تلك المنتجات بثمن منخفض مقارنة بالثمن الحقيقي للعلامة الأصلية مثلاً¹.

الفرع الثاني

خطورة الفعل المرتكب على مصلحة صاحب العلامة المحمية قانوناً

الخطر حدث محتمل من الممكن أن يسبب ضرراً أو خسارة، أو أن يؤثر على القدرة على تحقيق الأهداف. ويقاس الخطر بواسطة احتمال حدوث التهديد، وقابلية سقوط الأصول أمام هذا التهديد، والتأثير المحتمل إذا حدث هذا التهديد.

والقاعدة التجريبية عبارة عن واقعة قانونية منشئة لعلاقة قانونية تمثل الدولة أحد أطرافها ويمثل الفرد طرفها الثاني. تؤهل كل منهما لأن تنشأ له حقوقاً والتزامات متبادلة، فالقاعدة تنشأ مباشرة على عاتق الفرد التزاماً أصلياً غالباً ما يكون موضوعه الامتناع عن سلوك أو الامتناع عن تحقيق الواقعة المعينة التي حددتها تلك القاعدة في صورة الالتزام العام. وهذا الالتزام من حيث عموميته يشبه ذلك الالتزام السلبي العام المعروف في القانون المدني الذي يكفل لصاحب الحق عدم تعرض أحد له في المنفعة بذلك الحق. ويستمد هذا الالتزام مصدره من النص الجنائي في الشيء الذي يحدد ما هو محظور.

يقابل هذا الالتزام أن ينشأ للدولة حق في أن يفى الملتزم اختياراً بالتزامه هذا بأن يبقى ممتنعاً عن السلوك المحظور وعن تحقيق الواقعة المدنية في الشطر الحكمي للقاعدة التجريبية، وحققها هذا يقابله هذا الالتزام بأن لا تطالب الفرد إلا بالامتناع عن ارتكاب نفس السلوك المحظور وعن تحقيق ذات الواقعة المحددة في تلك القاعدة. وما ينشأ للفرد مقابل

1- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 97.

ذلك حقه الشخصي في أن يفارق كل أنواع السلوك الأخرى وأن تحقق كافة الوقائع التي تخرج عن الحدود التي رسمتها القاعدة للواقعة القانونية المجرمة.

هذه الحقوق والالتزامات الأصلية المتبادلة بين الدولة والفرد التي أنشأتها القاعدة القانونية سرعان ما تتحول إلى جانبها الآخر، أي جانب الالتزام الجزائي أو المسؤولية الجنائية إذا أخل أحد الأطراف بالتزامه فيها. فإذا كان الفرد هو الذي ارتكب السلوك المحظور أو حقق الواقعة المجرمة، تولد التزامه بتحمل العقوبة. أي أنشأت المسؤولية الجنائية للدول حقها الشخصي في مطالبة الجاني قضائياً بأن يتحمل تلك العقوبة التي حددها المشرع قدراً ونوعاً في الشق الجزائي من قاعدته التجريبية، ومن ثم يصبح الجاني ملتزماً بالاستسلام لتنفيذ هذه العقوبة.

وهو ما سيتضح من خلال ما سنتناوله في (فقرة أولى) من هذا الفرع وهو وجوب علم الجاني بخطورة فعله أساس قيام المسؤولية. وفي (فقرة ثانية) نتناول الوقائع التي لا يؤثر الجهل بها على القصد الجنائي.

الفقرة الأولى

علم الجاني بخطورة فعله أساس قيام المسؤولية

إذا اعتقد الجاني أن فعله لا يُكوّن خطراً على المصلحة المحمية قانوناً ثم قام بفعله على هذا الأساس فإن فعله الضار لا يعد جريمة عمدية إذ ينتفي القصد لديه، لذا فإن القانون يشترط لتحديد مسؤولية المجرم معرفة حقيقة الخطر الذي يسببه ما يفعله. وإذا أنصب الجهل أو الغلط على أي ركن من أركان الجريمة فإنه ينتفي القصد الجنائي فلا يسأل الجاني على جرمته. أما عند الإخلال بواجبات الحيطة والحذر التي يفرضها القانون بسبب خطأ غير عمدي فالجاني هنا يقوم بنشاطه الإجرامي دون أن يقصد حدوث النتيجة فتقع هذه الأخيرة دون إرادته لها.

الفقرة الثانية

الوقائع التي لا يؤثر الجهل بها على القصد الجنائي

هناك وقائع ترتبط بالجريمة ولكنها لا تعتبر ركنا فيها، فالقانون لم يوجب العلم بها ولم يعتبر الجهل مؤثرا، ولذلك فإنها لا تؤثر على القصد الجنائي سواء علم به الجاني أو لم يعلم.

فكما هو معروف فإن العود يؤدي إلى تشديد العقوبة والجاني يرتكب جريمة وكان قد حكم عليه من قبل، لا يقبل دفعه بأنه نسي ارتكابه للجريمة السابقة بل يعاقب على أساس توفر القصد الجنائي ومع الإشارة إلى أن الظرف لا يغير من وصف الجريمة، فالعود في المخالفات لا يرفعها إلى جنح¹.

وأن يعتقد أيضا أنه دون السن القانوني لذلك أو كان يظن بحكم وظيفته أنه يتمتع بالحصانة والواقع غير ذلك ففي هذه الأحوال لا ينتفي عنه توفر القصد الجنائي ويحاسب على جرائمه على أساس العمد أو كان يعتقد أنه مصاب بمرض عقلي مانع من المسؤولية اعتمادا على ملف طبي ظهر أنه خاطئ. فالأصل أن من كان يجهل أن القانون قد منع هذا الفعل أو عاقب عليه فإن جهله لا يؤثر في توفر القصد الجنائي².

المطلب الثاني

ضرورة العلم بمكان وزمان ارتكاب الفعل وتوقع نتيجة الفعل المسيء لمصالح صاحب العلامة

تثبت المسؤولية الجنائية على الشخص المتمتع بالملكات العقلية التي تُمكنه من حرية الاختيار على إثبات السلوك الإجرامي من عدمه، فإذا غابت حرية الاختيار لهذه القدرة على

1- المادة 465 / 2 من قانون العقوبات الجزائري.

2- أنظر: رحمانى (منصور)، المرجع السابق، ص 110.

التمييز فلا مناط من مساءلة هذا الشخص. إضافة إلى كونه أهلاً لتوقيع الجزاء عليه بمعنى أن تكون لديه الأهلية الجنائية. وكذلك تثبت المسؤولية الجنائية بإتيان الجاني لسلوكه الإجرامي وهو مدرك نتائج فعله وسلوكه هذا واعياً في ذلك بأنه سوف يعتدي على مصلحة يحميها المجتمع والقانون. وسنتناول هذا المطلب من خلال إدراج ضرورة العلم بمكان وزمان ارتكاب الفعل (فرع أول) وتوقع نتيجة الفعل المسيء لمصالح صاحب العلامة (فرع ثاني)

الفرع الأول

ضرورة العلم بمكان وزمان ارتكاب الفعل

لكي يقوم القصد قانوناً، يكفي أن تتجه إرادة الفاعل إلى السلوك فقط، أما النتيجة فيكفي العلم بأنها قد تترتب على السلوك. أي أنها تستبعد إرادة النتيجة من عناصر القصد فتكتفي بمجرد العلم. وسنتناول ضمن هذا الفرع، قاعدة العلم بمكان وقوع الفعل الجرمي (فقرة أولى) ثم قاعدة العلم بزمان وقوع الفعل الجرمي (فقرة ثانية)

الفقرة الأولى

قاعدة العلم بمكان وقوع الفعل الجرمي

الأصل أن القانون يجرم الفعل في أي مكان وقع، غير أنه اشترط في بعض الجرائم أن ترتكب في مكان محدد ومعين بذاته. واشترط المشرع بأن يرتكب السلوك في مكان معين حتى يصبح جريمة، تقديراً منه بأن السلوك المرتكب لا يشكل خطراً على الحق المعتدى عليه إلا إذا ارتكب في ذلك المكان بالتحديد.

الفقرة الثانية

قاعدة العلم بزمان وقوع الفعل الجرمي

يضاف إلى ضرورة العلم بمكان وقوع الفعل الجرمي، ضرورة العلم بزمان وقوعه أيضا. إذ أن المشرع ورغم تجريمه للفعل في أي زمان قد اشترط في بعض الجرائم أن ترتكب في زمن محدد فيتطلب العقاب عليها أن تقع في زمن معين. وذلك تقديرا منه أنها لا تشكل خطورة إلا في ذلك الزمن الذي حدده. وقد يتطلب المشرع في بعض الأفعال الجرمية أن يجتمع الشرطان معا وفي نفس الواقعة، أي اشتراط العلم بزمان ومكان وقوع الجريمة.

الفرع الثاني

توقع نتيجة الفعل المسيء لمصالح صاحب العلامة

لكي تثبت المسؤولية الجنائية للشخص يشترط المشرع توافر شروط عدة. فإلى جانب أهلية الشخص وإرادته الحرة يتطلب القانون أيضا ضرورة علم الجاني بمكان وزمان ارتكاب الفعل الجرمي، وكذلك توقعه لنتيجة الفعل المسيء بمصالح صاحب العلامة، إذ يستوجب القانون أن يعلم الجاني بمدى صلاحية سلوكه لإحداث الاعتداء على موضوع الحق وأن يتوقع النتيجة التي تنجم عن هذا الاعتداء. ويندرج ضمن هذا الفرع وجوب توافر القصد الجنائي في توقع النتيجة (فقرة أولى)، وصعوبة إثبات وقوع الاعتداء على العلامة التجارية (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

توافر القصد الجنائي في توقع النتيجة

يهدف من أتى فعلا إلى تحقيق نتيجة محددة فيه، وتوقع هذه النتيجة أمر مطلوب بتوافر القصد لديه وتكون جريمة عمدية إذا توافر القصد لديه. يعد الظرف المشدد الذي يُغَيَّر من وصف الجريمة بمثابة ركن لها، ولذا يجب إحاطة علم الجاني به. فالأساس الذي يقوم عليه الإثم هو اتجاه الإرادة المعبرة لارتكاب السلوك المجرم قانونا، مع إدراكها لإمكانية إيذاء صاحب العلامة نتيجة الفعل المسيء لمصالحه على نحو صحيح مطابق للواقع¹. والعلم بهذا المعنى يرسم للإرادة اتجاهها ويعين حدودها في تحقيق الواقعة الإجرامية. ولذلك يجب توافر العلم بعناصر الواقعة الإجرامية. وبالإضافة إلى ضرورة توافر القصد الجنائي العام بعنصره العلم والإرادة لابد من توافر القصد الجنائي الخاص أيضا والمتمثل في سوء النية، بمعنى أن يكون الغرض من استعمال العلامة أن يختلط الأمر على المستهلك حول مصدر المنتجات.

كما أن بيع المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة وعرضها للبيع والتداول أو حتى حيازتها بقصد البيع، تعد جريمة مستقلة بحد ذاتها سواء كان البائع أم العارض أم الحائز للمنتجات ذات الشخص الذي قام بتزوير العلامة أو تقليدها أو كان شخصا آخر، فالإرادة الآثمة قد توجه نحو ارتكاب السلوك المجرم وإحداث النتيجة وهي عنصر جوهري في القصد، وقد تتجه نحو إتيان السلوك دون إرادة النتيجة.

1- قضت محكمة التمييز بدبي بجلسة 12 يوليو 2003 (بأن القول بتوافر علم المتهم بالتقليد هو من سلطة محكمة الموضوع الذي تستخلصه من الوقائع والعناصر المعروضة عليها، ولا يعيب الحكم عدم تحدته صراحة وعلى استقلال عن علم المتهم بالتقليد ما دامت الوقائع كما أثبتتها الحكم تفيد هذا العلم). (الطعن رقم: 205 لسنة 2003 جزائي، جلسة: 2003 /07/12)، أنظر: الحمادي (حسن أحمد)، المرجع السابق.

ففي الحالة الأولى نكون أمام القصد الجنائي الذي تقوم عليه الجرائم العمدية، وفي الحالة الثانية نكون بصدد خطأ غير عمدي تقوم عليه الجرائم غير العمدية، إذن يتطلب الأمر في الجرائم التامة والعمدية توافر القصد الجنائي بصورة صريحة أو ضمنية.

الفقرة الثانية

صعوبة إثبات وقوع الاعتداء على العلامة التجارية

إن الإثبات في المواد الجنائية يَرِدُ على وقائع مادية ونفسية وليس على تصرفات قانونية، ويتَّسم إثبات وقوع الاعتداء على العلامة التجارية بصعوبة أكبر نظرا لما يلجأ إليه المجرمون من وسائل مختلفة للتهرب من قبضة القانون، الأمر الذي أدّى إلى العمل لتسهيله بإتاحة الفرصة لأيّ دليل يوصل إلى الحقيقة. فالقاضي إذاً هو الذي يقدر قيمة الدليل ويستطيع أن يستخلص منه إدانة المتَّهم أو براءته لاقتناعه الداخلي¹.

والتقدير الشّخصي للأدلة لا يسمح عملياً بأيّة رقابة لمحكمة النّقض بقيمة الأدلة في الإثبات، فقاضي الموضوع يمكنه أن يبرّر حكمه باقتناعه بعنصر يبدو من النّاحية الموضوعية ضعيفاً، فضلاً على أنّ هذا المبدأ، وإن قصد به مصلحة المتَّهم، إلاّ أنّه في الواقع يخلّ بحقوق الدّفاع، لأنّه يسمح للقاضي بأن يعتمد على اعتراف تمّ العدول عنه، كما أنّه يعيق حرية الدّفاع لأنّه يترك المتَّهم في حيرة من الانطباع الذي يمكن أن يحدثه هذا العنصر من عناصر الإثبات أو ذاك على نفسية القاضي، وبذلك يجعله في حالة يصعب عليه فيها تحديد السلوك الذي يجب أن يسلكه للدّفاع عن نفسه.

1- فوفقاً للمذهب الحرّ أو المطلق في الإثبات تُترك الحرية الكاملة للخصوم في أن يُقدّموا الأدلة التي يعتبرونها كافية لإقناع

القاضي، ويعترف للقاضي بحرية تكوين قناعته حول أيّ دليل يُقدّم إليه، حسبما يمليه عليه ضميره. أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 432، البحر (ممدوح خليل)، المرجع السابق، ص 331، 332.

وإن كان نظام الاقتناع القضائي يبدو مطلقاً، إلا أنّ تطبيقه يستوجب أن يحاط بعدة قيود تضمن عدم لجوء القاضي إلى التعسف والتحكّم في مصير الدّعى، ومن ذلك ضرورة أن يستمدّ القاضي اقتناعه من الأدلّة المعروضة للمناقشة أثناء المحاكمة الجزائية، تجسيدا لمبدأي المواجهة وشفوية إجراءات المحاكمة الجزائية طبقاً للمادة 2/212 من ق.إ.ج. فضلاً على وجوب أن يكون الدليل صحيحاً، لأنّ ما بُني على باطل فهو باطل. ومن ضوابط وحدود مبدأ اقتناع القاضي، التزامه بتسبيب الحكم من خلال تبيان المصادر التي استقى منها اقتناعه، وذلك لتمكين المحكمة العليا من رقابة مدى مشروعية مصادر الأدلّة¹.

وبالنظر إلى كون جرائم الاعتداء على العلامة التجارية تتطلّب في حالات معينة توفر سوء نية المتهم، فإن الأصل هو أن يقبل القاضي الدفع المستمد من حسن نية المتهم، بعد إثبات عدم توفّر قصد التعدي على حقوق العلامة، كأن يكون هناك اتفاق بين مالك العلامة الأصلية والمتهم بارتكاب تلك الجريمة. وقد يدفع المتهم بأن مالك العلامة لم يلحقه ضرر نظراً لانقضاء المنافسة بينه وبين صاحب العلامة الأصلية - والحال أن العلامة صنعت لتمييز منتجات متنافسة - كأن يكون تسويق العلامتين في أسواق مختلفة.

وقد استقر الرأي بأن أضراراً معنوية قد تصيب المتضرر (صاحب العلامة) بمجرد المساس بحقه في العلامة، لذا فإن للقاضي سلطة كبيرة في تقدير مدى توفر سوء النية لدى المتهم. وإن حدث الاعتداء على العلامة لحساب شخص آخر غير المتهم محل المتابعة². فإنه لا يجوز الحكم بمسؤولية هذا الرسام أو الصانع لأن هذا الأخير لا يستطيع في كل مرة أن يتحرى صاحب العلامة الأصلية، أو يكون على علم بكافة العلامات المسجلة، فله أن يثبت حسن النية بأنه لا يعلم بأن العلامة محل الرسم أو التزييف هي ملك للغير³.

1- أنظر: عمارة (عبد الحميد)، المرجع السابق، ص 434.

2- كما في حالة إعطاء أمر إلى الصانع أو الحفّار أو الخطاط أو الرسام لصنع العلامة المقلدة.

3- نظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 104.

وإثبات سوء نية القائم بالتقليد لا يتم النص عليه في أغلب الأحيان في حكم الإدانة، لكن يمكن أن نستشف ذلك في التسبب الذي يؤسس عليه القاضي حكمه، لأن الشبه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة لا يمكن أن يكون محض الصدفة. كأن يكون اسم العلامة في الأصل يمثل لقباً عائلياً فيقوم شخص آخر بتقليد ذات الاسم ووضعه على منتوجه الخاص¹.

المبحث الثاني

اتجاه الإرادة إلى ارتكاب الجريمة

القصد الجنائي العام هو اتجاه الإرادة الإجرامية لارتكاب الجريمة مع علم الجاني بعناصرها أي أن القصد يتم على العلم والإرادة فقط وهو يتوافر في جميع أنواع الجرائم. أما القصد الجنائي الخاص فهو اتجاه الإرادة لوقائع إضافية تدخل في تكوين الجريمة إضافة لعنصري الإرادة والعلم.

ويتطلب المشرع في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية بالإضافة إلى القصد العام (العلم والإرادة) قصداً خاصاً، فلا يتصور أن يكون الجاني حسن النية عند قيامه بزيادة أو إنقاص عنصر من عناصر العلامة التجارية الأصلية بنية إيقاع المستهلك العادي في اللبس والخلط بين العلامتين المقلدة والأصلية، فالقاضي لا يكتفي بالقصد العام بل يشترط أن يكون هناك قصد خاص هو نية الغش².

1- كما في حالة قيام شخص بتقليد علامة (Marini) المملوكة لشخص يحمل هذا اللقب العائلي فسوء النية هنا ظاهر تماماً. أنظر:

HAROUN (A), Op.Cit., p.196.

2- الغش حسب روبييه (Roubier) هو: "إرادة تحقيق ما يفرض له القانون عقوبة". أنظر في ذلك:

Paul ROUBIER, Op. Cit, p. 362.

وإذا كان الغش في مفهومه المدني هو إيهام الشخص بأمر مخالف للحقيقة قصد دفعه إلى التعاقد أو الإضرار بحقوقه، ويكفي لقيام الغش كتمان واقعة، فإنه من منظور القانون الجنائي هو إلباس أمر من الأمور مظهرا مخالف لحقيقة ما هو عليه، ويتم بنشاط إيجابي ملموس، ولا يكفي فيه مجرد الكتمان، والوسيلة التي يستعملها الجاني في الغش الجنائي موجّهة للشخص المتعاقد بصرف النظر عن طريقته ودرجة إتقانه¹.

وسنتناول في هذا المبحث نطاق الإرادة في مجال القصد الجنائي (مطلب أول) كما نتناول صور القصد الجنائي والوقائع التي لا يتأثر العلم بها في تحققه (مطلب ثاني).

المطلب الأول

نطاق الإرادة في مجال القصد الجنائي

المقصود بالإرادة هي قوة نفسية تتحكم في سلوك الإنسان فهي نشاط نفسي يصدر من وعي وإدراك بهدف بلوغ غرض معين، فإذا توجهت هذه الإرادة المدركة والمميزة عن علم لتحقيق الواقعة الإجرامية بسيطرتها على السلوك المادي للجريمة وتوجيهه نحو تحقيق النتيجة، قام القصد الجنائي في الجرائم المادية ذات النتيجة، في حين يكون توافر الإرادة كافيا لقيام القصد إذا ما اتجهت لتحقيق السلوك في جرائم السلوك المحض.

وللإرادة أهمية قصوى في نطاق القانون الجنائي، إذ تؤلف العنصر الأساسي في القصد الجنائي، وفي الركن المعنوي على وجه العموم. إن توجه الإرادة لتحقيق الجريمة يبدو واضحا بالنسبة للجرائم الشكلية التي تقوم بمجرد السلوك المحض، ففي توجه الإرادة لتحقيق السلوك ما يكفي للقول بأنها تسيطر على كل ماديات الجريمة الشكلية، أما بالنسبة للجرائم المادية فإن الأمر موضع خلاف، فالإرادة تسيطر على السلوك ولكن ما علاقتها بالنتيجة؟

1- أنظر: الشواربي (عبد الحميد)، جرائم الغش والتدليس، منشأة المعارف، مصر، 1996، ص 12.

انقسم الفقه بهذا الشأن إلى رأيين، الأول يرى ضرورة أن تكون الرابطة بين الإرادة والنتيجة رابطة قوية بحيث تتجه إرادة الفاعل إليها وترغب في تحقيقها وبالتالي تسيطر عليها كما تسيطر على ماديات السلوك وقد سمي هذا الاتجاه في الفقه بـ نظرية الإرادة (فرع أول). والرأي الثاني يرى أن الرابطة بين الإرادة والنتيجة رابطة ضعيفة إذ يكفي بنوع العلاقة التي تقوم بمجرد العلم أو التصور أو التوقع فيما يطلق عليه الفقه نظرية العلم (فرع ثاني).

الفرع الأول

نظرية الإرادة

تعتبر نظرية الإرادة النظرية السائدة في معظم القوانين العقابية، ومنها قانون العقوبات الجزائري الذي لا يسوي في المعاملة الجنائية كأصل عام بين القصد المباشر الذي يستلزم انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل الإجرامي وتحقيق النتيجة الضارة وهو حال الجرائم العمدية، وبين القصد غير المباشر أو الاحتمالي الذي يستلزم انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل الإجرامي دون تحقيق النتيجة وهو الحال في الجرائم غير العمدية¹.

سنتناول هذا الفرع في فقرتين، مضمون الإرادة عند أصحاب هذه النظرية (فقرة أولى)، ومبررات هذه النظرية (فقرة ثانية)

فقرة أولى

مضمون الإرادة عند أصحاب هذه النظرية

اختلف الفقه حول ما إذا يكفي أن تنصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة أم أنه يلزم أن تنصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة وإلى تحقيق النتيجة الضارة أيضاً؟

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 257، 258.

ويرى أنصار نظرية الإرادة أنّ القصد الجنائي يستلزم أن تتجه إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل الإجرامي وأيضاً إلى تحقيق النتيجة المطلوبة. إذ تجد أن الإرادة في توجيهها إلى تحقيق الفعل المكون للجريمة إنما تريد السلوك وتريد النتيجة التي يتمثل فيها الاعتداء على المصلحة المحمية قانوناً، بل أن إرادة الفاعل تريد كل واقعة تحدد دلالة الفعل الإجرامية إذا كانت جزءاً يعتد به في تكوين الجريمة.

الفقرة الثانية

مبررات نظرية الإرادة

وحجة هذا الرأي أن القصد الجنائي يتطلب توافر الإرادة لدى الجاني، فإذا انتفت الإرادة انعدمت المسؤولية الجنائية في جميع الجرائم عمدية كانت أم غير عمدية. أمّا إذا انعدم القصد فتنتفي المسؤولية الجنائية في الجرائم العمدية، ذلك أنّ الإرادة هي أن يعتمد الجاني الفعل أو النشاط المادي.

أمّا القصد فهو أن يعتمد الجاني النتيجة المترتبة على هذا الفعل، وترتيباً على ذلك أنّ القصد يستلزم حتماً توافر الإرادة، ولكن توافر الإرادة لا يستلزم حتماً توافر القصد، ففي الجرائم العمدية كالقتل العمدي يتوافر القصد والإرادة معاً، وفي الجرائم غير العمدية كالقتل الخطأ تتوافر الإرادة ويتخلف القصد نحو تحقيق النتيجة¹.

وخلاصة هذا الرأي أن القصد الجنائي يتطلب إرادة السلوك وإرادة النتيجة أيضاً، فإرادة السلوك وحدها لا تكفي لقيام القصد الجنائي، وهذه النظرية هي السائدة حتى الآن في الفقه على وجه العموم².

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 258، 259.

2- أنظر: المرجع نفسه، ص 259، 260.

الفرع الثاني

نظرية العلم

ظهر بشأن الإرادة اتجاه فقهي آخر سمي بنظرية العلم. وأساس هذه النظرية هو ضعف الرابطة الموجودة بين الإرادة والنتيجة، إذ تكفي بنوع العلاقة التي تقوم بمجرد العلم أو التصور أو التوقع، ذلك أن الإرادة لا يمكنها السيطرة على الأفعال اللاحقة للسلوك. وهو ما سنحاول عرضه بشكل من التفصيل في (فقرة أولى) مضمون الإرادة عند نظرية العلم. ولأن رأي هذه النظرية لم يؤخذ على الإطلاق إذ وجهت له عدة انتقادات نحاول الوقوف على بعضها في (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

مضمون الإرادة عند نظرية العلم

يرى أصحاب نظرية العلم أنه ليس للإرادة سيطرة على إحداث النتيجة، ذلك أن حدوث النتيجة هو ثمرة لقوانين طبيعية حتمية لا سيطرة للإرادة عليها. أما إتيان الفعل فهو الذي يمكن أن يكون ثمرة للإرادة إذا ما اتجهت إلى التأثير على أعضاء الجسم وإلى جعلها تأتي الحركات العضوية التي يفترضها العقل.

وبالتالي فإن القول بأن الإرادة قد اتجهت إلى إحداث النتيجة قول يفترض إثبات سيطرة الجاني على القوانين الطبيعية التي تعمل على إحداثها، وهو إثبات يستحيل على العقل تصوره.

كما يرون أيضا أن المنطق يتنافى مع القول باتجاه الإرادة إلى إحداث الوقائع التي تقترن بالفعل وتعطيه دلالاته الإجرامية إذا كانت هذه الوقائع سابقة في وجودها على ارتكاب الفعل، وقد تكون سابقة في وجودها على الجاني نفسه. وأن القول بانصراف الإرادة إلى

النتيجة قول يتعارض مع ما استقر عليه الفقه والقضاء من أن الجاني يسأل مسؤولية عمدية عن النتائج الحتمية لفعله ولو ثبت أنه كان راغباً عنها.

أما القصد الجنائي وفقاً لأصحاب نظرية العلم فهو إرادة مخالفة القانون، وهذه الإرادة تتوافر إذا أراد الجاني ارتكاب فعله وهو يعلم باقترانه بالوقائع التي تحدد دلالاته الإجرامية، ويتوقع النتيجة التي يتمثل فيها الاعتداء على الحق الذي يحميه القانون. إلا أن الجاني لا يعاقب لمجرد أنه توقع النتيجة الإجرامية، لكنه يعاقب لأنه أتى الفعل على الرغم من ذلك التوقع، ذلك أن توقعه النتيجة الإجرامية لم ينشئ لديه الباعث الذي يثنيه عن الفعل، أو أنشأ لديه هذا الباعث ولكنه لم يستجيب له.

وخلاصة هذا الرأي أن القصد الجنائي يقوم على إرادة السلوك والعلم بالنتيجة أو توقعها.

الفقرة الثانية

الانتقادات الموجهة لنظرية العلم

إن أهم انتقاد وجه لنظرية العلم كان بخصوص قولها أن القصد الجنائي يقوم على إرادة السلوك والعلم بالنتيجة أو توقعها، وهو ما يجعل الرابطة بين الإرادة والنتيجة رابطة ضعيفة. إذ أنه على هذا الأساس لا يمكن للإرادة السيطرة على ما يلحق السلوك من أفعال، بينما تربط بين الإرادة والنتيجة رابطة قوية حيث أن إرادة الفاعل هي التي تتجه نحو السلوك وكذلك النتيجة وتسعى لتحقيقها، بل وتسيطر عليها.

المطلب الثاني

القصد الجنائي والوقائع التي لا يؤثر العلم بها في تحققه

رغم اختلاف الاتجاهات الفقهية حول مدى توافر القصد الجنائي في السلوك الإجرامي، إلا أن الرأي المؤكد هو قيام السلوك الإجرامي على القصد الجنائي، وهو ما سيتضح من خلال (فرع أول) القصد الجنائي، ورغم وجود وقائع عدة ترتبط بالجريمة فإن هذه الوقائع لا يؤثر الجهل بها في تحقق القصد الجنائي، إذ أن القانون لم يوجب العلم بها ومن ثمة عدم تأثر القصد الجنائي بها سواء علم بها الجاني أو لم يعلم وهو ما سيتضح من خلال (فرع ثاني) الوقائع التي لا يؤثر الجهل بها في القصد الجنائي.

الفرع الأول

القصد الجنائي

تقوم الجريمة بصفة عامة على ثلاثة أركان والركن المعنوي هو أحد هذه الأركان والذي يطلق عليه القصد الجنائي الذي يجب توافره لقيامه، أما عن مفهوم القصد الجنائي فسنتناوله في (فقرة أولى) هذا الأخير الذي تتعدد صورته وتتنوع وهو ما سيظهر من خلال (فقرة ثانية) صور القصد الجنائي.

الفقرة الأولى

مفهوم القصد الجنائي

القصد الجنائي هو الركن المعنوي الذي تقوم عليه الجرائم بصفة عامة. والقصد الجنائي في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية هو سوء نية المعتدي، وعلى عكس قواعد قانون العقوبات التي تتطلب لقيام أي جريمة ركن مادي ومعنوي فإن جريمة التقليد لا تتطلب في الغالب إلا ركنا واحدا وهو الركن المادي المتمثل في استنساخ العلامة، ولا أهمية لسوء

النية¹، ذلك أن الركن المعنوي غير ضروري في قيام الجريمة، فتقليد العلامة معاقب عليه بذاته استقلالا عن سوء القصد، ودون أن يكون للمتهم إثبات حسن نيته إلا إذا تعلق الأمر بحسن النية حسب الأمر: 06/03.

وعموما فإن التقليد لا يتطلب تقديرا قضائيا، فإن كانت العناصر الأساسية المميزة للعلامة مصطنعة فإنه لا يتطلب أكثر من ذلك ولا تهم المجهودات التي يقوم المقلد بها لتمييز علامته من خلال نقاط أخرى.

الفقرة الثانية

صور القصد الجنائي

يتطلب الأمر في الجرائم التامة والعمدية توافر القصد الجنائي بصورة صريحة أو ضمنية، وقد تدخل الفقه الجنائي وحدد أنواع القصد الجنائي. إذ يعتبر القصد العام والقصد الخاص أحد صور القصد الجنائي.

ويتحقق القصد الجنائي العام عندما يهدف الجاني عند ارتكابه الواقعة الإجرامية مع العلم بعناصرها إلى تحقيق غرض معين، بتحقيقه قد تتم الجريمة ويتوافر لها القصد الجنائي العام، ففي جريمة القتل يكون غرض الجاني إزهاق روح المجني عليه، وفي جريمة السرقة يكون غرض الجاني حيازة المال المسروق، وعليه فالقصد العام أمر ضروري ومطلوب في كل الجرائم العمدية.

وينحصر القصد العام في حدود تحقيق الغرض من الجريمة فلا يمتد لما بعده، وأية ذلك هو أن يكتفي القانون بربط القصد الجنائي بالغرض الذي يسعى له الجاني بغض النظر عن الغاية أو الباعث الذي يحركه أو يبتغيه، وعلى ذلك يعد تحقيق الغرض أو محاولة

1- أنظر: طه (مصطفى كمال)، القانون التجاري والأعمال التجارية والتاجر الشركات التجارية الملكية التجارية والصناعية، دار الجامعي للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1994، ص 685.

تحقيقه هو الأمر الضروري لقيام القصد الجنائي العام بوصفه الهدف الفوري والمباشر للسلوك الإجرامي.

أما القصد الجنائي الخاص فهو ما يتطلبه القانون في بعض الجرائم، من توافر لدى الجاني إرادة تحقيق غاية معينة من الجريمة، فلا يكفي بمجرد تحقق غرض الجاني كما في القصد الجنائي العام، بل يذهب إلى أكثر من ذلك فيتغلغل إلى نوايا الجاني ويعتدّ بالغاية التي دفعته إلى ارتكاب الجريمة، والغاية هي الهدف الذي يبتغيه الجاني من تحقيق غرضه المباشر في ارتكاب الجريمة، وإذا كان الغرض لا يختلف في الجريمة الواحدة بين جانٍ وجانٍ آخر¹. فإن الغاية تختلف. فقد يكون التزيف بقصد إضعاف منافس آخر، أو الحصول على أرباح مالية، أو أمور أخرى.

وتختلف الغاية عن الباعث أو الدافع لارتكاب الجريمة أيضا، فالباعث هو الدافع النفسي لتحقيق سلوك معين بالنظر إلى غاية محددة، ولا يعتد القانون بالباعث إلا إذا نص عليه المشرع صراحة وهو أمر نادر، لأنه يخرج عن دائرة الركن المعنوي للجريمة.

ولا يختلف القصد الخاص عن القصد العام من حيث العناصر التي تكوّن كلا منها، فطبيعتهما واحدة تقوم على توافر ذات العناصر أي عنصري العلم والإرادة، لكن موضوع العلم والإرادة في القصد الخاص أكثر تحديدا وكثافة منه في القصد العام².

1- قضت محكمة التمييز بدبي بجلسة 26 فبراير 2000 بأنه من المقرر، أن جريمة التقليد لعلامة تجارية، وإن استلزمت فضلا عن القصد الجنائي العام قصدا خاصا هو العلم بالتقليد، فإن المحكمة لا تلتزم بإثباته في حكمها على استقلال متى كان ما أوردته عن تحقق الفعل المادي يكشف بذاته عن توافر تلك النية الخاصة التي يتطلبها القانون. الطعن رقم 227 لسنة 1999 و1 و2 لسنة 2000 جزء، جلسة: 2000/2/26. أنظر: الحمادي (حسن أحمد)، المرجع السابق.

2- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، صص 262-264.

كذلك فقد ينقسم القصد الجنائي إلى قصد محدد وقصد غير محدد، فالقصد المحدد هو القصد الذي تتجه فيه الإرادة إلى تحقيق النتيجة الإجرامية في موضوع محدد، كما لو تعمد المخالف عدم وضع العلامة على السلع والخدمات فالقصد لديه محدد.

والقصد غير المحدد هو القصد الذي تتصرف فيه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة دون تحديد لموضوعها، وقد أراد كل ما سينجم عنها بغض النظر عما ستسفر عنه، فمن تتجه إرادته للبيع أو العرض للبيع عمدا لسلعة أو أكثر أو تقديم خدمة لا تحمل علامة دون أن يكون لديه تصور محدد عن مدى إقبال الناس لاقتناء تلك السلع والخدمات فإن قصده يكون غير محدد.

كما ينقسم أيضا إلى قصد مباشر وآخر غير مباشر، فيكون القصد مباشرا عندما تتوجه إرادة الفاعل لارتكاب الواقعة الإجرامية التي أرادها بكل عناصرها، بحيث لا يراوده شك بضرورة حدوث النتيجة التي أراد تحقيقها. فمن يطلق النار على خصمه بهدف قتله يتوقع نتيجة محددة بعينها وهي إزهاق روح المجني عليه، ولذا فإن قصده هنا يعد قصداً مباشراً.

ويكون القصد غير مباشر إذا باشر الجاني سلوكه المؤدي للنتيجة متوقفاً أن النتيجة ممكنة الوقوع لا أكيدة الوقوع، فخاطر ومضى في سلوكه فإن قصده هنا يعد قصداً غير مباشر أو احتمالي، والقصد المباشر هو الأصل في القصد الجنائي على مختلف صورته العام والخاص، المحدود وغير المحدود، أما القصد الاحتمالي فهو نوع آخر تختلف فيه الآراء¹.

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 267.

الفرع الثاني

الوقائع التي لا يؤثر الجهل بها في القصد الجنائي

هناك وقائع لا يؤثر الجهل بها في القصد الجنائي، وهذه الوقائع ترتبط بالجريمة ولكنها لا تعتبر ركنا فيها. لذا فإن القانون لم يوجب العلم بها ولم يعتبر الجهل مؤثرا فيها، ولذلك فإنها لا تؤثر على القصد الجنائي سواء علم بها الجاني أو لم يعلم بها.

وهو ما سنتناوله في فقرتين، جهل الجاني بحالته الشخصية التي تتطلب تشديد العقوبة وبأنه أهل لتحمل المسؤولية (فقرة أولى) وكذا الجهل بالقانون أو الغلط فيه (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

جهل الجاني بحالته الشخصية التي تتطلب تشديد العقوبة وبأنه أهل لتحمل المسؤولية

فكما هو معروف فإن العود يؤدي إلى تشديد العقوبة والجاني يرتكب جريمة وكان قد حكم عليه من قبل، لا يقبل دفعه بأنه نسي ارتكابه للجريمة السابقة بل يعاقب على أساس توفر القصد الجنائي مع الإشارة إلى أن الظرف لا يغير من وصف الجريمة، فالعود في المخالفات لا يرفعها إلى جنح¹.

كذلك فإن اعتقاد الجاني أنه دون السن القانونية لذلك، أو ظنه أنه بحكم وظيفته يتمتع بالحصانة والواقع غير ذلك. ففي هذه الأحوال لا ينتفي عنه توفر القصد الجنائي ويحاسب على جرائمه على أساس العمد. أو كان يعتقد أنه مصاب بمرض عقلي مانع من المسؤولية اعتماداً على ملف طبي ظهر أنه خاطئ.

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 253، 254.

الفقرة الثانية

الجهل بالقانون أو الغلط فيه

الأصل أن الجهل لا يؤثر في توفر القصد الجنائي، فاحتجاج الجاني بجهله بالقانون أو أنه وقع في غلط عند تفسيره له كي ينفي عن نفسه القصد هو احتجاج غير مقبول، فالقاعدة أنه لا يُعذر الإنسان بجهله للقانون. فالعلم بالقانون مفترض، ونظراً لأهمية هذه القاعدة فقد تأكّدت في النصوص القانونية.

ويميل الفقه إلى التخفيف من هذه القاعدة وذلك بالقول بأن القصد ينتفي عند الاستحالة المطلقة للعلم بالقانون، وأنه يمكن الاحتجاج بالجهل بالقانون إذا كان محل الجهل أو الغلط بقانون آخر غير قانون العقوبات، وإنه يجوز نفي القصد في حالة الغلط دون خطأ Erreur invincible كما يسميه القضاء الفرنسي.

خلاصة الباب الأول

رأينا من خلال هذا الباب أن أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية ثلاثة أركان، وهي الركن الشرعي وهو النص على الجريمة وعقابها، أي أن ينص المشرع على ذكر الجريمة في قانون العقوبات أو النصوص القانونية المكملة له ويجرمها ويحدد عقوبتها، وذلك وفقا لمبدأ (لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص)، ويكتسي هذا الركن أهمية دستورية وقانونية في ذات الوقت لأهميته في الحفاظ على حقوق الإنسان وحرياته الأساسية، لذلك نصت عليه المادة الأولى من قانون العقوبات الجزائري. وبموجبه يحظر على القاضي أن ينشئ جرائم وعقوبات من تلقاء نفسه، حيث تنحصر مهمته بتطبيق النص القانوني المحدد من قبل المشرع على الواقعة المطروحة أمامه.

والركن الثاني هو الركن المادي وهو الفعل الجرمي، أو الواقعة الإجرامية، أو هو الاعتداء المادي الذي ينصب على الشيء المحمي بموجب القانون، وهذا هو الجانب الموضوعي للجريمة، يتحقق من خلال وقوع فعل أو امتناع عن فعل جرّمه القانون بما يجعل الجريمة تبرز إلى الوجود تامة كانت أو ناقصة. ومن هنا نجد أن الركن المادي للجريمة يقوم أساسا على عنصر السلوك الإجرامي، وأحيانا يكون هذا العنصر كافيا ولوحده لذلك. حيث أن هذا السلوك شرط لازم من أجل أن يُنسب لشخص ما اقتراح جريمة أي لقيام الإسناد المادي، فلا يمكن تصور جريمة دون أن تكون نتيجة لسلوك إجرامي باعتبار هذا الأخير سببا للنتيجة حينما يثبت توفّر العلاقة السببية بينهما، وكل واقعة تنتقي عنها صبغة السلوك لا يتصور مبدئيا أن تكون محلا للتجريم.

كما رأينا أن هذه الجريمة تقوم أيضا على الركن المعنوي الذي يتجلى في حرية الإرادة في اختيار ارتكاب الجريمة من عدمها إذ لا يكفي قيام الركنين السابقين حتى يسند الفعل إلى الجاني، فالمسؤولية الجزائية تستلزم ضرورة توافر الركن المعنوي الذي يدل على وجود رابطة نفسية ومعنوية بين الفعل المادي وإرادة الجاني، من خلال اتجاه إرادة الفاعل إلى النشاط

الإجرامي وإلى تحقيق النتيجة المترتبة عليه مع علمه بها، أي يجب توافر القصد الإجرامي لديه، وقد رأينا بالرجوع للمادة: 26 من الأمر: 06/03 أنها لا تنص على النية، مما يخلق التباساً حول الموضوع، غير أن تسجيل العلامة التجارية لدى الجهة المختصة يفترض علم الجميع بها وليس للجاني أن يتذرع بجهله مما يجعل الركن المعنوي مفترض، أما حسن النية فلا يفترض في هذه الجريمة بل أن عبء إثباته يقع على المتهم، إذ يفترض سوء النية أو الإهمال الشديد في المقلد لمجرد أنه ارتكب الفعل المادي للتقليد والذي يعتبر دليلاً كافياً على نية الغش والتدليس لديه.

الباب الثاني

القواعد الإجرائية الخاصة
بالمتابعة والجزاء في جرائم
الاعتداء على العلامة التجارية

الباب الثاني

القواعد الإجرائية الخاصة بالمتابعة والجزاء في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

يترتب على تسجيل العلامة التجارية آثار مهمة، حيث يتحصل صاحبها على ورقة رسمية وسند قانوني بأنه صاحب العلامة المسجلة ولا ينازعه فيها أحد، ويتمتع حيال ذلك بأحقية في منع الغير من استغلال علامته التجارية إلا بإذنه، وبذلك يستطيع أن يقوم بمختلف العمليات القانونية التي يسمح بها القانون وتحقق جميع أثارها. والأهم من كل ذلك هو حصوله على الحماية القانونية بكل أشكالها خاصة الجزائية والمدنية.

وحماية العلامة التجارية هي من الضرورات التي تبنى عليها عملية المنافسة وجلب المشاريع الاستثمارية الأجنبية. وإذا كان يعاب على التشريع الذي كان يعمل به في الجزائر ضعف الحماية القانونية فإن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والصادر في 19 جويلية 2003 قد زوّد مالك العلامة التجارية بحماية متعددة، جنائية ومدنية وإجراءات تحفظية مع الإحالة إلى القواعد العامة في قانون العقوبات من جهة، وإلى حماية جمركية تصب في نفس الغاية. والهدف هو محاربة التقليد بكل أشكاله بأجهزة متعددة ومتخصصة في إطار قانوني متطور من حيث تحديد الحقوق والالتزامات والجزاءات المترتبة على الإخلال بها من جهة أخرى.

تنص المادة 21 من اتفاقية "تريبس" في القسم المتعلق بالإجراءات الجنائية أنه: "تلتزم البلدان الأعضاء بفرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري...". التزم الدول بالنص في قوانينها على إجراءات الإنفاذ المنصوص عليها في هذه الاتفاقية اتخاذ

تدابير فعالة ضد أي تعدد، الإجراءات المستعجلة لمنع التعدي، إجراءات رادعة للحيلولة دون التعدي، إجراءات عادلة ومنصفة (كف التقاضي العالية، تعقيد الإجراءات، التأخير غير المبرر)، القرارات مسببة ومكتوبة ومتاحة للخصوم، سماع أطراف الدعوى والسماح لهم بتقديم البيانات التي يجب أن يصدر القرار بناء عليها¹.

وتنص المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية للعلامة، قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة..."، وتنص المادة 429 قانون العقوبات على ما يلي: "يعاقب بالحبس... كل من يخدع أو يحاول (الشروع) أن يخدع المتعاقد سواء في نوع السلعة أو في مصدرها، سواء في كمية الأشياء المستعملة أو في هويتها...".

من خلال استقراء أحكام المواد السابقة، نستنتج أن صور المساس بالعلامات متعددة، فالمشرع الجزائري تعرض لموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية من التقليد بصفة غير مباشرة، كما هو الحال في قانون العقوبات، وبصفة مباشرة كما هو الحال في الأمر المنظم للعلامات التجارية.

تتمتع الحماية الجنائية بقوة الردع والزجر وسرعة في الإجراءات، بما يكفل حماية أكثر فعالية للعلامة التجارية. وسنتناول ذلك من خلال بيان أسس وشروط صحة المتابعة (فصل

¹ - أنظر: الطراونة (سامر)، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في إطار اتفاقية جوانب التجارة المتصلة بحقوق الملكية الفكرية (TRIPS)، المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://cdn.arabianbusiness.com-politics-economics-2010-dec-29-48706>. (12/11/2016).

أول)، ثم نعقبه بالوقوف على ما يجب أن يتخذ من إجراءات في سبيل ذلك (فصل ثاني)، لنختم هذا الباب بالتطرق إلى قمع الجرائم الماسة بالعلامة التجارية (فصل ثالث).

الفصل الأول

أسس وشروط صحة المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

إن مشكلة تقليد العلامة التجارية تطورت وبلغت مستوى يندر بالخطر، إذ أضحت تفقد الاقتصاد العالمي الملايير وتؤدي إلى مشاكل اجتماعية عديدة كالأضرار على الصحة والبيئة¹. وحسب منظمة (OCDE)²، يمثل التقليد من 5 إلى 9 % من مجمل التجارة العالمية، أي من 200 إلى 300 مليار أورو بما فيها 6 ملايير بالنسبة لفرنسا وحدها³.

إن الشركات الصانعة للمنتوجات الأصلية تخسر كل سنة 400 مليار دولار⁴، وهذه النسبة تمثل خسارة بـ 500 إلى 600 مليار أورو على المستوى العالمي بالنسبة للاقتصاد

1- أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit, p. 8.

2- أنظر:

L'Organisation de Cooperation et de Développement Économiques.

3- أنظر:

Rapport d'information no 2363 déposé le 8 juin 2005 par la délégation de l'Assemblée nationale pour l'Union européenne sur la lutte de l'Union européenne contre la contrefaçon et présenté par M. Marc L'affineur, député. Après avoir présenté un état des lieux de la contrefaçon et une évaluation des dispositifs communautaires et internationaux de lutte contre ce phénomène, ce rapport propose des pistes d'action pour l'avenir. Voir:

http://www.justice.gouv.fr/art_pix-scpc2005/3.pdf. (15/03/2017). P. 05.

4- أنظر:

WYSSBORD (V), Op. Cit, p. 9.

الرسمي، دون احتساب أنه منذ 1998 صناعة المنتوجات المزورة لم تتوقف عن التزايد إذ قد تبلغ اليوم 10% من التجارة العالمية، فصناعة البضائع المقلدة تمتعته فروع منظمة متورطة في مختلف قطاعات الإجرام العابر للحدود.

وانطلاقاً مما سبق بادرت الدول إلى تجريم هذا الفعل في قوانينها العقابية التي تؤسس لشرعية تجريم هذه الأفعال، فما هو أساس اعتبار هذه الأفعال تندرج ضمن الأفعال المجرّمة بحكم إضرارها بالمصلحتين العامة والخاصة؟

للإجابة على هذا التساؤل سنقوم بدراسة الأساس النظري والقانوني لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على حقوق العلامات التجارية (مبحث أول)، ثم نعرض الشروط الشكلية والموضوعية لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية (مبحث ثاني).

المبحث الأول

أسس صحة المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

يسمح الرجوع إلى بعض الأسس التي تضمنتها المبادئ العامة بالاستجابة إلى مطالب لا يمكن للعدالة رفضها أو تجاهلها، لأنها تقضي إلى المحافظة على مبادئ قانون العلامات، ومن بين تلك الأسس نجد الأساس النظري (مطلب أول)، الذي سنتناوله من خلال مختلف النظريات المعتمدة كأساس لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية. بينما نتناول الأساس القانوني في (مطلب ثاني).

المطلب الأول

الأساس النظري لصحة المتابعة

قد تستند الشرعية النظرية لمتابعة المعتدي على حقوق العلامة التجارية في جانبها المتعلق بالتأسيس لحق ضحية الاعتداء على العلامة التجارية في اللجوء للقضاء الجزائي المختص إلى نظريتي الإثراء بلا سبب والحقوق الشخصية (فرع أول)، أو إلى مخالفة قواعد المنافسة الشريفة (فرع ثاني).

الفرع الأول

النظريتين المعتمدتين كأساس لصحة المتابعة

من مقتضيات المصلحة العامة أن كل من أثيري على حساب غيره دون سبب أن يلتزم برده للغير لما ألحقه من خسارة ودفع غير مستحق، فالإثراء بلا سبب يعد واقعة قانونية تشكل مصدراً من مصادر الالتزام، قوامه وجوب قيام من أثيري إيجاباً أو سلباً بفعل أو بغير فعل على حساب شخص آخر ودونما سبب يقره القانون لهذا الإثراء بتعويض هذا الشخص الآخر عما لحقه من خسارة وفي حدود ما تحقق للمثري من إثراء، وذلك انطلاقاً من مقتضيات البداهة القانونية مبنية على العدالة والعقل والمنطق ولا توجد حاجة علمية وعملية لتبريره.

والى جانب نظرية الإثراء بلا سبب توجد نظرية الحقوق الشخصية التي مفادها أن لكل فرد قدرة أو إمكانية على شخص آخر يكون ملتزماً بالقيام بعمل أو الامتناع عن إعطاء شيء.

فجمهور الفقهاء المحدثين اتجهوا إلى الاعتراف بكيان مستقل لطائفة معينة من الحقوق يطلقون عليها اسم الحقوق الشخصية. ويقصدون بها الدلالة على تلك الحقوق التي تنصب على مقومات وعناصر الشخصية في مظاهرها المختلفة.

وسنخصص لهذا الفرع فقرتين نتناول في (فقرة أولى) نظرية الإثراء بلا سبب، ثم نظرية الحقوق الشخصية (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

نظرية الإثراء بلا سبب

لم تظهر قاعدة الإثراء بلا سبب كمبدأ عام في القانون الروماني، وإنما أخذ بها في طائفتين من دعاوى، وهما دعوى الاسترداد لما دفع دون سبب، ودعوى الإثراء بلا سبب. فبالنسبة لدعوى الاسترداد لما دفع دون سبب فتتضمن دعوى استرداد ما دفع شخص للغير دون سبب، ظنا منه أنه مدين به، دعوى يسترد بها الشخص ما دفع للغير لسبب مشروع لم يتحقق، دعوى يسترد بها ما دفع خلافا لأحكام القانون، دعوى استرداد ما دفع في أحوال معينة إذا كان لسبب غير موجود أو لسبب لم يتحقق.

فبالنسبة لدعوى الإثراء بلا سبب فإن نطاقها كان ضيقا، حيث يشترط لإعمالها أن يكون التعاقد بين شخصين لا يخضع أحدهما لسلطة الآخر، لتتطور بعد ذلك وتشمل التعاقد ما بين شخصين لا يخضعان لأي سلطة، كمثال عن ذلك شريك تعاقد مع الغير فنتج عن هذا التعاقد نفع عاد على الشريك فيصبح لهذا الأخير الرجوع على الشركاء الآخرين في حدود ما أثروا به.

ويرجع ظهور هذه الدعاوى في القانون الروماني إلى طابع الشكلية الذي كان القاعدة العامة ومصدر القوة الملزمة للعقود. وتتميز هذه الدعاوى كذلك بأن الإثراء يجب أن يكون قد انتقل مباشرة من الذمة المالية للمثري إلى الذمة المالية للمثري دون تدخل أجنبي. وقد تأثر المشرع الفرنسي عند وضعه لمدونة نابوليون بالقانون الروماني الذي أخذ بقاعدة الإثراء بلا سبب في حالات خاصة، لكن اقتصر على بعض تطبيقات هذا المبدأ، أبرزها الفضالة والدفع غير المستحق للغير.

وانطلاقاً من تطبيق أحكام نظرية الإثراء بلا سبب نجد أن مقلد أو منتحل العلامة التجارية يجني فائدة ويحقق لنفسه إثراءً غير شرعي على حساب نفقات الغير وينتفع دون مقابل من الشهرة التي حققها الغير بمجهودات معتبرة ونفقات إظهارية ضخمة. وقد رفض بعض الفقه تطبيق نظرية الإثراء بدون سبب في مجالات أخرى للملكية الصناعية بعد انقضاء مدة حمايتها أو تقليد رسم أو نموذج غير محمي مثلاً، لأنه -حسبهم- المنفعة أو الانتفاع المحقق في هذه الحالة لم يكن مقابلاً للإنقاص من الذمة المالية للمتضرر.

غير أنه لقيام قاعدة الإثراء بلا سبب، يجب أن يتجرد الإثراء عن سبب يسوّغه، لأن وجود سبب قانوني للإثراء ينفي قاعدة الإثراء بلا سبب. والمقصود بالسبب هنا المصدر القانوني للإثراء. وهذا المصدر قد يكون عقداً من العقود، يمتنع عليه أن يرجع على الطرف الآخر استناداً لأحكام الإثراء بلا سبب، لأن إثراء الأخير مصدره العقد المبرم بينه وبين الطرف الأول. وكذلك من كسب حقاً بنص قانوني فإنه لا يلزم بالرد .

وقد حاول بعض الفقهاء تفسير الأساس الاقتصادي لدعوى الإثراء بلا سبب بكون كل شخص يستفيد من ضرر لحق بالغير، يلتزم بتعويض هذا الضرر، وأن الاستفادة التي تحصل تعتبر أساساً للمسؤولية بشكل خاص وتتوقف على حدوث خطأ أو خطر.

غير أن هذه النظرية انتقدت لكونها تقارب ما بين الإثراء بلا سبب والمسؤولية، سواء على أساس الخطأ أو الخطر، رغم اختلاف النظامين ليتم تعويضها بنظرية جديدة ترجع أساس رد الإثراء بلا سبب إلى فكرة العدالة التي تقوم على قواعد الأخلاق أو قواعد القانون الطبيعي، إضافة إلى العوامل القانونية الواقعية، والتي منها عامل الاستقرار الاجتماعي.

الفقرة الثانية

نظرية الحقوق الشخصية

الحق الشخصي هو سلطة يقرها القانون للشخص الدائن قبل شخص آخر يسمى المدين، تمكنه من إلزامه بأداء عمل أو الامتناع عنه تحقيقاً لمصلحة مشروعية الدائن ومحل الحق الشخصي هو القيام بعمل معين أو الامتناع عنه، وهو استثنائي غير مباشر، فلا يمكن لصاحب الحق الحصول على حقه إلا بتدخل أو بواسطة المدين.

وتتميز الحقوق الشخصية بكونها ليست محصورة، ولأفراد أن ينشئوا ما شاءوا منها بشرط عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة، أما الحقوق العينية فهي واردة في القانون على سبيل الحصر، والحق الشخصي يخول صاحبه الحق في الضمان العام لمدينه.

ومن الحقوق الشخصية الواردة على المقومات المعنوية كذلك حق الشخص على ما يبتكره من أفكار وهو ما يعرف باسم الحق المعنوي الذهني أو الحق المعنوي للمؤلف¹.

1- وبجانب هذه الحقوق توجد حقوق أخرى ترد على المقومات المعنوية للشخصية: إذا كانت الشخصية تنطوي على مقومات مادية هي الكيان أو الجسم المادي للفرد فهي تنطوي أيضاً على مقومات معنوية كالشرف والاعتبار والكرامة والسمعة والمعتقدات والأفكار والمشاعر لهذه المقومات عناصر أساسية لشخصية لا تقوم بدونها ولذلك فحماية الشخصية واجبة حيث يرى جمهور الفقهاء وجوب الاعتراف للأفراد على هذه المقومات بحقوق معينة تؤمنهم وتكون سندهم في دفع ما يقع عليها من اعتداء وفي التعويض عن أضراره. وتتنوع هذه الحقوق الواردة عن المقومات المعنوية

والحقوق الشخصية وإن كانت حقوق غير مالية إلا أنها تنتج آثار مالية، ومن أمثلته أن يمتنع المدين عن إتيان عمل معين كالتزام المهنيين بعدم إفشاء السر المهني لما في ذلك من إضرار بمصالح الدائن.

ولا شك أن الطابع الخاص الذي يمنح للعلامة شهرتها الاستثنائية يجعل استعمالها من طرف الغير، وحتى من أجل منتجات مختلفة كلياً، فالحق على العلامة المشهورة (أي تلك العلامة الرامزة للمؤسسة) يعتبر حق شخصي، والاعتداء عليها يعد مساساً بمصالح لصيقة بالشخصية. غير أن هناك بعض النقاد الذين يرون أنه ليس كل علامة مشهورة تقوم بهذه الوظيفة بالضرورة وبالتبعية فإن هؤلاء شكوا في صحة هذه النظرية¹.

منها أن للفرد حق في الشرف، ويكلف الاحترام الواجب للشخصية وكرامتها وسمعتها بحيث يمتنع على الآخرين المساس بشخصيته من نواحي هذا الاعتبار المعنوي وإلا كان للمعتدي على شرفه الحق في المطالبة برفع الاعتداء وبالتعويض عما لحقه من أضرار بل أن معظم القوانين ترى في الاعتداء على الشرف الشخصي اعتداء على الجماعة فسحاً ولذلك لا تكفي الجزاءات المدنية بل تأخذ المعتدي كذلك بالجزاءات الجنائية. كما أن للفرد حق في الاسم، إذ يكفل الاسم لصاحبه تمييز شخصيته ومنع اختلاط بغيره من الأفراد فيمتنع على غيره انتحال اسمه أو المنازعة فيه. وسوف بغرض لهذا الحق بالتفصيل من بعد، وفضلاً عن ذلك للفرد كذلك الحق في السرية الذي يكفل لصاحبه أن تظل أسرار حياته الخاصة محجوبة عن العلانية مصونة عن التدخل والاستطلاع فيمتنع على الغير إفشاء أسرار شخص دون إدانته أو موافقته وخاصة إذا كان اطلاعه على هذه الأسرار بحكم وظيفته أو مهنته أو بحكم صلته إلا في الأحوال التي يوجب أو يرخص القانون فيها بذلك بل ويكفل حماية السرية بالعقاب جنائياً على إفشاء أصحاب المهن لما ائتمنوا عليه من أسرار.

1- ففي أغلب الأحيان العلاقات التي تكون بين العلامة المشهورة والمؤسسة تكون مجهولة لدى الجمهور. أنظر:

- Blum (R), **la marque de haute renommée**, propriété industrielle, s.m.éd, Mai 1954, p. 111.
- RACINE (A.J), **les marques patronymiques et les problèmes posés par leur notoriété**, thèse de doctorat, faculté de droit, université de Genève, imprimerie Hugo Berchten, 1966, p. 40 et 138 .
- PEROT- MOREL (M.A), Op. Cit, p. 40.
- TROLLER (A), **la marque de haute renommée, la propriété industrielle**, Mai 1953, s.m.éd, p. 79.

الفرع الثاني

مخالفة قواعد المنافسة الشريفة

ترتبط المنافسة ارتباطا وثيقا بالتجارة والصناعة، وتعدّ حرية المنافسة من سمات النظام الليبرالي الذي يقوم على حرية التجارة والصناعة، بمعنى حرية المؤسسات في ممارسة أنواع التجارة والصناعة دون قيد عليها، وعليه فإن قانون المنافسة يعتبر من الآليات القانونية التي تسمح بالانتقال من نظام الاقتصاد الموجه إلى نظام اقتصاد السوق.

ويرى البعض أن المنافسة عبارة عن ديمقراطية اقتصادية تعبّر عن حرية الصناعة والتجارة، وتعبّر عن الشفافية والنزاهة في المعاملات التجارية، وبذلك يعتبر مبدأ حرية التجارة والصناعة أساسا قانونيا لحرية المنافسة، وبموجبه يتمتع الأشخاص بحرية ممارسة النشاطات التجارية والصناعية والحرفية وغيرها.

ويعدّ هذا المبدأ انعكاسا واضحا للأفكار الليبرالية التي جاءت بها الثورة الفرنسية، وبواسطته يمكن التمييز بين نظام ليبرالي وآخر اشتراكي، فهذا المبدأ يعتبر دعامة أساسية للنشاط الاقتصادي الحر، وأما مسلما به في الدول التي تتجه نظام اقتصاد السوق.

وقد أحدثت الدولة الجزائرية إصلاحات اقتصادية كثيرة، وكيّفت منظومتها التشريعية وفق ما يتطلبه نظام اقتصاد السوق، وفتحت مجال الاستثمار أمام القطاع الخاص، واعترفت له بحرية التجارة والصناعة، وكرسته في المادة 43 من الدستور الجزائري لسنة 1996 المعدل في 06 مارس 2016 والتي جاء فيها: "... يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة"،

وأكد ذلك في المادة 44 من النص ذاته والتي جاء فيها: "حرية الابتكار الفكري والفني والعلمي مضمونة للمواطن.

حقوق المؤلف يحميها القانون.

لا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل أو أية وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام إلا بمقتضى أمر قضائي...".

وسنتعرض في هذا الفرع إلى المقصود بمخالفة قواعد المنافسة الشريفة (فقرة أولى)، ودعوى المنافسة غير المشروعة (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

مفهوم مخالفة قواعد المنافسة الشريفة

يعتبر مبدأ حرية المنافسة من المبادئ الأساسية التي يركز عليها نظام اقتصاد السوق، والمنبثق عن حرية التجارة والصناعة التي يكرسها الدستور الجزائري على غرار باقي الدول العربية والغربية الأخرى. حيث يحقق هذا المبدأ منافع عديدة تعود على الاقتصاد وعلى المستهلك الذي تتعدد اختياراته في السوق، فضلا عن المنافع التي تنعكس على أسعار المنتجات والخدمات غير أن حرية المنافسة قد تمارس بتعسف أو بإفراط مما قد يضر بهذا المبدأ، لذلك ينبغي حماية المنافسة من الممارسات المنافية أو المقيدة لها وفرض القواعد التي تحكم السوق أو المتدخلين فيه سواء تعلق الأمر بالمتنافسين أو بالمتعاملين¹.

1- أنظر: كتو (محمد الشريف)، "مبدأ حماية المنافسة الحرة في الأمر رقم 03/03 والقانون رقم 02/04"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، العدد الأول، 2017، متاح على الموقع التالي:

وإذا كان قانون المنافسة يتضمّن هذه القواعد فضلا عن تكليف مجلس المنافسة بالسهر على حماية مبدأ حرية المنافسة، فإن مضمونها يخضع للسياسة المنتهجة في مجال المنافسة والتحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها كل دولة ولاسيما في إطار التكتلات الاقتصادية على غرار الاتحاد الأوروبي.

تعني المنافسة الحرة حرية الدخول إلى السوق وممارسة النشاط الاقتصادي المرغوب فيه دون أية عوائق أو قيود وذلك بهدف تحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين. لذا وبغية ضمان القدر الكافي والضروري للمنافسة، تدخّل المشرع من جهة بتشجيع قيام منافسة فعلية بإزالة العوائق القانونية التي تقف أمامها. وحمايتها من الممارسات المقيدة لها من جهة أخرى، وذلك بموجب الأمر رقم: 03/03 وهكذا فقد وضع المشرع قواعد قانونية صارمة تمنع الممارسات التي تحد من المنافسة¹.

ومن نماذج قواعد الشفافية والنزاهة التي تحمي المنافسة الحرة إضفاء الطابع الشفاف للمعاملات التجارية وعدم التدليس فيها وبنائها على الشرف والنزاهة والنية الحسنة ونبذ الغش والخداع فيها، ذلك هو أساس الاقتصاد الناجح والمنافسة الحرة التي تعود بالنفع على المجتمع أفرادا ومؤسسات، وهو ما سعى المشرع إلى تجسيده بإلزام الأعوان الاقتصاديين باحترام قواعد الشفافية والنزاهة في معاملاتهم

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/38260>, (06/10/2018).

1- أنظر: كتو (محمد الشريف)، المرجع السابق.

. كما أورد المشرع عددا من القواعد القانونية لتوفير حسن النية والنزاهة وعدم الخداع المطلوبة في المعاملات التجارية ونذكر منها منع رفض البيع، منع البيع بمكافأة، ومنع البيع المتلازم وغيرها¹.

وقد جاءت المادة 27 من القانون 02/04 لمنع استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها، لما في ذلك من اعتداء عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر بالاستيلاء بطريقة مماثلة أو شبه مماثلة دون إذن منه، على العناصر التي ساهمت في نجاحه، للاستفادة منها دون بذل جهود مالية أو فكرية أو تنمية.

وتختلف هذه الممارسة التي تسمى عادة الطفيلية الاقتصادية عن التقليد فالتاجر المقلد يسعى إلى إثارة الالتباس لتحويل الزبائن إليه، بينما التاجر الطفيلي يضع نفسه مكان التاجر الذي وقع الاستيلاء على مهاراته وتقنياته، ويستفيد من شهرته بدون السعي إلى إثارة الالتباس في ذهن الزبائن. فهذه الممارسة تعتبر مخالفة للأعراف التجارية باعتبارها تقضي على مبدأ المساواة بين المتدخلين في السوق وتزيّف السير العادي والمنتظم له وتحدث خللا تجاريا فيه ولا يخفى تقييد هذه الممارسة وغيرها للمنافسة الحرة حيث تخل بمبدأ النزاهة الضروري للمعاملات التجارية².

وهذه الممارسات غير النزيهة والمخالفة للقانون ولمبادئ الشرف والأمانة والنزاهة التي تقوم عليها الحياة التجارية، من شأنها إلحاق ضرر بمنافس آخر بسبب تحويل عملائه واستقطابهم لذا توصف بـ "غير المشروعة".

1- أنظر: المرجع نفسه.

2- أنظر: كتو (محمد الشريف)، المرجع السابق.

الفقرة الثانية

دعوى المنافسة غير المشروعة

إن اللجوء إلى دعوى المنافسة غير المشروعة كأساس لإضفاء حماية موسعة على هذه العلامات قد قوبل باعتراضات وانتقادات لأذعة. فكما تُبيَّنُه تسمية هذه الدعوى وحتى يمكن ممارستها يجب أن توجد علاقة منافسة بين المدعي والمدعى عليه والذين هم في تنافس من أجل استمالة الزبائن وجلبهم، غير أنه عندما يتعلق الأمر بمنتجات مختلفة كلياً فلا يمكننا في هذه الحالة القول بوجود علاقة منافسة، لأنّ كلا الصانعين أو التاجرين لا يتعاملان مع نفس الزبون. كما أن واقعة الاستفادة مجاناً من الشهرة والسمعة لا تشكل أبداً عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة.

إن اللجوء إلى دعوى المنافسة غير المشروعة تبقى قائمة دائماً عندما تكون الحماية الممنوحة في التشريع الخاص بالملكية الصناعية غير كافية فهذه الدعوى مخصصة لمعالجة وتدارك التقصير والنقص الموجود في هذه القوانين. لهذا فهناك من يرى أن مثل هذه الحماية لا يمكن منحها إلاّ عن طريق تطبيق مفهوم واسع لدعوى المنافسة غير المشروعة، فهذه الأخيرة يجب أن تستكمل بمفهوم "التصرفات الطفيلية" (Parasitaires Agissement)¹، فالأمر يتعلق إذن بتصرف غير مشروع اقترف من طرف صانع أو تاجر في أثناء ممارسته لمهامه لكن خارج العلاقات التنافسية.

1- عرف الأستاذ Saint-Gall المنافسة الطفيلية أو الانتحالية على أنها ذلك التصرف الذي يقوم به التاجر أو الصانع الذي يبحث عن الانتفاع والاستفادة من شهرة مكتسبة من طرف الغير بطريقة شرعية، وذلك دون أن يكون هناك خطر الالتباس وبدون أضرار. أنظر:

SAINT GALL (Y), Op. Cit, p. 19.

ولضمان حماية ضدّ هذه المنافسة الانتحالية أو الطفيلية يمكننا الاستناد واللجوء إلى نفس المفاهيم القانونية كما هو الحال بالنسبة للمنافسة غير المشروعة، فعن طريق مثل هذا التوسع في مفهوم المنافسة غير المشروعة فإنه توجد حماية ضدّ انتحال علامة مشهورة وذلك بالنسبة لوضعها على منتجات مختلفة كلياً عن تلك التي اشتهرت بها.

المطلب الثاني

الأساس القانوني لاكتساب ملكية العلامة التجارية

تمثل العلامة التجارية أحد حقوق الملكية الصناعية والتجارية التي تنتمي إلى الحقوق الذهنية أو المعنوية، والتي بالتالي تعدّ مالا منقولاً يجوز تملكه من قبل الأشخاص الطبيعية والمعنوية، وقد توزعت التشريعات حول الأساس القانوني لاكتساب ملكية العلامة التجارية إلى نظامين أساسيين هما الحق بأسبوعية الاستعمال، والحق بأسبوعية التسجيل (فرع أول)، كما أن هناك من أخذ بنظام مختلط يمزج بين النظامين الأساسيين (فرع ثاني) وهو ما جعل الحماية الجزائية للعلامة التجارية تختلف باختلاف هذه الأنظمة.

الفرع الأول

النظامين الأساسيين المعتمدين في ثبوت ملكية العلامة التجارية

من المقرر أن استعمال العلامة التجارية المميزة للسلعة يختلف عن استعمال العلامة التجارية المميزة للخدمة، إذ يمكن استعمال العلامة التجارية المميزة للسلعة عن طريق عرض السلعة ذاتها أو عرض صورها أو وجودها بشكل طبيعي في الأمكنة العامة أو ما شابه ذلك، مما يجعل السلعة وعلامتها التجارية معاً شيئاً حسياً ملموساً من قبل مستهلكيها.

ولكن هذا غير ممكن بالنسبة للخدمة التي يصعب بحكم طبيعتها عرضها وأتاحتها بذات الطريقة للجمهور، ولذا يكفي للقول باستعمال العلامة التجارية المميزة للخدمة مجرد الإعلان عنها في وسائل الإعلام المصورة أو المرئية ومنها الانترنت. وجدير بالذكر أن ثبوت ملكية العلامة التجارية يكون وفقا لنظامين أساسيين هما: نظام أسبقية الاستعمال (فقرة أولى)، و نظام أسبقية التسجيل (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

ثبوت ملكية العلامة التجارية وفق نظام أسبقية الاستعمال

يعتد هذا النظام في ملكية العلامة التجارية بأسبقية استعمالها، فلا تتوقف هذه الملكية على تسجيل العلامة، وبالتالي من يستعمل العلامة التجارية استعمالا فعليا لتمييز بضائه أو خدماته أو منتجاته عن بضائع وخدمات ومنتجات غيره يعتبر مالكا لهذه العلامة وبالتالي ينشأ له حق استئثار بها¹.

وقد كان هذا النظام متبعا في فرنسا في ظل القانون الملغي الصادر سنة 1857، والذي الغي بصدور قانون 31 كانون أول 1964 الذي جاء بتعديل كبير في هذا الشأن والذي نص عليه أيضا قانون العلامات التجارية الفرنسي الجديد الصادر في 4 كانون الثاني 1991 والمعدل سنة 1992.

1- أنظر: القليوبي (سميحة)، المرجع السابق، ص 476.

وبمقتضى هذا النظام فإن التسجيل يعد مجرد قرينة على الملكية ويجوز للغير إثبات عكسها، بمعنى أن التسجيل لا ينشئ حق الملكية على العلامة التجارية، وإنما يقره ويكشفه، وهو بهذا المعنى يعني من قام به عن تقديم الدليل على استعماله للعلامة¹.

ومن مزايا هذا النظام أنه يقرر حماية للمبتكر الحقيقي للعلامة التجارية، أي الذي اختارها واستخدمها على منتجاته إلا إنه لم يحم بتسجيلها، وبالتالي فإنه لا يحرم مالك العلامة التي لا يحمل تسجيلها من حق ملكيته عليها، وعليه يجوز استردادها حتى لو نازعه شخص آخر على تسجيلها، إضافة إلى أن هذا النظام يؤدي إلى عدم احتكار حق ملكية العلامة التجارية دون استعمالها الفعلي².

أما ما يرتبه هذا النظام من عيوب فإنه يؤدي إلى المنازعة في أسبقية الاستعمال ويشجع أصحاب العلامات على إهمال تسجيلها لدى الجهات المختصة، مما يؤدي إلى عدم استقرار ملكيتها لمن سجلها، حيث يبقى معرضا إلى المنازعة بهذا الحق بظهور آخر يثبت أنه الأسبق في استعمال تلك العلامة³. وبموجب هذا النظام الذي يعتد بأسبقية الاستعمال فإن ذلك يرتب الحماية الجزائية لمن يثبت أنه كان الأسبق في استعمال العلامة التجارية، وذلك يعني أن على قاضي الموضوع ولغاية الفصل في مدى تمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية التثبت ابتداء من مسألة الأسبقية في الاستعمال.

1- أنظر: عوض (علي جمال الدين)، التشريع الصناعي، حقوق الملكية الصناعية والتنظيم الصناعي والتجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، د. س. ن، ص 186.

2- أنظر: المرجع نفسه، ص 282.

3- أنظر: المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

الفقرة الثانية

ثبوت ملكية العلامة التجارية وفق نظام أسبقية التسجيل

بمقتضى هذا النظام يعد التسجيل هو المنشئ لحق الملكية على العلامة التجارية، ولا يعدت بأسبقية الاستعمال لتلك العلامة مهما طالت مدته، إذ يعتبر التسجيل في كل العلامات التجارية وفق هذا النظام منشأ لحق الملكية على تلك العلامات، وقد أخذ بهذا النظام قانون العلامات الألماني¹.

كما أخذ المشرع الفرنسي صراحة بهذا المبدأ حيث نص في الفقرة الأولى من المادة (772) من مجموعة الملكية الفكرية على أن (ملكية العلامة تكتسب بالتسجيل) ويتمثل التسجيل في قيد العلامة في سجل المعهد الوطني للملكية الصناعية، وبالتالي فإن التسجيل يعد الوسيلة الوحيدة لاكتساب الملكية على العلامة²، لكنه لا يعتبر شرطاً أساسياً للحماية في العلامات المشهورة عكس العلامات العادية التي يشترط فيها التسجيل أو طلب التسجيل لإسباغ الحماية اللازمة³.

1- أنظر: أنطاكي (رزق الله) والسباعي(نهاد)، الوسيط في الحقوق التجارية البرية، الجزء الأول، مطبعة الإنشاء، د. م. ن، 1963، ص 208.

2- أنظر:

BRAUN (A) & CORNU (E), *Précis des marques loi uniforme Benlux droit belge droit international droit communautaire*, Larcier, p. 288.

3- أنظر: بلمهدي (عبد الحفيظ)، المرجع السابق، ص 72.

وفي هذا الصدد تنص المادة 143 من القانون 17/97 المغربي للعلامات التجارية على ما يلي: "تستفيد العلامات المودعة بصورة قانونية أو المسجلة من لدن الهيئة المكلفة بالملكية الصناعية وحدها من الحماية المقررة في هذا القانون ابتداء من تاريخ الإيداع".¹

ومن مزايا هذا النظام أنه يحدد المركز القانوني لمن قام بتسجيل العلامة بصورة قاطعة وثابتة ويضمن الاستقرار والثبات لحق صاحب العلامة الذي قام بتسجيلها، وبالتالي يقضي على الصعوبات الخاصة بالإثبات فيما يتعلق ببدء الاستعمال عند المنازعة

وبالتالي يستند إلى الشكليات التي قد يغفل عنها صاحب الشأن أو الذي تحيط به ظروف قاهرة تمنعه من تسجيل تلك العلامة. ويترتب على هذا النظام أن العلامة التجارية التي تكون محلا للحماية الجزائية هي العلامة التجارية التي يثبت من يدعي ملكيتها تسجيلها لدى الجهات المختصة، وبذلك لا يعتد بأسبقية الاستعمال.

الفرع الثاني

النظام المختلط كمعيار لثبوت ملكية العلامة التجارية

من خلال ما سبق اتضح أن هناك نظامين أساسيين يتخذان كأساس لثبوت ملكية العلامة التجارية. وقد اختلفت التشريعات في الأخذ بهما، فبينما أخذت بعض التشريعات بنظام أسبقية التسجيل، فقد أخذت أخرى بنظام أسبقية الاستعمال.

أما طائفة أخرى من التشريعات فإنها لم تأخذ بأي من أحد النظامين على الإطلاق، وإنما حاولت المزج بين النظامين لينشأ نظام ثالث يسمى بالنظام المختلط. وهو ما سندرجه

1- أنظر: البوعمرى (بوشعيب)، المرجع السابق، ص 68.

ضمن هذا الفرع من خلال (فقرة أولى) مضمون هذا النظام، وإبراز مدى الأخذ به في بعض التشريعات (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

مضمون النظام المختلط

يتخذ هذا النظام منهاجاً وسطاً بين النظامين السابقين، لمحاولة تفادي العيوب التي وجهت إلى النظامين من حيث عدم استقرار الأوضاع القانونية ومن حيث التمسك بالشكليات التي قد يغفل عنها صاحب الحق لأي سبب كان، إذ أن هذا النظام لا يعتد بالتسجيل وحده كوسيلة لاكتساب حق الملكية، وإنما يكتسب هذا الحق إذا اقترن الاستعمال بالتسجيل، حيث يكون هذا الاستعمال ظاهراً أو لمدة من الزمن¹.

ومن مزايا هذا النظام أنه قد تفادى الانتقادات والعيوب التي وجهت إلى النظامين السابقين من حيث أنه لم يجعل الأسبقية في الاستعمال وحدها هي الوسيلة الوحيدة لاكتساب حق الملكية، وكذلك لم يعتد بالتسجيل وحده كوسيلة لاكتساب هذا الحق².

1- أنظر: عيد (ادوارد)، الأعمال التجارية والتجار والمؤسسة التجارية، ط1، دار المستشار للنشر والتوزيع، بيروت، 1971، ص 485.

2- أنظر: القليوبي (سميحة)، المرجع السابق، ص 477.

الفقرة الثانية

مدى أخذ بعض التشريعات بالنظام المختلط

أخذ المشرع الإنجليزي في قانون العلامة التجارية الصادر سنة 1994 بهذا النظام، ولكنه جعل المدة التي يحق فيها لذي المصلحة أن يتنازع في ملكية العلامة هي خمس سنوات وبعد مرورها تصبح ملكية العلامة قاطعة لمن قام بتسجيلها¹. وبذلك فإن المشرع الإنجليزي قد عد التسجيل أساساً منشأً لملكية العلامة، ولكنه اشترط لنشوء هذه الملكية شرطين، أولهما أن يكون من قام بالتسجيل حسن النية، بمعنى أن لا يكون من قام بالتسجيل عالماً بأن العلامة موضوع حق سابق، والثاني أن يستخدم من سجل العلامة بحسن نية هذه العلامة لمدة خمس سنوات تبدأ من تاريخ التسجيل².

وقد أخذ التشريع المصري بالنظام الذي يعتد بالاستعمال وليس بواقعة التسجيل القانوني وهذا يتضح من المادة 65 من قانون حماية الملكية الفكرية رقم: 82 لسنة 2002 التي نصت على أنه: "يعتبر من قام بتسجيل العلامة مالكا لها متى اقترن ذلك باستعمالها خلال الخمس السنوات التالية للتسجيل، ما لم يثبت أن أولوية الاستعمال كانت لغيره، ويحق لمن كان أسبق إلى استعمال العلامة ممن سجلت باسمه الطعن ببطان التسجيل خلال الخمس سنوات المذكورة، ومع ذلك يجوز الطعن ببطان تسجيل العلامة دون التقيد بأي مدة متى اقترن التسجيل بسوء نية"، حيث يعتبر التسجيل قرينة على الملكية لمن سجلت باسمه،

1 - الفقرة 3 من المادة 46 من قانون العلامة التجارية الإنجليزي.

2- أنظر:

BURST (V.J.J), *réforme du droit des marques*, partie 1, les petites affiches, mai 1991, n° 57, p. 13, 14.

إلا أنها قرينة بسيطة تقبل إثبات العكس، وبالتالي يستطيع من سبق له استعمال العلامة ذاتها أن يثبت عدم أحقية من سجلت العلامة باسمه في الحق على تلك العلامة.

مما تقدم يتبين أن المشرع المصري في المادة 65 من قانون حماية الملكية الفكرية رقم: 82 لسنة 2002 قد أخذ باستعمال العلامة التجارية كسبب لثبوت حق الملكية على العلامة التجارية كقاعدة عامة، حيث أجاز في ذات المادة لمن كان أسبق في استعمال العلامة المسجلة باسم غيره الطعن ببطلان تسجيلها خلال مدة خمس سنوات من تاريخ تسجيل تلك العلامة. وكذلك أضاف المشرع استثناء في ذات المادة بأنه يعطي الحق لمن كان أسبق في استعمال العلامة الطعن ببطلان تسجيلها متى اقترن التسجيل بسوء نية دون التقيد بأية مدة.

أما المشرعان السوري واللبناني فقد اعتمدا نظاما وسطا يقرب من النظام الإنجليزي، حيث وبمقتضى هذا النظام يكون للإيداع اثر منشئ مؤجل، حيث أن المادة 68 من المرسوم التشريعي رقم: 46 الخاص بالعلامات التجارية في سوريا قد أكدت على أنه لا يمكن الادعاء بالملكية الشخصية لعلامة فارقة ما لم تكن قد أودعت مسبقا في مكتب الحماية.

وأكدت ذلك أيضا المادة 82 من ذات المرسوم حيث حددت مدة الاعتراض بخمس سنوات تلي الإيداع، وبذلك فإن أسبقية الاستعمال هي المبدأ المقرر في القانون السوري واللبناني¹. وهو ما أكده القضاء من خلال عدة قرارات سواء على مستوى محكمة التمييز المدنية اللبنانية² أو محكمة النقض السورية، حيث قررت في هذا الشأن أن: "العلامة الفارقة

1- أنظر: فوزي (لطفى)، شرح قانون الملكية الصناعية والتجارية، المطبعة الجديدة، دمشق، 2002، ص 79 وما بعدها.

2 - أنظر: قرار محكمة التمييز المدنية اللبنانية رقم: 30 الصادر بتاريخ: 20 أبريل 1961، مجموعة حاتم، ص 52.

ملك لمن استعمالها أولاً ولو كان غيره سبق إلى تسجيلها باسمه لأن التسجيل قرينة على الحق ولكنها لا تنشئه، وإنما تنشئه الأولوية وصاحبها يحق له إبطال التسجيل خلال خمس سنوات"

1

المبحث الثاني

شروط صحة المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

اعتبر قانون العلامات الجزائري في المادة السابعة الفقرة الرابعة والخامسة من الأمر 06/03 من قبيل العلامات غير المشروعة كل تعبير أو رسم أو علامة أو جزء منها مخالف للآداب العامة، الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة وكذلك أي تقليد للشعارات².

كما يعتبر العلامات والدمغات الرسمية وأعلام الشرف وكذلك الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر، والدمغات الرسمية التي تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة.

كذلك يعد من قبيل العلامات غير المشروعة وفقاً للمادة سالف الذكر الأسماء الجغرافية، إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبساً أياً كان فيما يتعلق بمصدر المنتجات

1 - أنظر: قرار محكمة النقض السورية رقم: 550 بتاريخ 1973/6/23، مجموعة أحكام القضاء، ص 1406.

2- فقد جرت العادة في بعض الدول على وضع قائمة حصرية للرموز المحصورة بموجب القانون الوطني، أنظر: عجة (الجيلالي)، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، دراسة مقارنة لتشريعات الجزائر، تونس، المغرب، مصر، الأردن، والتشريع الفرنسي، الأمريكي والاتفاقيات الدولية، سلسلة موسوعة حقوق الملكية الفكرية، مكتبة زين الحقوقية، لبنان، 2015، ص-ص 49-67.

أو أصلها، كذلك صور الغير أو شعاراته ما لم يوافق مقدما على استعمالها بحيث إذا استعملت بدون رضاه يعتبر ذلك بمثابة اعتداء على الحياة الخاصة للشخص، مما يستوجب التعويض في حالة إحداث ضرر نتيجة استعمال الصورة.

أيضا فإن العلامة التي من شأنها أن تظلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مخل بالحياة¹.

يتبين مما تقدم أن الشروط اللازم توافرها في العلامة التجارية هي أن تكون مميزة وجديدة ومشروعة، فإذا لم تتوفر إحدى هذه الشروط فإنها لا تعتبر علامة تجارية وفقا للقانون، وتعتبر باطلة سواء تم تسجيلها أو لم يتم ويجوز للمصلحة المختصة إبطالها كما يجوز ذلك للغير².

وفيما يلي سنبين الشروط الشكلية لإضفاء الحماية اللازمة على العلامة التجارية (مطلب أول)، ثم الشروط الموضوعية لإضفاء الحماية اللازمة على العلامة التجارية (مطلب ثاني).

¹- أنظر: سلامة (نعيم جميل صالح)، المرجع السابق، ص-ص 36-64.

- عجة (الجيلالي)، المرجع السابق، ص-ص 49-67.

2- وهو ما أكدته المحكمة العليا في إحدى قراراتها أين قضت بأن السبق في الإيداع لا يكفي وحد لإبطال اية علامة تجارية بل يجب القيام بمناقشة ذلك الاسم المراد حمايته للتأكد من توافره على الخصائص والمميزات الواردة في احكام المادة 02 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية، وذلك في القرار رقم: 190797 المؤرخ في 13 جويلية 1999، الغرفة التجارية والبحرية، المجلة القضائية، العدد الأول، 2000، ص 125.

المطلب الأول

الشروط الشكلية لإضفاء الحماية اللازمة على العلامة التجارية

يلزم القانون القيام بجملة من الإجراءات الشكلية التي يترتب عليها وجود قانوني للعلامة، لذلك لا بد من استعراض الشروط الشكلية للعلامة أي إجراءات إيداعها من طرف صاحب العلامة (فرع أول)، والقيام بتسجيلها من طرف أي شخص طبيعي أو معنوي يريد تسجيل علامة معينة أمام الجهة المختصة (فرع ثاني).

الفرع الأول

الإيداع

يستوجب القانون القيام ببعض الإجراءات الشكلية الواجب اتخاذها من أجل تحقيق الوجود القانوني للعلامة التجارية. ومن أهم هذه الإجراءات إجراء إيداع العلامة من طرف صاحبها. ويتميز الإيداع في حد ذاته بإجراءات خاصة سواء عند تقديم الطلب أو بعد تقديمه، وهو ما سيندرج تحت هذا الفرع من خلال فقرتين، (فقرة أولى) الإجراءات المتبعة عند تقديم الطلب، والإجراءات المعمول بها بعد تقديم الطلب (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

الإجراءات المتبعة عند تقديم الطلب

يتم الإيداع بتسليم الملف إلى المصلحة المختصة بالتسجيل من طرف صاحب العلامة سواء كان شخص طبيعي أو معنوي جزائري أو أجنبي مقيم في الجزائر أو في الخارج، إلا

أنه إذا كان طالب العلامة يقيم في الخارج لابد من وكيل يمثله أمام المصلحة المختصة ويوجه الطلب بواسطة رسالة موسى عليها مع العلم بالوصول أو أية وسيلة تثبت الاستلام.

ويتضمن هذا الطلب طلب تسجيل يقدم في استمارة خاصة، يتضمن اسم الموعد وعنوانه الكامل، وصورة من العلامة لا يتجاوز مقياسها الإطار المحدد في الاستمارة. كما يتضمن أيضا قائمة للسلع والخدمات المراد تسجيل العلامة من أجلها ووصل يثبت دفع الرسوم. وفي حالة تمثيل الموعد من قبل وكيل يجب أن يرفق طلب التسجيل بوكالة¹.

الفقرة الثانية

الإجراءات المعمول بها بعد تقديم الطلب

بعد تقديم طلب الإيداع أمام المصلحة المختصة يتم فحصه من الناحية الشكلية حول ما إذا كان مستوفيا للشروط الشكلية المنصوص عليها في المواد: 4 إلى 7 من المرسوم التنفيذي: 295/05 والمتعلقة بالبيانات الإلزامية أو عدم إدراج المستندات الضرورية في الملف عند عدم استقاء الإيداع لهذه الشروط، وتطلب المصلحة المختصة من صاحب الإيداع تسوية طلبه في أجل شهرين وإلا رفض طلبه.

وعندما يتم قبول الطلب من الناحية الشكلية تنتقل المصلحة المختصة إلى فحص الإيداع من الناحية الموضوعية حول مدى تطابق العلامة مع القانون وأنها غير مستثنية من

1- أنظر: المادة 7 من المرسوم التنفيذي: 295/05 المؤرخ في: 02 أوت 2005، الذي يحدد كفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 54 الصادرة بتاريخ: 07 أوت 2005، ص 11.

التسجيل للأسباب المنصوص عليها في المادة 7 من الأمر 06/03 أي فحص مدى توافر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية.

فإذا تبين للمصلحة المختصة عدم توفر احد الشروط الموضوعية فإنها ترفض الطلب وتبلغ هذا الرفض للمعني بالأمر وتطلب منه تقديم ملاحظاته في اجل شهرين ابتداء من تاريخ التبليغ، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب المصلحة، ولكن لا يعتبر رفض المصلحة المختصة قرار نهائي إلا بعد سماع المعني وإبداء ملاحظاته. أما إذا أصرت الإدارة على الرفض وأصدرت قرار نهائي بالرفض فإنه يحق للمعني بالأمر أن يطعن في قرارها أمام القضاء الإداري.

الفرع الثاني

تسجيل العلامة التجارية

ربطت المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فكرة الحماية بالتسجيل إذ جاء فيها: "تطبق أحكام هذه الفقرة، مع ما يلزم من تغيير، على السلع والخدمات التي لا تعدّ مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع وخدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع والخدمات ومالك العلامة المسجلة في هذه الحالة وبشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة"¹.

1- إلا أنه استثناءً فإنّ العلامة المشهورة حتى وإن لم يتم تسجيلها فإنها تتمتع بالحماية وفقاً للمادة: 09 من الأمر ذاته من خلال الفقرة الأخيرة من هذه المادة، وبمفهوم المخالفة فلمالك العلامة المشهورة في الجزائر الحق في منع الغير من

فالعلامة المشهورة المسجلة في الجزائر هي التي من شأنها أن تتمتع بمثل هذه الحماية، فالتسجيل وحده يفتح المجال للمدعاة والملاحقة القانونية، وعليه تدور الحماية الجزائية وجودا وعدما مع التسجيل، فإن تم التسجيل قامت الحماية وإن انعدم انعدمت الحماية، وعادة ما يشار للعلامة التجارية إما بالأحرف TM وتعني (Trade Mark) وتستخدم لترويج علامة تجارية غير مسجلة أو إشارة ® وتعني (Registered) ومعناها علامة مسجلة¹. وقد أكدت المادة 27 من الأمر ذاته على أهمية التسجيل بنصها: "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها...".

ومن جهتها تتفق جل التشريعات على وجوب تسجيل العلامة التجارية حتى تتوفر لها الحماية القانونية اللازمة، ومن بينها المادة 06 من التشريع الأردني للعلامات رقم: 34 لسنة 1999 التي جاء فيها: "كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه أو مما أصدر شهادة بها أو البضائع التي يتاجر أو ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقا لأحكام هذا القانون"، كما تضمنت هذا الشرط المواد من 73 إلى 77 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري لسنة 2002.

ويخلق نظام تسجيل العلامة قيمة معنوية للسلع وهو أحسن منهج في حماية العلامات التجارية²، ونظرا لأهمية هذه العملية في إضفاء الحماية الجزائية على العلامة سنفصل ذلك في (فقرة أولى) تعريف التسجيل وأهميته، وفي (فقرة ثانية) نبين آثاره.

استعمال علامته حتى وإن لم يتم تسجيلها فيها وهذا ما يمثل استثناء مهما على المبدأ الذي يقضي بأن العلامة لا يتم اكتسابها إلا بالتسجيل.

¹ - أنظر: بوبشطولة (بسمة)، المرجع السابق، ص 33، 34.

² - أنظر:

الفقرة الأولى

تعريف التسجيل وأهميته

إنّ تسجيل العلامة يسمح بميلاد "العلامة المشهورة" والتي تعتبر ثمرة وحلم مالك العلامة سواء أكانت صناعية أو تجارية أو خدمة، فهي الدليل الأكيد للنجاح الاقتصادي الذي حققته، حيث أنّ قوة العلامة تقاس انطلاقاً من شهرتها، فالعلامة بدون شهرة ليست إلاّ مجرد توقيع يوضع على المنتج خالية من المضمون والمحتوى¹.

وحتى يتمكّن صاحب العلامة التجارية من حماية علامته وتمييز بضائعه وخدماته التي هي من صنعه وإنتاجه عن غيرها لا بد من القيام بتسجيلها وفق إجراءات محدّدة نصّت عليها القوانين والتنظيمات السارية خاصة أن التطور الكبير والهائل للإنتاج جعل وفي كثير من الأحيان المنتج مجهول وغير معروف فالعلامة تتماثل شيئاً فشيئاً مع البضائع².

فأغلب القوانين المتعلقة بالعلامات التجارية في أغلب دول العالم اليوم تلزم مالك العلامة بالقيام بتسجيلها رسمياً حتى يضمن حقوقه ويسد باب العبث والتقليد والاستعمال غير المشروع بوجه العابثين والمزيّفين والمقلّدين غير الشرفاء - كما أسلفنا - كما تعتبر اتفاقية

DINWOODIE (G.B) & JANIS (M.D), **trademark law and theory, a handbook of contemporary research**, Edward Elgar publishing Uk and USA, printed and bound in great Britain, 2008, p. 97.

1- أنظر:

KAPFERER (J.N), Op. Cit., p. 159

-ROUBIER (P) Op. Cit., p. 566.

2- أنظر:

G. H. C. BODENHAUSEN, **problèmes actuels concernant la protection internationale de la propriété industrielle, Propriété industrielle**, s.m.ed, 1950, p. 85.

"ترييس" من جهتها أنّ التسجيل هو السبب المنشئ لملكية العلامة التجارية حيث أنها لم تجعل الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية شرطا للتقدم بطلب تسجيلها أو سببا لرفض هذا التسجيل¹. فالتسجيل إذا هو النتيجة النهائية للسير في الإجراءات المحددة التي نصّ عليها القانون ابتداء من تقديم الطلب إلى غاية الموافقة عليه وإصدار شهادة به².

وتظهر أهمية تسجيل العلامة التجارية من خلال نص المادة التاسعة من الأمر 06/03 التي مفادها أنه: "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها.... ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

يمكن التمسك بالحق المخوّل بموجب تسجيل العلامة في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا أو اسما تجاريا مشابهها يؤدي إلى اللبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة، دون ترخيص من مالكيها، بينما الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي أن تضمن للمستهلك والمنتج الصفة الأصلية على السلع والخدمات المقررة من العلامة، وتسمح بالتفريق بينهما دون احتمالية وجود ذلك اللبس.

لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة السابعة الفقرة الثامنة".

1- أنظر: محمد بن (جلال وفاء)، المرجع السابق، ص 115.

2- صادقت الجزائر على بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد في مدريد في: 27 أوت 1989، والمعدّل في: 3 أكتوبر 2006، وفي: 12 نوفمبر 2007، وذلك بموجب المرسوم الرئاسي: 420/13 المؤرخ في: 2013/12/15 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 21، مؤرخة في: 26 أبريل 2015.

فلتسجيل العلامة التجارية أهمية بالغة، حيث يمنح للعلامات الشهرة المطلوبة، ويمكن أن يصل بها إلى مصف "العلامة ذات الشهرة العالية"، وهي العلامة التي تتجاوز المجال المهني والزبائن النوعيين والاعتياديين، فتصبح بذلك معروفة خارج الأوساط التي تريد فيها تمييز المنتج عن تلك المنتجات المماثلة أو المشابهة لها، وهي ترمز في نظر جمهور كبير وواسع إلى المؤسسة أو إلى منتجاتها أو إلى بضائع ذات نوعية رقيقة¹.

ويعد التسجيل إجراءً شكلياً يمكن بموجبه التمييز بين العلامة المشهورة والعلامة ذات الشهرة العالية، فالعلامة المشهورة هي تلك العلامة المعروفة ولكنها غير مسجلة، في حين أن العلامة ذات الشهرة العالية هي تلك العلامة المعروفة والتي قام مالكوها بتسجيلها².

وقد ميّز المشرع الجزائري بين العلامة المشهورة المسجلة والعلامة المشهورة غير المسجلة، فيما يتعلق بنطاق الحماية، حيث أنه منح للأولى حماية أوسع مقارنة بالثانية التي قصر حمايتها بالمنتجات أو الخدمات المماثلة، فإنه وفي المقابل قد استعمل نفس العبارة أو المصطلح في كلتا الحالتين أي علامة ذات شهرة والتي يقابلها بالفرنسية: " marque notoirement connue"، وهذا تجنباً لأي سوء فهم أو التباس قد ينجر عن ذلك وتقاديا للإشكالات والتعقيدات التي قد يحدثها التنوع في استعمال المصطلحات³.

وجدير بالذكر أنه لا يكفي أن تكون العلامة المشهورة مسجلة فقط بل لا بدّ من توافر شرطين أساسيين معاً.

¹ - أنظر: سوفالو (أمال)، المرجع السابق، ص 16.

² - وهو المعيار الذي اعتمده المادة 06 مكرر من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية والعلامات المشهورة الأخرى للتمييز بين العلامة المشهورة والعلامة ذات الشهرة العالية. أنظر: سوفالو (أمال)، المرجع السابق، ص 21.

³ - المادة 07 الفقرة: 08 من أمر: 06/03 المذكور.

الشرط الأول هو أن يدل استعمال هذه العلامة من أجل سلع وخدمات أخرى على صلة بين هذه السلع والخدمات ومالك العلامة المسجلة، فإذا كان الأصل وفقاً لمبادئ قانون العلامات أنّ العلامة تبقى حرة الاستعمال خارج نطاق تخصيصها، فإنه ونظراً لطابع الشهرة المرتبط بهذا النوع من العلامات فإنّ من شأن استعمالها على منتجات أخرى مختلفة عن تلك التي أودعت من أجلها أن توحى بوجود صلة بينها وبين مالك العلامة المشهورة.

وحيث أنّ العلامة المشهورة تتماثل في أغلب الأحيان مع المؤسسة التي تستعملها من أجل تصريف منتجاتها وأنّ الجمهور يربط وبصفة تلقائية تلك العلامة بالمؤسسة التي روجتها، فردة الفعل الطبيعي لهذا المستهلك في وجود منتج جديد يحمل تلك العلامة هو اعتقاده بأنّ المؤسسة على صلة بهذه المنتجات لا محالة، فإما أن تكون قد وسعت في نشاطها وبالتالي فهذه المنتجات تتأتى من ذات المؤسسة أو من أحد فروعها أو أنها تصنع تحت مراقبتها وإشرافها وهذا ما يطلق عليه التباس المؤسسات.

أما الشرط الثاني فيكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة. ومما لا شك فيه أنّ الاستعمال غير المشروع للعلامة المشهورة المملوكة للغير من شأنه إلحاق أضرار معتبرة بمصالح مالك هذه العلامة، حيث أنّ الاحتمالات تكون ضئيلة جداً أين الاستعمال غير المشروع لهذه العلامات لا يكون ضاراً.

فإذا كان استعمال العلامة المسجلة بالنسبة لمنتجات مختلفة من طبيعته إلحاق ضرر بمالك العلامة، فحتى وإن لم يتحقق بعد، فالمالك يمكنه أن يتصرف في مواجهة هذا الغير حتى وإن كان حسن النية، أي بدون قصد انتحالي. فالأمر يتعلق هنا بالدفاع عن صورة العلامة وعن شهرتها من جهة ضدّ أخطار التنزيل أو الابتذال التي يسببها استعمال نفس

الشارة من أجل منتجات مختلفة أو منتجات من نوعية رديئة، أو ضد التصرفات التي من شأنها جعل العلامة تفقد طابعها المؤثر.

ومن جهة أخرى ضد خطر إضعاف القدرة المميزة للعلامة والمرتبطة بفقدان وحدة العلامة وابتذالها أو حتى ضد توقيف المؤسسة ومنعها من تطوير وبسط علامتها في قطاعات جديدة. وبالتالي فالضرر الذي يمكن أن يلحق العلامة المشهورة قد يأخذ صورا مختلفة كإضعاف القدرة المميزة للعلامة، والمساس بسمعتها، فقدان السيطرة الاقتصادية أو قمع الانتشار الاقتصادي للمؤسسة، كما سبقت الإشارة إليه¹.

الفقرة الثانية

آثار التسجيل

تتميز آثار تسجيل العلامات التجارية بنسبيتها من حيث الزمان، ومن حيث الاستخدام التجاري للعلامة عن حسن نية، ونسبية العلامة، والالتزام باستعمالها.

فمن حيث الزمان، فإن الفقرة الثانية من المادة 5 من الأمر المتعلق بالعلامات التجارية تقضي بأنه: "تحدد مدة تسجيل العلامة بعشرة سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب". وهو ما تضمنته الفقرة الثالثة من المادة 714 من مجموعة الملكية الفكرية الفرنسية. فالحق في احتكار العلامة التجارية مؤقت بالنسبة لصاحبه، إلا أن هذا لا يمنعه من جعله مستمرا ومتمتعا بالحماية اللازمة، لأن المشرع أعطى لمالك العلامة

1- أنظر:

-POLLAUD-DULLIAN (F), **Droit de la propriété industrielle**, édition Montchrestien, E. J. A, Paris, 1999, p. 673.

-DURRANDE (S), Op. Cit., p. 8.

المسجلة الحق في طلب تجديدها لفترات متتالية أي غير محددة قدرها 10 سنوات في كل عملية تجديد¹.

أما من حيث الاستخدام التجاري للعلامة عن حسن النية، فإنه إذا كانت القاعدة أن تسجيل العلامة من قبل صاحبها يرتب له حق ملكيتها والتصرف فيها بجميع أوجه التصرف ومنع الغير من استخدامها دون رضاه، فإن هذه الحالة ورد عليها استثناء في المادة العاشرة المشار إليها أعلاه لا تمنع الغير من استخدام العلامة التجارية رغم تسجيلها بشروط². غير أنه إذا تم استعمال وتسجيل علامة بغية الغش فإنه عملاً بنظرية الغش فإن التسجيل يكون باطلاً.

لقد اعتبر المشرع سوء النية شرطاً أساسياً لتوفر جرم التقليد³، ولا يمكن التذرع بعدم معرفة العلامة الأصلية (المسجلة) فعلى التاجر الجديد دراسة السوق المحلي واحتياجاته الرئيسية⁴.

1- أنظر: حسني (عباس محمد)، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، مصر، 1971، ص 316.

2- تتمثل هذه الشروط في: أن يستخدم الغير العلامة وهو حسن النية، لأن سوء النية يرقى إلى درجة الغش والغش يفسد كل شيء، أن تستخدم وفقاً للممارسات النزيهة في المجال الصناعي أو التجاري وفي حدود التعريف والإعلام فقط. وقد حددت المادة 2/10 نطاق هذا الاستخدام الذي يمكن أن يشمل الاسم والعنوان والاسم المستعار، البيانات الحقيقية المتصلة بالصنف أو الجودة والكمية أو الوجه أو القيمة أو المكان المنشأ أو فترة إنتاج هذه السلعة أو أداء هذه الخدمات.

3- أنظر بعض قرارات محكمة التمييز بدبي: الحمادي (حسن احمد)، المرجع السابق.

4- أنظر: مغيب (نعيم)، الماركات التجارية، دراسة في القانون المقارن، ط1، لبنان، 2005، ص 134، وكذا ص 219.

وفي هذا السياق يرى المشرع الأردني أن التسجيل لا يمنع أي شخص من استعمال اسمه الخاص أو اسم محل عمله أو اسم أحد أسلافه في العمل استعمالاً حقيقياً، وهو ما يفيد بأن الحماية الجزائية المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية تنتفي في حالة ما إذا كانت العلامة هي عبارة عن اسم شخصي أو اسم أو عنوان تجاري للغير، أي أنه يجوز لكل شخص استعمال اسمه الشخصي أو اسمه التجاري بصرف النظر عن أي تسجيل لعلامة تجارية مماثلة¹.

وهو ذات ما ذهب إليه التشريع البريطاني الذي نص في الفقرة الثانية من المادة 11 من قانون العلامات التجارية لسنة 1994 على أن استخدام العلامة التجارية المسجلة من طرف أي شخص يحمل نفس الاسم أو العنوان لا يعد اعتداءً على حقوق العلامة التجارية، شريطة أن يتم الاستخدام في مجال الصناعة أو التجارة ووفقاً للمنافسات الشريفة².

كذلك يعتبر مبدأ نسبية العلامة التجارية من أهم ما تتميز به آثار تسجيل العلامات التجارية، إذ توضع العلامة على السلع المعروضة أو المباعة أو المتداول بها لأجل تمييزها عن غيرها بصورة محددة ومشتقات تلك السلع. وهي لا تطال سلعا أخرى غير متداول بها أصلاً بموجب العلامة الأصلية. فإذا تم تقليد العلامة الأصلية وأضيف إليها سلعا أخرى فيمكن للمحاكم أن تبطل وتلغي العلامة فيما خص السلع المشابهة بين الاثنين درءاً لوقوع أي التباس.

1- المادة 36 من قانون العلامات التجارية رقم: 34 الأردني لسنة 1999. وهو ما أكدته محكمة العدل العليا الأردنية في أحد قراراتها، أين اعتبرت أن مجرد تسجيل كلمة معينة كاسم تجاري للشركة المعترض عليها لا يترتب عليه أي حق لها في أن تسجل هذه الكلمة كعلامة تجارية لبضائعها إذ ليس هناك أي نص قانوني يعطيها هذا الحق. أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 166.

2- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 166.

وفي إطار ما تتميز به آثار تسجيل العلامات التجارية من نسبية فإنه لا بد من إدراج الالتزام باستعمال العلامة التجارية، حيث يرتب تسجيل العلامة التجارية لمالكها حقا استثنائيا في استغلالها، ومقتضى هذا الحق هو منع الغير من مباشرة هذا الاستغلال دون رضاه، ومن هنا يثور التساؤل عن حكم عدم مباشرة استغلال العلامة بعد تسجيلها في المدة المحددة؟

تقضي المادة 11 من الأمر 06/03 بأنه يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها أو طلب إلغائها من الغير. إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع. فاستعمال العلامة التجارية يقصد به تجسيدها في الواقع على السلع أو خدمات عرضت أو بيعت عبر أنحاء التراب الوطني. وقد تضمنت المادة 11 من الأمر 06/03 الشروط الواجب توفرها في الاستعمال ومنها الجدية في استعمال العلامة.

ويترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ما عدا في حالة إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع، أو في حالة عدم قيام مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروف عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح تمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر¹. فالاستغلال هو الذي تنتفي معه مظنة الصورية والشبهة والتحايل على القانون.²

1- أنظر المادة 19 من اتفاقية ترس.

2- أنظر: بريرى (محمود مختار أحمد)، الالتزام باستغلال المبتكرات الجديدة، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 292، 293.

المطلب الثاني

الشروط الموضوعية لإضفاء الحماية اللازمة على العلامة التجارية

إن ما تتميز به العلامة التجارية من شروط شكلية مرتبطة بإيداع طلب تسجيلها من طرف صاحبها، غير كاف لإضفاء الحماية القانونية اللازمة لها، إذ أن ذلك يستوجب توفر شروط أخرى تتعلق بالجانب الموضوعي للعلامة. وتتمثل هذه الشروط في شرطي الشهرة والتميز (فرع أول)، وشرطي الجدة والمشروعية (فرع ثاني).

الفرع الأول

شرطي الشهرة¹ والتميز

إن تعدد العلامات لا يعني توفر حماية قانونية لكل تلك العلامات من الاعتداءات التي قد تقع عليها، وإنما اقتصر القانون في حمايته فقط على تلك العلامات المعروفة وذات الشهرة في الوسط التجاري والصناعي، سواء عند المنتجين أو المستهلكين، لأن ذلك يعكس نجاح العلامة ومنفعتيها. وهو ما سيبرز من خلال (فقرة أولى) تتناول شرط الشهرة. كذلك فقد اشترط المشرع أن تكون العلامة المحمية قانوناً علامة مميزة ذات صفات وميزات كافية للتمييز بينها وبين غيرها من العلامات المشابهة لها ومن ثمة رفع اللبس الذي قد يقع فيه كل من المستهلك أو غيره، شرط التميز (فقرة ثانية).

1- قديماً كانت الشهرة ثمار الأقدمية التي تمنح لمنتج ما مكانة هامة أمام المستهلكين أما اليوم مع تغير الظروف وتطور الحياة التجارية فإن المدة أصبحت لا تعبر شرطاً لازماً للشهرة. أنظر:

CHAVANNE (A) et BURST (j.j), **Droit de la Propriété Industrielle**, 3eme édition, Dalloz, Paris, 1990, P. 614.

الفقرة الأولى

شـرط الشهرة

لمعرفة هل هذه العلامة مشهورة أم لا؟ يتم إجراء فحص جوهري للشارة المختارة كعلامة، ويتم الرجوع إلى العموم حيث يمكن معرفة هل أن علامة ما مشهورة أم لا؟ كما لاحظ العميد Roubier بأن الشهرة تعتبر دليلا على المنفعة الاقتصادية للعلامة لأنها تدل بأن العلامة قد حققت نجاحا كبيرا ثم تقديرها من طرف الزبائن¹.

والسؤال الذي يمكن طرحه هو أمام أي نوع من المستهلكين يلزم تقدير الشهرة؟ إجابة على هذا السؤال يرى كل من A. Chavanne و Brust j.z بأن الفئة العريضة من الجمهور هي التي بواسطتها يمكن تقدير شهرة علامة تجارية، وليس فقط جزء من هذه الفئة التي تستعمل نوعا ما من المنتج الحامل للعلامة².

ROUBIER (P), Op. Cit, p.

1- أنظر:

566.

2- فمثلا علامة موجودة على مضرب التنس يمكن أن تكون معروفة عند لاعبي التنس ومع ذلك ليست مشهورة ولن تصير مشهورة إلا عندما يعرفها حق المعرفة جميع الناس الذين لا يلعبون التنس. أنظر:

CHAVANNE (A) et BURST (j.j), Op. CIT, p. 616.

الفقرة الثانية

شُرط التميّز

من بين الشروط الموضوعية المطلوبة لاستفادة العلامة التجارية من الحماية أن تكون لها ذاتيتها التي تمنع الخلط بينها وبين العلامات الأخرى، إذ يجب أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو أرقام أو صور أو أشكال لها صفة مميزة، أي قادرة على تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس بمعنى آخر أن تكون لها صفة ذاتية تميزها عن غيرها وألا تكون مشابهة أو مطابقة لغيرها.

وعليه فإن العلامة المجردة من أي صفة لا تعد علامة صحيحة. فالعلامات التي تركز على شكل شائع أو على بيانات مستعملة بصورة عادية لبيان مميزات المنتج كالصفة والكمية أو المكان الجغرافي وكذلك التسميات المكونة أساسا من شكل السلع أو غلافها الذي تفرضه طبيعة المنتج أو وظيفته تستثنى من التسجيل¹.

وانطلاقا مما سبق لا تقبل كعلامة تجارية العلامات الوصفية التي تتكون من بيانات أو شارات تدل على جودة المنتجات أو تفوقها مثل لفظ (idéal، extra) ولكن إذا اتخذت هذه التسميات اللازمة أو النوعية أو العادية شكلا مميزا كأن تكتب بطريقة خاصة أو شكل هندسي مميز فتصبح بعدئذ علامة قابلة للحماية القانونية فصفة التمييز شرط أساسي للحماية القانونية.

1- المادة 07 فقرة 3 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

- وهو ما أكدته القرار رقم: 254727 الصادر بتاريخ: 20 جوان 2001 المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، المجلة القضائية العدد 02، 2003، ص 208 حيث تضمن أن: "إبراز تسمية مركب أساسي داخل في تكوين مستحضرات تجميلية على علبة المنتج لا يشكل علامة صنع"

ولا يقصد من اشتراط تمييز العلامة التجارية أن تتخذ شكلا مبتكرا أو عملا فنيا وإنما ما يقصد هو تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلع لمنع حصول اللبس لدى المستهلك العادي، وبالتالي فننظر للعلامة جملة ولا للعناصر المكونة لها، وإذ لم تكن العلامة التجارية مميزة فقدت الشرط الأساسي لحقها في الحماية القانونية¹.

وفي فرنسا تميّز العلامة التجارية يقيّم من طرف المعهد الوطني للملكية الفكرية ويتم تحليل الوضعية يوم إيداع طلب التسجيل، في حين التميّز يمكن أن يكرّس باستعمال العلامة التجارية، ويمكن لهذه الأخيرة أن تخسر تميّزها عندما تستعمل من طرف المستهلكين.

وتكون العلامة التجارية مميّزة عندما تسمح بالتعرّف على المنتجات أو الخدمات من بين منتجات وخدمات المنافسين، كما يُطلب من القاضي لتقيّم هذه الميزة أن يأخذ بعين الاعتبار وفي الحسبان مستوى انتباه الجمهور المعني حسب المنتجات والخدمات². ولا يكون للعلامة التجارية طابع التميّز، وبالتالي لا يمكن تسجيلها إذا كانت العلامة المستعملة عامة أي استعمالها مألوف بالنسبة للمنتوج المعني، إذا وصفت العلامة مباشرة المنتوج. إذا كان الشكل المقترح لعلامة مميزة صالحا لكل منتوج من هذا النوع³.

1- وليس الفيصل في التمييز بين علامتين باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه العلامة الأخرى وإنما العبرة بالصورة العامة التي تنطبق في الذهن نتيجة لتركيب هذه الصور أو الرموز أو بالشكل الذي تبرز به علامة أخرى بصرف النظر عن العناصر المركبة فيها. الحمادي (حسن احمد)، المرجع السابق.

2- وهي علامة أدخلت صراحة في التشريع الفرنسي في قانون 4-11-1991 غير أن القضاء قد كرّسها قبل هذا التاريخ، ويندرج ضمن العلامة الصوتية حسب المادة 711 الأصوات، والجمل، الموسيقية، وهذا النوع من العلامات ضروري لترقية المنتجات أو الخدمات على وسائل الإعلام الجديدة كالراديو والتلفزيون والإنترنت. أنظر:

LAPORTE-LEGEAIS (M.E), Op. Cit., p. 13.

3- أنظر:

LAPORTE-LEGEAIS (M.E), Op. Cit, p. 19

الفرع الثاني

شرطي الجِدَّة والمشروعية

تعتبر الجِدَّة من الشروط الموضوعية اللازم توافرها لكي تنال العلامة التجارية حظها الوافر من الحماية المطلوبة. ذلك أن شرط الجودة هو ما يحقق الغاية الأساسية من وجود العلامة على السلع والمنتجات التي تميز سلعة عن أخرى وهو ما سنتناوله في (فقرة أولى). ورغم ما يتمتع به صاحب العلامة من حرية في اختيار علامته كأصل عام، إلا أن اختياره للعلامة يكون ملزما بتحقق شرط المشروعية وهو ما سنتناوله في (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

شُرط الجِدَّة

يقصد بالجِدَّة عدم أسبقية استعمال أو تسجيل العلامة على ذات المنتجات من قبل، لذلك منع المشرع الجزائري استعمال الرموز المشابهة أو المطابقة التي تحدث لبسا أو تمس حقوق سابقة¹.

والجِدَّة التي يعتد بها في هذا المجال هي الجودة النسبية سواء من حيث نوع المنتجات، إذ يشترط في العلامة المؤهلة للحماية القانونية أن تكون جديدة بالنسبة لنوع المنتجات التي يصنعها أو يتاجر بها صاحب هذه العلامة ذلك أن العلامة تهدف إلى تمييز المنتجات

1- يترتب على ذلك أنه تستبعد العلامة خاصة في حالة وجود علامة سابقة مسجلة أو مشهورة أو أسم تجاري أو شعار معروف على كافة التراب الجزائري، كما تستبعد الرموز التي هي بمثابة ترجمة العلامة أو أسم تجاري. أنظر:

BLAIS (J.B), **droit des affaires (commerçant concurrence distribution)**, édition DELTA, Paris, 1999, p. 368.

وتحول دون الخلط بينها وبين منتجات مماثلة أو مشابهة لها. لذلك يجوز استعمال نفس العلامة لتمييز منتجات مختلفة. أومن حيث الزمان، أي أن ألا يكون قد حصل استعمالها في السابق، بل يجوز أن تعتبر جديدة إذا كان قد استعملها آخر ثم ترك هذا الاستعمال فترة طويلة من الزمن أو إذا انتهت مدة الحماية القانونية لها دون أن يتقدم صاحب العلامة بطلب تجديد هذه المدة¹، ولا يعد ذلك تعديا عليها، ومن تم يجوز استعمال العلامة المهجورة أو المتروكة. لذا يعد هذا الشرط نسبيا، إذ لا يشترط أن تكون العلامة جديدة كل الجدة ولم يسبق استعمالها².

أو سواء كانت الجدة النسبية من حيث المكان ذلك أن استعمال العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدولة المسجل بها العلامة وإنما يشمل الدولة بكامل إقليمها، وبالتالي لا يستطيع التاجر المنافس استعمال ذات العلامة في جزء آخر من الإقليم³.

بينما استعمال العلامة في الإقليم الأجنبي لا يفقد عنصر الجدة في العلامة التجارية عند استعمالها في الإقليم الوطني إلا إذا كانت هذه العلامة مسجلة في تلك الدول⁴، حيث أن الحماية لا تمتد إليها وفقا للتشريع الجزائري إلا إذا تم تسجيلها داخل الجزائر، أو إذا كانت

1- أنظر: سلامة (نعيم جميل صالح)، المرجع السابق، ص 495.

2- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 141.

- حمد الله (حمد الله محمد)، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار النهضة العربية، مصر، 1997، ص 92.

3- أنظر: سلامة (نعيم جميل صالح)، المرجع السابق، ص 497.

4- أنظر:

العلامة مملوكة لأحد رعايا دول الاتحاد الدولي لحماية الملكية الصناعية وكانت ذات شهرة عالمية التي تمثل استثناء عن مبدأ إقليمية العلامة التجارية، وتتمتع بحماية دولية أو عالمية مثل (كوكاكولا، كوداك).

ومسألة الشهرة هذه مسألة واقع بحيث تحديدها يرجع إلى الاقتناع الشخصي للقاضي، ويدخل في اعتبار الأقدمية الجهة المستغلة للعلامة، كنقاط البيع، عدد الممثلين التجاريين، قيمة الغلاف المالي المخصص للإشهار، كمية السلعة المباعة... إلخ. ولم يشترط المشرع الجزائري هذا الشرط ولكن يمكن استنتاجه من نصوص القانون إذ لا يمكن حماية علامة تجارية يقوم باستغلالها في الجزائر تاجر أو صانع لصنع أو بيع بضاعة متشابهة.

وبالمقابل نجد أن المشرع المصري¹ والأردني² والفرنسي³ قد نصوا على هذا الشرط، ووفقا لذلك لا تفقد العلامة التجارية جدتها إلا إذا سبق استعمالها على السلع المماثلة أو المشابهة من منتج أو تاجر.

وتطبيقا لهذا القيد في القضاء الفرنسي، صدر حكم عن المحكمة الابتدائية لـ (Bordeaux) سنة 1996 تتمحور وقائعه في قيام شركة (Atlantel) صاحبة العلامة التجارية بهذا الاسم بتسجيل عنوان إلكتروني لها في المجال الجغرافي الفرنسي هو

1- وذلك في المادة 74 من القانون رقم: 72 لسنة 2002، المتعلق بحماية الملكية الفكرية التي جاء فيها: "تسجل العلامة عن فئة أو نوعية واحدة أو أكثر من المنتجات التي ينتجها طالب التسجيل، أو يعتزم إنتاجها وذلك وفقا للأوضاع والشروط التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون".

2- أنظر المادة 08 من القانون رقم 34 لسنة 1999، المتعلق بالعلامات التجارية التي جاء فيها: "يحظر تسجيل العلامة التي تطابق علامة تخص شخصا آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير".

3- ويستنتج ذلك من الفقرة: 4/أ من المادة 711 من مجموعة الملكية الفكرية الفرنسية رقم 597 لسنة 1997.

(Atlantel.fr) أرادت هذه الشركة أن توسع في نشاطها وانتشارها، فقررت تسجيل عنوان إلكتروني جديد في المجال الدولي ليصبح عنوانها الإلكتروني (Atlantel.com) ففوجئت بأن هذا العنوان قد تم تسجيله من طرف إحدى الشركات، فرفعت دعوى قضائية بالتقليد ضدها على أساس أنها اعتدت على علامتها التجارية المسجلة سابقا قبل تسجيل العنوان الإلكتروني، فتمسكت الشركة المدعى عليها بأن الشركة المدعية تمتلك عنوانا إلكترونيا في المجال الجغرافي الفرنسي يمثل علامتها، فالعلامة ممثلة على شبكة الأنترنت، ولم يتسبب تسجيل العنوان في المجال الدولي (com) في أية أضرار للشركة المدعية، فرفضت المحكمة هذا الدفع مؤكدة أن مالك العلامة المسجلة له الحق في استخدامها عبر شركة الأنترنت في أكثر من مجال، وأنه يتمتع بحق على علامته باستغلالها في أي نطاق يريده، ولا يجوز حرمانه من تسجيل عنوان له في المجال الدولي بحجة أن له عنوانا في المجال الجغرافي لإحدى الدول¹.

الفقرة الثانية

شرط المشروعية

يقصد بمشروعية العلامة التجارية ألا يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها أو العلامات المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، وعليه أيا كان الأمر تكون العلامة غير مشروعة إذا ما

1- أنظر: سلامة (نعيم جميل صالح)، المرجع السابق، ص 498، 499.

خالفت أي نص قانوني أمر سواء ورد ذلك النص في قانون العلامات أو في قانون آخر ساري المفعول أو جاءت مخالفة للنظام العام أو مخلة بالآداب العامة¹.

وقد نصت المادة 67 من القانون 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية الملكية الفكرية المصري على هذا الشرط، وسلك نهجه المشرع الأردني في المادة الثانية من القانون 34 لسنة 1999 الذي بيّن فيها العلامات التي يمنع تسجيلها كعلامات تجارية.

ومن جهته قام المشرع الفرنسي ببيان الشعارات التي يحظر استعمالها كعلامات (مثل أعلام الدول، شعارات الصليب الأحمر وشعارات المنظمات الدولية)، ونصت الفقرة الثالثة من المادة 711 من مجموعة قوانين الملكية الفكرية على العلامات المخالفة للنظام العام والأخلاق لا يجوز تسجيلها كعلامات تجارية.

والرجوع للنظام العام أو الآداب العامة هو أمر تقليدي في الميدان القانوني، عندما يتعلّق الأمر بإعطاء وصف لما هو غير مشروع، ويعود للقاضي تقدير هذه المفاهيم، وهكذا فإن علامة (opium) التي تعني "أفيون" والمتعلقة بنوع من العطور حتى ولو كانت مستمدة من اسم "مخدر" فإنها لم تعتبر مخالفة للنظام العام في بلد منشأها (فرنسا)².

1- أنظر:

- LAPORTE-LEGEAIS (M.E), Op. Cit, p. 37.

2- أنظر:

- LAPORTE-LEGEAIS (M.E), Op. Cit, p. 38.

الفصل الثاني

إجراءات المتابعة الجزائية في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

إن مضمون المسؤولية عمومًا ينصرف إلى معنى المؤاخذه أو تحمل التبعة لمخالفة الشخص قاعدة من قواعد الأخلاق أو القانون، والمسؤولية القانونية إما جنائية أو مدنية، والضرر في هذه الأخيرة يمثل نقطة البداية للتفكير في مسألة مُحدِّثه.

وفي ضوء نتائجه التي استقر عليها يوصف بأنه ضرر ثابت ولا صعوبة في تعويضه من قبل القاضي، إلا أن المسألة تذهب إلى أبعد من ذلك، فقد يكون الضرر متغيرًا. ويختلف مداه وقت التعويض عنه عما كان عليه وقت وقوعه سواء من حيث حجمه زيادةً أو نقصانًا، أو من حيث قيمته ارتفاعًا أو انخفاضًا، ويحصل كل ذلك إما قبل صدور الحكم بالتعويض، أو قد يتراخى ويستمر حدوثه لزمان قد يطول أو يقصر بعد صدور الحكم.

ولا شك أن أفعال الاعتداء على العلامة التجارية يلحق بصاحب العلامة أضرارًا معتبرة، فضلًا عن أنه يلحق أضرارًا جمّةً بجمهور المستهلكين وهو ما أدى بالمشرعين إلى القيام بتجريم هذه الأفعال ورصد العقوبات التي يرون أنها رادعة لها، تحقيقًا للردع العام والخاص، زيادةً على تأمين حقوق المستهلكين وأصحاب العلامات في الحصول على التعويض المناسب من خلال تخييره بين أن يسلك الطريق الجزائي أو الطريق المدني.

لذا سنقوم في هذا الفصل بدراسة كيفية تحريك الدعوى العمومية في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية (مبحث أول)، ثم نتناول مباشرة الدعوى العمومية والجهة المختصة بالنظر فيها (مبحث ثاني).

المبحث الأول

تحريك الدعوى العمومية في جرائم التعدي على العلامة

إن تحريك الدعوى العمومية يعني أول إجراءات استعمالها أمام جهات التحقيق أو الحكم من قبل النيابة العامة أو الطرف المتضرر وهو ما أشارت إليه المادة الأولى من قانون الإجراءات الجزائية بنصها: "الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها ويباشرها رجال القضاء والموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون كما يجوز للطرف المدني أن يحرك هذه الدعوى طبقاً للشروط المحددة في هذا القانون"

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري أجاز لصاحب العلامة ضحية التقليد أو الاعتداء على العلامة اتخاذ إجراءات متعددة قبل اللجوء إلى القضاء.

ويعتبر الاحتجاج أول إجراء قبل اللجوء إلى القضاء، ويكون هذا الاحتجاج ودياً على مقلد أو مزور العلامة التجارية بموجب رسالة مضمنة مع الإشعار بالاستلام أو بواسطة محضر قضائي، قصد إصلاح الوضع، ويعد هذا الإجراء أداة إيجابية لاختصار الوقت والحفاظ على العلاقات التجارية، غير أن عدم استجابة المعتدي لدعوة إصلاح الأضرار يمكن القاضي من إقامة قرينة على أن المعتدي على العلامة التجارية كان سيء النية.

كما يمكن لمالك العلامة التجارية محل الاعتداء أن يلجأ إلى جهة وساطة أو تحكيم تملك القدرة عملياً وفنياً وتقنياً على تقدير وقوع الاعتداء على العلامة التجارية، والوقوف على الخط الذي يمكن أن يقع فيه المستهلك حين وقوفه بين العلامة الحقيقية والعلامة المزورة أو المقلدة.

إضافة إلى أن الفقرة الثانية من المادة 60 من قانون الممارسات التجارية مكنت المدير الولائي المكلف بالتجارة، إجراء مصالحة منهية للمتابعات القضائية بين القائم بالتقليد بعد تحديد مبلغ غرامة المصالحة الذي يحدده الموظفين المؤهلين الذين حرروا محضر ضبط جريمة الاعتداء على العلامة التجارية في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها قانوناً، ويمكن للمعتدي معارضة غرامة المصالحة أمام المدير الولائي للتجارة أو وزير التجارة، خلال ثمانية (8) أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر من قبل المعتدي.

وفي حال ما إذا وافق الأطراف على المصالحة فإن المعتدي يستفيد من تخفيض 20 بالمائة من مبلغ الغرامة المحتسبة، وينتهي الأمر عند هذا المستوى. لكن في حال عدم تسديد الغرامة في أجل 45 يوماً من تاريخ الموافقة على المصالحة يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد إجراء المتابعات القضائية.

أما في إطار التشريعات المقارنة فإننا نجد المادة 115 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري تنص على أن لكل ذي شأن اتخاذ الإجراءات التحفظية بناء على طلب يتقدم به إلى رئيس المحكمة المختصة، ومن هذه الإجراءات إثبات واقعة الاعتداء على الحق محل الحماية أو إجراء حصر ووصف تفصيلي للآلات والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجريمة والمنتجات والبضائع أو عناوين المحال أو الأغلفة أو الفواتير أو المكتبات أو وسائل الإعلان أو غير ذلك مما تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان أو المؤشر الجغرافي موضوع الجريمة وكذا البضائع المستوردة من الخارج حال ورودها وله حق طلب توقيع الحجز عليها.

ومن جهته أجاز المشرع الأردني في المادة 39 من قانون العلامات التجارية في مجال إثبات الاعتداء على العلامة التجارية أو إثبات الوسائل والأدوات المستخدمة في هذا التعدي.

وحماية لمصالح العلامة التجارية أجاز بعض الإجراءات التحفظية التي يجوز لمالك العلامة المعتدى عليها أن يطلب اتخاذها عند إقامة الدعوى أو أثناء النظر فيها.

وقد نصت هذه المادة على أن لمالك العلامة التجارية المسجلة في المملكة عند إقامة دعواه المدنية أو الجزائية أو أثناء النظر فيها أن يطلب من المحكمة وقف التعدي، الحجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها أينما وجدت، الحفاظ على الأدلة ذات الصلة بالتعدي. شريطة أن يكون مطالبه مدعوما بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة.

ومن جهته أجاز المشرع الفرنسي بموجب الفقرتين السادسة والسابعة من المادة 716 من مجموعة الملكية الفرنسية لمالك العلامة التجارية أن يقدم طلب إلى المحكمة المختصة في أي وقت ولو قبل رفع الدعوى الجزائية، لطلب الحجز على الآلات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة والمنتجات والبضائع التي توضع عليها العلامة المقلدة أو المزورة، وكذا الأغلفة والأدوات التي تحمل هذه العلامة. ولكنه اشترط أن يقدم طالب الحجز كفالة تقدرها المحكمة وأن يقدم شهادة رسمية تدل على تسجيل علامته، تحت طائلة اعتبار هذه الإجراءات باطلة إذا لم ترفع الدعوى الجزائية على من اتخذت بشأنه تلك الإجراءات خلال خمسة عشر (15) يوما.

ويقصد بالدعوى الجزائية في هذا الإطار مختلف إجراءات الدعوى العمومية المتعلقة بالجرائم الناشئة عن الاعتداء على العلامة التجارية، لذلك فإن دراسة هذا الموضوع تقتضي منا تحديد المالك المباشر للحق في تحريك الدعوى العمومية في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية (مطلب أول)، الجهات الأخرى التي يمكنها القيام بذلك (مطلب ثاني).

المطلب الأول

حق المالك المباشر للحق في تحريك الدعوى العمومية

أوكل المشرع الجزائري للنيابة العامة سلطة الادعاء العام للحفاظ على حقوق المجتمع ومعاقبة المجرمين وهو ما أشارت إليه المادة 29 من قانون الإجراءات الجزائية التي جاء فيها ما يلي: "تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطالب بتطبيق القانون وهي تمثله أمام كل جهة قضائية ويحضر ممثلها المرافعات أمام الجهات القضائية المختصة بالحكم ويتعين أن ينطق بالأحكام في حضوره كما تتولى العمل على تطبيق أحكام القضاء ولها في سبيل مباشرة وظيفتها أن تلجأ إلى القوة العمومية كما تستعين بضباط وأعوان الشرطة القضائية".

وهو ما ذهب إليه المشرع الأردني في المادة الثانية من قانون أصول المحاكمات الجزائية أين أعطى هذا الاختصاص للنيابة العامة، إذ جاء فيها ما يلي: "تختص النيابة العامة بإقامة دعوى الحق العام ومباشرتها ولا تقام من غيرها إلا في الأحوال المبينة في القانون".

غير أن حق تحريك الدعوى العمومية غير مقصور على النيابة العامة فقط وإنما يجوز للطرف المدني المتضرر من الجريمة أن يقوم بتحريكها أيضا عن طريق الشكوى المصحوبة بادعاء مدني أمام قاضي التحقيق، وهو ما أشارت إليه المادة 72 من قانون

الإجراءات الجزائية التي جاء فيها: "يجوز لكل شخص متضرر من جناية أو جنحة أن يدعي مدنيا بأن يتقدم بشكواه أمام قاضي التحقيق المختص"¹.

وفيما يتعلّق بتحرك الدعوى الجزائية في جرائم العلامة التجارية نجد أن الطريق العادي هو أن يحرك الدعوى العمومية مالك العلامة التجارية والمنتازل له على الحق في العلامة (فرع أول)، أو أنها تحرك من قِبَل المصرّح له باستعمال العلامة التجارية (فرع ثاني).

الفرع الأول

تحريك الدعوى العمومية من طرف مالك العلامة التجارية والمنتازل له على الحق فيها

إن حق اللجوء إلى القضاء هو من الحقوق الدستورية المخولة لكل فرد وقع اعتداء على مراكزه القانونية، والسلطة القضائية هي الجهة المخولة قانونا لحماية هذه الحقوق وإعادة مطابقة المراكز الواقعية مع المراكز القانونية.

وطالما أن الحق في العلامة يخول لصاحبه الحق في الحماية فإن السلطة القضائية قد لعبت دورا هاما في صيانة هذا الحق وحمايته، وذلك بمجابهة كل صور التعدي سواء على الصعيد الجزائي بالردع العقابي لمرتكبي جرائم التعدي عليها، أو على الصعيد المدني بتقرير التعويض على من ينتهكها، فضلا عن كفالة قدر من الإجراءات التحفظية الفعالة وذلك صوتا للأدلة.

1- كما يمكن أن يتم ذلك عن طريق التكليف المباشر بالحضور أمام المحكمة الجنحية طبقا لأحكام المادة 337 مكرر من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص على أنه: "يمكن للمدعي المدني أن يكلف المتهم مباشرة بالحضور أمام المحكمة في الحالات الآتية: ترك الأسرة، عدم تسليم الطفل، انتهاك حرمة منزل، القذف، إصدار شيك دون رصيد، وفي الحالات الأخرى ينبغي الحصول على ترخيص النيابة العامة للقيام بالتكليف المباشر بالحضور...".

وسنتناول في هذا الفرع حق مالك العلامة التجارية في تحريك الدعوى العمومية (فقرة أولى) وحق المتنازل له في تحريك الدعوى العمومية (فقرة ثانية)

الفقرة الأولى

تحريك الدعوى العمومية من طرف مالك العلامة التجارية

حسب المادة 20 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات تؤول ملكية العلامة لمن قام بتسجيلها واستمر في استعمالها بشكل دائم مدة خمس (5) سنوات من تاريخ التسجيل دون أن ترفع عليه خلالها دعوى من طرف الغير تتضمن منازعته في ملكيتها. فلصاحب العلامة التجارية أو ورثته من بعد وفاته أو ممن آلت إليه ملكيتها رفع دعوى جزائية لحماية الحق في ملكيتها ما لم تتقادم هذه الأخيرة بمرور ثلاث سنوات من تاريخ آخر إجراء أتخذ بشأنها.

وقد ذهب جانب من الفقه المصري إلى القول بأن الدعوى الجزائية تعتبر مرفوعة من غير ذي صفة وغير مقبولة إذا قام صاحب العلامة برفعها قبل مباشرة إجراءات التسجيل وهو ما يؤكد أهمية التسجيل في إضفاء الحماية الجزائية اللازمة¹.

وإن لم يكن النص صريحا في تشريعات العلامات التجارية على حق المالك في تحريك الدعوى العمومية في حال الاعتداء على العلامة التجارية التي يملكها، فقد أكدت التشريعات العامة صراحة على هذا الحق باعتبار أن مالك العلامة هو متضرر في حال وقوع أي اعتداء على علامته. ومن ذلك ما نصت عليه المادة الثانية من قانون أصول المحاكمات الجزائية الأردني، إذ جاء فيها ما يلي: "في حال أقام المتضرر نفسه مدعيا شخصيا فإن النيابة العامة تجبر على إقامتها". أما الفقرة الثانية من المادة 52 من القانون

1- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 161.

ذاته فقد نصّت على إعطاء الحق لكل متضرّر من جناية أو جنحة أن يقدّم شكوى يتخذ فيها صفة الادعاء الشخصي إلى المدعي العام أو المحكمة المختصة، وبذلك يكون لمالك العلامة التجارية الحق في حال الاعتداء على علامته أن يقوم بتحريك الدعوى العمومية.

وبدوره أعطى المشرع الإنجليزي لمالك العلامة التجارية الحق في تحريك الدعوى العمومية متى تحقّق اعتداء على علامته¹. وهو ذات الموقف الذي تبناه المشرع الفرنسي الذي أجاز بدوره لمالك العلامة التجارية أن يرفع دعوى للمطالبة بوقف التعدي على علامته، كما أجاز التشريع في ملكية العلامة التجارية القيام بذات الإجراء ولو كان بمفرده².

غير أنه وبالرغم من إقرار هذا الإجراء لمالك العلامة التجارية باعتباره أعرف بالعلامة التجارية أو المنتج محل الاعتداء وبالتالي هو الأجدر بأن يكون أداة لتبليغ النيابة عن تلك الجرائم، لكن حتى يستفيد من هذه المُكنة لا بد من توفّر عدة الشروط.

فمن حيث المكان الأصل أن الحماية الجزائية للعلامة المسجلة محصورة في حدود إقليم الدولة التي تمّ تسجيل العلامة فيها، مع عدم الإخلال بالاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية العلامة على المستوى الدولي، إذ تلتزم الدول بتطبيق أحكام وبنود تلك الاتفاقيات متى انضمت إليها³. كون العلامة مسجّلة (قيام صاحب العلامة بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لدى الجهات المختصة قصد تسجيل العلامة التجارية).

1- أنظر:

SWEET & MAXWELL, Op. Cit., p. 41.

2- أنظر:

SCHMIDT-SZALEWSKI (J), Op. Cit., p. 911.

3- أنظر: الأسمر (صلاح سلمان)، المرجع السابق، ص 398.

يعد تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع. لذا فالأفعال السابقة على التسجيل لا تحض بهذه الحماية كقاعدة عامة، غير أن ما يلاحظ هو أن المشرع الجزائري في الأمر المتعلق بالعلامات قد حذا حذو المشرع الفرنسي الذي نصّ صراحة في المادة 2/716 من قانون الملكية بأنه يعتبر أن الأفعال السابقة لنشر طلب التسجيل لا يمكن اعتبارها مساسا بحق صاحب العلامة، إذ لا يستطيع متابعة المقلّد إلاّ بعد تسجيل علامته.

أما بخصوص الأفعال السابقة لنشر طلب التسجيل فإنه منح لمقدم طلب التسجيل أن يقوم بإبلاغ المقلّد بنسخة تثبت طلب التسجيل، وعندما يتم تسجيلها يمكن متابعته¹. كما يشترط أن تكون العلامة صحيحة، وتتوافر فيها الشروط الموضوعية المتمثلة في الجِدّة والمشروعية والصفة الفارقة المميّزة.

الفقرة الثانية

تحريك الدعوى العمومية من طرف المتنازل له على الحق في العلامة

بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخوّلة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهنها، وبعد انتقال الحق باطلاً إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلّق على وجه الخصوص بطبيعة أو مصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدمات التي تشملها

rapport d'information ... Op. Cit, p. 9.

CHAVANNE (A) et CLAUDINE (N), Op. 63

1- أنظر :

Cit,p

العلامة، ويثبت لانتقال بدمج المؤسسات أو بأي شكل آخر لحلول المؤسسات بأي وثيقة تثبت هذا الانتقال للتشريع الذي ينظم الانتقال¹.

وإذا استوفى هذا التحويل كافة شروطه الشكلية طبقاً للأمر المتعلق بالعلامات يمكن للمتنازل له تحريك الدعوى العمومية ضد كل شخص يمس بالحق في ملكية العلامة، شريطة أن يكون عقد التنازل عن العلامة يتضمن ما يفيد تمكينه من القيام بذلك.

الفرع الثاني

تحريك الدعوى العمومية من طرف المصرح له باستعمال العلامة التجارية

إذا كان حق تحريك الدعوى العمومية غير مقصور على النيابة العامة، إذ يجوز للطرف المدني المتضرر من الجريمة أن يحركها أيضاً، فإن تحريك الدعوى الجزائية في جرائم العلامة التجارية من حق أشخاص عدة. وقد تعرضنا لبعض هؤلاء الأشخاص أو الأطراف في فرع أول ويتعلق الأمر بمالك العلامة التجارية والمتنازل له على الحق في العلامة، كما يمكن أن تحرك الدعوى العمومية في جرائم العلامة التجارية من قبل المصرح له باستعمال العلامة التجارية.

وهو ما سنوضحه من خلال هذا الفرع الذي يتضمن فقرتين، التعريف بالمصرح له باستعمال العلامة التجارية (فقرة أولى) ونطاق حق المصرح له في تحريك الدعوى العمومية (فقرة ثانية).

1- أنظر المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

الفقرة الأولى

التعريف بالمصرح له باستعمال العلامة التجارية

كما ذكرنا سابقا فإن تحريك الدعوى العمومية في جرائم العلامة التجارية لا يقتصر على مالكيها والمنتازل له على الحق فيها، وإنما يمكن تحريكها أيضا من قبل المصرح له باستعمالها. وقبل الخوض في ذلك لابد أولا أن نعرف بالمصرح له باستعمال العلامة التجارية. وهو كل شخص يريد إنتاج منتج مماثل للمنتج الأصلي وبالتركيبة ذاتها والذي يطلب تصريح بإنتاج المنتج ذاته وبالتسمية ذاتها، وعليه ذات العلامة الأصلية من الشركة الأم، ونكون أمام هذا النوع من الوضعيات بالنسبة للشركات المتعددة الجنسيات.

وقد سار القضاء الفرنسي بعد صدور قانون 1964/12/31 المتعلق بالعلامات على أن المصرح له لا يمكنه مباشرة الدعوى العمومية، لأن هذا الحق منح فقط لمالك العلامة، غير أنه يمكن له ذلك في حالة الاتفاق مع المالك، وله الحق في مباشرة الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض عن الأضرار، غير أنه بموجب قانون الملكية الفكرية الفرنسي، تراجع عن ذلك، ونص صراحة على إمكانية المرخص له باستغلال العلامة، بمباشرة الدعوى العمومية قصد الحصول على إصلاح الأضرار.

الفقرة الثانية

نطاق حق المصرح له في تحريك الدعوى العمومية

يمكن للمستفيد من حق استئثار في استغلال علامة أن يرفع - بعد الإعدار - دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه، عدا الحالة التي ينص فيها عقد الترخيص على

خلاف ذلك¹. وبحسب المواد من 16 إلى 18 من الأمر 06/03 يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها، كما يمكن لصاحب العلامة التمسك بالحقوق المكتسبة تجاه حامل الرخصة الذي يخل بالشروط المذكورة، وبحسب المادة 12 من الأمر ذاته يعدّ استعمال العلامة من طرف حامل الرخصة بمثابة استعمال من قِبَل المودع أو مالك العلامة نفسه.

وتجدر الإشارة إلى أن صاحب الحق الاستثنائي وإن كان يجوز له رفع الدعوى إلا أنه لا يمكنه القيام بتسجيل العلامة، وهكذا قام القضاء المغربي بشطب علامة مسجلة باسم صاحب الحق الاستثنائي باعتباره ممثلاً تجارياً، فقضت محكمة الاستئناف التجارية بالدار البيضاء بالتشطيب على تسجيل علامة (Pinto) باعتبار أن التسجيل لم يتم باسم مالك العلامة وإنما باسم ممثليها التجاري والمكلف بتوزيع منتجاتها بالمغرب استناداً إلى العقد الرابط بينهما وأنه بالتالي لا يمكن الجمع بين صفتي الممثل التجاري ومالك العلامة في الوقت ذاته².

1- أنظر: المادة 31 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

2- أنظر: البوعمرى (بوشعيب)، المرجع السابق، ص 100.

المطلب الثاني

الجهات الأخرى التي يمكنها تحريك الدعوى العمومية

إذا كان تحريك الدعوى العمومية هو حق للمضروب، فإن الضرر في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية لا يقتصر على مالك العلامة التجارية والمتنازل له على الحق فحسب، وإنما يتعداه إلى أطراف أخرى. إذ يمكن لنقابة العمال الحق في تحريك الدعوى العمومية في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية (فرع أول) وكذلك المستهلكون وجمعيات حماية المستهلك (فرع ثاني).

الفرع الأول

نقابة العمال

يحق للعمال الذين ينتمون إلى مهنة واحدة أو فرع واحد أن يؤسسوا منظمات نقابية للدفاع عن مصالحهم المادية والمعنوية، وذلك إذا ما توفرت الشروط التي نص عليها القانون لممارسة هذا الحق.

وفي إطار ممارسة نقابة العمال للحقوق الممنوحة لها قانوناً، فهي تملك حق ممارستها للتقاضي في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية متى كانت متضررة من هذه الجرائم.

وسنعرّف من خلال (فقرة أولى) بنقابة العمال، ثم نستعرض في (فقرة ثانية) ممارستها لحق التقاضي في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية.

الفقرة الأولى

التعريف بنقابة العمال

ويُمثّل مبدأ الحرية النقابية أساس التشريع النقابي في الوقت الحاضر، إذ يشكّل أحد أهمّ المبادئ التي يقوم عليها التنظيم القانوني للنقابات في المجتمعات الحديثة، فهو بمثابة حجر الزاوية للقانون النقابي¹. بل إنّه يعتبر مظهراً من مظاهر الحماية التي يحرّص عليها العمّال والحرفيون، بصفة خاصة². ويعني مبدأ الحرية النقابية، بصفة عامة، التسليم بحقّ الأشخاص الذين يُزاولون نشاطاً مهنيّاً في تكوين جمعياتهم المهنية المسماة بالتنظيمات النقابية، وأن يكون الأساس الذي يقوم عليه التنظيم القانوني للنقابة في تكوينها أو في إدارتها ومباشرة نشاطها وصلتها بالتنظيمات الأخرى أو بالسلطة العامة، هو الاستقلال والحرية³.

وتأكيداً على أهمية هذا الحق جاء في التعديل الأخير للدستور الجزائري الذي نص في مادته السبعون (70) على ما يلي: "الحق النقابي معترف به لجميع المواطنين"، وتؤكد ذلك بموجب القانون 14/90 المتعلق بكيفيات ممارسة الحق النقابي بتاريخ 2 جوان 1990⁴.

1- يقول في هذا الصدد الأستاذ "جانكس":

« In an age of interdependence and large scale organisation, in which the individual counts for so little unless he acts in co operation with his fellows, freedom of association has become the cornerstone of civil liberties and social and economic rights alike. It has long been the bulwark of religious freedom and political liberty, it has increasingly become a necessary condition of economic and social freedom for the ordinary citizen".in: C. Wilfred JENKS, **Human rights and international labour standards**, Stevens sous limited, London, 1960, p49.

2- أنظر: زكي (محمود جمال الدين)، **قانون العمل**، الطبعة الثالثة، مطبعة جامعة القاهرة، مصر، 1983، ص. 678.

3- أنظر:

Ghestin (J), **Droit du travail**, éditions Sirey, Paris, 1971, p.63.

4- يحق للعمال الأجراء الذين ينتمون إلى المهنة الواحدة، أو الفرع الواحد، أو القطاع الواحد، أن يؤسسوا منظمات نقابية للدفاع

الفقرة الثانية

ممارسة النقابات العمالية لحق التقاضي في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية

يمكن للمنظمة النقابية رفع الدعوى ضد المعتدي على حقوق العلامة التجارية، لمساسه بالمصالح الفردية والجماعية للعمال، إذ يمكن للنقابة التقاضي باسمها في القضايا الخاصة بها كشخص معنوي، كما يمكنها التقاضي نيابة عن أعضائها ويمكنها أيضا أن تتقاضى كطرف مدني في القضايا التي تهم هؤلاء.

وهذا ما نستشفه من خلال المادة 16 من القانون 14/90 المتعلق بكيفية ممارسة الحق النقابي¹ نجد أنها تنص على ما يلي: "تكتسب المنظمة النقابية الشخصية المعنوية، والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها، ويمكنها أن تقوم بما يأتي: التقاضي وممارسة الحقوق المخصصة للطرف المدني لدى الجهات القضائية المختصة عقب وقائع لها علاقة بهدفها وألحقت أضرارا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية المادية أو المعنوية".

عن مصالحهم المادية والمعنوية، إذ توافرت فيهم الشروط المنصوص عليها في المادة 06 من القانون رقم 14/90 المتعلق بكيفية ممارسة الحق النقابي وهي: التمتع بالجنسية الأصلية أو المكتسبة منذ عشر سنوات على الأقل، التمتع بالحقوق المدنية والوطنية، أن يكونوا راشدين، أن لا يكون قد صدر منهم سلوك مخالف للثورة التحريرية، أن يمارس نشاطا له علاقة بنشاط المنظمة. إذ تنص المادة 2 من القانون 14/90 المذكور أعلاه على ما يلي: "يحق للعمال الأجراء، من جهة، والمستخدمين، من جهة أخرى، الذين ينتمون إلى المهنة الواحدة أو الفرع الواحد أو قطاع النشاط الواحد، أن يكونوا منظمات نقابية، للدفاع عن مصالحهم المادية والمعنوية".

1- المؤرخ في: 2 جوان 1990.

وهو ما تبناه المشرع الفرنسي في قانون العلامات لسنة 1964 إذ اعترف للنقابات العمالية برفع دعوى ضد من ينتهك الحق في امتلاك العلامة، شريطة أن يكون الاعتداء على حقوق ملكية العلامة من شأنه إحداث ضرر بمصلحة العمال¹.

الفرع الثاني

حق المستهلكون وجمعية حماية المستهلك في تحريك الدعوى العمومية

كان الاعتقاد السائد هو أن تزوير العلامة التجارية وتقليدها هو جنحة صغيرة تضر أساسا الشركات الفخمة وبالتالي فهي تستفيد من بعض التساهل، لكن في الحقيقة يتعلّق الأمر بأفة اقتصادية واجتماعية حقيقية تمس حتى صحة وأمن المستهلكين.

كما تستعمل عائداتها لتمويل شبكات الجريمة المنظمة، إذ كشف تقرير أعده وفد المجلس الوطني للاتحاد الأوروبي تحت شعار "معركة الاتحاد الأوروبي لمكافحة التزوير" أن مختلف القضايا التي عالجتها فرق التحقيق قد توصلت إلى وجود شبكات مافيا منظمة لاستيراد وتصريف أو تسويق المنتوجات المقلدة والمزوّرة². وقد شبّه هذا الوفد المتاجرة بالمواد المزيفة والمقلّدة بالمتاجرة بالسلاح أو المخدرات، إذ أن الهدف واحد هو تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح في أقصر وقت ممكن قصد العيش في رفاهية على حساب الآخرين وعلى حساب المجتمع.

1- أنظر: احمية (سليمان)، آليات تسوية منازعات العمل والضمان الاجتماعي في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 75.

2- ففي أوت 2003 أودعت شركة صيدلانية فرنسية شكوى أمام فرقة مكافحة التزوير الصناعي بعدما لاحظت ترويج وتسويق منتج مزيف من سلسلة منتجاتها الصيدلانية في منطقة أوروبا وهو منتج يحمل مواصفات خطيرة جدا. أنظر:

rapport d'information ... Op. Cit, p. 01 et 05.

ويتضمن هذا الفرع فقرتين، حق المستهلكون في تحريك الدعوى العمومية (فقرة أولى)، وحق جمعيات حماية المستهلك في تحريك الدعوى العمومية (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

حق المستهلكون في تحريك الدعوى العمومية

المستهلك هو كل شخص يفتني بثمن أو مجانا منتجا أو خدمة للاستعمال الوسيطى أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به. وقد اعترف الفقه الفرنسى للمستهلك بحق اللجوء للقضاء كما اعترف بتلك الحماية للمنتج ذاته¹.

وقد تكفلت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية وبطريقة غير مباشرة بتوفير الحماية للمستهلك، من خلال إسباغ الحماية الجزائية على هذه العلامات، وذلك بتجريم الأفعال التي تمثل اعتداء عليها، بحيث يمنع غش المستهلك وتضليله في شأن حقيقة ما يعرض عليه من منتجات أو بضائع وبالتالي تمكينه من الحصول على المنتج أو البضائع التي يثق بجودتها ويسعى إليها دون أي استغلال أو ضرر أو خداع².

فيجوز للمستهلك المتضرر أن يتأسس كطرف مدني للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي أصابته سواء كانت مادية أو معنوية³. وإسباغ الحماية الجزائية على العلامات التجارية ضمن التشريعات الخاصة بها يعد من الوسائل غير المباشرة التي يهدف المشرع من خلالها

1- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 117.

2- أنظر:

MALAUURIE (P), et AYNES, **cours de droit civil les biens la foncière**, edition cujas, Paris, 1992, p. 65.

3- أنظر: زين الدين (صلاح)، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق ص 249.

إلى حماية جمهور المستهلكين، إذ أن مالك العلامة التجارية يملك وحده الحق في منع الاعتداء على علامته دون المستهلك، ذلك أن المستهلك يعد أجنبيا عن قانون العلامات التجارية.

غير أن قيام مالك العلامة التجارية باتخاذ الإجراءات القانونية لوقف ومنع الاعتداء على علامته التجارية - ومع أنه في الأصل يؤدي إلى حماية حقه - فإنه يؤدي في الوقت ذاته وبصورة غير مباشرة إلى حماية حق المستهلك في عدم استعمال العلامة فيما يؤدي إلى غشه وخداعه في مجال التعامل التجاري بالمنتجات أو البضائع المختلفة¹.

غير أنه بالرجوع إلى القانون 03/09، نجد المشرع الجزائري نصّ على الالتزام بضمان مطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات والمقاييس باعتباره التزاما قانونيا من خلال القانون حيث عرّف المطابقة بنص المادة 03 منه بأنها: "استجابة كل منتج موضوع الاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به".

وإذا ثبت للمشتري عدم مطابقة العلامة التي اشتراها مع العلامة الأصلية بما يخالف أحكام الأمر المتعلق بالعلامات، وتوفّرت أركان جريمة الاعتداء على حقوق العلامة التجارية يجوز للمستهلك تحريك الدعوى العمومية².

1- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 193.

2- أنظر: المرجع نفسه، ص-ص 435-437.

الفقرة الثانية

حق جمعيات حماية المستهلك¹ في تحريك الدعوى العمومية

اجتهدت المنظمة العالمية للتجارة (O.M.C) في الحصول على معلومات منذ 1982، وحسب ما وصلت إليه فإن 25% من الأدوية تعرّضت للتقليد، وأن من 6 إلى 10% من الأدوية المباعة في العالم (في البلدان الفقيرة خاصة) هي أدوية مزيفة، وقدّر المعدّل المتوسط لهذه الأدوية بـ 25%، وفي أوروبا يعتقد الخبراء بأن تقليد الأدوية في تزايد حتى ولو كان توزيعها مؤطّراً. بينما في بلد آخر إفريقي كنيجيريا مثلاً بلغت نسبة الأدوية المزورة 70% من الاستهلاك ومنتجي وموزعي هذه الأدوية من بين رجال الأعمال الأكثر ثراء في نيجيريا².

إن أهم الأسباب التي أدت إلى إنشاء هذه الجمعيات هي ضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي لدى المستهلكين وافتقارهم لأساسيات الوعي الغذائي، وكذلك سعي المنتجين إلى

1- نص القانون رقم: 03/09 سابق الذكر على جمعيات حماية المستهلك في المواد من: 21 إلى 24، حيث تضمنت هذه المواد مهام وتنظيم الجمعيات وصلاحياتها في مجال حماية مصالح المستهلك. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 15، بتاريخ: 2009/03/08.

2- وتجدر الإشارة حسب وكالة (NAFDAC) وهي وكالة وطنية فرنسية مكلفة بالكفاح ضد التجارة بالأدوية المزورة، ومنذ بداية ممارسة نشاطها في 2004 تمكّنت السيدة DORA من تقليص حجم تزوير الأدوية إلى 35% مقابل 70% سنة 2001. أنظر في ذلك:

تحقيق ربح أكبر كاستعمال علامات مقلدة مما يشكل لبس لدى المستهلك لجهله لمواصفات الجودة وتهافته على كل ما هو مستورد¹.

وحتى تتولى الجمعية مهامها في الدفاع عن مصالح المستهلك يجب أولاً أن تتأسس وفقاً للإجراءات والشروط التي يتطلبها القانون، حيث أخضع المشرع تأسيس جمعيات حماية المستهلك لإجراء التصريح والاعتماد على عكس الجمعيات الأخرى التي تخضع للتصريح فقط، وبالرجوع إلى المادة 05 من القانون رقم: 06/12 سالف الذكر فإن الجمعية تكتسب الشخصية المعنوية منذ تأسيسها.

وتسمح المادة السادسة عشرة من القانون 31/90 المتعلق بالجمعيات للجمعيات التي اكتسبت الشخصية المعنوية ممارسة الحقوق المخولة للطرف المدني بالنسبة للضرر الذي يمس المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها، عن طريق رفع دعوى قضائية وتمثيل المصالح الجماعية للمستهلكين أمام الجهات القضائية.

وهذا ما أكدته المادة 23 من قانون حماية المستهلك² بنصها: "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".

ويتضح من خلال هذه المادة أنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك رفع دعوى جزائية إذا سبب المنتج أو الخدمة ضرراً بصحة المستهلك أو مصالح المجتمع.

1- أنظر: خلف (أحمد محمود)، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة - دراسة مقارنة -، المكتبة العصرية، مصر، 2008، ص 197، 198، ص 507.

2- القانون 03/09 سابق الذكر.

وعلى هذا فإن المسؤولية الجزائية للمتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك تقوم بتوفير الخطأ من جانبه والذي يتمثل في مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش تبقى سارية المفعول ذلك حتى ولو لم يلحق ضرر بالمستهلك¹.

وحتى تتمكن الجمعيات من رفع الدعوى الجزائية يجب أن تتوفر فيها شروط عدة² وهي أن يشكل الخطأ مخالفة لقانون حماية المستهلك وقمع الغش، ودفع كفالة مالية يحددها قاضي التحقيق. كما يجب على الجمعية اختيار موطن لها بدائرة اختصاص المحكمة.

وبالإضافة إلى هذه الدعاوى التي ترفعها الجمعيات للدفاع عن مصالح المستهلك فهي تعمل أيضا على حمايته من الممارسات المنافية للمنافسة المشروعة، وذلك عن طريق إخطار مجلس المنافسة بذلك أو من خلال رفع دعوى قضائية للمطالبة بإبطال أي التزام أو شرط أو اتفاق منافي للمنافسة³.

ولا تعني المصالح الجماعية للمستهلكين مجموعة المصالح الفردية لهم، وعلى الجمعية إثبات الضرر المتميز الذي يلحق المصالح الفردية للأعضاء والضرر الذي يلحق المصالح العامة، وللتمييز بين دعوى المصالح الجماعية ودعوى المصالح الفردية أهمية كبيرة، تبرز في كون الأولى يمكن لها التعايش مع دعوى فردية وأكثر للمستهلك الضحية،

1- أنظر:

KAHLOULA (M) et MEKAMCHA (G), *la protection du consommateurs en droit algérien*, revu IDARA, volume 6, N1, p. 60.

2- أنظر: كتو (محمد الشريف)، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر: 03/03 والقانون 02/04، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 130.

3- أنظر: المرجع نفسه، ص 136.

كما يمكن رفعها حتى في حالة قيام الطرف المدني الفرد برفعها، وسكوت المستهلك الضحية لا يحرم الجمعية من رفع دعواها وممارسة حقوق الطرف المدني¹.

كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك تقديم طلب التدخل في الخصومة والانضمام إلى جانب المستهلك الذي رفع دعواه، وفي هذه الحالة تعمل الجمعية على المحافظة على المصالح الجماعية للمستهلكين الذين تدخلت في الخصومة لأجلهم عن طريق مساعدة أحد طرفي الخصومة في الدفاع عن حقوقه.

وجدير بالذكر أنه تقاديا للحالات الكثيرة التي يمتنع فيها المستهلكين عن تحريك الدعاوى سواء تجنباً للمصاريف القضائية أو تقاديا للوقت الذي يستغرقه الفصل فيها، أو خشية من تحمل المصاريف القضائية نتيجة خسارة الدعوى قام المشرع الجزائري بالاعتراف للجمعيات بأحقية الحصول على المساعدة القضائية بموجب المادة 22 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك التي تنص على ما يلي: "بغض النظر عن أحكام المادة الأولى من الأمر رقم: 57/71 المؤرخ في: 5 أوت 1971 والمتعلق بالمساعدة القضائية، يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية".

وقد تردّد المشرع الفرنسي في البداية بخصوص الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك بخصوص أحقيتها في تحريك الدعوى العمومية عن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، بحجة أنها لا تمثل المهنة التي تنتمي إليها بل تدافع عن مصالح عامة، ومن شأن الاعتراف لها بتلك الصلاحية المساس بسلطة النيابة العامة التي تملك الحق في ذلك باسم المجتمع.

1- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 118.

غير أنه استجابة لضغط الجمعيات ونظرا لاعتبارات عملية أخرى لم يكتفي المشرع بالاعتراف لها بحق حماية مصالحها الخاصة فحسب بل اعترف لها أيضا بتمثيل المصالح الجماعية للمستهلكين¹.

ويمكن لوزير التجارة المؤهل قانونا أن يقدم أمام الجهات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق أحكام قانون: 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم بموجب القانون 06/10 المذكور أعلاه.

المبحث الثاني

مباشرة الدعوى العمومية والجهة المختصة بالنظر فيها

تنشأ الدعوى العمومية من لحظة ارتكاب الجريمة استنادا إلى حق المجتمع في العقاب، وتحريك الدعوى العمومية هو عملية تقديم الدعوى العمومية أمام المحكمة الجزائية المختصة وبداية التحريك يبدأ باتخاذ إجراء من إجراءات التحقيق سواء من طرف قاضي التحقيق أو من يندبه، أما مباشرة الدعوى العمومية فيكون بعد اتصال الدعوى العمومية بالمحكمة، فالإجراءات المتعلقة بالطلبات التي تقدمها النيابة العامة والدفعات التي يقدمها المتهم سواء الشفهية أو الكتابية، وكذلك الطعن في القرارات والأحكام الصادرة في تلك الدعوى وما إلى ذلك إلى حين انتهاء الدعوى بصدور حكم نهائي كلها تدخل ضمن ما يسمى بمباشرة الدعوى العمومية.

1- أنظر: عبد الفضيل (محمد أحمد)، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة،

القاهرة، 1991، ص 272.

سنتناول في هذا المبحث مباشرة الدعوى العمومية في جرائم الاعتداء على حقوق العلامة التجارية (مطلب أول)، ثم نبين المحكمة المختصة بالنظر فيها (مطلب ثاني).

المطلب الأول

مباشرة الدعوى العمومية

إذا كان بإمكان المتضرر تحريك الدعوى العمومية فإن مباشرتها تعني جميع الإجراءات والأعمال المتخذة من فترة التحقيق إلى مرحلة محاكمة المتهم وهي على خلاف تحريك الدعوى العمومية من اختصاص النيابة العامة وحدها دون الطرف المتضرر من الجريمة.

وجدير بالذكر أن المشرع وحفاظاً منه على مصالح صاحب العلامة التجارية منح له الحق في اتخاذ بعض التدابير الوقائية عند اللجوء للقضاء، تتمثل في الاعتراض الإداري والتوقف عن الفعل الضار وإزالة الوضع الشاذ.

ويقصد بالاعتراض الإداري اللجوء إلى القضاء الإداري قصد الاعتراض على تسجيل علامة تجارية مشابهة لعلامة المنتج أو الخدمة المقدمة، للحيلولة دون ترويج السلعة المقلدة أو المزورة في السوق، ويتميز هذا الإجراء بالسرعة والفائدة.

كما يمكن وقف الفعل الضار من طرف تاجر يلحقه ضرر مستمر مع الوقت وناتج عن عمل غير مشروع، إذ أن عليه أولاً المطالبة بوقف هذه الأعمال غير المشروعة حتى يتفادى مضاعفات هذا الضرر مستقبلاً، ويتم وقف التصرفات غير المشروعة بمنع استعمال الوسيلة غير المشروعة المستعملة في ممارسة النشاط التجاري، كوقف الاستمرار في تصنيع

أو إعادة بيع منتجات مقلدة¹. لكن يجدر بنا التساؤل عن الجهة التي سترفع الدعوى العمومية ضدها؟

وللإجابة على هذا التساؤل نقسم هذا المطلب إلى فرعين نتناول مباشرة الدعوى العمومية على الأشخاص الطبيعية (فرع أول)، ثم ندرس مباشرة الدعوى العمومية على الأشخاص المعنوية (فرع ثاني).

الفرع الأول

مباشرة الدعوى العمومية على الأشخاص الطبيعية

إن اقتضاء الحق في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية لن يتحقق إلا عن طريق الوسيلة الإجرائية التي وضعها المشرع، وهي الدعوى العمومية التي تباشر ضد مرتكب الجريمة، فهي بذلك السبيل الوحيد لإثبات جرمه، ومن ثم توقيع العقاب عليه، قد يكون مرتكب جرائم الاعتداء على العلامة التجارية شخصا طبيعيا، يستوجب القانون اتخاذ جميع الإجراءات ضده من مرحلة التحقيق إلى غاية مرحلة المحاكمة.

وسنحدد من خلال (فقرة أولى) الأشخاص الطبيعيين الذين تباشر ضدهم الدعوى العمومية في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية كما سنتعرض في (فقرة ثانية) إلى متابعة الشريك في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية.

1- أنظر:

SERRA (Y), **concurrency déloyale**, répertoire commercial, Dalloz, paris, 1995, p. 28.

الفقرة الأولى

تحديد الأشخاص الطبيعية الذين تباشر ضدهم الدعوى العمومية

ترفع الدعوى العمومية على من لا يملك الحق على العلامة ولا يملك ترخيصا أو إذن من صاحب العلامة أو من يقوم مقامه، ومع ذلك يقوم باستنساخ العلامة التجارية استنساخا كليا أو جزئيا للعناصر الأساسية المكونة لها، أو تشبيها ومحاكاة لها في مجموعها، وكل شخص يقوم باستيراد أو تصدير سلع عليها علامات مقلدة أو بيعها أو عرضها للبيع.

كما يمكن أن ترفع الدعوى العمومية ضد صاحب العلامة بحد ذاته في حالة تنازله عن حقوقه في العلامة التجارية للغير تنازلا كليا بمقابل مالي ومع ذلك يرتكب جنحة التقليد بإعادة اصطناع العلامة إذ يكون بذلك مقلدا لها، ويمكن أن ترفع الدعوى العمومية على الشخص الذي يملك مطبعة ويتعمد طباعة كمية تفوق القدر المتفق عليه مع صاحب العلامة في الجزء الإضافي، لأنه قام بذلك دون إذن صاحب العلامة.

واعتبارا لمبدأ شخصية العقوبة فإن الدعوى العمومية شخصية تمارس ضد مرتكب الجريمة سواء كان فاعلا أصليا أو شريكا في ارتكابها، وإذا كان يجوز تحريك الدعوى العمومية ضد مجهول في مرحلة التحقيق بقصد الوصول إلى معرفة الفاعل، فإنه لا يجوز إحالة شخص غير معلوم للمحاكمة.

كما لا يجوز تحريك الدعوى العمومية ضد الورثة بعد وفاة الفاعل، اعتبارا لكون واقعة الوفاة سببا من أسباب انقضاء الدعوى العمومية طبقا لنص المادة 06 من قانون الإجراءات الجزائية، ويترتب على المسؤولية الجزائية للشخص شخصية العقوبة، وبالتالي لا تمارس الدعوى العمومية ضد المسؤول المدني للحدث.

الفقرة الثانية

متابعة الشريك في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية

على الرغم من أن المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات استعملت عبارة عامة بنصها: "... كل شخص ارتكب جنحة التقليد..." إلا أنه تطبيقاً للقواعد العامة في المتابعات الجزائية يمكن أن ترفع الدعوى العمومية ضد الشريك في الجريمة، وقد عرّفت المادة 42 قانون العقوبات الجزائري الشريك في الجريمة كما يلي: "يعتبر شريكاً في الجريمة من لم يشترك اشتراكاً مباشراً ولكنه ساعد بكل الطرق وعاون الفاعل أو الفاعلين على ارتكاب الأفعال التحضيرية أو المسهلة أو المنفذة لها مع علمه بذلك"¹. فالشريك لا يساهم مساهمة مباشرة في الجريمة وإنما يساهم فيها بصفة عرضية أو ثانوية، فهو مثلاً من يدل المقلد على كيفية التقليد، ومن ينقل الجاني وبضاعته، ومن يراقب المكان أثناء ارتكاب الجريمة.

وقد أخذ المشرع الجزائري بتبعية الشريك للفاعل الأصلي تبعية كاملة من حيث التجريم وتبعية نسبية من حيث العقاب، فيعد فاعلاً من تلتئم في شخصه كامل أركان الجريمة (الركن المادي والمعنوي بالخصوص) فهو من يقوم شخصياً بالأعمال المادية المشكّلة للجريمة، وبالمقابل يعد شريكاً من لا تتحقق في شخصه أركان الجريمة وانحصر دوره في المعاونة على ارتكابها كتوفير الوسائل.

1- تنص المادة 43 من قانون العقوبات على ما يلي: "يأخذ حكم الشريك من اعتاد أن يقدم مسكناً أو ملجأً أو مكاناً للاجتماع لواحد أو أكثر من الأشرار الذين يمارسون اللصوصية أو العنف ضد أمن الدولة أو الأمن العام أو ضد الأشخاص أو الأموال مع علمهم بسلوكهم الإجرامي".

وقد تكون المساعدة معنوية كإفادة الفاعل بالمعلومات التي تساعد على ارتكاب الجريمة، ومدته بالوسائل اللازمة، وتوزيع السلع المقلدة وتخزينها أو شراء المواد التي تستعمل في التقليد، المهم أن عمل الشريك والفاعل الأصلي أدى إلى تحقيق واقعة إجرامية واحدة¹.

ويشترط في الاشتراك أن تكون الجريمة قد ارتكبت، كما يشترط فيه توفّر القصد الجنائي المتمثّل في العلم بالسلوك الإجرامي، فيتعين أن يكون من ساعد الفاعل الأصلي قد ساهم وهو على دراية في ارتكاب الجريمة الرئيسية وأن يكون يعلم بأنه يشترك في جنحة الاعتداء على علامة تجارية مسجلة من قبل، كما ينبغي أن تتوفّر فيه نية أو إرادة الاشتراك عمداً في العمل الإجرامي، ويكون هذا العلم مفترضا في حالة ما إذا كانت العلامة محل التقليد معروفة لدى عموم الناس، أما إذا استحال هذا العلم على المساهم في الجريمة مساهمة غير مباشرة (ويحدث ذلك خاصة إذا كانت العلامة غير مشهورة وغير معروفة) فمسؤوليته لا تقوم، مع بقاء إمكانية مساءلته مدنياً على اعتبار سوء النية في المتابعة المدنية غير معتبر.

كما لا يسأل على الاشتراك إلا إذا نفذت الجريمة أو تمّ الشروع فيها، ولا يسأل على الاشتراك إذا كان الشروع غير معاقب عليه، كما لا يسأل على الاشتراك إذا سقطت الدعوى العمومية عن الجريمة بفعل التقادم.

وجزاء الشريك بحسب المادة 44 من قانون العقوبات في حالة ما إذا كانت الأفعال تشكّل جنحية أو جنحة هي أن يعاقب بالعقوبة المقررة للجنحية أو الجنحة. وقد جعل المشرع الجزائري الشريك يستقل بعقوبته عن الفاعل الأصلي حال توافر أحوال أو ظروف شخصية

1- أنظر: سليمان (عبد الله)، المرجع السابق، ص 156، 157.

خاصة بأحدهما أو ظروف موضوعية تتعلق بالجريمة، فلا يستفيد منها إلا من تتصل به سواء كان فاعلا أو شريكا.

فإذا كان الفاعل الأصلي في حالة عود لا يطبق على الشريك ظرف الفاعل الأصلي بل يستقل كل منهم بظروفه الشخصية، فتطبيق مبدأ المساواة في العقوبة بين الشريك والفاعل الأصلي لا يؤدي دائما في الميدان إلى تسليط نفس العقوبة على الفاعل والشريك، إذ نصت الفقرة الثانية من المادة 177 من القانون 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات على أنه يعاقب على الاشتراك في جمعية الأشرار المتمثلة في كل اتفاق بين شخصين أو أكثر لارتكاب الجرائم قصد الحصول على منفعة مالية أو مادية أخرى بالعقوبات المقررة للجريمة ذاتها.

والمشرع الفرنسي بدوره أخذ بجواز متابعة الشريك أو المساهم (بشكل مباشر أو غير مباشر) في الاعتداء على ملكية العلامة التجارية سواء كان طابعا أو مصورا أو ملصقا للعلامة أو أي نوع من أنواع المساهمة.

فبالرجوع لقانون العقوبات الفرنسي في المادتين: 59 و60 منه نجد أنه بخصوص جنحة التقليد فإن كل الوسطاء الذين سهلوا بأي شكل من الأشكال تداول سلع أو بضائع مقلدة مع علمهم بكونها كذلك يمكن متابعتهم ليس على أساس الاشتراك في التقليد بما أن نشاطهم خارجي على التقليد، لكن على الاشتراك في جنحة البيع أو العرض للبيع لتلك البضائع المقلدة، كما يمكن متابعة المنتج والعودة عليه بالضمان من طرف بائع المنتجات

المقلّدة، غير أنه لا يمكن متابعة معاودي البيع جزائيا لأن الأمر يتطلب سوء النية قصد المتابعة الجزائية¹.

الفرع الثاني

مباشرة الدعوى العمومية على الأشخاص المعنوية

الأصل أن الدعوى العمومية تحرك ضد الأشخاص الطبيعيين ولكن وفي ظل التطورات الصناعية والتجارية الراهنة لم تعد الممارسات الصناعية والاقتصادية حكرا على الشخص الطبيعي، كما أن المخالفات والجرائم في هذه المجال لم تعد مرتبطة به فحسب، فهذه التطورات فرضت وجود نوع آخر من الأشخاص يساهم ويقوة في الحياة الاقتصادية والصناعية، ألا وهو الشخص المعنوي.

إن الشخص المعنوي أثناء ممارسته لأنشطته الصناعية والتجارية قد يتعدى على حقوق سطرها القانون وحماها، ولتجنب إفلات هذا الشخص من العقاب نظرا لطبيعته، فإن القانون حملة المسؤولية الجزائية وحدد إجراءات متابعته من خلال مباشرة الدعوى العمومية ضده،

وسنعرف في (فقرة أولى) فكرة المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، وفي (فقرة ثانية)، شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي.

1-أنظر:

الفقرة الأولى

فكرة المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي

أصبحت التشريعات الحديثة في العديد من الدول تأخذ بمبدأ المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، وبالتالي أصبحت معه فكرة تحريك الدعوى العمومية ضد الشخص المعنوي ممكنة بأن تتم متابعة الأشخاص المعنوية التي ترتكب جريمة تقليد العلامة التجارية أمام المحاكم الجزائية كالشركات التجارية والحكم عليها بعقوبات جزائية كالغرامة والحل¹.

وهو ما فعله المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر المتعلق بالعلامات التجارية، كما تبنى هذه المسؤولية في المادة 51 مكرر من القانون 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات بنصها: "باستثناء الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام، يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك، وإن المسؤولية الجزائية له، لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو كشريك في نفس الأفعال".

وتحقيقاً لمقتضيات هذا التعديل عدّل المشرع الجزائري قانون الإجراءات الجزائية إذ استحدث فصل ثالث بعنوان المتابعة الجزائية للشخص المعنوي متمماً الباب الثاني من الكتاب الأول منه بموجب القانون رقم 14/04 المعدل والمتمم لقانون الإجراءات الجزائية².

1- وهو ما أخذ به المشرع الجزائري بموجب المواد 18 مكرر و18 مكرر 1 من القانون 15/04 المؤرخ في: 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم لقانون العقوبات ويكون تمثيل الشخص المعنوي أمامها من طرف ممثله القانوني (المادة 25 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية).

2- المؤرخ في: 10 نوفمبر 2004، يعدّل ويتم الأمر رقم 155/66 المؤرخ في: 8 جوان 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 71، المؤرخة في: 10 نوفمبر 2004.

واشترط في المادة 65 مكرر 2 أن يتم تمثيل الشخص المعنوي في إجراءات الدعوى من طرف ممثله القانوني الذي كانت له هذه الصفة عند المتابعة.

ولم يخرج المشرع الجزائري عن القواعد المقررة في المتابعة المدنية له، والممثل القانوني للشخص المعنوي هو الشخص الطبيعي الذي يخوله القانون أو القانون الأساسي للشخص المعنوي تفويضا لتمثيله، فإذا تم تغيير الممثل القانوني أثناء سير الإجراءات يقوم خلفه بإبلاغ الجهة القضائية المرفوعة إليها الدعوى بهذا التغيير.

وقد تبنى المشرع الفرنسي بدوره مسؤولية الشخص المعنوي في تعديل قانون العقوبات 102/94¹، وكذا بموجب المادة 11/716 من قانون الملكية الفكرية². وهو ما فعله المشرع الأمريكي أيضا إذ أخذ بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي بنصه صراحة على تقرير هذه المسؤولية في مجموعة تشريعات anti-trust الصادرة سنة 1897 والتي تهدف لتجريم الاحتكار غير المشروع وإطلاق حرية المنافسة، وكذا في قانون حماية سلامة المستهلك الصادر سنة 1972³.

وقد أخذ المشرع الأردني صراحة بمسؤولية الشخص المعنوي جزائيا في الفقرة الثانية من المادة 74 من قانون العقوبات التي جاء فيها ما يلي: "تعتبر الهيئات المعنوية باستثناء

1- المؤرخ في: 01 مارس 1994.

2- أنظر شرح أحكام تلك المسؤولية:

MOULOUNGUI (C), *la nature de la responsabilité pénale de la personne morale en France*, R.D.P., France, 1995, p. 341; PELLETIER(H) et PERFETTI (J), *code pénale*, Ed LITEC, France, 2004, p. 1286.

3- أنظر:

OTTLY (R), *criminal liability for defective products: new problems in corporate responsibility and sanctioning*, R.I.D.P, vol 32, n 1-2, p. 641.

الدوائر الحكومية والهيئات والمؤسسات العامة الرسمية مسؤولة جزائياً عن الجرائم التي يرتكبها مديروها أو ممثلوها أو وكلائهم باسمها أو لحسابها". غير أنه لم يرد نص صريح في قانون العلامات التجارية الأردني يقرّر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية.

أما المشرع المصري فلم يأخذ بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي كأصل عام في قانون العقوبات إلاّ أنه استثناءً من ذلك تردّد في الأخذ بها في مجال الجرائم الاقتصادية، حيث أخذ بالمسؤولية غير المباشرة في المرسوم بقانون رقم 95 لسنة 1945 الخاص بشؤون التموين، إذ نصّ في الفقرة الثانية من المادة 58 منه على ما يلي: "تكون الشركات والجمعيات والهيئات مسؤولة بالتضامن مع المحكوم عليه بالغرامة والمصاريف".

كما أخذ بها في القانون رقم: 281 بخصوص التدليس والغش، إذ نصّت المادة السادسة مكرر منه على ما يلي: "دون إخلال بمسؤولية الشخص الطبيعي المنصوص عليها في هذا القانون يسأل الشخص المعنوي عن الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون إذا وقعت لحسابه أو بواسطة إحدى أجهزته أو ممثله أو أحد العاملين لديه".

الفقرة الثانية

شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي

ويشترط لقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي ارتكاب الفعل المكوّن للجريمة من مدير الشخص المعنوي أو ممثله القانوني، فالشخص الطبيعي هو عضو في الشخص المعنوي أو ممثله، وأعضاء الشخص المعنوي هم عادة الأشخاص المؤهلين وفقاً للقانون أو وفقاً للنظام القانوني للشخص المعنوي كي يتحدثوا أو يتصرفوا باسمه. أما ممثّل الشخص

المعنوي فهو الشخص الطبيعي الذي لديه السلطة القانونية أو الاتفاقية في التصرف باسم الشخص المعنوي¹. وعلى ذلك كي يسأل الشخص المعنوي يجب أن ترتكب الجريمة بواسطة ممثله، أما إذا ارتكبت بواسطة موظف عادي يعمل لديه فإنه لا يسأل جزائياً، وفي هذه الحالة يسأل مرتكب الجريمة لوحده.

كذلك فإنه من شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، وقوع الفعل المكوّن للجريمة لحساب الشخص المعنوي، أي أن تكون الجريمة قد ارتكبت بهدف تحقيق مصلحة للشخص المعنوي، سواء كان تحقيق الربح أو تجنّب إلحاق ضرر به، وسواء كانت هذه المصلحة مادية أو معنوية، مباشرة أو غير مباشرة محققة أو احتمالية². ومن الشروط أيضاً أن لا يكون العضو المسؤول وهو يعمل قد خرج عن دائرة اختصاصه، بحيث تعدّ الجريمة التي وقعت منه بمثابة تعسف في الاستعمال³.

المطلب الثاني

المحكمة المختصة بالنظر في الدعوى الجزائية

باستقراء المادة 35 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أنها منحت لصاحب الحق في العلامة محل الاعتداء الخيار بين أن يسلك الطريق الجزائي أو الطريق المدني، فرغم ما يوفره الطريق الأول من امتيازات السرعة في الفصل والزرع من خلال توقيع عقوبة

1- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 381.

2- أنظر:

PRADEL (J), *le nouveau code pénal français, Aperçus sur sa partie générale*, R.D.P, France, 1993, p. 339.

3- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 382.

الحبس والغرامة إضافة للتعويضات، إلا أن الضحية قد يختار الطريق المدني لميزة إيجابية تتمثل في كون القضاء المدني غير ملزم بالخوض في مسألة إثبات سوء نية المعتدي على حقوق العلامة التجارية عكس الطريق الجزائي الذي يصعب فيه إثبات سوء النية وما يثيره من صعوبات.

والجدير بالذكر أن ضحية الاعتداء على حقوق العلامة التجارية إذا اختار القضاء الجزائي يستطيع أن يتنازل عنه ويلجأ للقضاء المدني، وفي حالة اختياره الطريق الأول تتصل المحكمة الجزائية بقضية الاعتداء عن طريق الإحالة بناءً على تكليف مباشر بالحضور من طرف وكيل الجمهورية أو بناء على أمر إحالة من قاضي التحقيق بعد تأكده من وجود قرائن كافية في مواجهة المتهم، وتتم الإحالة إلى محكمة الجناح. ولتحديد المحكمة المختصة للنظر في دعوى الاعتداء على العلامة التجارية سوف نميز بين الاختصاص النوعي (فرع أول)، والاختصاص المحلي (فرع ثاني).

الفرع الأول

الاختصاص النوعي

يُنظر لتحديد الاختصاص النوعي إلى التكييف القانوني للواقعة هل يندرج ضمن اختصاص المحكمة؟ كما يتحدّد أيضا على أساس جسامّة الجريمة والعقوبة المقرّرة لها في قانون العقوبات والنصوص المكملّة له. وقد حدّدت كل الدول اختصاص المحاكم من خلال تحديد الجرائم التي تدخل ضمن اختصاص كل محكمة من المحاكم سواء العادية أو الخاصّة، انطلاقا من جسامّة الجرم المرتكب أو الشخص المتهم أو طبيعة الجرم.

وسنتناول الاختصاص النوعي في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، من خلال تحديد الاختصاص النوعي وفقا للقواعد العامة في التشريع الجزائري (فقرة أولى)، وتحديد الاختصاص النوعي في بعض التشريعات المقارنة في (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

تحديد الاختصاص النوعي وفقا للقواعد العامة في التشريع الجزائري

في ظل غياب أي نص في الأمر المتعلق بالعلامات بخصوص تحديد الجهة القضائية المختصة نوعيا للفصل في جرائم المساس بحقوق العلامات، نعود للقواعد العامة أين نجد نص المادة 27 من قانون العقوبات الجزائري التي جاء فيها ما يلي: "تقسّم الجرائم تبعا لخطورتها إلى جنایات وجنح ومخالفات وتطبق عليها العقوبات المقررة للجنایات أو الجنح أو المخالفات".

وكذا المادة 330 من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص على ما يلي: "تختص المحكمة المطروحة أمامها الدعوى العمومية بالفصل في جميع الدفوع التي يبديها المتهم دفاعا عن نفسه ما لم ينص القانون على غير ذلك"، فالاختصاص النوعي وفقا لهذه المادة يتحدّد حسب نوع الجريمة وجسامتها، غير أنه بإمكان محكمة الجنح الفصل في المخالفات.

ويمكن لمحكمة الجنایات الفصل في الجنح والمخالفات تطبيقا لقاعدة من يملك الكل يملك الجزء. وباعتبار جريمة الاعتداء على العلامة التجارية هي جنحة فإن المحكمة التي تختص نوعيا بالنظر في الدعاوى العمومية التي تقام في جرائم المساس أو الاعتداء على حقوق العلامة التجارية هي محاكم الجنح.

وقد خوّلت المادتين: 29 و 30 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لمحكمة الجنح الفاصلة في جنحة الاعتداء على حقوق العلامة أن تتخذ من تلقاء نفسها أو بناء على طلب صاحب الحق في العلامة إجراء الإبطال أو إلغاء العلامة التجارية. رغم أن البعض يرى أن المسائل المتعلقة بالعلامة التجارية من ملكية أو انقضاء أو إبطال أو إلغاء هي من اختصاص المحكمة المدنية.

وبالتالي إذا ما عُرض النزاع على المحكمة الجزائرية على اعتبار أن التصرف يحمل وصفا جرميا وأثيرت تلك المسائل (نزاع حول ملكية العلامة، مسألة ما اذا كانت العلامة مسجلة أم لا، وإن كانت العلامتان مسجلتان، الفصل في أيهما سجلت أولا انطلاقا من تاريخ الإيداع...)، فعلى القاضي الجزائري إصدار حكم بإرجاء الفصل في القضية الجزائرية لحين الفصل في المسألة الفرعية والمتعلقة بالحق في العلامة، لأن المسائل الفرعية هي استثناء من قاعدة قاضي الأصل هو قاض الفرع¹.

الفقرة الثانية

تحديد الاختصاص النوعي في بعض التشريعات المقارنة

بالرجوع للتشريعات المقارنة بخصوص تحديد الاختصاص النوعي نجد التشريع الأردني في المادة 38 من قانون العلامات التجارية قد جعل الاختصاص للنظر في هذه الجرائم من حيث النوع من اختصاص محاكم الصلح، إذ نصّت الفقرة الثالثة من المادة الخامسة من قانون محاكم الصلح على أن تنظر محاكم الصلح في الجنح التي لا تزيد فيها

1- أنظر: زروال (عبد الحميد)، المسائل الفرعية أمام المحاكم الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994،

العقوبة عن سنتين حبس، وبالنظر إلى أن جرائم العلامات التجارية تندرج ضمن هذا الحد فإن محاكم الصلح هي التي تختص نوعيا بالنظر في الجرائم التي يتم الاعتداء فيها على حقوق العلامات التجارية.

الفرع الثاني

الاختصاص المحلي

يقصد بالاختصاص المحلي ما تختص المحكمة بنظره من قضايا ونزاعات في دائرة مكانية معينة ومحددة من قبل المشرع، أما عن ما أخذت به مختلف التشريعات فيما يتعلق بالاختصاص المحلي في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية فإنه سيتضح من خلال ما يلي، الاختصاص المحلي في التشريع الجزائري (فقرة أولى)، وفي التشريع المقارن (فقرة ثانية)

الفقرة الأولى

في التشريع الجزائري

في ظل غياب نص خاص وصريح في التشريع المتعلق بالعلامات التجارية نرجع للأحكام العامة التي تضمنتها المادة 329 والتي جاء فيها ما يلي: "تختص محليا بالنظر في الجناحة محكمة محل الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين، أو شركائهم، أو محل القبض عليهم، ولو كان هذا القبض قد تم لسبب آخر، ولا تكون محكمة محل حبس المحكوم عليه

مختصة، إلاّ وفق الأوضاع المنصوص عليها في المادتين 552، 553 من نفس القانون، كما تختص بالنظر في الجنح والمخالفات غير قابلة للتجزئة أو المرتبطة¹.

وقد يمتد مكان ممارسة التجارة المتعلقة بالعلامة محل الاعتداء إلى عدة منشآت فيكون كل منها مسؤولاً، وبالتالي فالمحكمة المختصة هي محكمة مكان التنفيذ أو مكان التقليد أو الاستعمال أو بيع مواد مقلدة، أما إذا وقع التقليد وبدأ الجاني أو الغير بنقل هذه البضاعة إلى مكان آخر قصد بيعها وقبل أن يتم البيع تم القبض على الجناة تعد المحكمة المختصة هي محكمة مكان القبض عليهم.

وقد لا يتم القبض عليهم في مكان التقليد أو البيع وإنما يوجد ادعاء ضدهم في قضية أخرى، وتبين من خلال المحاكمة أن هناك تقليد أو بيع مواد مقلدة أو استعمال أو مساس بحقوق مالك العلامة، فالمحكمة المختصة هي المحكمة النازرة في الدعوى الأصلية.

وبالنسبة لمحكمة محل الإقامة فهي محكمة إقامة المتهم في مسكنه، إذا وجدت البضاعة في مسكنه بسبب الخزن أو الاستعمال أو لأي سبب آخر. ويمكن لأي محكمة من هذه المحاكم اتخاذ إجراءاتها في مكان اختصاصها، كما يمكنها أن تتيب المحاكم الأخرى التي توجد أفعال مجرمة في مكان اختصاصها، وتعتبر المحاكم الأولى المختصة بصورة أساسية لأن جريمة الاعتداء على حقوق العلامة تعد جنحة².

أما بالنسبة للاختصاص المحلي للشخص المعنوي فقد نصّ عليه المشرع صراحة عند استحداثه للقانون 14/04 المعدّل والمتمّم لقانون الإجراءات الجزائية، بنصّه في المادة 65

1- القانون 14/04 المؤرخ في: 10 نوفمبر 2004، المتضمن تعديل قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 71، المؤرخة في: 10 نوفمبر 2004.

2- أنظر: لعوارم (وهيبة)، المرجع السابق، ص 144، 145.

مكرر منه على ما يلي: "يتحدّد الاختصاص المحلي للجهة القضائية بمكان ارتكاب الجريمة أو مكان وجود المقر الاجتماعي للشخص المعنوي، غير أنه إذا تمت متابعة أشخاص طبيعية في الوقت ذاته مع الشخص المعنوي، تختص الجهات القضائية المرفوعة أمامها دعوى الأشخاص الطبيعية بمتابعة الشخص المعنوي".

ويجوز تمديد الاختصاص المحلي للمحكمة إلى دائرة اختصاص محاكم أخرى عن طريق التنظيم في إطار ما يسمى الأقطاب الجزائية المتخصصة إذا كانت جرائم الاعتداء على حقوق العلامة التجارية تتدرج ضمن الجرائم المنظمة، أو كانت عابرة للحدود الوطنية¹.

الفقرة الثانية

في التشريع المقارن

وفي التشريع المقارن نجد أنه لا التشريع المصري ولا الأردني نصّا في قانون العلامات التجارية على الاختصاص المكاني لجرائم العلامات التجارية، غير أنه وبتطبيق القواعد العامة الواردة في التشريع العام فإن الاختصاص يتحدّد بأحد ثلاثة أمور وهي المرجع القضائي المختص التابع له مكان وقوع الجريمة، ثم موطن المشتكى عليه، وأخيراً مكان إلقاء القبض على المشتكى عليه، وهذا ما أوضحتها المادة 5 فقرة 1 من قانون أصول المحاكمات الجزائية الأردني والتي جاء فيها: "تقام دعوى الحق العام على المشتكى عليه أمام المرجع القضائي المختص التابع له مكان وقوع الجريمة أو موطن المشتكى عليه أو مكان إلقاء القبض عليه".

1- المرسوم التنفيذي: 348/06 المؤرخ في: 5 أكتوبر 2006، المتضمن تمديد الاختصاص المحلي لبعض المحاكم ووكلاء الجمهورية وقضاة التحقيق، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 63، المؤرخة في: 18 أكتوبر 2006.

أما الفقرة الرابعة من المادة ذاتها فقد نصّت على ما يلي: "يجوز إقامة دعوى الحق العام على المشتكى عليه أمام القضاء الأردني إذا ارتكبت الجريمة بوسائل إلكترونية خارج المملكة وترتبت آثارها فيها كلياً أو جزئياً أو على أي من مواطنيها"، ومن جهتها نصّت المادة 217 من قانون الإجراءات الجنائية المصري على ما يلي: "يتعيّن الاختصاص في المكان الذي وقعت فيه الجريمة أو الذي يقيم فيه المتهم أو الذي يقبض عليه فيه".

ويتضح مما سبق أن الاختصاص المكاني في جرائم الاعتداء على حقوق العلامة التجارية يكون للمحكمة التابع لها مكان وقوع فعل التعدي على العلامة التجارية أو موطن المشتكى عليه الذي قام بفعل التعدي أو المكان الذي أُلقي القبض فيه على المشتكى عليه.

وبالتالي فإنه إذا ارتكب فعل تعدي على علامة تجارية في مناطق جغرافية مختلفة فإن الاختصاص ينعقد إما للمكان الذي وقع فيه الاعتداء على العلامة التجارية أو مكان إقامة المشتكى عليه مرتكب فعل التعدي أو المكان التابع لإلقاء القبض عليه، وبالتالي فإنه لا أفضلية بين هذه المراجع إلاّ بأسبعية تقديم الدعوى¹.

الفصل الثالث

قمع الجرائم الماسة بالعلامات التجارية

تأخذ الاعتداءات على حقوق العلامات التجارية صوراً متعدّدة كتزوير علامة تجارية أو تقليدها، استعمال علامة تجارية استعمالاً باطلاً، بيع بضاعة استعملت لها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو إحرازها بقصد البيع، استعمال علامة تجارية مملوكة

1- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 444.

لشخص آخر دون وجه حق. ومن أهم مقتضيات العدالة حماية المجتمع عموماً ومالك الحق في العلامة من تلك الجرائم لذلك لا بد من وجود وسائل رادعة تقوم الدولة بتطبيقها تتجسد في العقوبة على الجاني.

تشكل العقوبة الوسيلة التاريخية التي التزم بها الإنسان لمعاقبة الجناة على أفعالهم المخالفة للقانون، والعقوبة تعني إيقاع ضرر مادي على من تثبت مسؤوليته عن ارتكاب الفعل الإجرامي، يتناسب هذا الضرر مع جسامة الفعل المخالف للقانون يشترط أن ينص على تجريمه نص قانوني نافذ، إذ "لا جريمة ولا عقوبة إلا بموجب نص قانوني".

ومن مميزات العقوبة أنه يتم تطبيقها وفقاً للقانون، فيتساوى في تطبيقها جميع المواطنين وفقاً للنصوص القانونية النافذة، ويتم فرضها من قبل القضاء أو الجهات المختصة تجسيداً لمبدأ الشرعية، بعد ثبوت مسؤولية الفاعل عن ارتكابه الفعل، وينبغي أن تكون العقوبة متناسبة مع جسامة الفعل المخالف للقانون - كما أسلفنا - وبالتالي فإنها تقع على حرية الفاعل أو جسده أو ذمته المالية، بقصد خلق حالة من الردع للجاني وللغير.

إن الإجراءات التحقيقية التي تقوم بها السلطات التحقيقية لا تُكوّن عقوبات، وإن كان هناك ضرر مادي ومعنوي يصيب المتهمين جراء ما يصيبهم من توقيفهم ومنعهم من أداء أعمالهم وممارسة أنشطتهم، دأبت الدول المتحضرة على منح من يثبت براءته أو يتم الإفراج عنه حق مطالبة السلطات بالتعويض المادي والمعنوي عما لحقه من ضرر وما فاتته من ربح.

وتقتصر عملية فرض العقوبة على الجهات القضائية المختصة، بالنظر للاختصاص الوظيفي والقدرة على التطبيقات العملية في موازنة الأفعال وتقدير العقوبة المفروضة على الفاعل، بينما يتم تنفيذ العقوبة من قبل السلطات التنفيذية المختصة.

ومما يشار له وجوب أن تكون العقوبات عادلة يتساوى بها مرتكبيها دون النظر إلى قومياتهم أو أديانهم أو مذاهبهم أو انتماءاتهم السياسية، غير أن للمحكمة أن تقوم بإعمال نظرية الظروف القضائية المخففة للفعل وكذلك الأعذار القانونية عند فرض العقوبة على أن يتم تسبب ذلك في قراراتها.

الأصل في الحماية أنها تكون مزدوجة مدنية وجنائية، وذلك متى كانت الحماية المطالب بها ضمن إطار قانون العلامات ووفق مبادئه. بمعنى أن تكون العلامة مسجلة ويتم الاعتداء عليها من طرف منافس آخر بهدف وضعها على منتجات مماثلة لتلك التي سجلت من أجلها.

لكن عندما يتعلق الأمر بالمطالبة بالحماية في غياب هذين الشرطين كأن تكون العلامة غير مودعة أو أن الحماية المطالب بها لا تكون ضمن المنتجات المحددة في وثيقة الإيداع فاللجوء إلى دعوى التقليد. في هذه الحالة لا يكون ممكن في حين أن الطريق المدني يبقى دائما مفتوحا.

لكن عندما يتعلق الأمر بعلامة مشهورة، ونظرا لطابع الشهرة والتميز المرتبطين بها فإنها قد شكلت استثناءات مهمة على المبادئ التي تحكم قانون العلامات، فصار بالإمكان ضمان حمايتها حتى خارج حدود الدولة التي سجلت فيها وحتى بدون أن يقوم مالكوها

بتسجيلها في الدولة التي يطالب فيها بالحماية وذلك حتى من أجل منتجات مختلفة عن تلك التي أودعت من أجلها.

وفيما يلي سنعرض العقوبات المطبقة على الشخص الطبيعي (مبحث أول)، ثم نبيّن العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي (مبحث ثاني).

المبحث الأول

العقوبات المطبقة على الشخص الطبيعي

يتمثل الجزاء الجزائي في التبعات القانونية التي يتحملها الجاني نظير ما ترتّب عن الجريمة التي ارتكبها، وقد تتمثل العقوبة في تدبير احترازي أو عقوبة يتضمّنهما حكم قضائي مسبّب بعد محاكمة جزائية تحترم فيها ضمانات المتهم.

والجزاء الجنائي مستقل عن الجزاء المدني إذ أن سببه هو وقوع الجريمة، في حين الجزاء المدني سببه الفعل الخاطئ الذي تسبّب في إلحاق ضرر بالغير، فضلا عن أن محل الجزاء الجنائي قد ينصب على الحق في الحياة أو الحرية أو الشرف أو الاعتبار، في حين الجزاء المدني قد يتمثل في بطلان التصرف القانوني أو إعادة الحال لما كان عليه، أو التعويض وهو الصورة الغالبة. ويختلفان أيضا من حيث الغاية، فغاية الأول مزدوجة تتمثل في ردع الجناة ومحاولة إصلاحهم، في حين غاية الجزاء المدني هي جبر الضرر الذي لحق المتضرر عن طريق تعويض مالي يلتزم المعتدي بدفعه.

زيادة على كل ما سبق يختلف الجزاء الجزائي عن المدني في كون وسيلة استحقاق الأول هي دعوى عمومية ويمكن تنفيذ هذا الجزاء باللجوء إلى استعمال امتيازات السيادة

والسلطة العامة بالجوء إلى القوة، بينما الثاني (المدني) يجد وسيلة استحقاقه في دعوى مدنية يرفعها المدعي بنفسه ضد المدعى عليه، وتطبيق الجزاء المدني لا يستدعي حتما استعمال القوة العمومية ووسائل القهر.

ويملك المتضرر الحق في التنازل عن دعواه المدنية وتركها في أي وقت شاء عادة، في حين أن المجني عليه والمتضرر لا يملك هذه المكنة كقاعدة عامة، كما لا يمكنه إعفاء المتهم من توقيع الجزاء الجنائي عليه، لأن الجزاء الجزائي المترتب عن الدعوى العمومية ملك للمجتمع لا المجني عليه.

ويقدر التعويض عن الخسارة اللاحقة والكسب الفائت، ويمكن الاستعانة بالخبرة لتقدير التعويض، ويقاس مقدار الحرمان من البيع بعد التقليد بالقياس إلى البيع الذي كان سائدا قبل التقليد، ولا يؤخذ بالاعتبار عند التعويض سوء أو حسن نية الفاعل.

إلا أنه من الناحية الواقعية نجد القاضي يميل إلى رفع نسبة التعويض إذا كان الفاعل سيء النية، وقد يمتد التعويض ليشمل الضرر المعنوي إذا أدى التزوير أو التقليد للمساس بسمعة التاجر أو أثر في مركزه التجاري¹.

وتهدف العقوبة الجزائية لتحقيق الردع العام (إنذار كافة الناس بسوء عاقبة الإجرام حتى يتجنبوه وينفروا منه) والردع الخاص (تأهيل المجرم وإصلاحه حتى يعود إلى المجتمع مواظنا صالحا يساهم في نموه وتطوره)، وتأخذ العقوبات المطبقة على الأشخاص الطبيعية شكل عقوبات أصلية (مطلب أول)، كما قد تكون في شكل عقوبات تكميلية (مطلب ثاني).

1- أنظر: خاطر (نوري حمد)، شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية-، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع،

المطلب الأول

العقوبات الأصلية

العقوبة الأصلية هي الجزاء الأساسي الذي نصّ عليه المشرع، ولا يمكن تنفيذها إلا بالنصّ عليها صراحة في الحكم أو القرار الذي يصدره القاضي، والأصل في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة دون أن يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى¹.

وقد نصّ المشرع الجزائري على العقوبات الأصلية المتعلقة بالجنح في المادة الخامسة من قانون العقوبات الأصلية وهي عقوبات لا توقع إلا إذا نطق بها القاضي وحدّد مقدارها، وينتج عنها إيلاام المعتدي على العلامة بالانتقاص من بعض حقوقه الشخصية وأهمها الحق في الحياة والحق في الحرية² وتتمثل هذه العقوبات في الحبس (فرع أول) والغرامة (فرع ثاني).

الفرع الأول

الحبس

يقصد بعقوبة الحبس إيداع المحكوم عليه بإحدى المؤسسات العقابية لمدة يقررها الحكم، أو هو سلب حرية المحكوم عليه، وقد اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضه على مرتكب جريمة من جرائم الاعتداء على

1- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 388.

2- أنظر: بوسقيعة (أحسن)، الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص190.

حقوق العلامة التجارية، وذلك بحسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة¹. وهو ما سنتناوله في فقرتين، موقف المشرع الجزائري منه (فقرة أولى)، مواقف التشريعات المقارنة من عقوبة الحبس (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

موقف المشرع الجزائري من عقوبة الحبس

ففيما يتعلّق بموقف المشرع الجزائري من هذه العقوبة نجد بأنه قد نص في المادة 32 من الأمر 06/03 على ما يلي: "... كل شخص ارتكب جناحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)". وبذلك يكون المشرع قد رفع من الحدين الأقصى والأدنى لعقوبة الحبس، دون أن يحصر الأفعال الجرمية المكوّنة لفعل التقليد.

وقد نص المشرع الجزائري على عقوبة السجن من 05 سنوات إلى 20 سنة لكل شخص قلد أو زور طابع وطني أو علامة أو دمغة مستخدمة في دمع المواد المصوغة من الذهب والفضة وذلك في نص المادة 206 من ق ع، ونصت المادة 209 من ق ع على الحبس من سنة إلى خمس سنوات كل من قلد علامة إحدى السلطات العمومية.

1- أنظر: السلامة (ناصر عبد الحليم)، المرجع السابق، ص 388، 389.

الفقرة الثانية

موقف التشريعات المقارنة من عقوبة الحبس

أما في التشريعات المقارنة الأخرى فإننا نجد بأن مواقف تشريعات العلامات التجارية فيها متغايرة فيما يخص الأخذ بعقوبة الحبس كجزاء لجرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث ذهبت غالبية التشريعات إلى الأخذ بها.

في حين لم تنص بعض التشريعات عليها، فضلا عن أن التشريعات اختلفت فيما بينها فيما يتعلق بمدّة الحبس كعقوبة أصلية، كما اختلفت بخصوص اقتران هذه العقوبة بعقوبة الغرامة.

فالمشرع التونسي لم يُضَمِّن قانون العلامات التجارية رقم: 36 لسنة 2001 عقوبة الحبس كجزاء في حال الاعتداء على العلامة التجارية إلاّ في حالة واحدة هي حالة العود (التكرار)، إذ نصّت المادة 53 منه على ما يلي: "في صورة العود بالنسبة للمخالفات المنصوص عليها في الفصلين 51 و52 من هذا القانون يمكن الحكم بالسجن من شهر إلى ستة أشهر، وذلك بقطع النظر عن الحكم بالخطية التي ترفع إلى الضعف".

وقد نصت المادة 38 من قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم 37 لسنة 1992، على الحبس كعقوبة أصلية، وهو شأن المادة 34 من قانون العلامات التجارية القطري رقم 3 لسنة 1978. أما المشرع المصري فقد نصّ في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية على أن عقوبة الحبس عقوبة أصلية في حال ارتكاب أي شخص لأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية، وقد حدّد هذه العقوبة بمدّة لا تقل عن شهرين.

أما بالنسبة للمشرع الأردني فقد حدّد عقوبة الحبس في الفقرة الأولى من المادة 38 من قانون العلامات رقم 34 لسنة 1999، وحدّد مدته بخصوص صور الاعتداء على العلامة التجارية بثلاثة أشهر على الأقلّ وسنة على الأكثر.

أما التشريع الفرنسي فقد ذهب إلى معاقبة كل من يعتدي على العلامة التجارية بالحبس لمدة سنتين وبغرامة مقدارها مليون فرنك أو إحدى هتين العقوبتين، وهذا ما تضمنته الفقرتين التاسعة والعاشر من المادة 716 من مجموعة قوانين الملكية الفكرية، وبذلك فإن سياسة المشرع الفرنسي في توفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية بالنظر إلى عقوبة مرتكب إحدى صور الاعتداء على العلامة لم تختلف عن سياسة التشريعات العربية المذكورة، وقد منح للمحكمة سلطة تقدير العقوبة.

أما فيما يخص موقف التشريع الإنجليزي فقد نصّ في الفقرة الثالثة من المادة 95 من قانون العلامات التجارية لسنة 1994، على معاقبة كل شخص يرتكب جريمة وضع بيان غير صحيح عند تسجيل العلامة بالحبس لمدة لا تتجاوز ثلاثة (3) أشهر، كما نصّ في الفقرة الثالثة "أ" من المادة 92 من القانون ذاته على معاقبة مرتكب أفعال تزوير أو تقليد العلامة التجارية أو استعمالها، بالسجن لمدة لا تزيد عن عشرة (10) سنوات أو بغرامة، وعدم تحديد الحد الأدنى لعقوبة الحبس معناه ترك ذلك للقواعد العامة الواردة في قانون العقوبات.

الفرع الثاني

الغرامة

عقوبة الغرامة من العقوبات المالية التي يراد بها إلزام المحكوم ضده بأن يدفع للخزينة العمومية المبلغ المعين في الحكم أو القرار، وتكون أصلية مباشرة عندما تكون هي العقوبة الوحيدة للجريمة، وسنبين من خلال هذا الفرع موقف المشرع الجزائري من عقوبة الغرامة (فقرة أولى)، وكذا مواقف التشريعات المقارنة من عقوبة الغرامة (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

موقف المشرع الجزائري من الغرامة كعقوبة أصلية

لقد نصت المادة 32 من الأمر 06/03 على ما يلي: "... كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس... وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.5000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)".

ويتضح من خلال هذه المادة أن الغرامة تتمثل في إلزام المحكوم عليه بدفع مبلغ من المال لصالح خزينة الدولة، كما يتضح أن المشرع قد رفع من حدي الغرامة الأدنى والأقصى.

والمشرع الجزائري في كل ما يتعلق بالجريمة من حيث أحكام المساهمة الجنائية في مجال العلامات لم ينص عليها صراحة وإنما ألح على ضرورة مراعاة أحكام الأمر 156/66 المؤرخ في: 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات طبقا للمادة: 32 من الأمر 06/03.

وباستقراء أحكام الأمر 156/66 المتضمن قانون العقوبات وبالضبط المادة 429 نجدها جاءت بأحكام عامة تخص الغش في البيع والتدليس في المواد الغذائية والطبية والذي تعاقب عليه بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2.000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين والتي يمكن أن تصل إلى 5 سنوات حبسا طبقا لنص المادة 430 وإن كانت مقبولة بخصوص عقوبة الحبس فهي بالنسبة للغرامة قليلة جدا إذا ما قارناها مع الضرر الذي يصيب صاحب العلامة محل الاعتداء وكذا المستهلك.

وعليه وفي ظل وجود النص الخاص الذي يقيد النص العام فإنه يتعين على القاضي أن يطبق أحكام المادة 32 من الأمر 06/03 التي تتناسب في عقوبتها التي تتضمنها مع ما يقع من اعتداء على العلامات التجارية وخاصة عقوبة الغرامة التي يصل حدها الأقصى إلى عشرة ملايين دينار وهو ما يعكس نية المشرع الجزائري في حماية الحق في العلامة التجارية بدليل أن عقوبة الغرامة تشكل أضعافا مضاعفة لتلك التي كان ينص عليها الأمر 57/66 الملغى¹.

أما بخصوص الجرائم التي لا تشكل جنحة تقليد فقد نصت المادة 33 من الأمر 06/03 على عقوبتي الحبس والغرامة بقولها: "يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين الأشخاص: الذين خالفوا أحكام المادة 03 من هذا الأمر لعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة.

1- حيث كانت المادة 29 منه تقضي بأن يعاقب كل من ارتكب جريمة التقليد التدليسي بغرامة من 1000 إلى 15000 دج أما بخصوص عقوبة الحبس فهي أيضا شدد فيها العقوبة بحيث زاد من حدها الأدنى والأقصى الذي كان في الأمر 57/66 الملغى من شهر إلى سنة فأصبح من 6 أشهر إلى سنتين.

الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر".

والمشرع الجزائري بمعاقبته على كل مخالفة لأحكام الأمر 06/03 يسهم في إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وتشجيعها بقواعد آمرة بما يحقق المنفعة المشتركة لكل من المستهلك والمنتجين وتحقيق التجارة غير المشروعة.

والمشرع الجزائري في تقديرنا وهو ينحو هذا المنحى يهدف من جهة إلى تعزيز حماية حق العلامة، ومن جهة أخرى، يكون قد سائر ما تنص عليه الاتفاقيات الدولية في هذا المجال وخاصة منها اتفاقيتي باريس 1883¹، واتفاقية ترينس 1994². إلا أنه يؤخذ عليه وجود نصوص أخرى تتضمن عقوبات أخف ويتعلق الأمر بقانون العقوبات الذي نصّ على عقوبة الغش في البيع والتدليس في المواد الغذائية والطبية والتي يمكن أن تتضمن جريمة الاعتداء على العلامة التجارية، والتي تعاقب عليها المادة 429 من قانون العقوبات بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج. ويمكن أن ترفع هذه العقوبة إلى خمس (5) سنوات طبقا لنص المادة 430 من قانون العقوبات في حالة ما إذا ارتكبت بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة.

وكذلك القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية³ والذي نص في المادة 38 أن الممارسات التجارية غير النزيهة ومنها تقليد العلامة التجارية إذ نصت

1- أنظر: المادة 6 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

2- أنظر: المواد 15، 61 من اتفاقية ترينس.

3- القانون 02/04 المؤرخ في: 23 جوان 2004 يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 41، المؤرخ في: 27 جوان 2004. وقد عدل هذا القانون بموجب القانون

على ما يلي: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة... مخالفة لأحكام المواد: 26 و 27 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 50 ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار جزائري (5.000.000)".

ويستشف من هذه المادة أن المشرع قد قلّص من حدي الغرامة ويجدر بنا التساؤل عمّا إذا كان هناك محل لتطبيق قاعدة: "اللاحق يلغي السابق" فيما يتعلّق بعقوبة جريمة تقليد العلامة التجارية؟

وعندئذ نجد أن المشرع قد ألغى عقوبة الحبس واكتفى بعقوبة الغرامة المالية، فهل يمكن تجزئة النص القانوني وتطبيقه في الشق المتعلّق بالغرامة فقط؟ علما أنه وبخصوص العقوبتين المنصوص عليهما في المادة 32 من الأمر 06/03 تنص صراحة بأنه يمكن للقاضي أن يطبق عقوبة الحبس وحدها وعقوبة الغرامة لوحدها أو يطبقهما معا حسب ظروف الجريمة. وهذا ما تشير إليه صراحة بقولها: "...أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط...".

وهناك ظروف يعدّل فيها القاضي من حدي العقوبة الأصلية، إذا ما عاصرت الجريمة ظروف مشدّدة¹ (كحالة العود التي لم ينص عليها المشرع في الأمر المتعلّق بالعلامات) أو مخففة² (ويلاحظ أن المشرع لم ينص على أحكام ظروف التخفيف في الأمر المتعلّق بالعلامات) وفي هذه الحالة يتعدّى حدا العقوبة الأصلية.

رقم: 06/10 المؤرخ في: 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 46، المؤرخة في: 18 أوت 2010.

1- ويقصد بها الحالات التي يجوز فيها للقاضي بأن يتجاوز الحد الأقصى للعقوبة التي نصّ عليها المشرع، أو استبدال العقوبة بعقوبة أخرى سواء بصفة وجوبية أو جوازية.

2- ويقصد بها الحالات التي يوجب أو يجيز فيها المشرع للقاضي تخفيف العقاب المقرّر قانونا للجريمة، والتخفيف قد يكون وجوبيا، كما قد يكون التخفيف جوازيا.

في غياب النص على أحكام التشديد أو التخفيف في الأمر المتعلق بالعلامات يتم الرجوع للأحكام العامة المنصوص عليها في المادة 53 من قانون العقوبات التي تم تعديلها سنة 2006 بموجب القانون 06/23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، وبموجب هذا التعديل جاء المشرع الجزائري بالمواد 53، 53 مكرر، إلى غاية المادة 53 مكرر 8 التي حدد فيها الحدود الدنيا التي يمكن النزول عندها في حالة الأخذ بظروف التخفيف، ولم يحدّد تلك الظروف بل تركها لتقدير القاضي الجزائري عند نظره في الدعوى العمومية.

من خلال المواد المذكورة يجوز استبدال عقوبة الحبس بعقوبة الغرامة، كما يجوز أن تكون عقوبة الحبس موقوفة النفاذ، وتطبيق ظروف التخفيف باستثناء الأعداء القانونية أمر جوازي متروك لتقدير القاضي وليس أمر مفروضاً عليه، ولا يعني الأخذ بها التصريح ببراءة المتهم.

الفقرة الثانية

موقف التشريعات المقارنة من الغرامة كعقوبة أصلية

أما عن التشريعات المقارنة فبالرجوع إلى التشريع الأردني في الفقرة الأولى من المادة 38 من قانون العلامات التجارية نجد أنها تعتبر الغرامة في جرائم الاعتداء على حقوق العلامة التجارية عقوبة تخيرية من خلال استعمال أداة التخيير "أو"، في حين أن الفقرة الثانية من المادة ذاتها تجعل عقوبة الغرامة عقوبة أصلية على من يرتكب جريمة بيع أو عرض بضاعة تحمل علامة تجارية أو يقتني بضاعة تحمل علامة تجارية، بالحبس كما أسلفنا وبغرامة لا تقل عن مائة (100) دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف (3000) دينار، أو بكلتا العقوبتين.

كما نصّت الفقرة الثانية من المادة ذاتها على معاقبة كل من يقوم ببيع أو اقتناء أو عرض منتجات تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلّدة للبيع لعقوبة الغرامة فقط. وقد قرن المشرع الأردني عقوبة الغرامة بعقوبة الحبس.

أما المشرع المصري فإنه نعى منعى المشرع الأردني بجعله عقوبة الغرامة تخييرية وذلك بموجب المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية التي استعملت عبارة "...أو بإحدى هاتين العقوبتين". ولا تقل هذه الغرامة عن 5000 جنيه، ولا تزيد عن 20.000 جنيه، وأجاز المشرع للقاضي في المادة ذاتها أن يحكم بعقوبتي الحبس والغرامة معا.

وبالعودة للتشريع الفرنسي نجد أنه ساير ما ذهب إليه نظيره المصري والأردني باعتباره عقوبة الغرامة عقوبة تخييرية، غير أنه تشدّد كثيرا في قيمة الغرامة مقارنة بالتشريعات العربية إذ بموجب الفقرة العاشرة من المادة L/716 تكون قيمة الغرامة بـ 300.000 أورو وفي حالة ما إذا ارتكبت جنحة التقليد من طرف عصابة منظمة تقدّر العقوبة بـ 500.000 أورو بحسب الفقرتين التاسعة والعاشرة من المادة ذاتها.

المطلب الثاني

العقوبات التكميلية

ترتبط العقوبة التكميلية بالجريمة ذاتها دون العقوبة الأصلية، يحدّد القاضي نوعها عند النطق بها، ولا يتصور أن تطبّق بمفردها، وقد تكون وجوبية أو جوازية، إذ يترك أمرها للسلطة التقديرية للقاضي، وتتحصّر العقوبات التكميلية وفقا للمادة: 09 من قانون العقوبات في المصادرة وإتلاف السلع المقلّدة (فرع أول)، وعقوبة النشر والحرمان من حق الانتخاب المتعلّق بالمهنة (فرع ثاني).

الفرع الأول

عقوبات المصادرة وإتلاف السلع المقلدة

تعتبر المصادرة إحدى العقوبات المالية التي تتخذ من الذمة المالية في حق المحكوم عليه محلاً لها، وهي عبارة عن نزع ملكية المال من صاحبه جبراً عنه، وإضافته لملكية الدولة دون مقابل. وقد تكون المصادرة عامة وهي عبارة عن نزع جميع أموال وممتلكات الشخص الخاضع لها، أو نزع حصة شائعة فيها تشكل نسبة معينة دون تحديد، وإضافتها إلى ملكية الدولة، ويغلب عليها صفة التدبير السياسي، حيث كانت تستخدم للنيل من الخصوم السياسيين للحكام.

وتحرص جميع الدساتير المعاصرة على حظرها لعدم استيفائها على شروط العقوبة في التشريعات الجنائية الحديثة كما في "دستور مصر" المصادرة العامة للأموال محظورة. كما قد تكون المصادرة خاصة وهي عبارة عن نزع ملكية مال محدد مملوك للجاني جبراً عنه، وإضافته إلى ملكية الدولة دون مقابل، أي تنصب على مال محدد بذاته وهي التي تعيننا كأحدى العقوبات الجنائية الفرعية التكميلية، حيث نص الدستور على أن عقوبة المصادرة الخاصة لا تكون إلا بناء على حكم قضائي وفي الأحوال المنصوص عليها في القانون.

والحكمة من المصادرة هي معاقبة الجاني على استخدامه لهذه الأشياء في أغراض إجرامية أو حصوله عليها من أعمال إجرامية، أما الأشياء المستخدمة في جريمة غير عمدية في الطبيعي أن الجاني يستخدم تلك الأشياء استخداماً مشروعاً، إلا أنه لم يتوخ الحذر والحيلة، ما أدى إلى وقوع الجريمة رغمًا عنه، وعليه لا تجوز مصادرة تلك الأشياء. وقد

تقضي المحكمة بإتلاف المنقول المحصل عليه من جريمة أو استعمال في جريمة أو ارتكبت به جريمة. وقد يكون المحجوز أداة اقتناع أو وديعة مؤقتة. تلك المحجوزات تدون في سجل بترقيم مشترك بين النيابة العامة وقسم المحجوزات وبخصوص المحجوزات الثمينة تدون حسب القانون باللون الأحمر لقيمتها.

ومصدر تلك المحجوزات هو الدرك أو الشرطة ويتم إعطاؤها للنيابة العامة وبعد توصل النيابة العامة بالمحجوزات تسجلها في سجل خاص بالمحجوزات ويحال على المحكمة التي تتوفر على سجل مماثل يمسه احد الموظفين العاملين بكتابة الضبط. ويتم التصرف في تلك المحجوزات إما بتبديدها أو إتلافها كالخمور التي يتم كبها في مكان ما والمخدرات، وبعض الآلات التي استعملت في التزوير والتقليد يتم إتلافها. وسنتناول في هذا الفرع عقوبة المصادرة (فقرة أولى) وإتلاف سلع مقلدة (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

المصادرة

يقصد بالمصادرة نقل ملكية المال المصادر جبرا ودون مقابل من ملكية صاحبه إلى ملكية الدولة¹. بموجب حكم قضائي، وعرفت المادة 15 من قانون العقوبات المصادرة، بأنها: "الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال معين أو أكثر".

1- أنظر: سليمان (عبد الله سليمان)، المرجع السابق، ص 580.

- سلامة (نعيم جميل صالح)، المرجع السابق، ص 512.

وتنصب المصادرة على الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت أو كانت ستستعمل في الجريمة، وهذا ما أشارت إليه الفقرة الثالثة من المادة 32 من الأمر 06/03، والتي جاء فيها ما يلي: "... مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة" والمصادرة مقيدة بثلاث شروط بحيث لا تشمل ما أشارت إليه الفقرات من 1 إلى 3 من المادة 15 من قانون العقوبات، ولا تشمل الأشياء المملوكة للغير ما لم ينص القانون صراحة على خلاف ذلك، وأن تأمر بها المحكمة باستثناء حالة الجنايات، فيجوز الأمر بالمصادرة في كل الحالات، والأصل أن تكون المصادرة مسبوقه بالحجز فتأتي المصادرة لتثبيته¹.

وتعد المصادرة في نفس الوقت عقوبة وتعويضاً مدنياً وحتى يتم النطق بها لا بد من معاينة مادية للجرائم ذات الصلة بالعلامات (التقليد المحاكاة، الاستعمال أو الوضع التديليسي)، ولا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية². وقد تكون المصادرة أثناء نظر الدعوى سواء كانت مدنية أم جزائية وقبل صدور حكم قطعي فيها، ويعتبر ذلك تشدداً من المشرع، لكنه مبرر لما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف³.

وغالبا ما تكون المصادرة عقوبة جوازية، إلا أن بعض قوانين العلامات التجارية - وخلافاً لما ذهبت إليه في القوانين العامة - اعتبرت المصادرة عقوبة وجوبية يجب النطق بها مع الحكم. فقد ذهب القانون المصري إلى اعتبار المصادرة عقوبة تكميلية في المادة 113

1- أنظر: بوسقيعة (أحسن)، الوجيز في القانون الجزائري العام، المرجع السابق، ص 226.

2- وتقابل المادة 32 من الأمر 06/03 الجزائري المادة L 14/716 من قانون الملكية الفرنسي.

3- أنظر: زين الدين (صلاح)، العلامات التجارية وطنية ودولية، المرجع السابق، ص 190.

من قانون حماية الملكية الفكرية بنصها: "وفي جميع الأحوال تقضي المحكمة بمصادرة المنتجات محل الجريمة أو المبالغ أو الأشياء المتحصلة منها وكذلك الأدوات التي استخدمت في ارتكابها".

وأبعد من ذلك فإن الفقه المصري وفضلا عن كونه يؤيد موقف المشرع هذا فإنه يرى جواز القيام بتلك المصادرة حتى ولو قضي بالبراءة وذلك حتى يتم إقصاء المضبوطات التي استعملت في الجريمة عن دائرة التعامل¹.

أما المشرع الأردني فقد أعطى للقاضي سلطة تقديرية فيما يتعلق بالحكم بالمصادرة من عدمه فهي بذلك عقوبة جوازية أو تكميلية بموجب الفقرة الرابعة من المادة 39 من قانون العلامات التجارية، إذ جاء في هذه المادة ما يلي: "للمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع ومواد الرزم واللف والإعلان والأختام وغير ذلك من الأدوات والمواد المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ منها".

أما المشرع الفرنسي فقد أعطى بموجب الفقرة الرابعة عشرة من المادة 716 من مجموعة الملكية الفكرية الحق للمحكمة في أن تقضي بمصادرة المنتجات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة في حال ما إذا تمّ الحكم بالإدانة². وهو ذات موقف المشرع الإماراتي الذي نصّ في المادة 43 من قانون العلامات التجارية بجوازية الحكم بالمصادرة،

1- ومن التطبيقات العملية التي لجأ فيها المتضرر للمحكمة وطلب إتلاف العلامة المقلدة وأدواتها، ما ورد في حكم محكمة النقض المصرية بأن المدعي في إحدى القضايا طلب من المحكمة إتلاف العلامة المقلدة وأدواتها، أنظر: سلامة (نعيم جميل صالح)، المرجع السابق، ص 521.

2- أنظر:

حيث نصّت على ما يلي: "يجوز للمحكمة في أي دعوى مدنية أو جنائية أن تحكم بمصادرة الأشياء المحجوز عليها والتي يحجز عليها".

الفقرة الثانية

إتلاف السلع المغشوشة والمقلدة

تنص الفقرة الثالثة من المادة 33 من الأمر 06/03 على إمكانية إتلاف الأشياء محل المخالفة. وكثيرا ما يتم النطق بالمصادرة بحيث يبدو في نظر المحاكم تكملة ضرورية له ويلاحظ أن الحكم بإتلاف تلك الأشياء كلها أو بعضها، أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية، إذ أن أمر الإتلاف جوازي وليس إلزامي¹.

وقد تباينت مواقف التشريعات المقارنة بخصوص جعل الإتلاف عقوبة وجوبية أم اختيارية على المحكمة، فالمشعر المصري مثلا نص في المادة 117 من قانون حماية الملكية الفكرية على أن هذه العقوبة تكميلية، إذ جاء في هذه المادة ما يلي: "... وتأمّر المحكمة بإتلاف العلامة المخالفة، ويجوز لها -عند الاقتضاء- الأمر بإتلاف المنتجات أو البضائع أو عناوين المحال أو الأغلفة أو الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلان أو غير ذلك ما يحمل تلك العلامة أو يحمل بيانات أو مؤشرات جغرافية بالمخالفة بأحكام هذا الكتاب وكذلك إتلاف الآلات والأدوات التي استعملت بصفة خاصة في عملية ارتكاب الجريمة..."

أما المشعر الأردني فقد أخذ بعقوبة الإتلاف في الفقرة الرابعة من المادة 39 من قانون العلامات التجارية غير أنه يعتبرها عقوبة تخبيرية، إذ جاء في هذه المادة ما يلي: "...

1- أنظر: حديدان (سفيان)، جريمة التقليد التديليسي للعلامات الصناعية وعلامات الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة

ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004/2003، ص 116.

للمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع ومواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والأختام وغير ذلك من الأدوات والمواد المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي منها أو نشأ منها وللمحكمة أن تأمر بإتلاف أو التصرف بها في غير الأغراض التجارية".

غير أن الحكم بالإتلاف الكلي أو الجزئي، أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية باعتباره أمراً جوازيًا لا إلزاميًا، وللمحكمة حق التصرف في تلك البضائع والأشياء بالطريقة التي تراها مناسبة، مع الأخذ بعين الاعتبار المصلحة العامة، فإذا ارتأت بأن تلك المواد على قدر مقبول جدا من الجودة يمكن لها الأمر ببيعها وتوزيع ثمنها على المحتاجين أو الاستفادة منها بتقديمها لجهات البر والإحسان¹.

وقد ذهب المشرع الإماراتي في المادة 43 من قانون العلامات التجارية إلى أبعد من ذلك بإجازته للمحكمة أن تأمر بالإتلاف حتى في حالة صدور الحكم بالبراءة، إذ أعطى المحكمة سلطة تقديرية للحكم في أي دعوى مدنية أو جزائية وعند الاقتضاء أن تأمر بإتلاف المنتجات والأغلفة ومعدات الحزم وغيرها من الأشياء التي تحمل تلك العلامات أو تحمل بيانات غير قانونية، وكذلك الآلات والأدوات التي استعملت بصفة خاصة في عملية التزوير.

في حين نجد المشرع التونسي من خلال المادة 61 من قانون علامات الصنع والتجارة والخدمات رقم: 36 لسنة 2001 قد أجاز للمحكمة إذا ثبت لديها بأن السلع مقلدة بأن تأمر بإتلاف تلك السلع تحت رقابة مصالح الجمارك.

1- أنظر: زين الدين (صلاح)، العلامات التجارية وطنية ودولية، المرجع السابق، ص 269.

أما المشرع الفرنسي من خلال الفقرة: 15 من المادة 716 من مجموعة قوانين الملكية الفكرية أجاز للمحكمة المختصة بنظر الدعوى المدنية أو الجزائية أن تأمر بإتلاف العلامة غير القانونية أو إتلاف المنتجات والأغلفة ومعدات الحزم وعناوين المحلات والآلات والأدوات التي استعملت في ارتكاب جريمة التعدي على العلامة التجارية.

وهو ذات الموقف الذي اتخذه المشرع الإنجليزي في الفقرة الثالثة من المادة 19 من قانون العلامات التجارية، أين أعطى للمحكمة سلطة تقديرية في إتلاف المنتجات والأدوات التي استخدمت في جريمة التعدي على العلامة التجارية.

وتجدر الإشارة في إطار التجربة الأوروبية في الحد من ظاهرة الاعتداء على حقوق العلامات التجارية إلى أن هناك توصية نوعية تحمل رقم 1673 صدرت عن الجمعية البرلمانية لمجلس أوروبا، تمت المصادقة عليها في 2004/09/07 تتيح إمكانية استعمال بعض المنتجات المقفلة التي تمت مصادرتها لأغراض اجتماعية وخيرية في ظروف استثنائية وتحت بعض الشروط¹.

الفرع الثاني

نشر الحكم والحرمان من حق الانتخاب المتعلق بالمهنة

هذا الصنف من العقوبات التكميلية هي عقوبات إضافية أو ثانوية تابعة لعقوبة أصلية لا يجوز الحكم بها منفردة فيما عدا الحالات التي يقرها القانون صراحة. وهي جزاءات ثانوية تتفق مع العقوبات التبعية في أنها لا تأتي بمفردها، بل تابعة لعقوبة أصلية.

1- أنظر:

وينتضمن هذا الفرع عقوبة نشر الحكم أو القرار القاضي بالإدانة (فقرة أولى) الحرمان من حق الانتخاب المتعلق بالمهنة (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

عقوبة نشر الحكم القاضي بالإدانة

تتميز الجرائم الماسة بحقوق العلامة التجارية باتساع مدى الضرر الناتج عنها، لذا تبرز أهمية عقوبة النشر باعتبارها وسيلة ولو جزئية لإصلاح هذا الضرر. ومع ذلك تبقى هذه العقوبة مجرد رخصة للمحكمة باعتبارها عقوبة تكميلية جوازية لا تطبق بمفردها بل بجانب العقوبة الأصلية المقررة للجريمة ويرتبط النطق بها بظروف كل واقعة.

وحسب المادة 48 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم يمكن للوالي المختص إقليميا، وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها.

فالأحكام القضائية الصادرة في مجال العلامات كثيرا ما تنص على نوع من الإشهار الذي يمكن أن يتم إما بواسطة الإلصاق وإما بالنشر في الجرائد، وهذا التدبير مناسب تماما وملئم ما دام المقصود هو إعلام الزبائن أو المستهلك بصورة عامة بخصوص حالة العلامة¹.

1- الفقرة الثانية من المادة 34 من الأمر 57/66 الملغى كانت تنص على جواز الحكم بالإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتلخيصه في الجرائد التي تعينها وذلك على نفقة المحكوم عليه. ففي قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر تم الترخيص للمستأنف عليه إضافة إلى فحوى الحكم المستأنف بالإلصاق القرار في خمس نسخ

وفي غياب نص المشرع الجزائري على عقوبة النشر في الأمر 06/03 خلافا لما كان عليه الأمر في الفقرة الثانية من المادة 34 من الأمر 57/66 الملغى التي نصّت عليه صراحة فإنه يتم الرجوع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات بخصوص العقوبات التكميلية وضوابطه القانونية بصفة عامة¹.

وهناك طريقتين لإعلان الحكم، إما بإلصاق الحكم في أماكن يحددها القاضي، وإما عن طريق النشر في الجرائد التي يحددها القاضي أو على الجدران في الأماكن التي يحددها القاضي في الحكم الذي يصدره، كما يمكن أن يتم النشر في الجريدة الرسمية أو في صحيفة أو عدد من الصحف المكتوبة أو طريق أو أكثر من محطات الإذاعة والتلفزيون، وعلى الجهة التي كُلفت بالنشر أن تقوم بذلك دون معارضة.

وقد يتم نشر الحكم كاملا أو في جزء من منطوقه أو أسبابه فقط، ويستمر النشر في حالة التعليق على الجدران لمدة لا تزيد عن شهرين، على نفقة المحكوم عليه في حدود الحد الأقصى المقرر للغرامة المستحقة عن الجريمة، ولا يجوز نشر اسم المجني عليه إلا بعد موافقته أو موافقة ممثله.

ونشره في يوميات المجاهد والجمهورية والنصر على نفقة المستأنفين (محكمة الجزائر - القسم المدني بتاريخ: 1971/04/23). أنظر: بيوت (نذير)، المرجع السابق، ص 74.

1- أنظر المواد من: 9 إلى 18 من قانون العقوبات الجزائري.

الفقرة الثانية

الحرمان من حق الانتخاب المتعلق بالمهنة

أغفل الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات النص على عقوبة الحرمان من حق الانتخاب المتعلق بالمهنة، غير أن هذه العقوبة كانت موجودة في ظل الأمر 57/66 الذي تم إلغاؤه، إذ نصّت المادة 34 من هذا الأمر على ما يلي: "...علاوة على ذلك يمكن أن يحرم مؤقتاً مرتكبوا الجنحة من حق الانتخاب المتعلق بحرفتهم"، وانطلاقاً من عبارة "يمكن" نجد أن هذه العقوبة تكميلية جوازية تخضع لتقدير القاضي، ولم ينص المشرع على مدة هذا الحرمان.

أما بالنسبة للتشريعات المقارنة فقد انفرد المشرع السوري في الفقرة الأولى من المادة 114 من القانون رقم: 27 لسنة 1980 المتعلق بحماية الملكية الصناعية والتجارية بالنص على هذا التدبير، إذ جاء فيها: "إن الحكم الصادر بإحدى الجنح المنصوص عليها في هذا المرسوم التشريعي، وبشأن المزاحمة غير الشرعية، يستلزم دائماً العقوبات التبعية التالية: عدم أهلية المحكوم عليه لأن ينتخب عضواً في الغرف التجارية واللجان وهيئات الدراسة والنفابات والجمعيات الحرفية، وبصورة عامة في كل هيئة منتخبة...".

المبحث الثاني

العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي

بالرجوع للمادة: 32 من الأمر المتعلق بالعلامات التجارية وكذا المادة 51 مكرر من القانون 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات التي جاء فيها ما يلي: "باستثناء الدولة

والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام، يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك، وإن المسؤولية الجزائية له، لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو كشريك في نفس الأفعال". نجد أن المشرع الجزائري تبنى فكرة تحميل المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي كما أسلفنا.

وتتقسم العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي إلى عقوبات تطبق في مواجهة السلع المخالفة والمغشوشة أو المقلدة (مطلب أول) وعقوبات أخرى ذات أثر مالي ومعنوي على الشخص المعنوي بالذات (مطلب ثاني).

المطلب الأول

عقوبات تطبق في مواجهة السلع المخالفة والمغشوشة أو المقلدة

إن انتشار السلع المقلدة والمغشوشة في أسواقنا يشكل خطراً كبيراً على الإنسان والبيئة والاقتصاد بوجه عام، فهو من ناحية يسهم بتأثيره السلبي في سحب السلع الأصلية النظيفة والجيدة المطابقة للمقاييس والمواصفات من الأسواق كنتيجة حتمية يلجأ إليها أغلب التجار أصحاب المنتجات الأصلية من أجل مسايرة السوق واللجوء إلى المقلد حتى لا تزيد خسائرهم بعد أن وجدوا أن توفر السلع المقلدة بهذه الكثافة في الأسواق يتسبب في كساد بضاعتهم وتكبدتهم لخسائر باهظة.

وأمام قلة وعي المستهلك فإن ذلك يؤدي إلى تحمله معظم الآثار السلبية المباشرة سواء على صحته، عندما تكون السلع غير صالحة للاستهلاك الإنساني، أو على سلامته عندما تكون غير مطابقة للمواصفات والمقاييس، فالسلع المقلدة أو المغشوشة سريعة التلف،

فيضطر المستهلك إلى شراء سلع بديلة، وهذا يؤدي إلى زيادة الصرف الاستهلاكي وفقدان المال. لذا كثيرا ما يتدخل المشرع لوضع حد لنشاط الجهة التي تقدم على الغش أو التقليد للحد من تأثيرها السلبي على الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

وتتمثل العقوبات التي تطبق في مواجهة السلع المخالفة والمغشوشة أو المقلدة في المصادرة والوضع تحت الحراسة القضائية (فرع أول)، والحجز (فرع ثاني).

الفرع الأول

المصادرة والوضع تحت الحراسة القضائية

حاول المشرع أن يواجه مخاطر وأضرار السلع المغشوشة والمقلدة وذلك من خلال تدخله ووضع حد للأنشطة التي تمارسها الجهات التي تقدم على الغش والتقليد. بفرضه عقوبات تطبق على السلع المغشوشة والتي تتمثل في المصادرة (فقرة أولى)، والحراسة القضائية (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

المصادرة

لقد تطرقنا لعقوبة المصادرة في الفقرة الأولى من المطلب الثاني من المبحث السابق، غير أن ضرورات الاعتبارات الموضوعية والشكلية تتطلب التذكير بها في هذا الفرع، إذ نصّت الفقرة الثانية من المادة 18 مكرّر، وكذا الفقرة الأولى من المادة 177 مكرر من القانون 15/04 المذكور.

وتندرج المصادرة المشار إليها في أحكام الفقرة الثانية من المادة 32 من الأمر 06/03 ضمن العقوبات التكميلية وليس ضمن تدابير الأمن كما أسلفنا لأن هذه الفقرة تشير إلى مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، في حين أن المصادرة تحمل معنى تدبير الأمن إذا كانت صناعتها أو استعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها يعتبر في حد ذاته جريمة¹.

الفقرة الثانية

الحراسة القضائية

الحراسة القضائية إجراء تحفظي مؤقت، لذلك فإن فرضها لا يجوز أن يكون له تأثير في موضوع النزاع مطلقاً، كما ليس للقاضي أن يعطي الحارس أية صلاحية لها مساس بموضوع النزاع، وأن دعوى الحراسة كما استقر على ذلك الاجتهاد ليست وسيلة من وسائل التنفيذ الجبري على المدين الممتنع عن الوفاء، فلا تفرض على المال لمجرد الرغبة في وفاء الدين المستحق. وإنما هي إجراء تحفظي مستعجل من اختصاص قاضي الأمور المستعجلة. ويمكن أن ترفع دعوى الحراسة أيضاً كطلب مستعجل تبعاً لطلبات موضوعية أمام محكمة الموضوع ويقضي بها قبل الفصل في الموضوع دون تعد عليه أو تأثير فيه.

وقد حدّد المشرع الجزائري هذا الجزاء في الفقرة الثانية من المادة 18 من القانون 15/04 المعدّل والمتمّم لقانون العقوبات لمدة لا تتجاوز 5 سنوات، وعبر عليه بمصطلح

1- أنظر: قرار الغرفة الجزائرية بالمحكمة العليا في: 1993/2/23، ملف رقم: 94230، المجلة القضائية، العدد الرابع، 1993، ص284.

الحراسة القضائية واشترط فيها أن تكون منصبة على ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الفرنسي قضى بنفس العقوبة والمدة ذاتها، إذ حدّدت المادة 46/131 من قانون العقوبات مضمون هذا الإجراء وطريقة تطبيقه، إذ يتعيّن - وفقا لهذه المادة - على القاضي الذي يصدر الحكم بهذا الجزاء أن يعيّن وكيلًا قضائيًا وأن يحدّد مهمته، وتتصب مهمة الوكيل في الإشراف على الأنشطة التي بموجب ممارستها أو بمناسبة ارتكبت الجريمة، وعليه أن يقدّم تقريرًا إلى قاضي تطبيق العقوبات بخصوص هذه المهمة المسندة إليه كل ستة (6) أشهر.

وبناءً على هذا التقرير فإن قاضي تطبيق العقوبات يعرض الأمر على القاضي الذي أصدر الحكم القاضي بتطبيق هذا التدبير، ولهذا القاضي أن يأمر إما برفع هذا الإشراف القضائي، أو بتبديل هذه العقوبة¹.

الفرع الثاني

الحجز

نصّت المادة 39 من الأمر 06/03 على عقوبة حجز البضائع موضوع المخالفات المذكورة عند إجراء هذا النوع من الحجز إما أن يكلف الموظفون بحراسة المواد المحجوزة أو يكلف مرتكب المخالفة بحراستها إذا كان يملك محلات للتخزين، إذ يتم تشميع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين قانونًا.

1- أنظر: سالم (عمر)، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد، دار النهضة العربية، مصر، 1995، ص 75.

كما سمحت هذه المادة بإمكانية حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية، ونصّت على أنه يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدّد عن طريق التنظيم¹.

ونصّت المادة 40 وما بعدها على نوعين من الحجز في الفقرتين التاليتين. الحجز العيني (فقرة أولى) والحجز الاعتباري (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

الحجز العيني

وهو الحجز المادي للسلع، وفيه يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، حيث تشمّع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين طبقاً لهذا القانون وتوضع تحت حراسة مرتكب المخالفة. عندما لا يمتلك مرتكب المخالفة محلات للتخزين، يخوّل الموظفون المؤهلون طبقاً لهذا القانون حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختاره لهذا الغرض.

وحسب المادة 44 من القانون 06/10 يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة، وإذا كانت المصادرة تتعلّق بسلع كانت موضوع حجز عيني، تسلّم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

1- معدّلة بموجب المادة 8 من القانون رقم: 06/10 المذكور أعلاه.

الفقرة الثانية

الحجز الاعتباري

هو كل حجز يتعلّق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما، وفي هذا النوع تكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها وعندما يحكم القاضي بالمصادرة، يصبح مبلغ بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري مكتسبا للخزينة العمومية¹.

نصت المادة 34 من الأمر 06/03 على أنه بموجب أمر من رئيس المحكمة يجوز لمالك العلامة مستعينا عند الاقتضاء بخبير أن يطلب منه إجراء وصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه، ويتم إصدار الأمر عن ذلك بحجز أو بدونه، ويتم إصدار الأمر على ذلك بإيداع العريضة لدى كتابة ضبط رئيس المحكمة مرفقة بما يثبت تسجيل العلامة، ويجب على العارض أن يبين في عريضته نوع الحجز الذي يجب القيام به، حجزا وصفيا، أي وصفا مدققا لجميع عناصر العلامة ضمن المحضر المخصص لهذا الغرض أو حجزا حقيقيا يتعلّق بحجز البضائع التي عليها علامة مقلدة.

وفي حالة أن المنتج المقلد يوجد في مناطق مختلفة من البلاد، فإنه على المالك أن يقدم عريضة لدى كل رئيس محكمة يطلب فيه الحجز على البضاعة المقلدة تدليسيا². عند

1- الفقرتان الثالثة والرابعة من المادة 44 من القانون 06/10. المؤرخ في: 15 أوت 2010. المعدل والمتمم للقانون رقم: 02/04 المؤرخ في: 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 46، الصادر في: 18 أوت 2010.

2- أنظر:

إصدار أمر الحجز يمكن لرئيس المحكمة أن يقيد من طلبات المالك المتعلقة بالحجز الحقيقي، ويقبل بالحجز الوصفي، أو حجز كمية قليلة من البضاعة تساعده على إثبات الجريمة ويمكن أن يشمل الحجز على جميع الوسائل التي استعملت من أجل تسهيل عملية التقليد التدايسي للعلامة.

وتقضي المادة 3/34 من الأمر 06/03 على أنه عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدني بدفع كفالة. كما أن للعارض الحق في استئناف الأمر الذي يقضي برفض إجراء الحجز أمام رئيس المحكمة¹.

وقد نصت عليه المادة 35 من الأمر 06/03 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".

وهذا البطلان ليس من النظام العام إذ يستطيع المتضرر أن يطلب من رئيس المحكمة بعد فوات المدة القانونية (وهي شهر) استصدار أمر جديد بالحجز، وبما أن هذا البطلان ليس من النظام العام فإن المدعي عليه يستطيع أن يقدمه فقط كدفع من حيث الشكل. هذا وإن بطلان الحجز لا يوقف إجراءات المتابعة كون الحجز يدخل فقط كوسيلة إثبات وأما المدعي فيمكنه أن يثبت ذلك بواسطة وسائل مختلفة².

HAROUN (A). op cit, p. 251.

1 - أنظر:

Ibid, p. 251.

2- أنظر: حديدان سفيان، المرجع السابق، ص 83.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك نوعا من الحجز يوقع في إطار قانون الممارسات التجارية، إذ تنص المادة الثامنة من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹ على ما يلي: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة".

وبالرجوع للقانون المذكور نجد أن من بين التزامات التجار الامتناع عن حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية². ويمكن وفقا للقانون ذاته حجز البضائع التي تحمل علامات مقلدة وفقا للقانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية، ووفقا لهذا الأخير يمكن أن يكون الحجز عينيا أو اعتباريا.

تنص المادة السابعة والعشرون من القانون ذاته على ما يلي: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يلي: ... 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

استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها...".

1- القانون 02/04 المؤرخ في: 23 جوان 2004 يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 41، المؤرخ في: 27 جوان 2004. وقد عدل هذا القانون بموجب القانون رقم 06/10 المؤرخ في: 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 46، المؤرخ في: 18 أوت 2010.

2- أنظر المادة 25 من القانون 02/04.

وقد اعتبرت المادة الثامنة والثلاثون من ذات القانون هذه الأفعال مخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية يعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5000.000 دج).

كما تجدر الإشارة إلى أن القانون رقم: 03/09 سالف الذكر خول لأجهزة الرقابة اتخاذ مجموعة من التدابير عند ثبوت عدم مطابقة المنتجات أو الخدمات بهدف ردع المخالفين ومنع المساس بالمستهلك.

والملاحظ على هذه التدابير أنها لا تتخذ إلا بعد التحقق من وقوع المخالفة حتى تكون بمثابة حد يوضع في وجه المتعاملين الاقتصاديين عند ثبوت إخلالهم بالتزاماتهم. ومن بين هذه التدابير: رفض الدخول المؤقت أو النهائي للمنتجات المستوردة، سحب المنتج، حجز المنتج، التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة، إتلاف المنتج غير المطابق، توقيع العقوبات المالية.

فبالنسبة لرفض الدخول المؤقت أو النهائي للمنتجات المستوردة: يصرح بهذا الإجراء ويبلغ للمستورد أو من يمثله قانونا عند الحدود من قبل مفتشية الحدود في حالة الشك في مطابقته للمواصفات الجزائرية، وبالتالي فإن هذا المنتج يتعرض للمنع من الدخول للأسواق الجزائرية مؤقتا حتى تجرى عليه التحاليل اللازمة للتأكد من المطابقة¹.

حسب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم: 47/93 المؤرخ في 1993/02/06 المتعلق برقابة المواد المنتجة محليا أو المستوردة²، فإنه يجب على المتدخلين في جميع

1- أنظر: شعباني (نوال)، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، (مذكرة ماجستير)، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2012، ص 121.

2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 46، الصادرة بتاريخ: 1993/02/10.

مراحل إنتاج المواد الغذائية واستيرادها وتوزيعها إجراء تحاليل الجودة عليها للتأكد من مطابقتها، لأنه في حالة الشك فيها ستمنع من الدخول إلى الجزائر.

بعد ظهور نتائج التحاليل التي أجريت على عينات المنتج الموقوف مؤقتا وفي حالة ثبوت عدم مطابقته للمواصفات القانونية يتعرض للرفض النهائي من الدخول إلى الجزائر ويسلم للمستورد مقرر رفض الدخول¹، وفي هذه الحالة يمكن لهذا الأخير تقديم طعن أمام المديرية الولائية للتجارة أو أمام المديرية الجهوية للتجارة إذا رفض طعنه الأول.

أما التدبير الثاني والمتمثل في سحب المنتج، فقد نصت على هذا الأجراء المواد من 59 إلى 63 من القانون رقم: 03/09 سالف الذكر المعدل والمتمم، وبالرجوع إلى هذه المواد نجد بأنها تكلمت عن نوعين من السحب:

فالنوع الأول من السحب هو السحب المؤقت الذي يقصد به منع وضع كل منتج للاستهلاك أينما وجد في حالة الاشتباه في عدم مطابقته في انتظار نتائج التحاليل والتي قد تصل مدتها إلى 07 أيام مع الرقابة وهذا في حالة المنتجات التي يمكن تزويرها أو الغش فيها أو الغير صالحة للاستهلاك، المنتجات التي تكون غير مطابقة للقوانين والتنظيمات المعمول بها والتي تشكل خطرا على المستهلك.

ويتجلى الغرض من السحب في أمرين²، الأول يتمثل في قيام السلطة المختصة بتحقيق مطابقة المنتج أو الخدمة للمواصفات والمقاييس المعمول بها عن طريق إنذار صاحبه

1- أنظر: المادة 54 من القانون رقم: 03/09 سالف الذكر.

2- أنظر: موالك (بختة)، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 27، 2001، ص 52.

ومطالبته بإزالة سبب عدم المطابقة، وذلك وفقا للمقاييس المعمول بها عن طريق إنذار صاحبه ومطالبته بإزالة سبب عدم المطابقة، وذلك بإدخال كافة التعديلات اللازمة عليه.

أما الأمر الثاني فيتمثل في قيام السلطة المختصة بتغيير مقصد المنتج المسحوب إما عن طريق إرساله على نفقة المتدخل المقصر إلى هيئة لتستعمله في غرض مشروع إما مباشرة أو بعد تحويله، أو عن طريق رده على نفقة المتدخل إلى الهيئة المسؤولة عن توضيحه أو إنتاجه أو استيراده.

ويتم رفع السحب المؤقت إذا أثبتت التحاليل بأن المنتج مطابق، و إذا لم تجرى التحاليل في المدة المقررة لها (07 أيام)، وإذا تم التأكد من عدم مطابقة المنتج ولم يقم صاحبه بإزالة هذا العيب أو تعذر عليه ذلك.

أما النوع الثاني فيتمثل في السحب النهائي الذي قد يضطر أعوان الرقابة إلى إجراءه في حالة ثبوت عدم مطابقة المنتج، أو خطورته على صحة وسلامة المستهلك¹. ولا يتخذ السحب النهائي للمنتج إلا بناءً على رخصة مسبقة من وكيل الجمهورية المختص بعد تبليغ المتدخل بذلك، وبعد ذلك يقوم الأعوان باسترجاع المنتج أينما وجد وعلى نفقة المتدخل². وفي هذه الحالة إذا كان المنتج المسحوب قابلاً للاستهلاك يوجه إلى مركز ذي منفعة عامة، أما إذا كان غير صالح للاستهلاك فإنه يوجه للإتلاف

كما يمكن للجهات المختصة القيام بالسحب النهائي دون رخصة قضائية في حالة إذا كانت المنتجات المقلدة، أو أن المنتجات المزورة أو المغشوشة أو السامة أو منتهية

1- أنظر: بودالي (محمد)، المرجع السابق، ص 88.

2- أنظر: لحراري (لويزة)، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق جامعة تيزي وزو، 2010/2011، ص 111.

الصلاحية، أو أن الأشياء أو الأجهزة المستعملة في التزوير، أو أن المنتجات التي تتم حيازتها دون سبب شرعي والتي يمكن استعمالها في التزوير¹. بعد ذلك يتم إعلام وكيل الجمهورية بذلك فوراً من قبل المصالح المكلفة بحماية المستهلك مع ضرورة إعلام المستهلكين بكافة الوسائل عن الأخطار التي يمكن أن يسببها هذا المنتج.

وإلى جانب التدبيرين سالف الذكر، فإن هناك تدبير آخر وهو حجز المنتج، إذ أجاز القانون حجز المنتجات المعيبة بعبء عدم المطابقة والتي تشكل خطراً على صحة المستهلك وأمنه متى تم الحصول على إذن قضائي من وكيل الجمهورية غير أنه في حالة ما إذا كانت المنتجات مغشوشة، أو اعترف صاحبها بعدم صلاحيتها أو عدم مطابقتها ورفض إصلاحها أو تعذر عليه ذلك فإن الحجز يتم دون إذن مسبق، وقيام العون المؤهل بختم المنتجات المحجوزة، وتحرير محضر حجز من قبل العون يدون فيه كل المعلومات المتعلقة بهذه المنتجات، وإعلام السلطة المختصة فور قيام العون بإجراء الحجز².

كما أن هناك أيضاً تدبير آخر يتعلق بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة حسب المادة 65 من القانون رقم: 03/09 المعدل بموجب القانون 09/18، والتي نصت على أنه: "يمكن أن تقوم مصالح حماية المستهلك وقمع الغش، طبقاً للتشريع المعمول به. بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسات أو الغلق الإداري للمحلات التجارية لمدة أقصاها خمسة عشرة يوماً قابلة للتجديد، إذا ثبت عدم مراعاتها للقواعد المحددة في هذا القانون، إلى غاية إزالة كل الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا التدبير، دون الإخلال بالعقوبات الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون.

1- أنظر: المادتين: 61 و 62 من القانون رقم: 03/09 سالف الذكر.

2- أنظر: بودالي (محمد)، المرجع السابق، ص 295.

تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة، عند الحاجة، عن طريق التنظيم".

وبدخل تدبير الغلق المؤقت في إطار السلطة التقديرية التي تتمتع بها السلطة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك، فبعد تكوين ملف المخالفة يقوم المدير الولائي بتحويله إلى الوالي الذي يصدر قرار إداري بوقف نشاط المتدخل أو المؤسسة المخالفة مؤقتاً إلى حين فصل السلطة القضائية في المخالفة. إذن أن إجراء التوقيف المؤقت يفيد منع المتدخل من ممارسة نشاطه لفترة معينة حتى يتم الفصل في المخالفة التي ارتكبها¹.

كما يمكن اتخاذ تدبير إتلاف المنتج غير المطابق حسب المادة 64 من القانون رقم: 03/09 إذا تبين بأن المنتج غير صالح للاستعمال يتم إتلافه مباشرة ويحرر أعوان الرقابة محضراً يثبتون فيه ذلك، ثم يوقع هذا المحضر من قبلهم ومن قبل المتدخل المخالف، ويقرر الإتلاف إما من قبل المديرية الولائية للتجارة باعتبارها الإدارة المكلفة بحماية المستهلك أو من قبل الجهات القضائية المختصة. والهدف من وراء هذا الإجراء هو حماية المستهلك من منتج قد يضر بصحته وسلامته.

ويعتبر إجراء إتلاف المنتوجات غير المطابقة هو الحل الأخير الذي تلجأ إليه الإدارة الوصية في حالة تعذر إيجاد استعمال قانوني أو اقتصادي لها بعد استنفاد كافة طرق إصلاحه، ويتمثل الإتلاف في تغيير طبيعة المنتج كتغييره من الاستعمال البشري إلى الاستعمال الحيواني².

1- أنظر: بوسقيعة (أحسن)، الوجيز في القانون الجزائري العام، المرجع السابق، ص 244.

2- أنظر: بودالي (محمد)، المرجع السابق، ص 296.

ولإتمام مهامهم خوّل القانون للأعوان المكلفين بالرقابة تقديم طلب تدخل لوكيل الجمهورية المختص إقليميا ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية. ويمكنهم فحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وأية وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها، ويحرّر محضر حجز أو محضر إعادة المستندات المحجوزة وتسلم نسخة من تلك المحاضر إلى مرتكب المخالفة¹.

ويتعرّض كل من عرقل أو قام بفعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق² من الموظفين المذكورين للعقوبات المقررة لمثل هذه المخالفة وهي الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)، وبغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين³.

1- المادة 49 من القانون 02/04.

2- وقد عدّت المادة 54 هذه الأفعال وهي رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم، معارضة أداء الوظيفة من طرف كل عون اقتصادي عن طريق أي عمل يرمي إلى منعهم من الدخول الحر لأي مكان غي محل السكن الذي يسمح بدخوله طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية، رفض الاستجابة عمدا لاستدعاءاتهم، توقيف عون اقتصادي لنشاطه أو حث أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهريب من المراقبة، استعمال المناورة للمماطلة أو العرقلة بأي شكل كان لإنجاز التحقيقات، إهانة الموظفون المختصون وتهديدهم أو كل شتم أو سب اتجاههم، العنف أو التعدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية مهامهم أو بسبب وظائفهم، وفي هاتين الحالتين الأخيرتين، تتم المتابعات القضائية ضد العون الاقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليميا، بصرف النظر عن المتابعات التي باشرها الموظف ضحية الاعتداء شخصيا.

3- أنظر المادة 53 من القانون 02/04.

المطلب الثاني

العقوبات ذات الأثر المالي والمعنوي المطبقة على الشخص المعنوي المخالف

إلى جانب العقوبات التي تطبق على السلع المغشوشة والمقلدة فإنه تطبق على الشخص المعنوي عقوبات أخرى ذات أثر مالي ومعنوي. فأما العقوبات المالية فهي عقوبات تمس المحكوم عليه في ثروته وذمته المالية.

وأما العقوبات المعنوية فهي عقوبات تهدف إلى التأثير على الجاني نفسياً، وقد تأخذ العقوبات المالية المطبقة على الشخص المعنوي المخالف شكل عقوبة الغرامة والغلق والحل التي سنتناولها في (فرع أول)، كما قد تكون عقوبات ماسة بسمعة الشخص المعنوي ومستقبله التجاري والتي سنتناولها في (فرع ثاني).

الفرع الأول

العقوبات ذات الأثر المالي

العقوبات ذات الأثر المالي هي تلك العقوبات التي تمس الشخص المعنوي في جانبه المالي أو ما يسمى بالذمة المالية، وتكون هذه العقوبات إما غرامة (فقرة أولى) وإما عقوبة الغلق والحل (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

الغرامة

نص الأمر المتعلق بالعلامات وقانون العقوبات على عقوبة الغرامة، وقد ساوى المشرع في عقوبة الغرامة بين الشخص المعنوي والشخص الطبيعي، إذ يحكما نص واحد هو المادة 32 المذكورة سابقا.

وقد نصت المادة 18 مكرّر من القانون 15/04 المعدّل والتمّم لقانون العقوبات على عقوبة الغرامة¹. وحدّد الحد الأدنى والحد الأقصى لها من مرّة إلى خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقرّرة للشخص الطبيعي في القانون الذي يعاقب على الجريمة. والملاحظ على هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يجعل أمر تطبيق العقوبة على الشخص المعنوي أمرا اختياريا للقاضي بل جعله إلزاميا حتى بالنسبة للعقوبات التي كانت تصنّف في عقوبة الشخص المعنوي عقوبات تكميلية، وأوجب عليه الحكم على الأقل بعقوبة تكميلية واحدة أو أكثر حسب ظروف وملابسات القضية.

وقد حدّدت الغرامة المطبقة في حالة تكوين جمعية أشرار بالغرامة التي تساوي خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقرّرة للشخص الطبيعي وفقا للمادة: 177 مكرّر 1 من القانون ذاته، كما حدّدت عقوبة الشخص المعنوي في حالة ارتكابه لجرائم معلوماتية ومنها جريمة التقليد عبر الإنترنت بغرامة تعادل خمس مرات الحد الأقصى لعقوبة الشخص الطبيعي، طبقا للمادة: 394 مكرّر 4 من القانون ذاته.

1- إذ جاء فيها ما يلي: "العقوبات التي تطبّق على الشخص المعنوي هي: ... الغرامة.

واحدة أو أكثر من العقوبات الآتية: حل الشخص المعنوي، غلق المؤسسة، الإقصاء من الصفقات العمومية، المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية، المصادرة، النشر وتعليق حكم الإدانة ووضع تحت الحراسة القضائية".

وتجدر الإشارة أنه في إطار قانون حماية المستهلك يمكن للإدارة المكلّفة بحماية المستهلك عند معاينة بعض المخالفات متابعة المتدخل بطريقة ودية عن طريق فرض غرامة مالية يحددها القانون وهي ما تسمى "غرامة الصلح"، وهو ما نصت عليه المادة 86 الفقرة الأولى من القانون رقم: 03/09 سابق الذكر.

وتعرف غرامة الصلح بأنها إلزام المحكوم عليه بدفع المبلغ الذي حكم عليه به لخزينة الدولة¹، بالرغم من أن غرامة الصلح تفرض بقرار إداري وليس حكم قضائي إلا أن المبدأ واحد هو أنها تفرض على من خالف القانون وتدفع لخزينة الدولة، وحدد المشرع مقدار غرامة الصلح ولم يترك للإدارة المختصة سلطة تقديرية في ذلك وهي إما أن تكون محددة أو نسبية.

وبالرجوع إلى قانون حماية المستهلك نجد بأنه حدد كذلك المخالفات التي تفرض فيها غرامة الصلح والمقدرة بمبلغ: 300.000 د.ج في حالة مخالفة انعدام سلامة المواد الغذائية وانعدام أمن المنتوجات وكذلك انعدام رقابة المطابقة المسبقة وانعدام الضمان أو عدم تنفيذه. كما تقدر الغرامة بمبلغ: 200.000 د.ج في حالة مخالفات انعدام النظافة الصحية وغياب بيانات الوسم، في حين تقدر الغرامة في حالة مخالفة عدم تجربة المنتج بمبلغ: 50.000 د.ج.

أما الغرامة النسبية وهي التي لا يحدد القانون مقدارها بشكل ثابت وإنما يحدده بنسبة مئوية بالنظر إلى القدرة المالية للمخالف²، ولقد انتهج المشرع هذا الأسلوب في تحديد غرامة الصلح لمخالفة خدمة ما بعد البيع والتي حددها بنسبة 10 بالمائة من ثمن المنتج، وإذا

1- أنظر: مصطفى (سيد عبد الوهاب محمد)، النظرية العامة لالتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة، دار الفكر العربي، مصر، 2002، ص 215.

2- أنظر: خلف (أحمد محمود)، المرجع السابق، ص 459.

سجلت عدة مخالفات على نفس المحضر فإن مبلغ الغرامة يمثل مجموع مبالغ غرامات المخالفات كلها¹.

ولفرض غرامة الصلح تقوم الإدارة بتبليغ المتدخل المخالف بالقرار عن طريق إنذار بموجب رسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام، ويتضمن الإنذار المعلومات المتعلقة بالمخالفة ومرتكبها مع الإشارة إلى النصوص القانونية المطبقة ومبلغ الغرامة وأجال وكيفية التسديد، على ألا يتعدى أجل التبليغ 07 أيام من تاريخ تحرير المحضر ويعتبر قرار تحديد الغرامة نهائيا لا يقبل الطعن².

حسب المادة 92 الفقرة 2 من القانون رقم: 03/09 سابق الذكر فإن الإدارة تمنح للمتدخل المخالف بعد إنذاره مدة 30 يوما للتسديد تحسب من تاريخ تسلمه الإنذار، ويتم الدفع عند قابض الضرائب لمكان وقوع المخالفة أو مكان إقامة المتدخل وعندها يقوم القابض بإعلام الإدارة بالتسديد في أجل 10 أيام، وفي حالة رفض المتدخل تسديد الغرامة يحول الملف للجهات القضائية وذلك حسب المادة 93 من نفس القانون.

الفقرة الثانية

الغلق والحل

تماشيا مع تقرير قيام المسؤولية الجزائية للشخص الاعتباري فقد سارت التشريعات المقارنة إلى تقرير عقوبة الغلق، إذ نص المشرع الجزائري في الفقرة الأولى من المادة 32 من الأمر 06/03 على عقوبة الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، إذ جاء فيها ما يلي:

1- أنظر: المادتين: 88 و 89 من القانون 03/09.

2- أنظر: المادتين: 90 و 91 من القانون نفسه.

"...الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة". واعتبار الغلق المؤقت والنهائي للمؤسسة تدبير أمن وليس عقوبة تكميلية راجع إلى اعتماده على الركن الشرعي من جهة، وورود الغلق المؤقت أو النهائي في قانون العقوبات في الأحكام العامة ضمن التدابير العينية¹.

وأشارت الفقرة ذاتها إلى الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، وهي تدابير أمن عينية قد تلحق الشخص المعنوي، وتمنعه من الاستمرار في ممارسة نشاطه، والمشرع الجزائري وإن اعترف أخيرا وصراحة بمسؤولية الشخص المعنوي فإنه وطبقا لمبدأ الشرعية فقد حصرها في نطاق محدد².

وحكم الفقرة الثانية من المادة 32 المذكورة أشار إلى أن هذه العقوبة تطبق على كل شخص ارتكب جنحة تقليد، وإن كان من المتعارف عليه أن الشخص يشمل الشخص الطبيعي والمعنوي إلا أن ذلك وإن كان معمول به في قواعد المسؤولية المدنية فإن ذلك يصطدم بمبدأ الشرعية في قانون العقوبات والقوانين المكملة له مما يجعل تطبيق هذه العقوبة على الشخص المعنوي افتراضا³.

كما تضمنت عقوبة الغلق المؤقت أو النهائي لمدة لا تتجاوز خمس سنوات". والفقرة الرابعة من المادة 177 مكرر 01 من القانون ذاته.

ويتوقف الغلق النهائي أو المؤقت بملابسات القضية، وتتعلق عقوبة الغلق بالشخص المعنوي، خاصة إذا استعمل الجرائم المذكورة لصالح المؤسسة ولأجل ترويج منتجاتها أو

1- أنظر: المادة 14 وما بعدها من قانون العقوبات.

2- أنظر المواد: 389 مكرر 7 والمادة 394 مكرر 4 والمادة 177 مكرر 1 من الأمر 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات حيث أقر هذا التعديل مسؤولية الشخص المعنوي واستثنى منه الدولة والولاية والبلدية وأشخاص القانون العام.

3- أنظر: بوسقيعة (أحسن)، الوجيز في القانون الجزائري العام، المرجع السابق، ص 187 و 227.

استعملها أشخاص لصالح المؤسسة فللقاضي أن يأمر بالغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة بعد حكم الإدانة، ويؤدي الغلق إلى منع المؤسسة من ممارسة النشاط الذي كانت تمارسه.

وفي التشريع المقارن نجد أن المشرع المصري قد تبني هذه العقوبة في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية، إذ جاء فيها ما يلي: "...ويجوز للمحكمة عند الحكم بالإدانة أن تقضي بغلق المنشأة التي استغلها المحكوم عليه في ارتكاب الجريمة مدة لا تزيد عن ستة (6) أشهر، ويكون الغلق وجوبيا في حالة العود".

وهو ذات ما ذهب إليه المشرع الكويتي في المادة 32 من قانون التجارة رقم 33 لسنة 1999، باعتباره عقوبة الغلق وجوبية في حالة تكرار العقوبة ولمدة لا تقل عن خمس عشرة (15) يوما ولا تزيد عن ستة (6) أشهر.

وعكس التشريع الكويتي والقطري والمصري والجزائري والتشريع الفرنسي الذي نص على هذه العقوبة في المادة 4/39/131، فإن التشريع الأردني والتونسي واللبناني، لم يتطرق إلى عقوبة غلق المحل أو المشروع أو المنشأة أو الأماكن التي استغلت في ارتكاب جريمة التعدي على العلامة التجارية.

غير أنه بالرجوع للأحكام العامة التي تضمنها قانون العقوبات الأردني نجد -على الرغم من خلو قانون العلامات التجارية من النص على هذه العقوبة- أنه نصّ في المادة 35 على ما يلي: "يجوز الحكم بإقفال المحل الذي ارتكبت فيه جريمة بفعل صاحبه أو برضاه لمدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن سنة إذا أجاز القانون ذلك بنص صريح".

تتص الفقرة الثانية من المادة 18 مكرر من القانون 15/04 سالف الذكر، وهو ما نصّت عليه الفقرة الخامسة من المادة 177 مكرر من القانون ذاته عند تكوين جمعية

الأشرار، وقد ترك المشرع السلطة التقديرية للقاضي في الحكم بحل الشخص المعنوي الذي ارتكب جريمة الاعتداء على العلامة التجارية، وفي حال الحكم بهذه العقوبة فإن ذلك معناه إنهاء الوجود القانوني لهذا الشخص، إذ أن هذه العقوبة يقابلها الإعدام الذي قد يحكم به بخصوص الشخص الطبيعي.

الفرع الثاني

العقوبات الماسة بسمعة الشخص المعنوي ومستقبله التجاري أو المهني

لم يكتف المشرع بمعاينة الشخص المعنوي في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية حال ثبوت مسؤوليته الجزائية عنها بالعقوبات المالية التي تمس ذمته المالية وتنتقص منها. بل أخضعه إلى عقوبات من نوع آخر.

ويكون لهذه العقوبات أثر معنوي يمس الشخص المعنوي في سمعته (فقرة أولى). كما قد يكون لها أثر معنوي يمس بمستقبله التجاري أو المهني (فقرة ثانية).

الفقرة الأولى

العقوبات الماسة بسمعة الشخص المعنوي

تعد عقوبة النشر والتعليق ماسة بسمعة المؤسسة من خلال إذاعة الحكم ونشره وبذلك يصل إلى علم عدد كاف من الناس. وبذلك تكون هذه العقوبة تهديدا كافيا وفعليا للشخص المعنوي، إذ تضع مكانة المؤسسة وثقة الجمهور فيها على المحك، مما يجعل نشاطها محل تأثر في المستقبل.

وقد نصت الفقرة الثانية من المادة 18 من القانون 15/04 على عقوبة النشر بالنسبة للشخص المعنوي إذ جاء في هذه المادة ما يلي: "العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي في مواد الجرح هي نشر وتعليق حكم الإدانة".

وتبنى المشرع الفرنسي هذه العقوبة في الفقرة الرابعة عشرة من المادة 716 من مجموعة الملكية الفكرية، وقد اشترط المشرع الفرنسي بهذا الخصوص أن لا تتجاوز تكاليف النشر الحد الأقصى للغرامة المفروضة. بل وذهب المشرع الفرنسي إلى أبعد من مجرد النص على هذه العقوبة في المادة 9/3/131 من قانون العقوبات

إذ نصّ في المادة 39/334 منه على معاقبة كل من قام بإلغاء إعلان الحكم أو إخفائه أو تمزيقه بعقوبة الحبس لمدة ستة (6) أشهر والغرامة المالية المقدّرة بـ 50.000 فرنك فرنسي مع إلزامه بإعادة تعليق الحكم على الجدران وعلى نفقته.

أما بشأن موقف الدول العربية من هذه العقوبة فنجد المشرع الأردني لم ينص على هذه العقوبة كأحدى العقوبات التكميلية التي يمكن اتخاذها في مواجهة المعتدي على العلامة التجارية، عكس المشرع المصري الذي نصّ عليها في المادة 117 من قانون حماية الملكية الفكرية والتي جاء فيها ما يلي: "... يجوز للمحكمة أيضا أن تأمر بنشر الحكم بجريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه...".

الفقرة الثانية

العقوبات الماسة بالمستقبل التجاري أو المهني للشخص المعنوي

تتمثل العقوبات الماسة بالمستقبل المهني التجاري للشخص المعنوي في جزاءات عدة، كالمنع من ممارسة النشاط المهني. فعلى الرغم من غياب أي نص في الأمر 06/03

المتعلق بالعلامات بخصوص هذه العقوبة إلا أن المشرع الجزائري نصّ على هذه العقوبة في الفقرة الثانية من المادة 18 من القانون 15/04 المعدّل والمتمم لقانون العقوبات، واشترط ألاّ يتجاوز المنع مدة خمس سنوات، سواء تعلّق الأمر بالمؤسسة بكاملها أو بفرع من فروعها، وهي ذات العقوبة التي تطبّق على الشخص المعنوي الذي يكون طرفاً في تكوين جمعية أشرار.

بحسب المادة 65 مكرر 04 فإن المشرع الجزائري اعتبر عقوبة المنع من ممارسة النشاط المهني تدبيراً يجوز أن يقوم به قاضي التحقيق ضد الشخص المعنوي المتابع جزائياً بجريمة الاعتداء على حقوق العلامة التجارية. إذ جاء فيها ما يلي: "يجوز لقاضي التحقيق أن يخضع الشخص المعنوي لتدبير المنع من ممارسة بعض النشاطات المهنية أو الاجتماعية المرتبطة بالجريمة"، وفي حال مخالفة هذه التدابير من قِبَل الشخص المعنوي يعاقب بغرامة من 100.000 دج، إلى 500.000 دج بأمر من قاضي التحقيق بعد أخذ رأي وكيل الجمهورية.

في حين قام المشرع الفرنسي بتبني هذه العقوبة ولم يقيدها في حدود خمس سنوات بل يمكن أن تكون مدة المنع أكثر من ذلك في المادة 2/39/131 من قانون العقوبات، وكذا المادة 2/11/711 من قانون الملكية.¹

كذلك فإن الإقصاء من الصفقات العمومية هي إحدى العقوبات التي تمس بالشخص المعنوي، إذ نصّت الفقرة الثالثة من المادة 177 مكرر 01، وكذا الفقرة الثانية من المادة 18

1- أنظر:

BONNARD (H), **contrefaçon, marque de fabrique, de commerce ou de service**, juris-classeurs pénal annexes, fascicule 10, 1995, p. 4.

من القانون 15/04 المعدّل والمتمم لقانون العقوبات على عقوبة الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز 5 سنوات.

كما نصّ المشرع الجزائري على عقوبة أخرى في هذا السياق وهي المنع من إصدار شيكات أو استعمال بطاقات الوفاء وهو ما يتضح من خلال المادة 65 مكرّر 04 من القانون 14/04 المعدّل والمتمم لقانون الإجراءات الجزائية على جواز قيام قاض التحقيق بإصدار تدبير المنع من إصدار شيكات أو استعمال بطاقات الوفاء أو الدفع مع مراعاة حقوق الغير، وإذا خالف الشخص المعنوي هذا التدبير فإنه يعاقب من طرف قاضي التحقيق بعد الأخذ برأي وكيل الجمهورية بالمنع من ممارسة بعض النشاطات.

وقد تبنى المشرع الفرنسي جزءاً مؤقتاً يتمثل في المنع من إصدار شيكات أو استعمال بطاقات الوفاء أو الدفع في المادة 19/131، وكذا المادة 20/131 من قانون العقوبات، وبموجب هذا التدبير يلزم المحكوم عليه بإرجاع النماذج المسلمة إليه والموجودة بحوزته أو حيازة وكلاءه إلى البنك. إذ أنه وفقاً لهذه المادة الأخيرة يتعيّن على المحكوم عليه القيام برد بطاقة الوفاء التي بحوزته أو الموجودة لدى وكلاءه إلى الجهة التي أصدرتها باستثناء الكمبيالات والسندات الإذنية التي لم يحرم المشرع الفرنسي الشخص المعنوي من استعمالها. ولا تزيد مدة هذا المنع عن خمس (5) سنوات عندما يطبق كعقوبة تكميلية في الجنايات والجنح، ويمكن أن تزيد عن ذلك في الحالات الأخرى¹.

كما يندرج ضمن العقوبات الماسة بالمستقبل المهني والتجاري للشخص المعنوي الإبعاد من السوق، حيث أنه بموجب هذه العقوبة يتم حرمان الشخص المعنوي مؤبداً أو

1- أنظر سالم (عمر)، المرجع السابق، ص 82.

مؤقتا لمدة خمس (5) سنوات من التعامل في أية عملية يكون طرفها أحد أشخاص القانون العام، ويقصد بالإبعاد من السوق العام بحسب المادة 34/131 من قانون العقوبات الفرنسي المنع من المساهمة بصفة مباشرة أو غير مباشرة في أية صفقة يكون طرفها الدولة أو مؤسساتها العامة وتجمعاتها ومؤسساتها العامة أو أحد المشروعات المحكرة أو المراقبة بواسطة الدولة أو البلديات أو تجمعاتها¹. ولم يتم تبني هذه العقوبة في التشريع الجزائري سواء تعلق الأمر بقانون العقوبات أو بالأمر المتعلق بالعلامات التجارية.

وأخيرا فقد يمنع الشخص المعنوي من الدعوة العامة للادخار كعقوبة ماسة بالمستقبل المهني والتجاري له، والتي يقصد بها المنع من الاستثمار أو توظيف السندات أيا كان نوعها، وكذا المنع من اللجوء إلى مؤسسة الائتمان والمؤسسات المالية أو شركات البورصة أو إجراء أي نوع من الإعلانات بهذا الصدد، وقد يكون مؤبد أو لمدة خمس سنوات، ونصّ على هذا التدبير قانون الملكية الفكرية الفرنسي، ويهدف إلى حماية العامة من التعامل مع أشخاص معنوية ثبت عدم أمانتها وعدم أهليتها للثقة فيها.

BONNARD (H), Op. Cit., p.

1- أنظر:

4.

خلاصة الباب الثاني

تناولنا في هذا الباب القواعد الإجرائية الخاصة بالمتابعة والجزاء في جرائم التعدي على العلامة التجارية، وعرفنا من خلاله أن الحماية الجنائية تتمتع بقوة الردع والزجر والسرعة في الإجراءات، بما يكفل حماية أكثر فعالية للعلامة التجارية. إذ بيننا في الفصل الأول الأساس النظري والقانوني والشروط الشكلية والموضوعية لصحة المتابعة الجزائية في مثل هذا النوع من الجرائم، ووقفنا على حقيقة كون أساس صحة المتابعة فيها يستند على ركائز هامة تتمثل في: فكرة الإثراء بلا سبب، وفكرة الحقوق الشخصية، ومخالفة قواعد المنافسة الشريفة التي كرسها التعديل الدستوري لسنة 2016 في المادة 43 منه والتي جاء فيها: "... يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة". كما وقفنا على الشروط الشكلية وبيننا إجراءات إيداع العلامة والقيام بتسجيلها أمام الجهة المختصة، وكذا الشروط الموضوعية لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية إذ فصلنا في شرط الشهرة والتميز وشرط الجِدَّة والمشروعية

أما في الفصل الثاني فقد بيننا إجراءات المتابعة الجزائية بدءًا بإبراز كيفية تحريك الدعوى العمومية في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية وإجراءات استعمالها أمام جهات التحقيق أو الحكم من قبل النيابة العامة أو الطرف المتضرر كمالك العلامة والمتنازل له على الحق في العلامة وكذا المصرح له باستعمالها، ونقابة العمال، والمستهلكون وجمعيات حماية المستهلك. كما بيننا في هذا الفصل كيفية مباشرة الدعوى العمومية والجهة المختصة بالنظر فيها، والأحكام المتعلقة بالاختصاص النوعي والمحلي أمامها.

وفي الفصل الثالث عرضنا سبل قمع الجرائم الماسة بالعلامات التجارية من خلال نظام العقوبات الذي يعد الوسيلة التاريخية التي التزم بها الإنسان لمعاقبة الجناة على أفعالهم

المخالفة للقانون، والعقوبة تعني إيقاع ضرر مادي على من تثبت مسؤوليته عن ارتكاب الفعل الإجرامي، يتناسب هذا الضرر مع جسامة الفعل المخالف للقانون بشرط أن ينص على تجريمه نص قانوني نافذ، إذ "لا جريمة ولا عقوبة إلا بموجب نص قانوني". وقد وقفنا على حقيقة تلك العقوبات ومميزاتها، أولاً باعتبار أنه يتم تطبيقها وفقاً للقانون، ويتم فرضها من قبل القضاء أو الجهات المختصة تجسيداً لمبدأ الشرعية، بعد ثبوت مسؤولية الفاعل عن ارتكابه الفعل، وينبغي أن تكون العقوبة متناسبة مع جسامة الفعل المخالف للقانون، وبالتالي فإنها تقع على حرية الفاعل أو جسده أو ذمته المالية، بقصد خلق حالة من الردع للجاني وللغير. كما نظرنا لمختلف العقوبات المطبقة على الأشخاص الطبيعية والأشخاص المعنوية. وذلك كله في إطار احترام تقنيات الطريقة المقارنة بين التشريع الجزائري وبعض التشريعات الأخرى.

خاتمة

خاتمة:

تعد العلامة التجارية بمثابة البطاقة الشخصية للمنتجات والبضائع والسلع، لاسيما تلك العلامات التي رسخت بأذهان جمهور المستهلكين وأمسى هذا المستهلك يمد يده لا شعورياً إلى أي منتج يحمل تلك العلامة الراسخة في ذهنه وذاكرته، والتي يروج لها صاحبها على مدار الساعة في كافة وسائل الإعلام والاتصال، كما تشكل العمود الفقري لاقتصاد الدولة، فهي الرمز الموضوعي للثقة التي نشأت في سلعة معينة. وقد أدى تطور الظروف الاقتصادية والاجتماعية إلى زيادة الاهتمام بها خاصة بعد الانفتاح الاقتصادي والاتجاه نحو الأخذ بنظام الاقتصاد الحر.

ونظراً لأهمية هذه الأخيرة على مختلف الأصعدة ظهرت فئة من المنتجين والتجار ومقدمي الخدمات تحاول الاستفادة من تلك المزايا بطرق غير شرعية سعياً منها للثراء الفاحش والسريع - في الوقت الذي طغت فيه المادة على القيم والمبادئ- مستثمرة في ذلك كافة التسهيلات التي تقدمها الدولة لتشجيع الاستثمار والمستثمرين، فقد انتقل التزوير ابتداءً من سنة 1990 من نشاط جِرْفِي في ورشات غير قانونية، إلى منطوق صناعي يعتمد على تجهيزات باهظة الثمن، ومواقع أنترنت خاصة للتسويق.

إن الأمر لم يعد يتعلّق بجانحين صغار وهواة بل بمنظّمات تتمتع بإمكانيات ضخمة، وأصبح المزورون يخفون هويتهم للتمكن من الانتقال بسرعة في حال تم اكتشافهم. مما أدى إلى صعوبة القضاء على ظاهرة الاعتداء على العلامات التجارية نظراً لعولمة الاقتصاد وتطوّر التجارة الدولية اللذان سهلا ظهور شبكات منظمة للتزوير والتقليد تعمل ما وراء الحدود مما يجعل تفكيكها أمراً صعباً، في ظل لجوء هذه الشبكات لاستعمال وسائل اتصالات سريعة وأنماط نقل وإمكانيات لوجيستية عصرية، فحسب منظمة الإنتربول (Interpol) فإن التزوير هو نشاط إجرامي لا يتواجد على محيط النشاطات الإجرامية بل في وسطها.

وأمام كل تلك التحديات أضحت حماية العلامة التجارية ضرورة ملحة في كل بلدان العالم، بصرف النظر عن طبيعة النظام الاقتصادي الذي تطبقه، خاصة في ظل التطور التكنولوجي والصناعي والاقتصادي. فبينما كانت المنافسة التجارية تنصب في الماضي على جودة المنتج وسعره، أصبحت الآن تتسم بقلة الفروقات بين المنتجات في الجودة والمواصفات والأسعار، ما يجعل العلامة التجارية تتبوأ مكانة فائقة الأهمية في الحياة التجارية.

ولقد أوكلت كفالة هذه الحماية في الأصل للمشرع المدني بصرف النظر عما إذا كانت مسجلة أم غير مسجلة، إذ تعد هذه الحماية الوسيلة الوحيدة للعلامة التجارية متى كانت غير مسجلة، وتستند تلك الحماية إلى قواعد المنافسة غير المشروعة من قبيل المعتدي متى توافرت شروطها، وهي بذلك تعتمد على القواعد العامة، فيلتزم المعتدي بالتعويض نتيجة الإخلال بواجب يفرضه القانون على الكافة على أساس المسؤولية التقصيرية التي يشترط لقيامها توافر الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما.

غير أن محدودية الحماية التي توفرها الحماية المدنية أدى إلى البحث عن توفير حماية جادة وفعالة للعلامة التجارية، ولما كان التشريع العقابي من أكثر فروع القانون ارتباطاً بالتطورات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية في أي مجتمع ومن أشدها استجابة لمقتضيات تلك التطورات، حاولت مختلف تشريعات الدول لإضفاء الحماية اللازمة للعلامة التجارية، غير أن أغلب الدول لم تسبغ الحماية على العلامة التجارية بموجب قوانين العقوبات (إذ لا توجد مواد تعتبر الاعتداء على العلامة التجارية جريمة يعاقب عليها قانون العقوبات)، بل أوكلت الحماية الجزائية للعلامة التجارية للنصوص الخاصة بقانون العلامات التجارية أو الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي تصادق عليها الدولة وتندرج ضمن هرمها التشريعي.

من خلال هذه الدراسة لاحظنا أن حماية حقوق العلامة التجارية بمختلف صورها كانت ثمرة تطوّر تشريعي مرّ بمراحل مختلفة، وكان ذلك نتيجة التطوّر في الحياة الاقتصادية

والتجارية. وبمراجعة تلك النصوص نلمس اختلاف بين التشريعات المقارنة في الحماية المقررة لحقوق العلامة التجارية بين تلك التي أخذت بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية والتي أخذت بالمفهوم الضيق، فقد أسبغت التشريعات التي أخذت بالمفهوم الواسع حماية واسعة على العلامة بكافة أشكالها وصورها.

إن المصلحة التي يهدف المشرع لحمايتها من خلال تجريم الاعتداء على حقوق العلامة التجارية تمتد من توفير الحماية لمالك هذه الأخيرة لتشمل حق المستهلك في عدم استعمالها فيما يؤدي إلى غشه وخداعه في مجال التعامل التجاري بالمنتجات والبضائع المختلفة.

يتصف الحق في ملكية العلامة التجارية بأنه حق نسبي وليس حقا مطلقا، إذ لا يجوز لمالك العلامة الاحتجاج بحقه في ملكية العلامة في مواجهة الكافة، بل له الحق فقط في مواجهة منافسيه الذين يزاولون تجارة أو صناعة من النوع ذاته، والنسبية تلازم الحق في ملكية العلامة من حيث نوع المنتج أو البضاعة التي تستخدم العلامة لتمييزه. لذا فمنح مالك العلامة الحق في منع غيره من استعمال علامته في تمييز المنتج أو البضاعة التي تماثل البضاعة التي تستعمل العلامة لتمييزها، أي أنه لا يملك الحق في منع غيره من العلامة لتمييز بضاعة أو منتجات مختلفة تماما، لأن هدف العلامة التجارية هو جعلها وسيلة لتمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات المتماثلة أو المتشابهة قصد رفع اللبس أو الخلط بينها.

وقد أخذت العلامات التجارية قسطا وافرا من الاهتمام الدولي، وتعد اتفاقية باريس المتعلقة بحماية عناصر الملكية الصناعية أول من وضع مبدأ دولي لحماية هذه العلامات منذ سنة 1925 بالرغم من الحماية المقيدة التي منحتها لهذه العلامات والتي تكاد تكون عادية، ليأتي اتفاق تريبس فيما بعد بأحكام إضافية وتكميلية إذ وسع تلك الحماية إلى تلك العلامات المشهورة المتعلقة بالخدمات وكذلك إلى تلك المنتجات المختلفة كليا عن تلك التي أودعت من أجلها. ومازال مع ذلك موضوع العلامة المشهورة يتصدر العديد من المؤتمرات

والندوات بغية منح حماية اكبر وأوسع لهذه العلامات وذلك استجابة لمطالب مالكي مثل هذه العلامات الذين يرمون بكل بساطة إلى احتكار تلك التسميات ولذا فهم يطالبون دائما بحماية أكبر لعلاماتهم.

إن المستهلك هو المتأثر الأول بظاهرة الغش والتقليد لكونه هو من يشتري السلع المغشوشة ويستهلمها، وهو الذي يتحمل التبعات من ذلك الغش. وتتمثل في التأثير على الصحة والبيئة، فاستخدام السلع المغشوشة يسمح بانتشار الأمراض المعدية، وهذا يشكل خطراً على الصحة العامة، كما إن استعمال السلع المغشوشة أو المقلدة يلحق ضرراً بالغاً بالبيئة نظراً إلى عدم وفاء المنتج بالمواصفات والمعايير المتعلقة بالبيئة... وغيرها من الآثار السلبية على السلامة والأمان للمستهلك والمنتج وضياع الوقت وهدره في المطالبة بحقوقه في الشكوى أو استرداد أمواله أو الحصول على بديل من البضائع.

وتمتد تلك الآثار السلبية لتشمل الشركات وقطاع الأعمال والمنتجين الذين ينتجون السلع الأصلية والملتزمة بمعايير الجودة والمواصفات المطلوبة. ويظهر هذا الأثر في جانبين، زيادة التكلفة على هذه الشركات من حيث الالتزام بالمعايير والمواصفات المطلوبة للجودة والإتقان، وهو ما يؤدي إلى زيادة التكلفة وزيادة السعر في السوق، وانخفاض في مستوى المبيعات لدى الشركات المنتجة للسلع الأصلية، حيث إن غالبية الناس ينقادون وراء الأسعار المخفضة.

ولقد جاءت مواقف التشريعات المقارنة الخاصة بالعلامة التجارية متباينة بخصوص بعض المسائل المتعلقة بتجريم الاعتداء على العلامة التجارية، فهناك تباين بخصوص النتيجة، إذ اتفقت في حال حدوث عدوان فعلي على العلامة التجارية أن النتيجة تكون قد تحققت، غير أنها اختلفت فيما إذا كانت العلامة تحضى بذات الحماية عندما يكون العدوان وشيكاً أو محتملاً.

كذلك فقد اختلفت التشريعات بخصوص الشروع في ارتكاب جريمة من جرائم الاعتداء على حقوق العلامة التجارية إذ تعاقب عليه بعض التشريعات دون أخرى. كما لم تتفق بخصوص مسألة تطلب القصد الجنائي الخاص في مختلف صور التعدي على حقوق العلامة التجارية (إذ أن هناك تشريعات استعملت عبارة "بقصد الغش" وتشريعات أخرى استعملت عبارة "بسوء قصد")

وكذلك الحال بمعاقبة الشريك في الجرائم المرتكبة ضد حقوق العلامة التجارية الذي أخذت به بعض التشريعات، بينما تشريعات أخرى لم تأخذ به.

أيضا فقد اختلفت تشريعات العلامات حول الأساس القانوني لاكتساب ملكية العلامة التجارية، فمنها من ذهب إلى إعطاء الحق لأسبقية الاستعمال وتشريعات أخرى أعطت الحق لأسبقية التسجيل وتشريعات أخرى أعطت هذا الحق للاستعمال المقرون بالتسجيل.

ورغم الاختلافات إلا أن أغلب التشريعات اتفقت على أن تكون العلامة مسجلة ومشروعة وأن تتمتع بالجدة وأن تكون ذات صفة مميزة حتى تحض بالحماية الجزائية اللازمة. غير أنه يمكن أن تكون العلامة التجارية غير المسجلة محلا للحماية الجزائية متى كانت عبارة عن عنوان تجاري.

إن مكافحة تزوير وتقليد العلامات التجارية يتطلب تعبئة قوية لذا نجد أن تجربة الدول الأوروبية في حماية العلامة التجارية متميزة وترتكز أساسا على وسائل التعاون بين الدول الأعضاء وعلى انسجام تشريعاتها المتعلقة بالتعاون الأمني والقضائي، فتوجيهات المجموعة الأوروبية CE 48/2004 المؤرخة في: 2004/4/29 تنص على وضع إجراءات المحافظة على الأدلة وعلى إجراءات التشجيع على عمل سريع وفعال للتدخل على مستوى الوسطاء.

وباستقراء نصوص التشريعات التي تناولت حماية العلامة التجارية يلاحظ بأن المصلحة التي يهدف المشرع إلى حمايتها لا تقتصر على حماية الحق في ملكية العلامة

التجارية، وإنما تمتد لتشمل حماية حق المستهلك في عدم استعمال العلامة فيما يؤدي إلى تضليله وغشه في مجال التعامل التجاري بالمنتجات والبضائع المختلفة، إلا أن حماية حق المستهلك تتأتى بصورة تبعية لحماية الحق في ملكية العلامة التجارية.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عيب عليه التأخر في مجال حماية حقوق العلامة التجارية فمنذ الاستقلال ومنذ صدور الأمر 57/66 وإلى غاية إصدار الأمر 06/03 في 19 يوليو 2003 كان هو الذي ينظم تلك الحماية (لما يقارب 36 سنة) مع أن ذلك النص تم سنه في عصر قلت فيه تقنيات وآليات الغش وطرقه، وصار غير كاف للتطبيق في عصر تميّز بالعلومة. لهذا منذ بداية التسعينات إلى غاية اليوم شهدت الجزائر موجة تشريعية في ميدان العلامة التجارية تلبيةً لمتطلبات العضوية في المنظمة العالمية للتجارة OMC وما يوجبه ذلك بالضرورة من تلبية متطلبات اتفاقية ترس فيما جاءت به من جديد وما أحالت إليه من الموجود.

وانطلاقاً من النتائج المتوصل إليها أعلاه، سنحاول أن نقدّم التوصيات الموالية علّها تساهم في توفير حماية أجود وأكثر فعالية للعلامة التجارية أمام مختلف المخاطر التي تترتب عن التزوير والتقليد الذي يلحقها والأذى الذي يسببه ذلك لصاحب العلامات التجارية والمستهلكين والاقتصاد الوطني.

إذ أنه لا بد على التشريعات التي لم تأخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية أن تأخذ به لما في ذلك من تأمين حماية أنجع للعلامة التجارية وذلك بإدراج العلامة الصوتية ومجموعة الألوان التي يمكن أن تتخذ شكلاً مميزاً كعلامة تجارية، وإدخال المنتجات الزراعية والاستخراجية في تعريف العلامة التجارية.

كذلك من الضروري غلق الباب أمام الادعاء بأسبقية الاستعمال في مواجهة من قام بالتسجيل لأن ذلك يتناقض مع مبدأ استقرار المعاملات وتحديد المراكز القانونية، لذا لا بد

من اعتماد التسجيل كأساس قانوني لاكتساب العلامة التجارية وتحديد بداية تمتعها بالحماية الجزائية.

أيضا فإنه من الضروري إدراج مادة حماية العلامات التجارية ضمن برنامج الدراسة في كليات الحقوق. وتبني نظام تخصص القضاء بالفصل في جرائم الاعتداء على حقوق العلامات التجارية نظرا لما لها من خصوصية.

أما فيما يخص العقوبة فلا بد من رفع عقوبتي الحبس والغرامة إلى الحد المقبول للحد من الاعتداء على حقوق العلامة التجارية، وجعل عقوبة المصادرة وجوبية خاصة أن جرائم العلامات التجارية قد طالت المواد الاستهلاكية (كمستحضرات التجميل، المشروبات، الحلويات، قطع الغيار (للطائرات والبواخر والسيارات والحافلات، والأدوية...) وهو ما يعرض صحة وحياة من يستخدمها للخطر، لذا من الضروري الحد من الخطر الذي تسببه من خلال مصادرتها.

كذلك العمل على تجميع النصوص المتفرقة حول موضوع العلامة التجارية في نص واحد على غرار ما فعله المشرع الفرنسي بإصدار القانون رقم 2007/1544، المؤرخ في: 2007/10/29 بما يسهل عمل المؤسسات والهيئات في مكافحة الاعتداء على حقوق العلامات بكل صورته.

ضرورة تثقيف وتدريب الباعة على التعرف على كيفية معرفة السلع المغشوشة، وتحميلهم المسؤولية عند مخالفة القوانين والتشريعات رفقة صاحب المحل التجاري الذي ارتكبت فيه الجريمة.

كذلك وجوب زيادة عدد الجمارك وتدريب موظفيها لرفع كفاءتهم وتنمية مهاراتهم خاصة العاملين في مجال محاربة القرصنة والتقليد والتنسيق مع الجهات المعنية والمؤهلة للإشراف على عملية التدريب في الناحية الفنية والتقنية الخاصة بضبط جرائم القرصنة

والتعامل السليم مع المضبوطات خاصة أن 60 % من الحالات التي يتم ضبطها في العالم تتم عن طريق الجمارك وتصل النسبة في البلدان الأوربية إلى 90% فقد ضبط جهاز الجمارك في دول الاتحاد الأوروبي عام 2005 لوحده أكثر من 75 مليون منتج مزور وأكثر من 500 مليون مادة غذائية وأكثر من 5 ملايين دواء مزور.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا/ باللغة العربية:

1- الكتب:

- احمية (سليمان)، آليات تسوية منازعات العمل والضمان الاجتماعي في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- أبو العز (حنان طلعت)، الحماية الجنائية لحقوق المؤلف دراسة مقارنة، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007.
- أبو عيد (إلياس)، المؤسسة التجارية، الجزء الأول، دار بيروت للنشر، لبنان، 1983.
- أنطاعي (رزق الله) والسباعي (نهاد)، الوسيط في الحقوق التجارية البرية، الجزء الأول، مطبعة الإنشاء، دون مكان النشر، 1963.
- البياتي (صدام سعد الله محمد)، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، دراسة مقارنة، دار الحامد الأردن، 2002.
- الجابري (إيمان محمد علي)، يقين القاضي الجنائي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005.
- الجغبير (حمدي غالب)، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- الجهيني (منير محمد)، العلامات والأسماء التجارية، الجزء الأول، دار الكتاب الجامعية، لبنان، 2004.
- الحنبلي (ابن رجب)، جامع العلوم والحكم، الجزء الثاني، مؤسسة الرسالة، مصر، دون سنة النشر.
- الخرشوم (عبد الله حسين)، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- الخولي (سائد أحمد)، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012.
- الرهيمي (جواد)، التكييف القانوني للدعوى الجنائية، دون دار النشر، دون مكان النشر، 2004.

- السنهوري (أحمد عبد الرزاق)، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الثامن، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، 1973.
- السلامة (ناصر عبد الحليم)، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
- الشواربي (عبد الحميد)، جرائم الغش والتدليس، منشأة المعارف، مصر، 1996.
- الصغير (حسام الدين عبد الغني)، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
- الصفار (زينة غانم عبد الجبار)، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- الضاوي (صالح)، الملكية الفكرية (الإمتاع في الإبداع والإبحار في الابتكار، دون دار النشر، تونس، دون سنة النشر.
- الضمور (رناد سالم)، الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة (دراسة مقارنة)، مكتبة القانون والاقتصاد، السعودية، 2013.
- العطييات (مصطفى موسى)، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية (حماية العلامة التجارية الكترونياً)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2011.
- الفضيل (محمد أحمد عبد)، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة، القاهرة، 1991.
- القاضي (محمد مصباح)، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، دار النهضة العربية، مصر، 2008.
- القبلاوي (محمود عبد ربه محمد)، التكييف في المواد الجنائية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003.
- القرام (ابتسام)، المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري، قصر الكتاب، الجزائر، 1998.
- القليوبي (سميحة)، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
- القليوبي (سميحة)، الملكية الصناعية، دار النهضة، مصر، 1996.
- القهوجي (عبد القادر)، قانون العقوبات-القسم العام، الجريمة، المكتبة القانونية، مصر، 1994.
- الكسواني (عامر)، الملكية الفكرية، دار الحبيب، الأردن، 1998.

- المومني(هبة)، حماية الرسوم والنماذج الصناعية (دراسة مقارنة)، صادر عن دار الحامد، الأردن، 2016.
- الناشف (أنطوان)، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1999.
- الناهي (صلاح الدين)، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، الأردن، 1983.
- بالي (سمير فرناني) وحمو (نوري)، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية- دراسة مقارنة- الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- بريري (محمود مختار أحمد)، الالتزام باستغلال المبتكرات الجديدة، دار الفكر العربي، القاهرة، دون سنة النشر.
- بغدادي (مولاي ملياني)، الإجراءات الجزائئية في التشريع الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992.
- بكار (حاتم حسن موسى)، سلطة القاضي الجنائي في تقدير العقوبة والتدابير الاحترازية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002.
- بودالي (محمد)، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبيعية، دار الفجر، مصر، 2005.
- بوسقيعة (أحسن)، المنازعات الجمركية، الطبعة الثانية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
- بوسقيعة (أحسن)، الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- جعفر (علي محمد)، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2009.
- حسني (عباس محمد)، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، مصر، 1971.
- حسني (محمد نجيب)، شرح قانون العقوبات، القسم العام، الطبعة السادسة، دار النهضة العربية، مصر، 1989.
- حسنين (محمد)، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.

- حمادي (زوبير)، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- حمد الله (حمد الله محمد)، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار النهضة العربية، مصر، 1997.
- خاطر (نوري حمد)، شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية-، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- خلف (أحمد محمود)، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة - دراسة مقارنة -، المكتبة العصرية، مصر، 2008.
- درويش (محمد فهم)، فن القضاء (النظرية والتطبيق)، الطبعة الأولى، دون دار النشر، مصر، 2007.
- رحمانى (محمد)، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبيعية، دار الفجر، مصر، 2005.
- رحمانى (منصور)، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم للنشر، الجزائر، 2006.
- زروال (عبد الحميد)، المسائل الفرعية أمام المحاكم الجزائية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
- زين الدين (صلاح)، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- زين الدين (صلاح)، الملكية الصناعية والتجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- سكيكر (محمد علي)، الوجيز في شرح جرائم قمع التدليس والغش وحماية المستهلك في ضوء التشريع والفقهاء والقضاء، الطبعة الأولى، دار الجامعيين، مصر، 2008.
- سالم (عمر)، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد، دار النهضة العربية، مصر، 1995.
- سلامة (نعيم جميل صالح)، المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، دار النهضة العربية، مصر، 2015.
- سليمان (عبد الله)، شرح قانون العقوبات الجزائري (القسم العام)، الجزء الأول "الجريمة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
- سويدات (عماد الدين محمود)، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد، الأردن، 2012.

- صالح (فرحة زراوي)، الكامل في القانون التجاري الجزائري (الحقوق الفكرية: حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر (وهران)، 2006.
- صرخوة (يعقوب)، النظام القانوني للعلامات التجارية، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1993.
- طه (مصطفى كمال)، أصول القانون التجاري-الأعمال التجارية والتجار، الشركات التجارية، الملكية التجارية والصناعية، دار الجامعي للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1994.
- عباس (محمد حسني)، الملكية الصناعية والمحل التجاري، الجزء الثاني، دون دار النشر، دون مكان النشر، 1977.
- عبد الصادق (محمد مصطفى)، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمياً ودولياً، دار الفكر والقانون، مصر، 2014.
- عبد التواب (معوض)، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية، مصر، 1985.
- عبيدات (رضوان)، تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص، مجلة دراسات، المجلد 26، دون دار النشر، دون مكان النشر، 1999.
- عجة (الجيلالي)، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، دراسة لتشريعات الجزائر، تونس، المغرب، مصر، الأردن، والتشريع الفرنسي، الأمريكي والاتفاقيات الدولية، سلسلة موسوعة حقوق الملكية الفكرية، مكتبة زين الحقوقية، لبنان، 2015.
- علواش (نعيمة)، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013.
- عمارة (عبد الحميد)، ضمانات الخصوم أثناء مرحلة المحاكمة في التشريع الوضعي والإسلامي، دار الخلدونية، الجزائر، 2010.
- عوض (علي جمال الدين)، التشريع الصناعي، حقوق الملكية الصناعية والتنظيم الصناعي والتجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة النشر.
- عيد (ادوارد)، الأعمال التجارية والتجار والمؤسسة التجارية، الطبعة الأولى، دار المستشار للنشر والتوزيع، بيروت، 1971.

- غنام (شريف محمد)، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، سنة 2007.
- فتاك (علي)، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، مصر، 2014.
- قاسم (محمد حسن)، قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، دون سنة النشر.
- كتو (محمد الشريف)، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر: 03/03 والقانون: 02/04، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010.
- لطفي (فوزي)، شرح قانون الملكية الصناعية والتجارية، المطبعة الجديدة، سوريا (دمشق)، 2002.
- محمد (جلال وفاء)، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2000.
- محمد (نصر محمد)، الحماية الدولية والجنائية من المنافسة التجارية غير المشروعة والاحتكار، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2015.
- مصطفى (سيد عبد الوهاب محمد)، النظرية العامة لالتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة، دار الفكر العربي، مصر، 2002.
- معلال (فؤاد)، الملكية الصناعية والتجارية، منشورات مركز قانون الالتزامات والعقود، المغرب، دون سنة النشر.
- مغيب (نعيم)، الماركات التجارية، دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى، لبنان، 2005.
- موسى (أحمد كمال الدين)، الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية، دون دار النشر، دون مكان النشر، دون سنة النشر.
- مينا (محمد فرج)، الوجيز في الإجراءات الجزائئية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون سنة النشر.
- نجم (محمد صبحي)، قانون العقوبات-القسم العام- النظرية العامة للجريمة، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
- نجيب (حسني نجيب محمود)، شرح قانون العقوبات، القسم العام، دون دار النشر، لبنان، 1975.

2- مذكرات الماجستير وأطروحات الدكتوراه:

أ- مذكرات الماجستير:

- **بن عاشور (لمية)**، الحماية الجنائية للمستهلك في قانون حماية المستهلك (قانون 89-02)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة ، 2001/2000
- **بويشطولة (بسمة)**، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف2، 2015/2014.
- **حديدان سفيان**، جريمة التقليد التديسبي للعلامات الصناعية وعلامات الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004/2003.
- **راشدي (سعيدة)**، النظام القانوني للعلامات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003/2002.
- **سوفالو (أمال)**، حماية العلامة التجارية المشهورة بين التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق والعلوم الإدارية، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2005/2004.
- **شعباني (نوال)**، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة ملود معمري، تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2012.
- **كالم (حبيبة)**، حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2014/2013.
- **لحراري (لويزة)**، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2011/2010.
- **لعوارم (وهيبة)**، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار عنابة، 2005.

- معلم (عز الدين)، دور منظومة إدارة الجمارك الجزائرية في محاربة ظاهرة تقليد العلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009/2008.

- مولفوعة (نعيمة)، الاعتداء على الحق في العلامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2012/2011.

- ميلود (يزيد)، الحماية الجنائية للعلامات التجارية-دراسة مقارنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع القانون الجنائي والعلوم الجنائية، كلية الحقوق، بن عكنون، 2010 /2009.

ب- أطروحات الدكتوراه:

- حداد (العبد)، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، (رسالة دكتوراه)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008.

3- المقالات والدوريات:

- الأسمر (صلاح سلمان)، حماية العلامة التجارية المشهورة في ظل اتفاقية باريس وتريس والقانون الأردني، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، المجلد السابع، العدد الثالث، 2001.

- البحر (ممدوح خليل)، نطاق حرية القاضي في تكوين قناعاته الوجدانية، مجلة الشريعة والقانون، السنة الثامنة عشر، العدد 21، جوان 2004.

- البوعمرى (بوشعيب)، العلامة التجارية على ضوء القانون والاجتهاد القضائي، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، عدد خاص "التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، 2012.

- الصغير (حسام المدين)، مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، محاضرة ملقاءة في ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، التي نظمتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، والمعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا)، بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، برعاية وزارة الصناعة والتجارة والمواصلات، المنظم بالدار البيضاء، المغرب، يومي: 7 و8 ديسمبر 2004.

- القويزي (محمد صالح)، التكييف القانوني للدعوى الجنائية المقترنة بدعوى مدنية، بحث مقدم للمؤتمر التاسع لاتحاد المحامين العرب والمنعقد في القاهرة في شباط (فبراير) 1967، مطبعة الإرشاد، بغداد، 1967.
- بلمهدي (عبد الحفيظ)، التقليد في العلامة التجارية: أشكاله وطرق الحماية، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، عدد خاص "التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، 2012.
- بيوت (نذير)، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، العدد الأول، 2000.
- عارف (علي عارف)، تولي المرأة منصب القضاء بين تراثنا الفقهي والواقع المعاصر، مجلة التجديد، السنة الأولى، العدد الثاني، جويلية 1997.
- عبيدات (رضوان)، تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص، مجلة الدراسات، (الجامعة الأردنية)، المجلد 26، علوم الشريعة والقانون، 1999.
- عمارة (عمار)، الحماية الجزائية للمستهلك - الغش والتدليس في المواد الغذائية والطبية-، الملتقى الوطني حول القانون الاقتصادي الجزائري، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2008/2007.
- قرموش (عبد اللطيف)، تقليد العلامة التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، المجلة القضائية (تصدر عن المحكمة العليا)، عدد خاص "التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، 2012.
- مبارك (صبري السعداوي)، قضاء القاضي بعلمه في الفقه الإسلامي، مجلة العدل (السعودية)، العدد الثاني والعشرون، 1425هـ.
- محسن (شفيق)، المحل التجاري، مجلة القانون والاقتصاد، العدد الثالث والرابع، السنة العاشرة، دار الطباعة المصرية، 1940.
- موالك (بختة)، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 27، 2001.

4- النصوص القانونية والتنظيمية:

أ- الدستور:

- القانون رقم: 01/16 المؤرخ في: 06 مارس 2016، المتضمن تعديل دستور 1996، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 14، الصادرة في: 7 مارس 2016.

ب- الأوامر والقوانين:

- الأمر رقم: 156/66 المؤرخ في: 8 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 49، الصادرة في: 11 جوان 1966.

- الأمر رقم: 48/66 المؤرخ في: 25 فيفري 1966 يتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، لجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 16، الصادرة في: 25 فبراير 1966.

- الأمر رقم: 57/71 المؤرخ في: 5 أوت 1971، المتضمن بالمساعدة القضائية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 67، الصادرة في: 17 أوت 1997.

- الأمر رقم: 10/72 المؤرخ في: 22 مارس 1972، المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجزائرية لاتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 32، الصادرة في: 21 أبريل 1972.

- الأمر رقم: 06/03 المؤرخ في: 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 44، الصادرة في: 23 جويلية 2003.

- القانون رقم: 02/89 المؤرخ في: 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد المطبقة لحماية المستهلك والتشريع الجمركي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 6، الصادرة في: 8 فيفري 1989.

- القانون رقم: 14/90 المؤرخ في: 02 جوان 1990، المتضمن كيفية ممارسة الحق النقابي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 23، الصادرة في: 06 جوان 1990.

- القانون رقم: 31/90 المؤرخ في: 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 31، الصادرة في: 05 ديسمبر 1990.

- القانون رقم: 10/98 المؤرخ في: 22 أوت 1998 والذي يعدل ويتم القانون: 07/79 المؤرخ في: 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 61، الصادرة في: 22 أوت 1998.

- القانون رقم: 02/04 المؤرخ في: 23 جوان 2004 الذي يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 41، الصادرة في: 27 جوان 2004.

- القانون رقم: 14/04 المؤرخ في: 10 نوفمبر 2004، المتضمن تعديل قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 71، الصادرة في: 10 نوفمبر 2004.

- القانون رقم: 15/04 المؤرخ في: 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر 156/66 المؤرخ في: 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 71، الصادرة في: 10 ديسمبر 2004.

- القانون رقم: 18/04 المؤرخ في: 25 ديسمبر 2004، المتعلق بالوقاية من المخدرات والمؤثرات العقلية وقمع الاستعمال والاتجار غير المشروعين بها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 83، الصادرة في: 26 ديسمبر 2004.

- القانون رقم: 23/06 المؤرخ في: 20 ديسمبر 2006، المتضمن تعديل المادة 53 من قانون العقوبات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 84، الصادرة في: 24 ديسمبر 2006.

- القانون رقم: 12/07 المؤرخ في: ديسمبر 2007 المتضمن قانون المالية لسنة 2008، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 82، الصادرة في: 22 أوت 1998.
- القانون رقم: 03/09 المؤرخ في: 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 15، الصادرة في: 08 مارس 2009.
- القانون رقم: 06/10 المؤرخ في: 15 أوت 2010، المعدل والمتمم للقانون رقم: 02/04 المؤرخ في: 23 جوان 2004 الذي يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 46، الصادرة في: 18 أوت 2010.
- القانون رقم: 06/12 المؤرخ في: 12 جانفي 2012 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 02، الصادرة في: 2012/01/15.
- القانون رقم: 04/17 المؤرخ في: 16 فيفري 2017، يعدّل ويتم القانون 07/79 المؤرخ في: 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 11، الصادرة في: 19 فيفري 2017.
- القانون رقم: 08/18 المؤرخ في: 10 جويلية 2018، المعدّل والمتمم للقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 35، الصادرة في: 10 جويلية 2018.
- القانون رقم: 33/52 المتعلق بتنظيم أحكام العلامات التجارية الأردني، الجريدة الرسمية للمملكة الأردنية الهاشمية، العدد 1110، المؤرخة في: 01 جوان 1952.
- القانون رقم: 78/3 المتعلق بالعلامات والبيانات التجارية القطري، المؤرخ في: 18 أفريل 1978 الصادر في الجريدة الرسمية للملكة الأردنية، العدد 3، المؤرخ في: 01 جانفي 1978. الملغى بالقانون رقم: 9 لسنة 2002 الصادر في: 15 جوان 2002 الجريدة الرسمية عدد 8 الصادرة في: 26 أوت 2002

- القانون رقم: 14/97 الصادر بمقتضى الظهير الشريف المغربي رقم: 1.00.19 المؤرخ في: 15 فبراير 2000، المنشور بالجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ: 09 مارس 2000، والمعدل والمتم بمقتضى ظهير شريف رقم: 1.5.190، المؤرخ في: 14 فبراير 2006، لتنفيذ القانون رقم: 05/31، المغير والمتم للقانون رقم: 14/97، المتعلق بحماية الملكية الصناعية المغربي، الجريدة الرسمية، عدد 5397، بتاريخ: 20 فبراير 2006.

- القانون رقم: 34/99 المتعلق بالعلامات التجارية الأردني، الجريدة الرسمية للمملكة الأردنية الهاشمية، العدد 4389 المؤرخة في: 01 نوفمبر 1999.

- القانون رقم: 36 المؤرخ في: 17 أبريل 2001، المتضمن قانون العلامات التجارية التونسي، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية عدد 31 الصادر في: 17 أبريل 2001، ص 994، المنقح والمتم بالقانون رقم 50 المؤرخ في: 23 جويلية 2007 المتعلق بحماية علامات الصنع والتجارة والخدمات.

- القانون رقم: 82/02 المؤرخ في: 02 جوان 2002، المتعلق بحماية الملكية الفكرية المصري، الجريدة الرسمية للجمهورية المصرية، عدد: 22 (مكرر) الصادرة بتاريخ: 02 جوان 2002.

ج- المراسيم:

- المرسوم الرئاسي رقم: 85/84 المؤرخ في: 24 أبريل 1984 المتعلق بانضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لاتفاقية نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 17، الصادرة في: 24 أبريل 1984.

- المرسوم التنفيذي رقم: 91/91 المؤرخ في: 06 أبريل 1991 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 16، الصادرة في: 10 أبريل 1991.

- المرسوم التنفيذي رقم: 47/93 المؤرخ في: 06 فيفري 1993 المتعلق برقابة المواد المنتجة محليا والمستوردة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 46، الصادرة في: 10 فيفري 1993.

- المرسوم التنفيذي رقم: 210/94 المؤرخ في: 16 جويلية 1994 الذي يتضمن مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش على مستوى وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 48، الصادرة في: 20 جويلية 1994.

- المرسوم التنفيذي رقم: 354/96 المؤرخ في: 19 أكتوبر 1996 المتعلق بكيفيات مطابقة المنتوجات المستوردة ونوعيته، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 62، الصادرة في: 20 أكتوبر 1996.

- المرسوم التنفيذي رقم: 348/06 المؤرخ في: 5 أكتوبر 2006، المتضمن تمديد الاختصاص المحلي لبعض المحاكم ووكلاء الجمهورية وقضاة التحقيق، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 63، الصادرة في: 18 أكتوبر 2006.

- المرسوم الرئاسي رقم: 420/13 المؤرخ في: 15 ديسمبر 2013 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 21، الصادرة في: 26 أبريل 2015.

5- القرارات القضائية:

أ - الوطني:

- قرار رقم: 094230 المؤرخ في: 23 فيفري 1993، المحكمة العليا، الغرفة الجزائرية، المجلة القضائية، العدد الرابع، 1993، ص 284.

- القرار رقم: 190797 المؤرخ في: 13 جويلية 1999، الغرفة التجارية والبحرية، المجلة القضائية، العدد الأول، 2000، ص 125.

- قرار رقم: **261209** المؤرخ في: 05 فيفري 2002، المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، المنشور في مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2003، ص 265.

- قرار رقم **377589** المؤرخ في: 07 جوان 2006، الغرفة التجارية والبحرية، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2006، ص 381.

- قرار رقم: **587468** المؤرخ في: 25 أبريل 2013، المحكمة العليا، غرفة الجناح والمخالفات، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2013، ص 400

- قرار رقم: **0965242** المؤرخ في: 27 نوفمبر 2014، المحكمة العليا، غرفة الجناح والمخالفات، القسم الثالث، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2015، ص 449.

- قرار رقم: **0946351** المؤرخ في: 12 مارس 2015، المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، مجلة المحكمة العليا، العدد الأول، 2015، ص 294.

ب- الأجنبي:

- قرار رقم: **89/1555** المؤرخ في: 19 جويلية 1972 مجلة الحدث القانوني المغربي العدد 04، الصادرة في مارس 1998 ص 15.

- قرار رقم: **550** المؤرخ في: 23 جوان 1973، محكمة النقض السورية، مجموعة أحكام القضاء.

- **ظعن رقم 2274**، محكمة النقض المصرية لسنة 55 ق، جلسة 22 ديسمبر 1989، المجموعة القضائية المصرية، السنة 37، الجزء الثاني، ص 1016.

- قرار رقم **88/168** محكمة العدل العليا الأردنية، المنشور في مجلة نقابة المحامين، العدد 7 و9، 1989، ص 905. - قرار رقم **88/168** محكمة العدل العليا

الأردنية، المنشور في مجلة نقابة المحامين، العدد 7 و 9، 1989، ص
905.

- قرار رقم: 65931 المؤرخ في: 08 ماي 2001، نشرية محكمة التعقيب 2001، ص
103.

6- مواقع الانترنت:

- النون (براك ناصر)، تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها، ورقة عمل عن الإتحاد العربي
لحماية حقوق الملكية الفكرية، متاح على الموقع التالي:

www.moci.gov.kw-uploads-Dr.Barrak_20%_Alnon.doc. (32/6/ 2017)

- يعقوب (محمود داوود)، الركن المادي للجريمة، متاح على الموقع التالي:

[http:// ar. jurispedia.org-index.php](http://ar.jurispedia.org-index.php)- (30/03/2017).

- شتيوي (عمر)، دور القطاع الخاص في محاربة الغش التجاري، المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري
والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، متاح على الموقع
الإلكتروني التالي:

<http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-29 dec 2010, 48706>. (12/11/2016).

- الحمادي (حسن أحمد)، تزوير العلامات التجارية وتقليدها، في قضاء النقض الإماراتي، المؤتمر الأول
لمكافحة الغش التجاري والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات
العربية المتحدة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-29 dec 2010, 48706>. (12/11/2016).

- المعيني (عبد الرحمن حسن)، تزوير العلامات التجارية وتقليدها في قضاء النقض الإماراتي، ورقة
عمل مقدمة في المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، المقام
في 29 ديسمبر 2010، بأبو ظبي. متاح على الموقع الإلكتروني
التالي:

<http://cdn.arabic.arabianbusiness.com-politics-economics-29 dec 2010, 48706>. (12/11/2016).

- الطراونة (سامر)، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في إطار اتفاقية جوانب التجارة المتصلة بحقوق الملكية الفكرية (TRIPS) ، المؤتمر الأول لمكافحة الغش التجاري والتقليد، 29 ديسمبر 2010، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://cdn.arabic.arabianbusiness.com/politics-economics- 29 dec 2010, 48706>. (12/11/2016).

- المهدي (علي فاضل عبد الله)، دور الجهات الحكومية ذات العلاقة بمكافحة الغش والتقليد، ورقة عمل مقدمة في ندوة العلامة التجارية التي نظمتها وزارة الاقتصاد بالتعاون مع معهد التدريب والدراسات القضائية في أبوظبي في شهر ديسمبر 2010، متاح على الموقع التالي:

<http://www.alkhaleej.ae/economics/page/7a14bc6c-9ef1-4e22-b30f-8e8c6f5532f3>. (13/5/2017).

ثانيا/ باللغة الأجنبية:

1/ LES OUVRAGES:

- **BLAIS (J.B)**, droit des affaires (commerçant concurrence distribution), édition DELTA, Paris, 1999.
- **BLUM (R)**, la marque de haute renommée, propriété industrielle, Mai 1954.
- **BODENHAUSEN (G.H.C)**, problèmes actuels concernant la protection internationale de la propriété industrielle, Propriété industrielle, 1950.
- **BONNARD (H)**, contrefaçon, marque de fabrique, de commerce ou de service, juris-classeurs pénal annexes, fascicule 10, 1995.
- **BRAUN (A) & CORNU (E)**, Précis des marques loi uniforme Benlux droit belge droit international droit communautaire, Larcier.
- **BURST (V.J.J)**, réforme du droit des marques, partie 1, les petites
- **CHAVANNE (A) et BURST (j.j)** ,Droit de la Propriété Industrielle, 3eme edition, Dalloz, Paris, 1990.
- **CHAVANNE (A) et CLAUDINE (N)**, marques de commerce ou de service, encyclopédie, dalloz, répertoire commercial, 4eme édition, paris, 1997.
- **CHAVANNE (A)**, le délit d'usage de marque et son évolution, mélanges P MATHELY, édition: litec, 1990.
- Code français de la propriété intellectuelle : 2em édition, dalloz, paris, 2000.
- **COLEMAN (A)**, Intellectual property law, long man Practitioner Series, 1st edition, England, 1994.

- **DINWOODIE (G.B) & JANIS (M.D)**, trademark law and theory, a handbook of contemporary research, Edward Elgar publishing Uk and USA, printed and bound in great Britain, 2008.
- **DURRANDE (S)**, Disponibilité des signes, jurais classeur Marques, 1994, Fascicule 7110.
- **GOLDSTONE & TOREN**, The Criminalization on Trademark Counterfeiting, 31 Connecticut Law Review, 1998.
- **HAROUN (A)**, la protection de la marque au Maghreb, office publications universitaires, ALGER, 1979.
- **KAPFERER (J.N)**, Les marques, Capital de l'entreprise, deuxième édition, les éditions d'organisations, Paris, 1996.
- **LADAS (S.P)**, Transformation d'une marque de fabrique en nom générique, Propriété industrielle, études générales, s.m.d, paris, 1965.
- **Lawyers Committee for Human Rights**, WHAT IS A FAIR TRIAL? (A Basic Guide to Legal Standards and Practice), United state of America, 2000.
- **MALAURIE (P), et AYNES**, cours de droit civil les biens la fonciere, édition cujas, Paris, 1992.
- **MARINO (L)**, droit de la propriété intellectuelle, 1^{er} édition, presses universitaire, France, 2013.
- **MOLE (N) and HARBY (C)**, The right to a fair trial (A guide to the implementation of article 6 of the European Convention on Human Rights). Human rights hand books, n°3, 2ndédition, Belgium, 2006.
- **PELLETIER(H) et PERFETTI (J)**, code pénale, Ed LITEC, France, 2004.
- **PEROT-MOREL (M.A)**, la protection internationale des marques notoires, journal de droit international, France, 1980.
- **PILLET (A)**, les Grandes Marques, collection «Que sais-je»? , Presses Universitaires de France, Paris, 1968.
- **POLITI (J.M)**, Trademarks Throughout The World, Publisher: Clark Boardman Callaghan, 1979, 1999, disponible sur le site:
- **POLLAUD-DULLIAN (F)**, Droit de la propriété industrielle, édition Montchrestien, E. J. A, Paris, 1999.
- **ROUBIER (P)**, le droit de la propriété industrielle, Tome 02, Librairie du recueil Sirey, Paris, 1954.
- **SCHMIDT-SZALEWSKI (J)**, Droit de la Propriété Industrielle, Paris, 1996
- **SERRA (Y)**, concurrence déloyale, répertoire commercial, Dalloz, paris, 1995.
- **SMITH (J), & GOMPERS (M)**, International Human Rights, 3rd edition, oxford university press, 2007.

- **SWEET & MAXWELL**, The Trade Mark Handbook, A Practioner's Guide to Trade Marks In The United Kingdom and the European, 1999.
- **TAISNE (J.J)**, Institutions judiciaires, 10^{ème}édition, Dalloz, Paris, 2006.
- **TROLLER (A)**, la marque de haute renommée, la propriété industrielle, Mai 1953,s.m.éd.
- **VOGEL (L)**, Encyclopédie Juridique, droit commercial, tome 4, Dalloz, Paris, 2002.
- **WOLTERS (K)**, Lamy droit commercial (marques, brevets, desinet modelés), collection lamy droit affaires, France, 2011.
- **YVES (S.J)**, Protection et valorisation des marques de fabrique de commerce ou de service, 4e éd, Cahors, Paris, 1972.
affiches, mai, 1991, n° 57.

2/ ARTICLES :

- **BAEUMER (L)**, la protection de la marque de haute renommée en droit français et en droit Allemand", Revue internationale de droit comparée, n° 3, 1962.
- **KAHLOULA (M) et MEKAMCHA (G)**, la protection du consommateurs en droit algérien, revu IDARA, volume 6, N1.
- **MISONNE (A)**, l'importance résiduaire de la notion de procès équitable après la loi du 08 avril 2002 relative à l'anonymat des témoins, Revue de droit pénal et de Criminologie, 84^{ème}année, numéro 11/2004.
- **MOULOUGUI (C)**, la nature de la responsabilité pénale de la personne morale en France, R.D.P, France, 1995.
- **OTTLY (R)**, criminal liability for defective products: new problems in Corporatizes possibility and sanctioning, R.I.D.P, vol 32, n 1-2.
- **PATENAUDE (G)**, Le juge·l'expertise (FORENSIQUE) et le droit a une défense pleine et entière, Avancées et confins actuels des droits de l'homme aux niveaux international· Européen et national (mélange offerts a Silvio Marcus Helmons), édition BRUYLANT, Bruxelles, 2002.
- **PEROT- MOREL (M.A)**, L'extension de la protection des Marques notoires, Revue trimestrielle de droit commercial, 1966.
- **PRADEL (J)**, le nouveau code pénal français, Aperçus sur sa partie générale, R.D.P, France, 1993.
- **SAINT GALL (Y)**, Concurrence déloyale et concurrence parasitaire, Revue international de la propriété industrielle et artistique, n° 25.26, 1956.
- **THOMAS Mc CARTHY (Y)**, Trade Marks and Untair Compétition Vol 1, New York, 1973.

3/ Rapport:

- **MAGENDIE (J.C)**, Célérité et qualité de la justice, la gestion du temps dans le procès, In: rapport au garde des sceaux, ministre de la justice, 15 juin 2004.
- rapport d'information no: 2363 déposé le 8 juin 2005 par la délégation de l'Assemblée nationale pour l'Union européenne sur la lutte de l'Union européenne contre la contrefaçon et présenté par M. Marc L'affineur, député. Après avoir présenté un état des lieux de la contrefaçon et une évaluation des dispositifs communautaires et internationaux de lutte contre ce phénomène, ce rapport propose des pistes d'action pour l'avenir.
- Voire: http://www.justice.gouv.fr/art_pix/scpc_2005-3.pdf. (15/03/2017).

4/ Thèses et Mémoires:

- **ANTONIAZZI (F)**, la convention d'union de Paris et la loi fédéral sur la protection des marques de fabrique et de commerce, thèse de licence et de doctorat, faculté de droit, université de Lausanne, imprimerie réunies S.A Lausanne, 1966.
- **JATON (M)**, la protection des marques de haute renommée au regard de droit suisse, thèse de licence et de doctorat, faculté de droit, université de Lausanne, imprimerie centrale Lausanne S. A, 1961.
- **RACINE (A.J)**, les marques patronymiques et les problèmes posés par leur notoriété, thèse de doctorat, faculté de droit, université de Genève, imprimerie Hugo Berchten, 1966.
- **WYSSBORD (V)**, l'usage privé de contre façons et les sanctions pénalisent droit des marques-analyse des modification récentes, thèse de master en droit, faculté de droit de l'université de Neuchâtel-suisse, 14 novembre 2008.

5/ LOIS:

- loi n° **92/597** du 1^{er} juillet 1992 relative au **code de la propriété intellectuelle** françaises; journal officielle de la Polynésie françaises; n° 36 ; du 03 septembre 1992.
- loi n° **94/102** du 05 février relative a **la répression de la contrefaçon et modifiants certaines dispositions du code de la propriété intellectuelle françaises** ; journal officielle de la Polynésie françaises; n° 15; du 14 avril 1992.

SITES INTERNET :

- **LAPORTE-LEGEAIS (M.E)**, droit des marques et nom de domaine, 2005, disponible sur le site:
<http://eduscol.education.fr/chrgrt/marques-et-nom-de-domaine.pdf>. (28/2/2017).
- **POLITI (J.M)**, Trademarks throughout the World, Publisher: Clark Boardman Callaghan, 1979, 1999, disponible sur le site:

<https://www.abebooks.com/9780876321263/Trademarks-World-Presser-Lisa-B-0876321260/plp>.
(28/4/2017).

- **SOTIRIADIS (B.H) et LABRÉCHE (J.E) et ROBIC (R)**, droit pénal en Marques de commerce et droit d'auteur: un survol, disponible sur le site:

<http://www.robic.ca/wp-content/uploads/2017/05/160-BHS.pdf>. (2/5/2017).

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

| الموضوع | الصفحة |
|--|--------|
| شكر وتقدير | |
| إهداء | |
| قائمة المختصرات | |
| مقدمة | 01 |
| الباب الأول: أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية | 18 |
| الفصل الأول: الركن الشرعي في جريمة التعدي على العلامة التجارية | 20 |
| المبحث الأول: الأحكام العامة لمبدأ شرعية جرائم الاعتداء على العلامة التجارية | 21 |
| المطلب الأول: وجود نص سابق يجرم الفعل قبل ارتكابه | 22 |
| الفرع الأول: من حيث طبيعة النص التجريمي | 23 |
| الفقرة الأولى: التشريع كمصدر وحيد للتجريم والعقاب | 23 |
| الفقرة الثانية: الالتزامات التي يفرضها مبدأ الشرعية على المشرع عند سنه للنص التجريمي | 24 |
| الفرع الثاني: من حيث تطبيق النص العقابي | 25 |
| الفقرة الأولى: تطبيق النص العقابي من حيث الزمان | 25 |
| الفقرة الثانية: تطبيق النص العقابي من حيث المكان | 26 |
| المطلب الثاني: عدم توافر المشروعية في الفعل المرتكب | 28 |
| الفرع الأول: الاعتداء الجرمي (الإيجابي أو السلبي) نتيجة لعدم شرعيته قانوناً | 28 |
| الفقرة الأولى: الآثار والنتائج المترتبة على مبدأ الشرعية | 29 |
| الفقرة الثانية: وكذا شرعية العقوبات قاعدة مكملة لشرعية الجرائم | 30 |
| الفرع الثاني: التكييف القانوني للفعل الغير المشروع | 32 |
| الفقرة الأولى: ماهية التكييف القانوني للفعل غير المشروع | 33 |
| الفقرة الثانية: السلطات التي تملكها المحكمة بصدد وقائع الدعوى | 37 |
| المبحث الثاني: الأساس القانوني لحماية العلامة التجارية في القانون الجزائري والمقارن | 40 |
| المطلب الأول: في القانون الجزائري | 40 |

| | |
|-----|--|
| 41 | الفرع الأول: في النصوص القانونية الداخلية |
| 41 | الفقرة الأولى: في الدستور وقانون العقوبات |
| 45 | الفقرة الثانية: في القوانين الخاصة |
| 49 | الفرع الثاني: في المعاهدات والاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر |
| 51 | الفقرة الأولى: الحماية المقررة وفقا لاتفاقية باريس دستورا دوليا لتلك الحماية |
| 54 | الفقرة الثانية: الحماية المقررة وفقا لاتفاقيات ومعاهدات الأخرى |
| 59 | المطلب الثاني: في القانون المقارن |
| 60 | الفرع الأول: في الدول العربية |
| 61 | الفقرة الأولى: القانون المصري للعلامات التجارية |
| 64 | الفقرة الثانية: في التشريع الأردني |
| 66 | الفرع الثاني: تشريعات حماية العلامة التجارية في بعض الدول الغربية |
| 67 | الفقرة الأولى: في القانون الفرنسي |
| 72 | الفقرة الثانية: في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية |
| 75 | الفصل الثاني: الركن المادي في جريمة التعدي على العلامة التجارية |
| 77 | المبحث الأول: مضمون الركن المادي |
| 77 | المطلب الأول: الفعل الإيجابي والسلبي المشكّلان لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية ... |
| 78 | الفرع الأول: الأفعال الإيجابية المشكّلة للجريمة |
| 80 | الفقرة الأولى: تعريف التقليد وصوره |
| 90 | الفقرة الثانية: تقليد العلامة التجارية المشهورة |
| 94 | الفرع الثاني: السلوك السلبي |
| 95 | الفقرة الأولى: مفهوم السلوك السلبي |
| 96 | الفقرة الثانية: صور السلوك السلبي في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية ... |
| | المطلب الثاني: إشكالية عدم وضوح عناصر الركن المادي لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية |
| 100 | التجارية |
| 102 | الفرع الأول: الأساس المتعلّق بالعلامة |
| 103 | الفقرة الأولى: سلطة القاضي في تحديد حالة توافر التقليد من عدمه |
| 104 | الفقرة الثانية: القواعد التي يستند إليها القاضي في تحديد توافر التقليد من عدمه |
| 106 | الفرع الثاني: الأساس المتعلّق بالمستهلك |

| | |
|------------|---|
| 107 | الفقرة الأولى: جريمتي الخداع والغش |
| 110 | الفقرة الثانية: جريمة عرقلة مهام الرقابة |
| 111 | المبحث الثاني: إثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية |
| 114 | المطلب الأول: إثبات التقليد حسب القواعد العامة |
| 115 | الفرع الأول: الاعتراف والشهادة |
| 116 | الفقرة الأولى: الاعتراف كدليل لإثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية |
| 118 | الفقرة الثانية: الشهادة كدليل لإثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية |
| 120 | الفرع الثاني: القرائن والكتابة |
| 121 | الفقرة الأولى: إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية بالقرائن |
| 122 | الفقرة الثانية: إثبات جرائم الاعتداء على العلامة التجارية بالدليل الكتابي |
| 123 | المطلب الثاني: بعض الآليات الخاصة لإثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية |
| 123 | الفرع الأول: الإثبات بمحاضر الحجز |
| 124 | الفقرة الأولى: الحجز في إطار قانون العلامات |
| 128 | الفقرة الثانية: الحجز الذي يتم في إطار قانوني الجمارك والممارسات التجارية ... |
| 143 | الفرع الثاني: إثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية بالخبرة والمعائينات |
| 143 | الفقرة الأولى: الخبرة كوسيلة لإثبات جرائم الاعتداء على العلامات التجارية |
| 146 | الفقرة الثانية: إثبات الاعتداء على العلامة التجارية بالمعينة |
| 148 | الفصل الثالث: الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية |
| 150 | المبحث الأول: العلم |
| | المطلب الأول: الحق المعتدى عليه وخطورة الفعل المرتكب على مصلحة صاحب العلامة |
| 151 | المحمية قانونا |
| 152 | الفرع الأول: الحق المعتدى عليه |
| 152 | الفقرة الأولى: الطائفة الأولى |
| 155 | الفقرة الثانية: الطائفة الثانية |
| 156 | الفرع الثاني: خطورة الفعل المرتكب على مصلحة صاحب العلامة المحمية قانونا |
| 157 | الفقرة الأولى: وجوب علم الجاني بخطورة فعله أساس قيام المسؤولية |
| 158 | الفقرة ثانية: الوقائع التي لا يؤثر الجهل بها على القصد الجنائي |
| | المطلب الثاني: ضرورة العلم بمكان وزمان ارتكاب الفعل وتوقع نتيجة الفعل المسيء |

- 158 لمصالح صاحب العلامة
- 158 الفرع الأول: ضرورة العلم بمكان وزمان ارتكاب الفعل
- 158 الفقرة الأولى: قاعدة العلم بمكان وزمان وقوع الفعل الجرمي كأصل عام
- 159 الفقرة الثانية: الاستثناء الوارد على القاعدة
- 159 الفرع الثاني: توقع نتيجة الفعل المسمى لمصالح صاحب العلامة
- 159 الفقرة الأولى: وجوب توافر القصد الجنائي في توقع النتيجة
- 161 الفقرة الثانية: صعوبة إثبات وقوع الاعتداء على العلامة التجارية
- 163 **المبحث الثاني: وجوب أن تتوجه الإرادة إلى ارتكاب الجريمة**
- 164 **المطلب الأول: نطاق الإرادة في مجال القصد الجنائي**
- 165 الفرع الأول: نظرية الإرادة
- 166 الفقرة الأولى: مضمون الإرادة عند أصحاب هذه النظرية
- 166 الفقرة الثانية: مبررات هذه النظرية
- 166 الفرع الثاني: نظرية العلم
- 167 الفقرة الأولى: مضمون الإرادة عند نظرية العلم
- 168 الفقرة الثانية: الانتقادات الموجهة لنظرية العلم
- 168 **المطلب الثاني: القصد الجنائي والوقائع التي لا يؤثر العلم بها في تحققه**
- 168 الفرع الأول: القصد الجنائي
- 169 الفقرة الأولى: مفهوم القصد العام
- 169 الفقرة الثانية: صور القصد الجنائي
- 172 الفرع الثاني: الوقائع التي لا يؤثر الجهل بها في القصد الجنائي
- 172 الفقرة الأولى: جهل الجاني بحالته الشخصية التي تتطلب تشديد العقوبة وبأنه أهل لتحمل المسؤولية
- 173 الفقرة الثانية: الجهل بالقانون أو الغلط فيه
- 175 الباب الثاني: القواعد الإجرائية الخاصة بالمتابعة والجزاء في جرائم التعدي على العلامة التجارية ...**
- 177 الفصل الأول: الأساس النظري والشروط الشكلية والموضوعية لصحة المتابعة**
- المبحث الأول: الأساس النظري والقانوني لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على حقوق
- 178 العلامات التجارية
- المطلب الأول: الأسس النظرية لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على حقوق العلامات

| | |
|-----|---|
| 179 | التجارية |
| | الفرع الأول: النظريتين المعتمدتين كأساس لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على |
| 179 | العلامة |
| 180 | الفقرة الأولى: نظرية الإثراء بلا سبب |
| 182 | الفقرة الثانية: نظرية الحقوق الشخصية |
| 183 | الفرع الثاني: مخالفة قواعد المنافسة الشريفة كأساس لصحة المتابعة |
| 185 | الفقرة الأولى: مفهوم مخالفة قواعد المنافسة الشريفة |
| | الفقرة الثانية: مدى إمكانية الأخذ بها كأساس للمتابعة في جرائم الاعتداء على |
| 187 | العلامة |
| 189 | المطلب الثاني: الأساس القانوني لاكتساب ملكية العلامة التجارية |
| 189 | الفرع الأول: النظامين الأساسيين المعتمدين في ثبوت ملكية العلامة التجارية |
| 190 | الفقرة الأولى: ثبوت ملكية العلامة التجارية وفق نظام أسبقية الاستعمال |
| 191 | الفقرة الثانية: ثبوت ملكية العلامة التجارية وفقا لنظام أسبقية التسجيل |
| 193 | الفرع الثاني: النظام المختلط كمعيار لثبوت ملكية العلامة التجارية |
| 193 | الفقرة الأولى: مضمون النظام المختلط |
| 194 | الفقرة الثانية: مدى أخذ بعض التشريعات بالنظام المختلط |
| | المبحث الثاني: الشروط الشكلية والموضوعية لصحة المتابعة في جرائم الاعتداء على |
| 196 | العلامة التجارية |
| 197 | المطلب الأول: الشروط الشكلية لإضفاء الحماية اللازمة على العلامة التجارية |
| 198 | الفرع الأول: الإيــــــــــــداع |
| 198 | الفقرة الأولى: الإجراءات المتبعة عند تقديم الطلب |
| 199 | الفقرة الثانية: الإجراءات المعمول بها بعد تقديم الطلب |
| 200 | الفرع الثاني: تسجيل العلامة التجارية |
| 201 | الفقرة الأولى: تعريف تسجيل العلامة التجارية وأهميته |
| 206 | الفقرة الثانية: آثار التسجيل |
| 209 | المطلب الثاني: الشروط الموضوعية لإضفاء الحماية اللازمة على العلامة التجارية |
| 209 | الفرع الأول: شرطي الشهرة والتميز |
| 209 | الفقرة الأولى: شرط الشهرة |

- 210 الفقرة الثانية: شرط التميّز
- 212 الفرع الثاني: شرطي الجِدّة والمشروعية
- 212 الفقرة الأولى: شرط الجِدّة
- 216 الفقرة الثانية: شرط المشروعية
- 217 الفصل الثاني: إجراءات المتابعة الجزائية**
- 218 المبحث الأول: تحريك الدعوى العمومية في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية
- المطلب الأول: المالك المباشر للحق في تحريك الدعوى العمومية في جريمة الاعتداء على
- 221 العلامة التجارية
- 222 الفرع الأول: حق مالك العلامة التجارية والمتنازل له في تحريك الدعوى العمومية
- 223 الفقرة الأولى: حق مالك العلامة التجارية في تحريك الدعوى العمومية
- 225 الفقرة الثانية: المتنازل له على الحق في العلامة
- 226 الفرع الثاني: المصرّح له باستعمال العلامة التجارية
- 226 الفقرة الأولى: التعريف بالمصرّح له باستعمال العلامة التجارية
- 227 الفقرة الثانية: نطاق حق المصرّح له في تحريك الدعوى العمومية
- 228 المطلب الثاني: الجهات الأخرى التي يمكنها تحريك الدعوى العمومية
- 228 الفرع الأول: نقابة العمال
- 229 الفقرة الأولى: التعريف بنقابة العمال
- الفقرة الثانية: ممارسة النقابات العمالية لحق التقاضي في جريمة الاعتداء على
- 230 العلامة التجارية
- 231 الفرع الثاني: المستهلكون وجمعية حماية المستهلك
- 232 الفقرة الأولى: المستهلكون
- 233 الفقرة الثانية: جمعيات حماية المستهلك
- 237 المبحث الثاني: مباشرة الدعوى العمومية والجهة المختصة بالنظر فيها
- 238 المطلب الأول: مباشرة الدعوى العمومية
- 239 الفرع الأول: مباشرة الدعوى العمومية على الأشخاص الطبيعية
- 240 الفقرة الأولى: تحديد الأشخاص الطبيعية الذين تباشر ضدّهم الدعوى العمومية ..
- 241 الفقرة الثانية: متابعة الشريك في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية

- 244 الفرع الثاني: مباشرة الدعوى العمومية على الأشخاص المعنوية
- 244 الفقرة الأولى: فكرة المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي
- 247 الفقرة الثانية: شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي
- المطلب الثاني:** المحكمة المختصة بالنظر في الدعوى الجزائية المتعلقة بالاعتداء على حقوق
- 248 العلامة التجارية
- 249 الفرع الأول: الاختصاص النوعي
- 249 الفقرة الأولى: تحديد الاختصاص النوعي وفقا للقواعد العامة في التشريع الجزائري
- 251 الفقرة الثانية: تحديد الاختصاص النوعي في بعض التشريعات المقارنة
- 251 الفرع الثاني: الاختصاص المحلي
- 251 الفقرة الأولى: في التشريع الجزائري
- 253 الفقرة الثانية: في التشريع المقارن
- 255 الفصل الثالث: قمع الجرائم الماسة بالعلامات التجارية**
- 257 المبحث الأول: العقوبات المطبقة على الشخص الطبيعي
- 259 المطلب الأول: العقوبات الأصلية
- 259 الفرع الأول: الحبس
- 260 الفقرة الأولى: موقف المشرع الجزائري من عقوبة الحبس
- 261 الفقرة الثانية: مواقف التشريعات المقارنة من عقوبة الحبس
- 263 الفرع الثاني: الغرامة
- 263 الفقرة الأولى: مدى أخذ المشرع الجزائري بالغرامة كعقوبة أصلية
- 267 الفقرة الثانية: موقف التشريعات المقارنة من الغرامة كعقوبة أصلية
- المطلب الثاني:** العقوبات التكميلية
- 269 الفرع الأول: عقوبات المصادرة وإتلاف السلع المقلدة
- 271 الفقرة الأولى: المصادرة
- 273 الفقرة الثانية: إتلاف السلع المغشوشة والمقلدة
- 276 الفرع الثاني: النشر والحرمان من حق الانتخاب المتعلق بالمهنة
- 276 الفقرة الأولى: عقوبة نشر الحكم أو القرار القاضي بالإدانة
- 278 الفقرة الثانية: الحرمان من حق الانتخاب المتعلق بالمهنة
- 279 المبحث الثاني: العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي

| | |
|-----|--|
| 279 | المطلب الأول: عقوبات تطبّق في مواجهة السلع المخالفة والمغشوشة أو المقلدة |
| 280 | الفرع الأول: المصادرة والوضع تحت الحراسة القضائية |
| 280 | الفقرة الأولى: المصادرة |
| 281 | الفقرة الثانية: الحراسة القضائية |
| 282 | الفرع الثاني: الحجز |
| 283 | الفقرة الأولى: الحجز العيني |
| 284 | الفقرة الثانية: الحجز الاعتباري |
| | المطلب الثاني: العقوبات ذات الأثر المالي والمعنوي المطبقة على الشخص المعنوي |
| 292 | المخالف |
| 293 | الفرع الأول: العقوبات ذات الأثر المالي |
| 293 | الفقرة الأولى: الغرامة |
| 296 | الفقرة الثانية: الغلق والحل |
| 298 | الفرع الثاني: العقوبات الماسة بسمعة الشخص المعنوي ومستقبله التجاري أو المهني . |
| 299 | الفقرة الأولى: العقوبات الماسة بسمعة الشخص المعنوي |
| 300 | الفقرة الثانية: العقوبات الماسة بالمستقبل التجاري أو المهني للشخص المعنوي .. |
| 305 | خاتمة |
| 313 | قائمة المراجع |
| 329 | فهرس الموضوعات |
| | ملخص باللغة العربية. |
| | ملخص باللغة الفرنسية. |

الملخص

تلعب العلامة التجارية دورا كبيرا في تحقيق العدالة بين المشتغلين في قطاع التجارة والصناعة والخدمات لنيل ثقة جمهور المستهلكين، من خلال الحرص على تحسين منتجاتهم وبضائعهم وخدماتهم، قصد كسب الشهرة المأمولة، وإنجاح مشاريعهم الاقتصادية، نظرا لقدرة العلامة التجارية التسويقية، فضلا عن دورها في حماية المستهلك من مختلف صور الغش والاحتيال، خاصة مع ازدياد عمليات الاعتداء عليها سعيا للثراء الفاحش والسريع، باستغلال مفرزات عولمة الاقتصاد وتطور التجارة الدولية، ومختلف الفراغات القانونية والثغرات الإدارية. لكن أمام كل تلك الأهمية، وفي مواجهة تلك التهديدات نتساءل ما هي مختلف صور الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري والمقارن؟ وهل تلك الحماية كافية للحد من مختلف صور التعدي على العلامات التجارية؟

وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا الدراسة إلى بابين تناولنا في الباب الأول أركان جريمة التعدي على حقوق العلامة التجارية، أما الباب الثاني فخصصناه لدراسة مختلف الضوابط والقواعد الإجرائية الخاصة بالمتابعة والجزاء.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، تقليد، تزوير، محاكاة العلامة، عقوبات أصلية، عقوبات تكميلية.

Résumé

La marque représente (joue) un rôle majeur dans la réalisation de la justice chez les travailleurs dans le commerce, le secteur de l'industrie et des services; pour acquérir la confiance du public des consommateurs, en veillant à l'amélioration de leurs produits et de leurs marchandises et services, afin d'atteindre la célébrité désirée, et le succès des projets économiques, en raison de la capacité de commercialisation de la marque, ainsi que son rôle dans la protection des consommateurs des diverses formes de fraude, en particulier avec les opérations accrues de l'assaut à la poursuite de la richesse se obscène et rapide, en tirant parti de la mondialisation de l'économie et le développement du commerce international, et divers lacunes juridiques et administratifs. mais par rapport à cette importance et face à ces menaces, Quelles sont les formes de la protection pénales des marques dans la législation algérienne et comparative? Et si cette protection est suffisante, pour réduire les diverses formes de contrefaçon de marque?

Afin de répondre à la problématique à portée de main, nous avons divisé l'étude en deux sections que nous avons traitées dans la première partie : les éléments de l'infraction de porter atteinte aux droits de la marque ; tant que la deuxième partie porte l'étude de diverses disciplines et règles de procédure concernant le suivi et la sanction.

Mots-clés: marque, la contrefaçon, les faux, marque de simulation, les peines principales, les peines complémentaires.

Abstract

The trademark plays a significant role in the realization of justice among persons employed in the sectors of trade, industry and services, to gain the confidence of the public consumers, by ensuring that their products, merchandise and services are improved, in order to achieve fame, hope and success of the economy projects, due to the ability of the marketing trade mark. Furthermore, the trademark has an important place in the protection of the consumer against all kinds of fraud, especially in the regard to the increase of different forms of infringements on it through the exploitation.

Of the outcomes of the globalization of the economy and the development of the international trade on the one hand and the legal and administrative gaps on the other hand, in order to reach a fast and enormous wealth. So, in the face of all these threats, we wonder: what is the penal protection of the trademark in the Algerian legislation and comparative law? and is this protection sufficient to reduce the different types of infringement on the trademark?

On the purpose to answer to the problem posed, the study is divided in two parts :

The part I deals with the elements of the crime of infringement on the rights of the trademark.

The part II examines the different standards and legal proceeding related to the prosecution and punishment against the infringer.

Keywords : the trademark, counterfeit, forgery, simulation of the mark, principal penalties, additional penalties.