

حماية المستهلك في ظل قانون العلامات

تاريخ القبول النهائي: 16 مارس 2017

الدكتورة زواوي الكاهنة

أستاذة محاضرة "ب"

drelkahina@gmail.com

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

تاريخ استلام المقال: 01 مارس 2017

الدكتور كحول وليد

أستاذ محاضر "ب"

mkehoulwalid@yahoo.fr

جامعة الإخوة منتوري قسنطينة



الملتقى الدولي السابع عشر حول: "الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"

المنعقد يومي 11/10 أفريل 2017

من طرف مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة

ومخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع

قسم الحقوق - كلية الحقوق والعلوم السياسية -

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

الملخص:

تصدت الكثير من الأبحاث لموضوع حماية المستهلك من خلال الأحكام القانونية التي سنها المشرع الجزائري سواء ضمن القانون المدني أو ضمن قانون حماية المستهلك، أو غيرها، حيث تم ضبط القواعد التي تحكم سلوك المستهلك وتحدد حقوقه وواجباته، إلا أنه لم يتسنى ضبط العلاقة بين المستهلك وتشريعات الملكية الفكرية عموماً، ما دفعنا لنخص بالدراسة الحماية المقررة للمستهلك ضمن قانون العلامات، باعتبار الأخير العنصر الأكثر ارتباطاً بالمستهلك في مختلف نواحي حياته، فكان لزاماً علينا أن نسلط الضوء على الضمانات التي كرسها قانون العلامات لحماية المستهلك والآليات التي يمكن أن يتبعها من أجل تعزيز الحماية المقررة له.

Résumé:

De nombreuses études ont porté sur "la protection du consommateur" et ce, en référence au code civil et au code du consommateur, tels établis par le législateur Algérien. C'est à ce titre qu'ont été définies clairement les bases du comportement que doit avoir le consommateur ainsi que ses droits et devoirs. Il s'avère toutefois difficile, en général de maîtriser le lien entre le consommateur et les lois sensées protéger sa créativité. C'est à ce titre, que nous avons été amené à traiter ce qui est du ressort de la protection du consommateur à travers le droit de la marque (label) qui de notre point de vue constitue l'élément essentiel protégeant ses activités. Il nous apparaît inéluctable de mettre en évidence et avec clarté d'une part les assurances mises en place par le législateur quant au code de la marque en vue de protéger le consommateur ainsi que les dispositions à suivre pour sa protection d'autre part.



مقدمة:

لقد ظهرت بوادر حقوق الملكية الصناعية خلال العصور الوسطى، على إثر ظهور الثورة الصناعية، وأهم ما ظهر آنذاك، اتخاذ التجار والمنتجين رموزا لتمييز منتجاتهم عن منتجات منافسيهم، وفي بداية القرن الخامس عشر ظهرت هذه الحقوق بحماية المخترعات في ظل قانون البندقية الصادر عام 1474، وتأكد وجودها وبرزت نظمها القانونية في منتصف القرن التاسع عشر حين بدأ التطور التكنولوجي والعلمي.

غير أن الاهتمام الحقيقي بحماية حقوق الملكية الصناعية، أتى في إطار إبرام اتفاقية باريس 1883 المعدلة والمنقحة، ولا يخفى أن اتفاقية التريبس في شأن حماية حقوق الملكية الصناعية جاءت بناء على اتفاقية باريس دون الإخلال بها.

وتلعب حقوق الملكية الصناعية عموما دورا معتبرا في عالم التجارة، ويمكن أن تكون عنصرا جوهريا في الذمة المالية للتاجر، وتشمل عناصر الملكية الصناعية كل من الاختراعات والرسوم والنماذج الصناعية وتصاميم الدوائر المتكاملة، وعلامات الخدمة والسلع وتسميات المنشأ، فتجد أن البعض من هذه الحقوق يتعلق بابتكارات جديدة، في مقدمتها براءات الاختراع، بينما البعض الآخر يرمي إلى تمييز المنتجات أو الخدمات عن بعضها، كما هو الشأن بالنسبة للعلامات.

وتعتبر العلامات من أهم الوسائل التي تحقق للتجار وأصحاب المشاريع ما يصبون إليه من تميز وريح، وتضمن لسلعهم وخدماتهم رواجا واسعا، تتمثل في القدرة على الوصول إلى علم المستهلكين بهذه المنتجات وإقبالهم عليها، الأمر الذي يعني أن يكون لهؤلاء المستهلكين إمكانية التمييز بين الجيد والسيء من المنتجات، وهذا ما يدعو التجار والصناع وأصحاب المشاريع إلى بذل الجهد الكبير من أجل تحسين ما ينتجونه، ووضعه في شكل خاص يميزه عن غيره من المنتجات المماثلة لها.

ويتم تمييز تلك السلع والخدمات المختلفة، متى قام التجار والمستثمرين باختيار شعار خاص لما يعرضونه في السوق، فيكون علامة حكرا على منتجاتهم، وبالتالي يمكن التفريق بين منتجات كل تاجر عن غيرها المماثلة لها، حتى تصبح تلك العلامة العنوان الذي يقصده المستهلك الذي يبحث عن الجودة والتنوعية التي اقترنت بالمنتجات التي تحمل تلك العلامة.

وكانت العلامة شأنها شأن العناصر المعنوية للمحل التجاري تهدف إلى تمييز سلع التاجر وخدماته عن غيرها، فتسهل للمستهلك معرفة السلع أو الخدمات بمجرد النظر إلى

علامتها، التي تحدث في نفسه مقدار جودتها ومدى ملائمتها، حسب ما تعود عليها، إذا كان قد سبق له اقتناؤها أو قرأ عن مواصفاتها ومميزاتها بإحدى النشرات أو الإعلانات. ولذلك أولت المشروعات الاقتصادية اهتماما بالغا بالعلامة، لأنها أصبحت تدرك بأن العلامة المميّزة هي الوسيلة التي تمكن المؤسسة الاقتصادية من جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، ومن تم الزيادة في حجم المبيعات، بالإضافة إلى تحقيق المكانة المناسبة في السوق ولدى جمهور المستهلكين، بما يرتبط بتلك العلامة من مواصفات وخصائص، تجعلها مميّزة في ذاتها منافسة لغيرها.

وفي الوقت الراهن اكتسبت العلامات أهمية كبيرة، لما أصبحت تضيد به جمهور المستهلكين من سهولة التعرف على رغباتهم في السلع والمنتجات التي يفضلونها من جهة، وهي من جهة أخرى تخدم المنتج أو التاجر ذاته الذي يقوم بإنتاج أو بيع هذه المنتجات التي تحمل العلامة، حيث يتمكن من إبراز خصائص منتجاته، وما تتصف به من صفات تميزها عن غيرها من مثيلاتها.

إن هذا النمو الاقتصادي لم يكن بمعزل عن المجتمع ككل، فكان له التأثير الإيجابي أو السلبي عليه من خلال التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر على المستهلك، بحيث ارتبطت قوانين الملكية الفكرية عموما وقوانين الملكية الصناعية خصوصا بالتجارة، فأصبح لها مدلول تجاري، تنعكس على المستهلك بصورة إيجابية وسلبية في نفس الوقت، وهذا ما يجعل من ازدهار هذه القوانين له الأثر الإيجابي على المستهلك، ويجعل من أي تعد على حقوق الملكية الفكرية بالتقليد يساهم إلى حد كبير في الإضرار بالمستهلك، أو بتعبير آخر يشكل ذلك التعدي تعد على المستهلك نفسه.

لذلك فقد سعت معظم الدول إلى إدراج حقوق الملكية الصناعية ضمن القوانين الوطنية، فقامت بسن التشريعات التي تكفل وتصون هذه الحقوق من الضياع والانتهاك أو التعدي، كما رافق ذلك اهتمام دولي تمثل بإبرام العديد من الاتفاقيات الدولية المنظمة لحماية هذه الحقوق في إطار دولي محكم يضمن حماية فعالة لها.

ولما حظيت العلامة بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، ولما كان هناك تنافس بين المنتجين والتجار، أصبح هناك من يقلد أو يستخدم علامة غيره، من أجل الوصول إلى ترويج سريع لسلعه أو خدماته في السوق، منتهكا الحقوق التي خولها القانون لمالك العلامة، ضاربا باستقرار النشاط التجاري ومهددا لسلامة جمهور المستهلكين.

وعليه فالاعتداء على العلامة (تجارية كانت أو صناعية، أو خدمية)، سواء بتقليدها أو تزييفها أو بأي شكل من أشكال التعدي عليها، يشكل فعلا ضارا بالنسبة لمالك العلامة، وللمستهلكين، وكذلك بالنسبة للدولة، فمن جهة يسيء لمالك العلامة من خلال الخسارة التي تلحقه عند عرض سلعه وخدماته، كما أنه يسيء للمستهلك لأن التقليد سوف يغير من جودة السلع وخاصة في مجال الصناعات الغذائية أو الدوائية، مما يشكل خطرا على الصحة العامة، ووجود التقليد أو التزييف للعلامات يؤدي كذلك للإضعاف من فرص الاستثمار وخاصة الأجنبية منها.

إن المتتبع لقوانين الملكية الصناعية يرى بأنها تحتوي على العديد من المبادئ الموزعة على مواد قانونية تهتم بصفة مباشرة أو غير مباشرة بحماية المستهلك. فنجد هذه التشريعات ارتبطت بالقانون المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية⁽¹⁾ من خلال منع هذا الأخير كل شخص محكوم عليه بالمتاجرة بمواد وسلع تلحق أضرار جسيمة بصحة المستهلك من الاستفادة من سجل تجاري، ومعلوم أن السلع المقلدة تدخل ضمن هذه المواد المضرّة بصحة المستهلك.

كما ارتبطت مسألة حماية المستهلك بالقانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال اعتبار هذا الأخير تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك⁽²⁾.

وبإطلاع سريع على قانون العلامات نجد أن المشرع الجزائري جعل من أسباب رفض تسجيل علامة معينة أن تكون من الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع أو الخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها⁽³⁾.

(1) المادة 08 من القانون رقم 08/04 المؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الجريدة الرسمية الصادرة في 18 أوت 2004، عدد 52.

(2) المادة 27 من القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جويلية 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية الصادرة في 27 جويلية 2004، عدد 41.

(3) المادة 07 من الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 جويلية 2003، عدد 44.

وعليه، وانطلاقاً مما سبق، ولوجود علاقة بين تشريعات الملكية الصناعية عموماً، وقانون العلامات خصوصاً بالمستهلك، ولأهمية الأساس القانوني لهذه العلاقة، أردنا أن نسلط الضوء على الضمانات التي كرسها قانون العلامات لحماية المستهلك والآليات التي يمكن أن يتبعها من أجل تعزيز الحماية المقرر له وفقاً للقواعد العامة، وهذا ما جعلنا نطرح التساؤل التالي: ما هي القواعد والآليات التي أرساها المشرع الجزائري في قانون العلامات من أجل حماية المستهلك وما مدى فعاليتها؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية ارتأينا أن نقسم دراستنا إلى مبحثين، نتناول من خلال المبحث الأول ضمانات حماية المستهلك في قانون العلامات، حيث نبين من خلاله الشروط الموضوعية والشكلية التي ألزمها المشرع في الرم أو الشارء التي تصلح لأن تكون علامة توسم بها السلع والخدمات الموجهة للمستهلك، وهذا في مطلب أول، أما المطلب الثاني فسيتضمن جميع الالتزامات التي فرضها قانون العلامات على أصحابها من أجل استخدام آمن وواضح لعلاماتهم بعيد عن تضليل المستهلك أو تغليظه.

أما المبحث الثاني من الدراسة فخصصناه لإبراز وسائل الحماية التي نص عليها قانون العلامات من أجل حماية وقاية المستهلك وحمايته من خطر العلامات المقلدة.

المبحث الأول: ضمانات حماية المستهلك في قانون العلامات

حتى يحظى المستهلك باستغلال آمن للسلع والخدمات، يجب أن تكون هذه الأخير أصلية، ولا تكون كذلك إلا إذا اقترنت بحقوق الملكية الفكرية بشكل عام، ومن تم تكون لهذه الأخيرة الحماية القانونية، وهذه الحماية لا يمكن منحها إلا بعد توافر مجموعة من الشروط القانونية المطلوبة في كل عنصر من عناصر الملكية الفكرية والصناعية، إذن فهذه العلاقة المتعدية يجب أن تبتدئ بحماية حقوق الملكية الفكرية عموماً، فلضمان سلامة المستهلك من السلع المقلدة، يجب في البداية إخضاع العلامات لنظام قانوني يحدد شروط وكيفيات استعمال تلك العلامات وينظمها بشكل يحفظ أمن وسلامة المستهلك إلى جانب حماية مصالح الأطراف الأخرى.

المطلب الأول: الشروط الواجب توافرها في العلامة حتى تضمن حماية للمستهلك ولما كانت العلامة تلعب دوراً هاماً في الوصول إلى مصدر السلعة أو الخدمة، وتشكل عنواناً لتعريف المستهلك بنوعية وجود السلعة أو الخدمة التي اعتادها في كل ما له صلة وعلاقة بالعلامة التي أئف أن يتعامل معها، كان لزاماً علينا في البداية أن نتناول الشروط

الواجب توافرها في العلامة حتى يعترف لها القانون بالحماية، ومن ثم تشكل ضمانات منحها المشرع للمستهلك في سبيل اقتنائه لمنتجات سليمة وأصلية، لكن قبل ذلك سنقوم بإعطاء تعريف للعلامة يكون شاملاً لأهم خصائصها من خلال الفرعين التاليين.

الفرع الأول: تعريف العلامة

أصبحت العلامة المميّزة وسيلة لجذب العملاء أصبحت العلامة المميّزة وسيلة لجذب العملاء وجمهور المستهلكين، بما تؤديه لهم من تسهيل في التعرف على ما يفضلونه من سلع وخدمات. فما هي هذه العلامة وما هي الشروط الواجب توافرها فيها حتى تحظى بالحماية القانونية؟

أولاً: تعريف العلامة في التشريع الجزائري:

تطرقت العديد من التشريعات ومنها التشريع الجزائري إلى مسألة تعريف العلامة، وإبراز مميزات، وتبيان الشروط الواجب توافرها فيها حتى يصبح مودع هذه العلامة مالكا لها.

ولقد جاء المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 06/03⁽¹⁾ بتعريف للعلامة حيث جاء فيها ما يلي: "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميّزة للسلع أو توبيخها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

وهذا ما نجده في التعريف الذي أورده المشرع الفرنسي في المادة الأولى من القانون الصادر في 1991/01/04، المتعلق بالعلامات، حيث عرف العلامة على أنها: "علامة الصنع، أو التجارة، أو الخدمة، هي رمز قابل للتمثيل الخطي، تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما، طبيعي كان أو معنوي"⁽²⁾.

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

(1) الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.

(2) Albert Chavanne et Claudine Salomon, (Marque de fabrique de commerce ou de service), *Encyclopédie juridique*, Dalloz, Paris, 2003, P 02.

من خلال هذين التعريفين المتشابهين، نصل للقول بأن كل من المشرعين الفرنسي والجزائري، أرادا أن يبينوا أن الرموز التي تصلح أن تكون علامة، هي تلك التي يمكن تمثيلها خطيا والتي يمكنها تمييز السلع والخدمات المتماثلة عن بعضها، حتى لا يقع المستهلك في لبس أو خطأ عندما تعرض عليه تلك السلع أو الخدمات.

ثانيا: تعريف العلامة في الفقه:

بالرجوع إلى التعريفات التي جاء بها الفقه، نجدها تدور حول معنى واحد، حيث يعرفها الأستاذ جاك أزيما Jacques Azéma بأنها " كل إشارة توضع على منتجات أو خدمات مؤسسة قصد تمييزها عن تلك المنافسة لها"⁽¹⁾.

وتعرفها الدكتورة سميحة القليوبي، على أنها " إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"⁽²⁾.

وعرفها الدكتور محمد حستين على أنها " كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو المشروع فردا كان أو شركة خاصة أو عامة شعارا لبضائعه أو خدماته التي يؤديها تمييزا لها عن مثيلاتها"⁽³⁾.

وعلى ضوء ما تقدم، يمكننا القول بأن العلامة هي عبارة عن إشارة أو رمز يمكن تمثيله في تخطيط (Représentation graphique)، ويكون قادرا على تمييز وتفريق سلع أو خدمات شخص ما، عن غيرها المماثلة لها.

الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها في العلامة

يشترط القانون لصحة العلامة ضرورة توافر جملة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها، وجملة من الشروط الشكلية التي تضي على العلامة طابعا رسميا، أي جعلها في قالب معترف به قانونا، وبالتالي تستفيد من الحماية القانونية الكاملة، ولهذا أهمية كبيرة في حماية المستهلك من الغش والتضليل، إذ يساعده ذلك في اقتناء منتج أصلي وليس مقلد.

(1) نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، مذكره لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002/2001، ص 07.

(2) سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، دون سنة نشر، ص 220.

(3) محمد حستين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 198.

أولاً: الشروط الموضوعية للعلامة:

هذه الشروط الموضوعية تتعلق بموضوع العلامة في حد ذاتها، وهي:

1- أن تكون العلامة مميزة؛

لكي تستفيد العلامة من الحماية القانونية يجب أن تكون مميزة عن غيرها، والأحكام القانونية في هذا الصدد صريحة، إذ تنص المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، على: "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره". فهي تشترط أن تكون جميع تلك السمات قادرة على تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها. والقانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة، لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئاً أصيلاً، مبتكراً لم يكن موجوداً من قبل، وإنما أن تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات⁽¹⁾، لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين.

2- أن تكون العلامة جديدة؛

لا يكفي أن تكون العلامة مميزة، بل يجب أن تكون جديدة أيضاً؛ صحيح أن المشرع لم يشترط ذلك صراحة في الأمر المتعلق بالعلامات، ولكن يمكن أن نستشف ذلك من خلال المادة السابعة فقرة 09 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، والتي تنص على أنه: "تستثنى من التسجيل... (9) - الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل"، أي أنه بمفهوم المخالفة، يتم تسجيل الرموز غير المطابقة ولا المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل، بمعنى أنه لا يقبل بعلامة ليست جديدة عن تلك التي تم إيداع طلب تسجيلها، ومن باب أولى تلك التي تم تسجيلها والتي تتمتع بحماية قانونية.

فالجدد نسبية في مجال العلامات، والمقصود هنا ليس الجدد في إنشاء أو خلق العلامة وابتكارها، كما هو الشأن في مجال براءات الاختراع، وكذلك الرسوم والنماذج الصناعية، لكن الجدد المطلوبة هنا هي الجدد في الاستعمال، والتي يجب أن تمنع اللبس والتضليل بالنسبة للمستهلكين⁽²⁾.

(1) سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون سنة نشر، ص 270.

(2) Ali Haroun, La marque au Maghreb, Algérie, Office des publications universitaires, N.D, P 72.

المهم أنه عند وضع طلب تسجيل العلامة، ألا يكون عليها أي حق من أي منافس في نفس مجال أو ميدان النشاط حتى تعتبر علامة جديدة⁽¹⁾. وتستثنى العلامات المشهورة، لأنها تخص بحماية دولية ووطنية دون أن تكون مسجلة أو مودعة.

3- أن تكون العلامة مشروعة:

لقد كان المشرع الجزائري صريحا، حينما نص في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على وضع قيود واستثناءات على العلامات التي يتم إيداع طلب تسجيلها، ومن بين الرموز التي استثناها من التسجيل، الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العام، والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيه.

إذن لا يكفي المظهر المميز للعلامة بالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوفر لها الحماية القانونية، إذ يجب أن تكون مشروعة، أي لا يجوز أن تخالف النظام العام والآداب العامة، ولا تؤدي إلى خداع الجمهور⁽²⁾.

ثانيا: الشروط الشكلية للعلامة:

إضافة للشروط الموضوعية، يجب توافر شروط شكلية، حتى تصبح العلامة متمتعة بالحق في الحماية القانونية، وتتمثل في:

1- إيداع طلب التسجيل:

يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة، ويتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أو يرسل إليه عن طريق البريد، أو بأية طريقة أخرى مناسبة تثبت الاستلام. وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع⁽³⁾.

ويجب أن يحرر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة المختصة، ويشترط أن يحتوي على بيانات إجبارية منها خاصة: اسم المودع وعنوانه، بيان السلع أو الخدمات التي

(1) Albert Chavanne, Jean Jacques burst, **droit de la propriété industrielle**, Edition Cinq, dalloz, Paris, 1998, P 270.

(2) Y. de l'Ecosais, **La marque**, www.sos-net.eu.org.

(3) المادة 04 من المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية الصادرة في 07 أوت 2005.

تنطبق عليها العلامة أو الأصناف المقابلة للتصنيف المحدد قانوناً⁽¹⁾. ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة الطلب المذكور⁽²⁾.

2- فحص الإيداع:

يلعب الإيداع دوراً مهماً في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون، فإذا كان الفحص إيجابياً من الناحيتين، يعد الإيداع مقبولاً. وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع، ساعته ومكانه، وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم. ونظراً للبيانات المدرجة فيها، تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدّة مودعين⁽³⁾.

3- التسجيل:

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في سجل خاص يمسكه المعهد، والذي تقيد فيه العلامات، وكافة العقود الأخرى التي نص عليها الأمر 06/03 سابق الذكر⁽⁴⁾.

وهنا يظهر جلياً الفرق بين التسجيل والإيداع، فالإيداع هو عملية تسليم ملف التسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حضورياً أو عن طريق البريد، أما التسجيل فهو الإجراء الذي يقوم به مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، قصد قيد العلامة في السجل الخاص الذي يمسكه المعهد، وهذا ما يجعل تاريخ الإيداع سابق لتاريخ التسجيل، غير أن المشرع الجزائري بين أن للتسجيل أثر رجعي، أي أن مدة التسجيل يبدأ حسابها من تاريخ الإيداع⁽⁵⁾، والهدف من ذلك حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيء النية. وبعد تسجيل العلامة وقيدتها في السجل، تأتي عملية النشر،

(1) فرحة زواوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2003، ص 234.

(2) المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق.

(3) فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 235.

(4) المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق.

(5) المادة 05 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

التي يتكلف بها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ويقصد بهذه العملية، شهر ايداع العلامة في المنشور الرسمي للملكية الصناعية (BOPI).

ويتضح جليا مما تقدم، أن استكمال هذه الإجراءات الشكلية يشكل ضمانا في حد ذاته للمستهلك، يوفرها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية عند فحصه للعلامة والقول إن كانت تتوافر على شروط الحماية أم لا، كما أن للنشر نفس الأهمية⁽¹⁾، تتمثل في إعلام جمهور المستهلكين بصدور علامة جديدة، وهذا يعطي الفرصة لأي شخص - وعلى الخصوص جمعية حماية المستهلك - بالمطالبة بإلغائها إذا تبين بعد ذلك أنها تضلل المستهلك كما سنبين ذلك فيما يلي.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من خلال فرض قيود والتزامات على استعمال

العلامات

باستيفاء جميع الشروط الموضوعية والشكلية للتسجيل، يصبح صاحب العلامة متمتعا بحماية قانونية لحقه في العلامة، وهو ما يخوله جملة من الحقوق عليها، لكنه مع ذلك يبقى ملزما بجملة من الالتزامات والقيود التي فرضها قانون العلامات عليه، مراعاة لمصلحة المستهلك، وإنجاحا للدور الذي وجدت لأجله العلامة.

الفرع الأول: الالتزامات المفروضة على استعمال العلامات

هناك جملة من الالتزامات التي جاء بها قانون العلامات تصب كلها في خانة ضمان حقوق المستهلك الذي يرتبط بالحق في العلامة سواء من خلال السلع التي يقتنيها، أم من خلال الخدمات التي تقدم له، فتارده يلزم المشرع الأعوان الاقتصاديين من منتجين أو تجار من وضع علامات على سلعهم أو خدماتهم المعروضة للبيع، ويشدد ي نفس الوقت على إلزامية تسجيل كل علامة يتم استخدامها.

أولا: إلزامية وسم السلع أو الخدمات بعلامة مميزة

اعتبر المشرع الجزائري وضع العلامات إلزامي على السلع والمنتجات، وذلك من خلال المادة الثالثة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات سابق الذكر، والغرض من ذلك هو إمكانية تحديد وتعيين صاحب السلعة (صانعا أو منتجها) بسهولة، وبالتالي إمكانية متابعته في حالة ما تسببت سلعه ومنتجاته في إحداث ضرر بالمستهلك جراء استعمالها، كما أن هذا

(1) حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي القانونية، الطبعة الأولى، 2012، ص 234.

الإلزام ينطبق على علامة الخدمة، وأكد الزاميتها في المادة الثالثة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني"، وذلك من أجل الحفاظ على مصلحة المستهلكين وسط التنافس الحاد الذي يشهده ميدان الخدمات، وهذا ما كان اختياريا بمقتضى الأمر 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية⁽¹⁾.

ثانيا: إلزامية تسجيل كل علامة مستعملة

إذا كان المشرع الجزائري من خلال قانون العلامات قد ألزم وسم السلع والخدمات بعلامات تميزها عن ما يماثلها في السوق، حماية للمستهلك من وقوعه في الخلط والتضليل، فإنه لم يتوقف عند هذا الحد، بل جعل كل من يقوم باستخدام علامة غير مسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية فعلا مجرما يعاقب عليه بموجب المادة 33 من الأمر المتعلق بالعلامات⁽²⁾.

وعليه، فلا يمكن لأي متعامل اقتصادي أن يستعمل أي علامة لسلع أو خدمات عبر أنحاء التراب الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية⁽³⁾.

ثالثا: الالتزام بالاستعمال الجدي للعلامات المسجلة

إذا لم يقم مالك العلامة المسجلة باستعمال هذه العلامة استعمالا جديا لمدة تزيد عن ثلاث (03) سنوات متتالية، أي دون انقطاع، ترتب عن ذلك إبطالها، وبالتالي سقوط حقه في العلامة، إلا إذا قدم مالك العلامة مبررا قبل انتهاء هذا الأجل⁽⁴⁾. والاستعمال الجدي للعلامة يجب أن لا يكون استعمالا رمزيا فقط، بل يجب أن يكون استعمالا يجسد الوظيفة الأساسية للعلامة، التي تضمن للمستهلك التعريف بحقيقة السلع أو الخدمات، وبالتالي القدرة على التمييز دون أي لبس بين تلك السلع أو الخدمات وغيرها التي تتشابه معها⁽⁵⁾.

(1) الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، مرجع سابق.

(2) المادة 33 فقره 02 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

(3) المادة 04 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

(4) المادة 11 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

(5) Sylviane Durrande, **Droit des marque**, Recueil DALLOZ, N° 03, 06 novembre 2003, P 2691.

وبالتالي فالاستعمال الجدي للعلامة التزام إجباري يقع على عاتق كل من يعرض سلع أو خدمات، خاصة وأن العلامة تعتبر وسيلة لإعلام المستهلك، كما أن غرض المشرع في فرض الاستعمال الجدي للعلامات هو حماية للمنافسة المشروعة من جهة، وحماية للمستهلك من التضليل من جهة أخرى.

الفرع الثاني: العلامات التي يحظر تسجيلها حماية للمستهلك

لقد حضر المشرع الجزائري تسجيل بعض العلامات حماية للمستهلك، ذلك أن استثناءها من التسجيل نابع أساسا من مخالفتها للنظام العام أو الآداب العامة، وأيضا تلك التي لا يمكن الاعتماد عليها في تمييز السلع أو الخدمات عن ما يماثلها، أو تلك التي يمكن أن تحدث اللبس أو الخلط في ذهن المستهلك حول جودة أو مصدر السلعة.

أولا: العلامات الممنوعة

تناولت الفقرات 1، 2، 3، 4 و5 من المادة 07 من الأمر 06/03⁽¹⁾ حالات تكون الرموز فيها ممنوعة أو محظورة، وبالتالي يرفض المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تسجيلها، فيرفض تسجيل العلامة إذا كانت لا تمثل أحد الأشكال المذكورة في المادة 02 فقره 01 من الأم 06/03 أي أنها لا تعد علامة، كما يرفض العلامات التي تخص الملك العام أو المجردة من صفة التمييز.

ثانيا: العلامات المضللة أو التي تثير اللبس

وصنت عليها الفقرات 6، 7، 8 و9 من المادة 07، وهي الحالات التي تكون فيها العلامة مضللة للجمهور، وقد يكون التضليل فيها يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات، كما يرفض تسجيل العلامات أو الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو اسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة أو مشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة لعلامة أو لاسم تجاري.

وكذلك يرفض تسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعاً أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبساً.

(1) المادة 07 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

وواضح مما سبق أن هذا المنع المتعلق بهذه العلامات، فيه من الضمان والحماية للمستهلك مما يغنيه عن الوقوع في الغلط واللبس، ذلك أنه يربط السلع أو الخدمات بالدول أو الشركات التي استعملت تلك العلامات بشكل أصلي، مما يجعله ينساق لاقتنائها، وهذا ما نبهت عليه كذلك اتفاقية باريس⁽¹⁾ كضمان لحماية المستهلك من الغلط والتضليل.

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك في قانون العلامات

إن المشرع الجزائري في سبيل مكافحة كل ما من شأنه المساس بالمستهلك وضع تدابير إجرائية قضائية وإدارية، تكفل في كل الأحوال بأحكام موضوعية مدنية وجنائية ذات أهمية، فنجد أنه بظاهرة التقليد وحاصرها من كل الجوانب، فتطرق إلى التدابير الحدودية لمكافحة استيراد وتصدير السلع المقلدة بهدف حماية المستهلك، إلى جانب الإجراءات التحفظية التي تسهل عملية إثبات ارتكاب عملة الاعتداء على العلامات، وكلا التدبيرين يتسمان بالاتاقية في انتظار ما ستؤول إليه المتابعات، وهذا ما سنبينه من خلال المطالبين التاليين.

المطلب الأول: التدابير المؤقتة لحماية المستهلك من السلع المقلدة

إن ارتكاب أي جريمة من الجرائم المنصوص عليها في قانون العلامات يشكل اعتداء صارخ على الحقوق الاستثنائية التي حولها المشرع الجزائري لصاحب العلامة، لكنه يؤدي أيضا إلى الإضرار بالمستهلك من خلال التلاعب بإرادته، وبعث الخلط في ذهنه بين السلع، وهذا من خلال عدم قدرته على التفرقة والتمييز بين السلع الأصلية والمقلدة، وانطلاقا من ذلك يتضح ارتباط حماية المستهلك بحماية الحق في العلامة تحت مظلة قانون العلامات، مما يجعل التدابير المؤقتة المقررة قانونا لحماية العلامات هي نفسها التدابير المقررة في قانون العلامات لحماية المستهلك.

الفرع الأول: الإجراءات التحفظية

سن المشرع الجزائري قواعد قانونية موضوعية تهدف إلى تحديد ووصف الحق وتحديد شروط حمايته، لكن هذه القواعد لا تكفي لحماية الحق في العلامة من الاعتداء

(1) الأمر 02/75 المؤرخ في 09 يناير 1975 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس للملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 و المعدلة، الجريدة الرسمية الصادرة في 4 فيفري 1975، عدد 10.

عليه، إذ لا بد من وجود قواعد قانونية إجرائية تحدد طرق وكيفية حماية هذا الحق، والتي من خلالها يتم حماية المستهلكين أمام القضاء⁽¹⁾.

وحتى يتمكن صاحب الحق في العلامة من إثبات وقوع اعتداء على حقه، منحه المشرع الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية من أجل الحفاظ على حقوقه، وذلك حتى قبل رفع دعوى مدنية أو جزائية، من أجل تسهيل عملية إثبات ارتكاب فعل الاعتداء والوقوف على الأدلة الكافية لذلك. ويعتبر الحجز التحفظي من الوسائل الهامة التي تكفل الحماية لمالك العلامة، لأن بقاء الشيء المقلد في حيازه المعتدي قد يؤدي إلى تلفه، كون أن إجراءات الدعوى قد تطول، وقد ينتقل الشيء المقلد خلالها إلى الغير، أو يهلك نتيجة استعماله واستهلاكه⁽²⁾.

ويختلف هنا الحجز الذي يلجأ إليه صاحب العلامة عن الحجز الذي يقوم به الدائن لاستيفاء دينه، فباستقراء نص المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، نجد أنها تمنح لمالك العلامة إمكانية طلب إجراء وصف مفصل للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضرر، وهذا الإجراء اختياري، لأن المشرع لم يجبر مالك العلامة بالقيام بهذا الوصف، ولم يعتبره كذلك شرطا لرفع دعوى التقليد، ولكنه يسهل عملية إثبات ارتكاب جنحة التقليد.

ويتم إصدار الأمر بإجراء الوصف من رئيس المحكمة، على ذيل عريضة، بعدما يقدم مالك العلامة طلبا لهذا الأخير يثبت فيه قيامه بتسجيل العلامة موضوع الاعتداء، وذلك بتقديم نسخة من شهادة التسجيل التي قدمت له عند تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ويجب أن يكون هذا الأخير قد استوفى إجراءات نشر تسجيل العلامة حتى تصبح حجة على المقلد، أو أن يقوم مالك العلامة بتبليغ المقلد بنسخة من تسجيل العلامة حتى لا يحتج بعدم إجراء النشر. كما يمكن لرئيس المحكمة أن يعين عند الاقتضاء خبير، للاستعانة به في القيام بعملية الوصف⁽³⁾.

وهذا الإجراء قد يكون دون توقيع حجز، أي مجرد وصف تفصيلي للسلع موضوع التقليد، أو الأدوات المستعملة في التقليد، كما أنه يجوز للمحكمة أن تأمر به بناء على طلب

(1) حماتي سمير، حماية المستهلك في ظل تشريعات الملكية الفكرية، مذكرو نليل شهادة دكتوراه، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2015/2016، ص 236.

(2) Y. de l'Ecoissais, *La marque*, op.cit, www.sos-net.eu.org.

(3) المادة 27 والمادة 34 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

المدعي، ويجوز لها في هذه الحالة أن تلزمه بدفع كفالة⁽¹⁾، ونشير هنا أن المشرع الجزائري لم يميز فيما يخص فرض دفع الكفالة بين أن يكون المدعي جزائرياً أم أجنبياً، وهذا على خلاف ما كان عليه في الأمر السابق 57/66⁽²⁾ والملغى بالأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث كان يعتبر الكفالة مفروضة دائماً بالنسبة للأجانب، وترك السلطة التقديرية للقاضي في فرضها من عدمه بالنسبة للمدعي الجزائري⁽³⁾.

ويجب تحت طائلة البطلان أن تسلم لأصحاب الأشياء الموصوفة في حالة الحجز الوصفي (وهي الحالة التي تبقى فيها الأشياء الموصوفة تحت تصرف المحجوز عليه)، أو التي تم حجزها في حالة الحجز العيني (وفي هذه الحالة يمنع مرتكب الجحفة من التصرف في الأشياء إضراراً بحقوق مالك العلامة)، نسخة من أمر رئيس المحكمة، مرفوعة عند الاقتضاء بنسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة⁽⁴⁾.

ويتوجب على صاحب الحجز الالتجاء إلى السلطة القضائية بالطريق الجزائري أو بالطريق المدني في أجل شهر، وتحتسب هذه المدّة من تاريخ إيداع الخبر تقريره حول الخبرة، وليس من تاريخ إصدار الأمر المتضمن تعيين الخبير، وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلاً بقوة القانون، وذلك بصرف النظر عن التعويضات التي يمكن طلبها بسبب الأضرار الناجمة عن عملية التقليد. وينبغي الإشارة هنا إلى أن بطلان حجز التقليد لا يمس صحة الدعوى في الموضوع، أي لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع، لأن الحجز لا يعد إلا وسيلة من وسائل الإثبات، لكنه يترتب على هذا البطلان واجب استبعاد الحجز من المناقشة، كما يقضي المنطق بعدم السماح لصاحب العلامة بطلب إجراء حجز ثاني إذا أهمل رفع الدعوى في الأجل القانوني⁽⁵⁾.

والجدير بالذكر في هذا المضمار، أن المشرع الجزائري أجاز لصاحب العلامة المسجلة أن يقدم طلباً خطياً للمديرية العامة للجمارك، يلتبس فيه تدخل إدارة الجمارك إذا اعتبر أن سلع موضوع عملية استيراد تحمل علامة مقلدة ولذا يجب حجزها (La retenue

(1) المادة 34 فقره 03 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

(2) المادة 39 من الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات التصنع والعلامات التجارية، مرجع سابق.

(3) محمد حسنين، مرجع سابق، ص 210.

(4) فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 276.

(5) المادة 35 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

(de douane) وحتى يتسنى لها اتخاذ القرار عن دراية، يجب أن يحتوي الطلب على المعلومات المذكورة في المادة 04 من القرار المؤرخ في 15 جويلية 2002 والذي يحدد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة⁽¹⁾. وهذا ما سيتم تناوله بالتفصيل أسفله.

الفرع الثاني: التدابير المتخذة من طرف مديرية الجمارك

إن معاينة الاعتداءات المرتكبة على حقوق الملكية الفكرية بشكل عام، ومنها الحقوق المتعلقة بالعلامات، على الحدود باعتبارها جريمة جمركية، تتم بناء على مراقبة عينية أو ما يعرف بالحجز الجمركي، أو بناء على التحقيق الجمركي⁽²⁾. وعليه نتناول التدابير الجمركية في تديرين:

أولا : الحجز الجمركي

يحدث أن يقع اعتداء على الحق في علامة ما عن طريق استيراد سلع تحمل علامات مقلدة لتلك المسجلة في الجزائر، وخلال عملية الرقابة وال فحص المباشر والعيني للسلع في إطار الإجراءات الجمركية المتخذة، يظهر للجمارك بأن هناك سلعا محل شك في أنها تحمل علامات مقلدة، أو أنها تمس بحق من الحقوق الفكرية بصفة عامة، هنا ترخص المادة 8 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك لإدارة الجمارك بأن تباشر عملية حجز السلع موضوع الخلاف.

ويعتبر الحجز الجمركي على درجة كبيرة من الخطورة والمسؤولية لضبط التجاوزات المرتكبة على الحقوق المخولة عن تسجيل العلامات، ومكافحة ظاهرة التقليد التي أخذت بالانتشار والتفشي، ومن أجل ذلك خص المشرع هذا الإجراء بأعوان مؤهلين للقيام بإجراء الحجز على السلع المقلدة، وذلك من خلال المادة 241 من قانون الجمارك، التي مكنت أعوان الجمارك، وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس

(1) القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002 الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، الجريدة الرسمية الصادرة في 18 أوت 2002، عدد 56، ص 17.

(2) حماتي سمير، التدابير الحدودية لمعالجة المساس بحقوق الملكية الفكرية: المعالجة الجمركية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2006/2007، ص

الشواطئ، وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والوجود وقمع الغش، أن يقوموا بالتحري والبحث عن الجرائم الجمركية وقمعها⁽¹⁾.

ومن بين السلطات المخولة للأعوان في إطار إجراءات الحجز ما يلي:

- تدابير التحري عن البضائع محل القرصنة والتقليد.

- تدابير ضبط البضائع المقلدة والمقرصنة، والأشياء القابلة للمصادرة.

- بالإضافة إلى التدابير المتخذة تجاه المقلدين، والتي تتمثل في إجراءات التوقيف وتفتيش المنازل⁽²⁾.

ثانيا : التدابير التكميلية لإجراء الحجز الجمركي (التحقيق الجمركي)

تدابير التحقيق الجمركي تشكل الاستثناء عن معاينة الجرائم بوجه عام مقارنة بتدابير الحجز الجمركي. وتدابير التحقيق يهدف إلى البحث عن المخالفات الجمركية غير المتلبس بها، ويمكن الاستعانة به حتى في المخالفات المتلبس بها حين يكون الهدف منه جمع الدلائل التكميلية للجريمة ومعرفة الجهات والمشاركين والمستفيدين منها⁽³⁾.

ومرحلة التحقيق اللاحقة على ارتكاب فعل الاعتداء على الحق في العلامة، أو حقوق الملكية الفكرية الأخرى بصفة عامة، أصبحت منتشرة في السنوات الأخيرة، نتيجة لما حصل من تطور علمي في كل الميادين، وما نتج عنه من تفنن في أساليب ارتكاب الجريمة، بحيث أصبح من العسير كشف الغش، مما يستوجب اللجوء إلى التحقيقات الجمركية بواسطة تتبع آثار الجريمة للوصول إلى مرتكبيها وداعميها⁽⁴⁾.

وعلى خلاف ما نص عليه قانون الجمارك بالنسبة لإجراء الحجز، فقد خص موظفي إدارة الجمارك دون سواهم في إجراء التحقيقات الجمركية⁽⁵⁾، وخول لهم في إطار القيام بعملية التحقيق، حق الإطلاع على الوثائق المتعلقة بالعمليات التي تهم مصالح

(1) المادة 241 من القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 والمتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، مرجع سابق.

(2) المادة 241 فقرة 03. والمادة 47 من القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 والمتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، مرجع سابق.

(3) حمالي سمير، مرجع سابق، ص 91.

(4) حديدان سفيان، جريمة التقليد التديسي للعلامات الصناعية والتجارية أو علامات الخدمة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001، ص 87.

(5) المادة 252 من القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 والمتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، مرجع سابق.

الجمارك، وكذلك الحق في حجز هذه الوثائق⁽¹⁾. بالإضافة إلى الحق في سماع الأشخاص، وحق تفتيش المنازل⁽²⁾.

المطلب الثاني: اللجوء إلى القضاء لحماية المستهلك من العلامات المقلدة

ينشأ عن الجرائم الماسة بالمستهلك ضمن قانون العلامات، حق الدولة في عقاب المقلد، ووسيلتها في ذلك الدعوى العمومية، وقد يضار أحد أفراد المجتمع بصفته مستهلكا أو صاحب الحق من الجرائم المذكورة أعلاه، فينشأ له الحق في التعويض عن الضرر الذي لحقه ووسيلته في ذلك الدعوى المدنية.

الفرع الأول: المتابعة الجزائية

المقصود من المتابعة الجزائية في مجال العلامات، تلك الإجراءات التي يتمكن من خلالها المتضرر من التقليد والذي يخوله القانون رفع دعوى عمومية من اللجوء إلى القسم الجزائي، إلا أن الإشكال الذي يعترضنا في هذا المجال، يتمثل في معرفة الأشخاص المتضررة والأشخاص المخول لها قانونا رفع دعوى عمومية؟

إن المتابعة ضد الاعتداءات الماسة بالحق في العلامة، يمكن أن تكون من طرف ضحية الاعتداء على الحق في العلامة، وهذا قد يكون مالك العلامة نفسه، وقد يكون المرخص له باستعمال العلامة، كما يمكن أن تكون المتابعة من الغير، أو عن طريق النيابة العامة.

أولا : مالك العلامة

يعتبر مالك العلامة ضحية جنحة تقليد العلامة، ويمنح له القانون حق رفع دعوى عمومية، وهذا ما نصت عليه المادة 28 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بقولها : " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة".

ويتمتع بصفة مالك العلامة كل مودع للعلامة استوفى جميع الشروط المحددة لصحة الإيداع، وهذا ما نصت عليه المادة 06 من الأمر 06/03 السالف الذكر، حيث جاء فيها : "ماعدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى

(1) المادة 48 من القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 والمتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، مرجع سابق.

(2) أحسن بوسقيعة، المنازعات الجمركية، الطبعة الثانية، دار هوام للطباعة والنشر، الجزائر، السنة 2005، ص 167.

الشروط المحددة لصحة الإيداع"، وهذا طبعا بالنسبة للتشريعات التي تعتبر أن تسجيل العلامة قريئة قاطعة على ملكية العلامة، بعكس التشريعات التي تعتبر أن أول مستعمل للعلامة هو مالكاها.

ومن الجهة الأخرى، يمكن للمتهم أن يثبت عكس ما قدمه مالك العلامة من وثائق تثبت ملكيته، أو أن مالك العلامة قام حقيقة بعملية إيداع العلامة، إلا أنه لم يلتزم باستعمالها بجدية وفقا لما نصت عليه المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وبالتالي سقطت منه⁽¹⁾.

كما أنه قد يحدث أن يتنازل مالك العلامة عن حقه في العلامة لشخص آخر، وبالتالي تنتقل كل الحقوق للمتنازل له⁽²⁾، مما يؤهله للجوء إلى القضاء وتحريك دعوى التقليد ضد كل شخص يمس بحقوقه الاستثنائية لهذه العلامة.

ثانيا : المرخص له باستعمال العلامة

يقصد بالمرخص له باستخدام العلامة، كل شخص استفاد من رخصة استغلال علامة مملوكة لشخص آخر يسمى المرخص، وهذه الرخصة تكون بمثابة العقد الذي يمنح بواسطته صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامته كليا أو جزئيا بصورة استثنائية أم لا، وذلك بمقابل يكون على شكل إتاوات⁽³⁾، ولا يترتب على هذا العقد حق عيني بل حق شخصي يخول للمرخص له حق استغلالها على الوجه المتفق عليه في العقد.

وعلى خلاف ما كان عليه الحال في الأمر 57/66 الذي لم ينص على إمكانية السماح للمرخص له من أجل القيام برفع دعوى التقليد ضد كل من يعتدي على العلامة المرخص له باستعمالها، نجد أن الأمر 06/03 جاء صريحا ودقيقا في تمكين المرخص له برفع دعوى التقليد، إذا لم يقوم برفعها مالك العلامة بنفسه، وهذا ما لم ينص في عقد الترخيص على عدم السماح للمرخص له برفع دعوى التقليد⁽⁴⁾.

(1) حديدان سفيان، مرجع سابق، ص 74.

(2) المادة 14 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

(3) فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 252.

(4) المادة 31 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ثالثا : جمعية حماية المستهلك

الأصل أن الدعوى تُرفع من قبل صاحب الحق، إلا أن هناك استثناء أوردته المشرع الجزائري، يقضي بإمكانية رفع شخص أو هيئة غير صاحب الحق المعتدى عليه دعوى أمام القضاء، وهنا تكون أمام الصفة غير العادية.

بينت المادة 21 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك⁽¹⁾ على أن " جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه و توجيهه و تمثيله". أي أنه إضافة إلى دورها التحسيبي، لها دور في الكشف عن المخالفات المرتكبة ضد المستهلك و الإبلاغ عنها، و بطبيعة الحال فإن أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بحقوق الملكية الصناعية لا تمس صاحب الحق فقط، بل حتى المستهلك وهذا بإيقاعه تحت طائلة الغش و الخداع و التديس.

وقد منح القانون حق تقديم الشكوى للأشخاص الطبيعية و المعنوية، و الجمعيات من الأشخاص المعنوية الخاصة التي يحق لممثلها تقديم الشكاوى⁽²⁾.

رابعا : النيابة العامة

النيابة العامة هي المنوطة بها الدعوى العمومية في تحريكها و رفعها و مباشرتها أمام القضاء، و ترفع الدعوى العمومية نتيجة لجريمة ترتكب قد ينشأ عنها ضرر عام، يبيح للسلطات العامة أن تتدخل طالبة من القضاء توقيع العقوبة المقررة لها. و كون التقليد يشكل جريمة ينص عليها القانون، فإنه يعود الاختصاص للنيابة العامة في تحريك الدعوى العمومية. و عليه فللنيابة العامة سلطة الملائمة في مباشرة الدعوى العمومية من عدمها على إثر تلقيها محاضر الضبطية القضائية التي تعين الجرائم، أو شكاوى أصحاب الحقوق المعتدى عليها.

الفرع الثاني: حماية الحق في العلامة عن الدوى المدنية

تستند الحماية المدنية المقررة للمستهلك على وجه العموم إلى القواعد العامة الموجودة ضمن القانون المدني، و بوجه أخص ضمن أحكام قانون العلامات، وهي تخول

(1) القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

(2) القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12/01/2012، المتعلق بالجمعيات، مرجع سابق.

لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى قضائية إذا ما تضرر من جراء الاعتداء عليه بأي صورة من الصور. وهذه الدعاوى هي:

أولاً: دعاوى المسؤولية؛ والتي يجوز أن يرفعها كل من أصابه ضرر من جراء الاعتداء على العلامات ضد المتسبب في وقوعه لتعويضه عما لحقه من ضرر، سواء أكانت دعوى مسؤولية تقصيرية أو دعوى منافسة غير مشروعة، أساسها الفعل الضار. ثانياً: دعاوى ترمي إلى إبطال أو شطب أو إلغاء؛ علامة من شأنها تضليل المستهلك وإيقاعه في الغلط.

وعليه، يتبين أنه لا يوجد ما يمنع ضحية التقليد إذا كان مستهلكاً أو صاحب الحق في العلامة من اللجوء إلى رفع دعوى مدنية يطالب من خلالها بالتعويض، أياً كانت نوعها.

خاتمة:

يمكن أن نخلص للقول بأن العلامات بمختلف أنواعها جزء لا يتجزأ من السلع والخدمات التي يرتبط بها المستهلك في حياته اليومية، ومن ثم فإن تأمين حماية فعالة للمستهلك مرتبطة بمدى نجاح الحماية المقررة في قانون العلامات بشكل خاص، ومختلف قوانين الملكية الصناعية والفكرية بشكل عام، وهذا ما يفرض علينا تحديث وتحسين هذه التشريعات التي تعترف بحقوق المستهلك، مع تأمين الإنفاذ الفعال لها.

ونجد أن المشرع الجزائري قد عزز من ضمانات حماية المستهلك من خلال القانون الجديد للعلامات وذلك بالنص على إلزام مقدمي الخدمات بتسجيل علامات يميزون بها خدماتهم عن غيرها المنافسة لها حتى لا يتم تضليل المستهلك، بعدما كان ذلك اختياريًا في القانون القديم.

واعترافاً من المشرع الجزائري بالأهمية الكبرى لحقوق الملكية الصناعية عموماً والعلامات خصوصاً، وإدراكاً منه لخطورة الاعتداء عليها، سواء بالنسبة لمالكها، أو بالنسبة للمستهلك الذي يقع في الغش والتدليس، ناهيك عن الأخطار والخسائر التي يتكبدها الاقتصاد الوطني، سعى المشرع الجزائري إلى تجريم كل فعل من شأنه أن يمس هذه الحقوق.

ولإيقاف الاعتداء ومنعه من الاستمرار ومعاقبة الفاعل و تعويض المضرور أعطى المشرع الجزائري للمضرور الحق في أن يلجأ للقضاء سواء هو أو من يحل محله، سواء سلك الطريق المدني أو الجزائي.

ولعل من الأمور التي توحى بأن المشرع يولي أهمية لحماية المستهلك، نجد أن إدارة الجمارك أصبح لها دورا مهما في حماية الملكية الصناعية عموما والعلامات خصوصا، وهذا راجع للتعديلات الجذرية بمقتضى قانون المالية لسنة 2008 في إطار حركة الإصلاح التشريعي المتعلق بمكافحة التقليد.

و لكن رغم هذا التطور الملحوظ في السياسة التي يتبناها المشرع الجزائري لدعم حماية المستهلك وحماية حقوق الملكية الصناعية، إلا أن هناك بعض النقائص والسلبيات وتتمثل أهمها فيما يلي مع بعض التوصيات:

1- فيما يتعلق بالآليات المقررة لحماية المستهلك في هذا المجال، تبقى آليات تقليدية مستمدة من القواعد العامة، وبالتالي فهي موجهة لحماية أصحاب الحقوق بالدرجة الأولى ثم حماية المستهلك.

2- يتبين لنا من خلال قانون العلامات أن المستهلك يتعرض لمخاطر كثيرة جراء أعمال التقليد وهذا ما نعتقد أنه موجود من خلال باقي تشريعات الملكية الفكرية أمام ضعف الدور المنوط بأجهزة لدولة وجمعيات حماية المستهلك في مواجهتها.

3- يجب النص صراحة على حماية المستهلك في جميع قوانين الملكية الفكرية ووضعها صراة في ديباجة كل قانون له ارتباط بحماية المستهلك.

4- تفعيل دور الدولة وأجهزتها في مجال محاربة الأعمال الماسة بالمستهلك في تشريعات الملكية الفكرية عموما.

5- يجب إشراك المجتمع المدني في حماية حقوق الملكية الفكرية و تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك.

6- يجب ترشيد المستهلك وتوعيته بمخاطر التقليد و هذا من خلال الإعلام و كذا جمعيات حماية المستهلك، وربما يجب علينا أن نزرع ثقافة استهلاكية صحيحة في مناهجنا الدراسية.

7- وفي الأخير نقول بأنه آن الأوان لتغيير نظرتنا للعلامات المقلدة وإلى كل ما هو تقليد، لأن تصرفات المستهلك الخاطئة باقتناء السلع المقلدة لأي سبب من الأسباب تجعله شريكا في جريمة التقليد.

المصادر والمراجع:

المصادر:

1. القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 والمتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم.

2. القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جويلية 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية الصادرة في 27 جويلية 2004، عدد 41.
3. القانون رقم 08/04 المؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الجريدة الرسمية الصادرة في 18 أوت 2004، عدد 52.
4. القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،
5. القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12/01/2012، المتعلق بالجمعيات،
6. الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية
7. الأمر 02/75 المؤرخ في 09 يناير 1975 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس للملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 و المعدلة، الجريدة الرسمية الصادرة في 4 فيفري 1975، عدد 10.
8. الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.
9. المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية الصادرة في 07 أوت 2005.
10. القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002 الذي يحدد كيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، الجريدة الرسمية الصادرة في 18 أوت 2002، عدد 56، ص 17.

الكتب:

1. أحسن بوسقيعة، المنازعات الجمركية، الطبعة الثانية، دار هومه، الجزائر، 2005.
2. حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي القانونية، 2012.
3. سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، د س ن.
4. سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون سنة نشر.
5. فرحة زواوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري : الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2003.
6. محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.

الرسائل الجامعية:

7. حديدان سفيان، جريمة التقليد التديسي للعلامات الصناعية والتجارية أو علامات الخدمة، مذكره الماجستير، فرع القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001.
8. حمالي سمير، التدابير الحدودية لمعالجة المساس بحقوق الملكية الفكرية: المعالجة الجمركية، مذكره الماجستير، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2006/2007.
9. حمالي سمير، حماية المستهلك في ظل تشريعات الملكية الفكرية، مذكره دكتوراه، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2015/2016.
10. نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكره الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001/2002.

المراجع باللغة الفرنسية:

1. Albert Chavanne et Claudine Salomon, (Marque de fabrique de commerce ou de service), **Encyclopédie juridique** , Dalloz , Paris, 2003 .
2. Albert Chavanne, Jean Jacques burst, **droit de la propriété industrielle**, Edition Cinq, dalloz, Paris, 1998.
3. Ali Haroun, **La marque au Maghreb**, Algérie, Office des publications universitaires, N.D.
4. Sylviane Durrande, **Droit des marque**, Recueil DALLOZ, N° 03, 06 novembre 2003.

المواقع الالكترونية:

- 1- Y. de l'Ecosais, **La marque**, www.sos-net.eu.org.