



جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية

جامعة بجاية  
Tasdawit n Bgayet  
Université de Béjaïa



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم القانون الخاص

# دور العلامة التجارية في حماية المستهلك

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

فرع: القانون الخاص

تخصص: قانون خاص

تحت إشراف الدكتورة:

اسعد فاطمة

من إعداد الطالبتين:

بن حنيش إيمان

بوشاشي زهرة

## لجنة المناقشة:

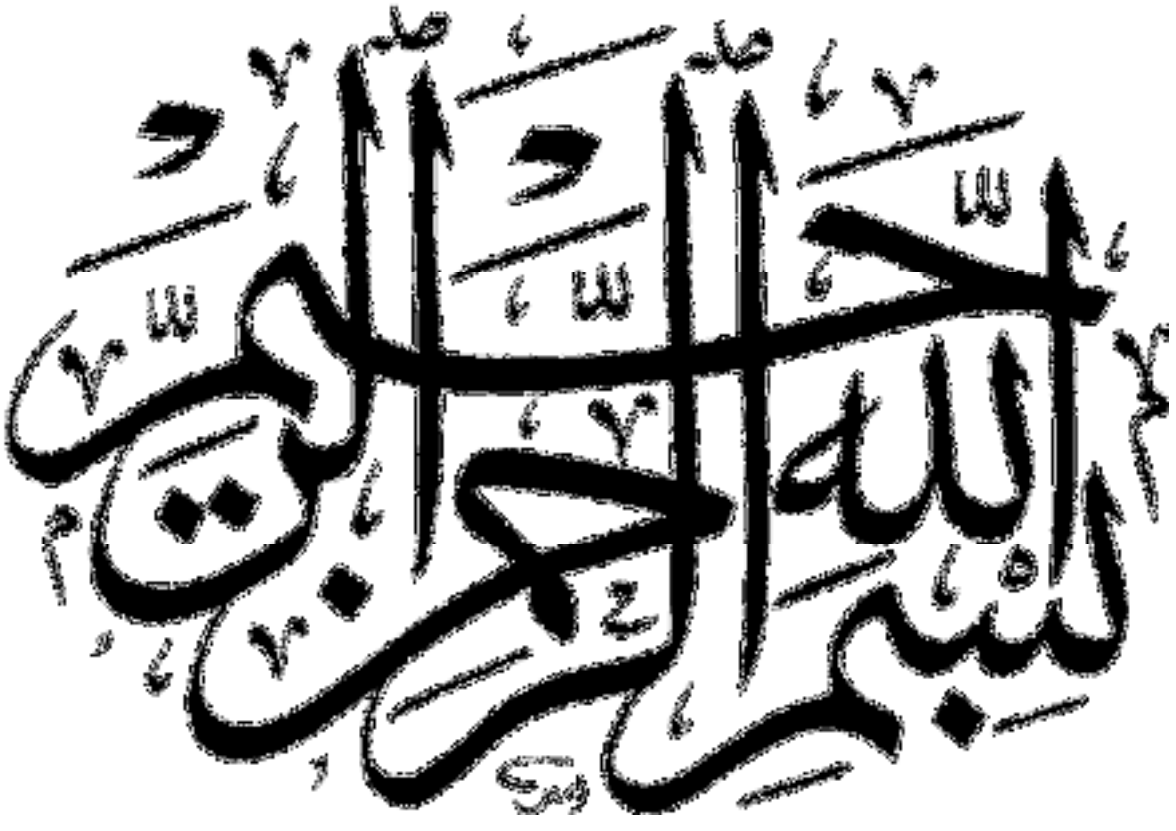
جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية.....رئيسا

الأستاذ/ عثمان بلال

د/ اسعد فاطمة، أستاذة محاضرة قسم أ، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية.....مشرفا

الأستاذة / شيخ أعمار يسمينة جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية..... ممتحنا

السنة الجامعية 2020-2021



# شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على إنجاز هذا العمل.

نتقدم بالشكر والامتنان لكل من ساعدنا ولو بعبارة تشجيع على إنجاز هذا العمل،

وأخص بالشكر الأستاذة "إسعد فاطمة"، كانت واسعة البال ورحبة الصدر ولم تبخل

بتوجيهاتها القيمة ونصائحها الثمينة.

كما أشكر كل طاقم كلية الحقوق والعلوم السياسية لجامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية

من أساتذة وإداريين على مرافقتهم لنا طوال سنين الدراسة.

كما نتقدم بالشكر لكل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.

# إِهْلَاء

-إلى من علمتني أن الحب ليس له عمر وأن العطاء ليس حدود "أمي الغالية"

-إلى الشمعة التي احترقت لتتير لي طريق حياتي "أبي الغالي"

-إلى الروح التي سكنت روحي رفيق دربي "زوجي عبد الحق"

-إلى أختي العزيزة "وردة" إلى إخوتي "أيمن وأمينة"

-إلى كل من غادرنا ولم يودعنا وسبقنا إلى الجنة بحول الله "جدتي الغالية" رحمة الله وجعل الفردوس مثواها.

-إلى كل العائلة والأصدقاء والزملاء.

إيمان

# إِهْلَاء

إلى الشخص التي أمامها تعجز كل كلمات العالم أن يعبر عن الحب والامتنان لها، التي فضلها لا ينقطع وعطفها لا ينتهي "أمي حفظها الله".

إلى الشخص الذي يذوب تعباً لأعدو نورا يضيء أركان الحياة، أعظم شخص تخرس أمام تضحياته الحروف "أبي العزيز حفظه الله"

إلى أخي الوحيد "تجيم".

إلى كل صديق وصديقة مد لنا يد العون في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.

## قائمة المختصرات

أولاً: باللغة العربية

- ج ر ج ج: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

- ق إ م إ: قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

- د س ن: دون سنة النشر.

- د ب ن: دون بلد النشر.

- ص: الصفحة.

- ص ص: من الصفحة إلى الصفحة.

ثانياً: باللغة الفرنسية

**Op. Cit** : Opus Citatum.

**P** : Page.

# مقدمة

## مقدمة

تعد العلامة التجارية أحد أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية ولها دور مميز في الحياة الاقتصادية إذ تعتبر همزة وصل بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة، فتحتل حيزا كبيرا من اهتمام الشركات والعملاء على حد سواء، ويزداد هذا الاهتمام مع زيادة معدلات الإنفاق وتعدد مظاهر الاستهلاك.

تؤدي العلامة التجارية وظيفة مزدوجة فهي وسيلة المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها عن منتجات وخدمات منافسيه من جهة كما أنها وسيلة المستهلك للتعرف على السلعة أو الخدمة التي ينشدها، بحيث لا يختلط عليه الأمر في تمييزها عن منتجات وخدمات الآخرين.

إن التنافس الحاد في المجالين التجاري والصناعي في زمن اقتصاد السوق وحرية التجارة وانتشار ظاهرة السوق الموازي، التي يكثر فيها الاعتداء على حقوق الملكية الصناعية وخاصة منها العلامات التجارية، أدى إلى ضرورة وجود نظام قانوني فعال يؤطر نظام المنافسة ويضمن الحقوق لأصحابها.

ومع انفتاح الجزائر على المنظومة الاقتصادية العالمية ودخولها اقتصاد السوق كان لزاما على المشرع الجزائري اتباع نهج باقي الدول في سن قوانين لحماية العلامة التجارية وهو الأمر 57-66، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية<sup>(1)</sup>، وبهدف التماشي مع التطورات الحاصلة في اقتصاد السوق الذي أدى إلى تسارع وتيرة نمو العلامات التجارية وازدياد قيمتها في المجال التسويقي وبين أوساط المستهلكين، قام المشرع الجزائري بتعديل القانون السابق بموجب الأمر 06-03 يتعلق بالعلامات<sup>(2)</sup> من أجل مواكبة هذه التطورات.

(1) الأمر رقم 57-66، المؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر عدد 23 لسنة 1966.

(2) أمر 06-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.



ولضمان أمن وسلامة المستهلك تدخل المشرع بوضع الالتزام على عاتق المهني بإعلام المستهلك بالمعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات ومن أجل تحقيق ذلك وضع وسائل خاصة لنقل الإعلام إلى المستهلك، والذي تعد العلامة من أهم الوسائل التي تؤدي إلى نقله للمستهلكين من طرف المهنيين أو المتدخلين.

وحماية المستهلك ترتبط ارتباطا وثيقا بحماية الحق في العلامة الأمر الذي يجعل التدابير المقررة قانونا لحماية العلامة التجارية هي نفسها التدابير المقررة لحماية المستهلك في قانون العلامات، وهذه الحماية تتمثل في حماية مدنية التي تحمي المستهلك مدنيا وتضمن له الحق في التعويض، وحماية جزائية كضمان لحماية أصحاب العلامات التجارية من كل صور التقليد، وهو ما ينتج عنه كذلك حماية للمستهلك من مختلف المخاطر التي تضر بمصالحه وحقوقه من جراء حصوله على سلع ومنتجات مغشوشة.

تكمّن أهمية موضوع محل الدراسة (دور العلامة التجارية في حماية المستهلك) في:

- تطور أساليب الغش والتدليس مما دفع المشرع الجزائري إلى تطوير أساليب لحماية المستهلك والتي حالة دون أن تصل هذه الحماية إلى ما يريده المستهلك.

- تحديد مدى تأثير وظائف العلامة التجارية بصفة خاصة على رغبات المستهلكين.

- معرفة مجموع الآليات التي سخرها المشرع الجزائري ضمن القانون المنظم للعلامات التجارية لحماية المستهلك.

من الأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع لدراسته والبحث فيه دون غيره، الانتشار الكبير للعلامات التجارية في الأسواق الجزائرية، وكثرة الحملات الدعائية والإشهار الكاذب التي يستعملها المنتجين للترويج عن سلعهم، نقشي ظاهرة تزوير العلامات والتقليد وعجز دول العالم عن الحد منها ومكافحتها بالرغم من الإمكانيات والوسائل المسخرة في سبيل ذلك.

تتجلى أهم أهداف دراستنا لموضوع دور العلامة التجارية في حماية المستهلك في:

-تبيان وتوضيح أكثر للدور الذي تلعبه العلامة التجارية في حماية المستهلك.

-معرفة الوسائل القانونية التي يمكن للمستهلك الاعتماد عليها للدفاع عن حقوقه لمواجهة التضليل والتدليس المترتب عن استخدام العلامة المقلدة.

-إشكالية البحث

إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري بإقرار الحماية للمستهلك بموجب قانون العلامات التجارية؟

اخترت لدراسة موضوع هذه المذكرة المنهج الوصفي بصفة رئيسية لكونه الأنسب لمثل هذه الدراسات القانونية، والمنهج التحليلي في تفسير النصوص القانونية المتعلقة بالعلامات.

للإجابة عن الإشكالية السابق ذكرها قمنا بتقسيم دراستنا إلى فصلين:

نتطرق في الفصل الأول إلى حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة التجارية التي نتطرق فيها إلى التمتع بالحق في العلامة كالتزام بإعلام المستهلك، بالإضافة إلى الآثار المترتبة على الإخلال بإعلام المستهلك.

وفي الفصل الثاني نتطرق إلى الحماية القانونية للمستهلك في ظل قانون العلامة التجارية التي نتطرق فيه إلى دعوى المنافسة غير مشروعة، بالإضافة إلى دعوى التقليد.

الفصل الأول  
حماية إرادة  
المستهلك وفق  
القواعد المنظمة  
للعلامة التجارية

## الفصل الأول

## حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة التجارية

يعد المستهلكون الفئة الغالبة في المجتمع وهم يتولوا اقتناء ما يحتاجون إليه من سلع وخدمات بشكل دوري، والغالبية من هؤلاء لا يتسمون بالإدراك والوعي المطلق الذي يخولهم معرفة حقوقهم من طرف المنتجين الذين يتسمون بالاحتراف خاصة وأن هؤلاء يهدفون في الأخير لتحقيق الربح.

عمد المشرع الجزائري إلى سن قوانين وتنظيمات رامية إلى ضمان مصالح المستهلك وتدخل بوضع الالتزام على عاتق المهني بإعلام المستهلك بالمعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات ومن أجل ذلك وضعت وسائل خاصة لنقل الإعلام إلى المستهلك وتمثل العلامة التجارية أهم الوسائل التي تؤدي إلى نقله للمستهلكين من طرف المهنيين.

وفي هذا الإطار سيرتكز موضوع هذا الفصل تحت عنوان (حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة التجارية)، وسنقسمه إلى مبحثين، سنتعرض في المبحث الأول إلى (التمتع بالحقفي العلامة كالتزام بإعلام المستهلك)، وفي المبحث الثاني سنتعرض إلى (الآثار المترتبة على الإخلال بإعلام المستهلك).

## المبحث الأول

## التمتع بالحق في العلامة كالتزام بإعلام المستهلك

تعد العلامة من أهم الوسائل والدعامات التي يجب أن يضيفها المهني على سلعه وخدماته لإعلام المستهلك، ولكي تؤدي غرضها الذي يضمن أمن وسلامة المستهلك يفرض على المهني باعتباره صاحب العلامة وله الحق في استغلالها أن يستغلها بصفة مشروعة.

يلتزم المهني بتسجيل واستعمال العلامة كضمان لإعلام المستهلك، وهذا ما سنتطرق إليه في (المطلب الأول)، وسنتطرق أيضا إلى علامة المطابقة كتجسيد لرغبات المشروعة للمستهلك (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

## الالتزام بتسجيل واستعمال العلامة كضمان لإعلام المستهلك

جعل المشرع الجزائري تسجيل العلامة إجباريا من أجل ضمان اعلام المستهلك لحمايته من السلع المغشوشة والخدمات المعروضة عليه وهذا ما نتطرق إليه في (الفرع الأول)، إضافة إلى الاستعمال الجدي للعلامة الذي يعتبر بدوره ضمان لإعلام للمستهلك الذي نتطرق إليه في (الفرع الثاني).

## الفرع الأول

## الالتزام بتسجيل العلامة كضمان لإعلام المستهلك

تتحول العلامة من الوجود الواقعي إلى الوجود القانوني بتسجيلها، ومن أجل ذلك يجب معرفة من هم الاشخاص الذين لهم الحق في تسجيل العلامة (أولا)، وأيضا الجهة المختصة بتسجيل العلامة (ثانيا)، وبالإضافة إلى العنصرين السابقين سنتطرق إلى إجراءات تسجيل العلامة (ثالثا)، وأخيرا سنتطرق إلى الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية (رابعا).

أولا/الأشخاص الذين لهم الحق في تسجيل العلامة

يرجع حق الإيداع لكل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بالصفة القانونية، كما يمكن للوكيل طلب إيداع العلامة باسم الأصل، شرط حصوله على وكالة قانونية من موكله التي تنص صراحة على صلاحيات القيام بمثل هذا العمل. (1)

ترك المشرع الجزائري الباب مفتوحا أمام كل شخص أو هيئة أو جهة أخرى للتقدم بطلب للتسجيل العلامة التجارية، إذ أجاز تقديم طلب التسجيل للشخص أو الهيئة دون تحديد لذلك الشخص أو الهيئة، الأمر الذي يمكن معه القول إنه يجوز تقديم طلب التسجيل من أي شخص سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، تاجرا أو غير تاجر، جزائريا كان أو غير جزائري، وكذلك بالنسبة للهيئة، فيجوز أن تكون خاصة أو عامة، كما يجوز أن تكون جزائرية أو غير ذلك (2).

يجوز لجميع رعايا الاتحاد الدولي ان يطلبوا إيداع علاماتهم بالجزائر بسبب انضمام الجزائر الى اتفاقية باريس (3).

ثانيا/ الجهة المختصة بتسجيل العلامة

يعتبر المكتب الوطني للملكية الصناعية office National de la propriété Industrielle هي الهيئة المختصة بتسجيل العلامات، والتي أنشأت بموجب المرسوم

(1) مغنغب نعيم، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية د ب ن، 2010، ص 155.

(2) المادة 13 الفقرة 2 من الامر 03-06، مرجع سابق، التي تنص: ((... يجب ان يمثل طالبو الإيداع المقيمون في الخارج امام المصلحة المختصة بممثل يتم تعيينه وفقا للتنظيم الجاري به العمل))، المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02 اوت 2005، يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54، المؤرخة في 07 اوت 2005، معدل ومتمم، التي تنص على: ((... يجب ان يمثل أصحاب الطلب المقيمون في الخارج لدى المصلحة المختصة)).

(3) سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه، علوم الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016، ص 41.

التنفيذي رقم 98-68<sup>(1)</sup>، فكانت صلاحيته كاملة لكل ما يتعلق بالملكية الصناعية والتجارية، فتمثل مهامه في قبول إيداع وفحص وتسجيل العلامة التجارية وكافة حقوق الملكية الصناعية، وتعتبر الهيئة المختصة الوحيدة التي حولها القانون هذه المهام<sup>(2)</sup>.

ونجد أغلب التشريعات اقرت ضرورة انشاء مصلحة خاصة مختصة بتسجيل العلامات، ومكتبا مركزيا لاطلاع الجمهور على العلامات المسجلة<sup>(3)</sup>، ويعتبر المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، كما تؤدي خدمة عمومية أي أنها تمارس صلاحيات الدولة في مجال الملكية الصناعية، لا سيما فيما يتعلق بحماية حقوق الملكية الصناعية ودعم القدرة الابداعية والابتكارية بالإضافة إلى السعي في تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي تكون الجزائر عضوا فيها<sup>(4)</sup>.

### ثالثا/ إجراءات تسجيل العلامة

نصت معظم التشريعات على أحكام قانونية تنظم الإجراءات الخاصة بالإيداع، التسجيل والنشر.

### 1/ الإيداع

#### أ/ تعريف الإيداع

يقصد بالإيداع عملية تسليم أو إرسال ملف يتضمن نموذج للعلامات المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة، ويتم إيداعها من قبل صاحبها أو

(1) المرسوم التنفيذي رقم 98-68، المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ج ر عدد 11 لسنة 1998.

(2) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (المحل التجاري والحقوق الفكرية)، نشر وتوزيع ابن خلدون الجزائر، 2006، ص 233.

(3) الامر رقم 75-02، المؤرخ في 09 جانفي 1975، يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المبرمة 20 مارس 1883 المعدلة، ج ر عدد 10، لسنة 1975.

(4) بلهامل سمية، دور العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2018، ص 27.

عن طريق وكيل عنه. يجب على المودع المقيم في الخارج تعيين نائبا جزائريا مقيما بالجزائر لإتمام إجراءات الإيداع<sup>(1)</sup>.

يجب توفر مجموعة من البيانات في طلب التسجيل وهي:

- طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل.
- صورة من العلامة، على أن يتعدى مقاسها الإطار المحدد بهذا الغرض في الاستمارة الرسمية، وإذا كان عنصرا مميزا وبشكل مميزة للعلامة، على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة.
- قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات.

- وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة

- وقد يرفق الطلب بوثائق أخرى مثل الوكالة المسلمة إلى الوكيل المفوض<sup>(2)</sup>.

يجب أن يحرر طلب تسجيل العلامة على النموذج الذي يجب تسلمه من المعهد الوطني للملكية الصناعية<sup>(3)</sup>.

### ب/ فحص الإيداع

يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الملف شكلا ومضمونا فعند ثبوت أن الملف مستوفي لكافة الشروط المطلوبة يتم إيداع الملف، وتقوم الهيئة المكلفة بتحرير محضر إثبات تاريخ الإيداع من ناحية زمانية ومكانية وكذا رقم التسجيل، وذلك مع دفع الرسوم المستحقة.

(1) بلخضر فهيمية، عبد الفتاح حسيبة، الحماية القانونية للعلامات (دراسة مقارنة)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة قانون الاعمال، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014، ص 29.

(2) فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 17.

(3) المادة 13 فقرة 1، من الامر 03-06، يتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص على ((تحدد شكليات إيداع العلامة وكيفية إجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم.))



تطلب المصلحة المختصة من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين في حالة عدم توفر الشروط المطلوبة للإيداع، مع إمكانية التمديد عند الاقتضاء بنفس المدة لكن بناء على طلب محرر من طرف صاحب الطلب، وعدم تسويته في الأجل المقررة لذلك يترتب عليه رفض المصلحة طلب التسجيل، مع عدم استرداد الرسوم المدفوعة ويترتب عن الإيداع الصحيح حق الحماية القانونية للعلامة المسجلة، والتي حددها القانون بعشر سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ الإيداع<sup>(1)</sup>.

## 2/ التسجيل

يختلف الإيداع تماما عن التسجيل، فالأول هو تلك العملية التي يتم فيها تسليم الملف إلى المصلحة المختصة سواء من طرف صاحب العلامة أو وكيله أو عن طريق البريد، كذلك المحضر يثبت تاريخ الإيداع، أما الثاني فتقوم به هيئات المصلحة المختصة، وذلك بعد أن تتحرى بين العلامات المسجلة وطلبات التسجيل<sup>(2)</sup>.

يعرف التسجيل بأنه القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص يمسكه المعهد والذي يذكر فيه كافة العلامات، وحقوق الملكية الصناعية والتجارية، وذلك بعدما تبين أنّ الفحص كان مطابقا شكلا ومضمونا، وتحدّد مدة تسجيل العلامة ب 10 سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب ويمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر ب 10 سنوات.<sup>(3)</sup>

أكد المشرع الجزائري عن عدم إمكانية استعمال أي علامة على سلعة أو خدمة غير مسجلة من طرف الهيئة المختصة على الإقليم الوطني<sup>(4)</sup>.

(1) مغيبغ نعيم، مرجع سابق، ص 157.

(2) SG HMIDT-SZALEWSKI Joanna, droit de la propriété industrielle, 7 éme édition, Dalloz, 2009, p 88.

(3) مزوز يعقوب، دور العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، 2019، ص 16.

(4) المادة 5 من الامر 03-06، يتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص على: ((لا يمكن استعمال أي علامة لسلع او خدمات عبر الإقليم الوطني الا بعد تسجيلها او إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة)).

## 3/ النشر

يأمر مدير المصلحة المختصة بشهر العلامة التجارية بعد إتمام عملية تسجيلها وذلك عن طريق نشرها بالنشرة الرسمية للإعلانات القانونية الخاصة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ويتضمن هذا الإعلان كافة المعلومات الخاصة بالعلامة التجارية المسجلة وفئة المنتجات التي تميزها، كما يذكر بالنشرة كل ما يتعلق بالمحل التجاري أو المؤسسة التي ستستخدم العلامة في تمييز بضائعها ومنتجاتها<sup>(1)</sup>.

يشكل هذا الإجراء ضمانا في حد ذاته للمستهلك، يوفره المشرع بهدف إعلام جمهور المستهلكين بصدور علامات جديدة ومنح الفرصة لأي شخص خاصة جمعية حماية المستهلك بالمطابقة بإلغاء العلامات في حالة ما إذا كان فيها ما قد يضلل المستهلك أو يوقعه في لبس<sup>(2)</sup>.

عالج المشرع المصري مسألة نشر العلامات المسجلة، فألزم مصلحة التسجيل التجاري بنشر قرار قبول طلب تسجيل العلامة في جريدة العلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية، ويجوز لكل ذي شأن أن يعترض كتابة على تسجيل العلامة بإخطار يوجه إلى المصلحة متضمنا أسباب الاعتراض، وذلك خلال ستين يوما من تاريخ النشر، كذلك على المصلحة أن ترسل صورة من إخطار الاعتراض إلى طالب التسجيل و(ذلك خلال 30 يوما من تاريخ ورود الإخطار إليها).

يجب على طالب التسجيل أن يقدم للمصلحة ردا كتابيا مسببا على الاعتراض خلال 30 يوما من تاريخ تسلمه الإخطار وإلا اعتبر متنازلا عن طلب التسجيل، ويشمل النشر بيانات يبين فيها اسم طالب التسجيل وجنسيته ومهنته وصورة مطابقة للعلامة والرقم المتتابع لطلب التسجيل والبضائع والمنتجات المطلوب تسجيل العلامة عنها، مع ذكر رقم فئة المنتجات التي تتبعها، كما

(1) بلهامل سمية، مرجع سابق ص 30.

(2) زويبر حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 64.

يذكر بالنشر الجهة التي يوجد بها المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي يستخدم العلامة في تمييز بضائعه أو منتجاته<sup>(1)</sup>.

#### رابعاً/ الآثار المترتبة على تسجيل العلامة

يترتب على تسجيل العلامة التجارية عدة آثار قانونية، منها ما يتعلق بحق اكتساب وحق التصرف في العلامة، ومن بين الآثار انقضاء أو فقدان الحق في العلامة.

#### 1/ حق اكتساب وحق التصرف في العلامة

باستثناء جميع الشروط الشكلية والموضوعية للتسجيل يصبح صاحب العلامة متمتعاً بحماية قانونية لحقه في العلامة، وهو ما يخوله جملة من الحقوق منها كاحتكار استغلالها والتصرف فيها بكافة التصرفات الجائزة قانوناً.

#### أ/ حق اكتساب في العلامة

يعتبر من قام بتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة مالكا لها، له وحده دون سواه ان يستعملها على السلع والخدمات طيلة مدة التسجيل<sup>(2)</sup>.

إن عرض سلعة معينة أو منتج أو خدمة تحت علامة معينة في معرض دولي رسمي أو معترف به رسمياً لا يمنع صاحب العلامة من طلب تسجيلها، وله الحق طلب الأولوية عليها، وعلى صاحب العلامة أن يقوم بإجراء التسجيل في مدة 3 أشهر من انتهاء المعرض، وهكذا فإن الحق في ملكية العلامة يثبت بالإيداع على أنه يجب على صاحب العلامة استعمال العلامة، فإذا لم يقم باستعمال العلامة في مدة 3 سنوات دون انقطاع سقط حقه في العلامة، ولم تعد مشمولة بالحماية<sup>(3)</sup>.

(1) بلخضر فهيمة، عبد الفتاح حسيبة، مرجع سابق، ص 33.

(2) نوبيات ثامر، حماية العلامة وفق التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014، ص 27.

(3) فتاحي محمد، <<الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية>>، مجلة الحقيقة، العدد 28، جامعة أدرار، الجزائر، د س ن، ص 10.

ب/ حق التصرف في العلامة

تعتبر العلامة التجارية مالا منقولاً معنوياً، وتكون الحقوق المتصلة بها قابلة للتحويل في مجملها أو جزء منها<sup>(1)</sup>، ويجوز لصاحب العلامة أن يتنازل عن ملكيتها أو يمنح حق استغلالها أو رهنها كما يمكن تقديمها كإسهام في الشركة، وهذا ما نص عليه المشرع في قانون العلامات<sup>(2)</sup>.

2/ انقضاء وفقدان الحق في العلامة

ينقضي الحق في العلامة إما بإرادة صاحبها أو بغير إرادته

أ/ الانقضاء بإرادة صاحب العلامة

يمكن العدول عن تسجيل العلامة بإرادة صاحبها لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها، ويتم العدول سواء كان جزئياً أو كلياً بالتسجيل لدى المصلحة المختصة بناء على طلب المالك، وفي حالة ما إذا قدم طلب العدول من قبل وكيل، فيجب أن يرفق الطلب بوكالة خاصة تكون مؤرخة وممضاة واسم الوكيل وعنوانه، ويجب أن يقيد في سجل العلامات، بحيث أنه لا يكون العدول نافذاً في حق الغير إلا بعد تسجيله<sup>(3)</sup>.

ب/ الانقضاء خارج عن إرادة صاحب العلامة

تنقضي ملكية العلامة لسبب خارج عن إرادة صاحبها وفقاً للحالات الآتية:

(1) محمد أمين حداد، الأثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية والحماية القانونية لها في ظل الأمر 03-06، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2016، ص 51.

(2) المادة 14 الفقرة 01 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي نص: ((...يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهناً))

(3) آيت سعيد محند الكلي، عبدلي هشام، حماية الملكية الصناعية في ظل اتفاقية تريس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة القانون الاقتصادي وقانون الاعمال، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2013، ص 13.

## ب 1/ بطلان التسجيل

يجوز لمصلحة العلامات التجارية بالمعهد الجزائري لحماية حقوق الملكية، أن تقرر إبطال أو رفض تسجيل علامة أو منع استغلالها إذا كانت تقليدا أو ترجمة تحدث لبسا بعلامة مسجلة في إحدى دول الاتحاد وحازت على الشروط القانونية لحمايتها<sup>(1)</sup>.

يمكن لصاحب علامة تجارية طلب إبطال إيداع علامة ما بسبب ما تسببه من اختلاط مع علامته فإنه يشترط ألا يمر على طلب إيداع هذه العلامة 10 سنوات فإذا ما مرت هذه المدة تحصنت العلامة ولا يجوز إبطالها، وإذا ما صدر الحكم بالإبطال استوجب تسجيله في دفتر العلامات<sup>(2)</sup>.

## ب 2/ عدم الاستعمال

يترتب عن امتناع مالك العلامة المسجلة في استعمالها استعمالا جديا ودون انقطاع لمدة تزيد عن 03 سنوات متتالية إبطالها، وبالتالي سقوط حقه في العلامة، إلا إذا قدم مالك العلامة مبررا قبل انتهاء هذا الأجل، وعليه يجوز للجهة القضائية المختصة بناء على طلب من الغير الذي يعينه الأمر الحكم بإلغاء تسجيل العلامة.

لا يحق للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أخذ هذا القرار بصورة مستقلة، بل لا بد أن يصدر القرار من قبل الجهة القضائية المختصة، فلا تسقط هذه الحقوق إلا بحكم القانون<sup>(3)</sup>.

(1) المادة 6 مكرر 2 فقرة 1 من اتفاقية باريس، مرجع سابق.

(2) فاضلي ادريس، مرجع سابق، 294.

(3) بن قية رحيمة، النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص 58.

## الفرع الثاني

## الالتزام بالاستعمال الجدي للعلامة

يرتب تسجيل العلامة لمالكها حقا استثنائيا في استغلالها، ويشمل هذا الحق منع الغير من مباشرة هذا الاستغلال دون رضاه، وأن الحق في العلامة يكتسب بالاستعمال الفعلي لها، فأول مستعمل للعلامة يعتبر مالكا لها.

## أولا/تعريف استعمال العلامة

يشترط استعمال العلامة استعمالا فعليا وجديا ومستمرًا وأن يكون علنيا بوضع العلامة على السلع والمنتجات، كما يشترط أن يكون الاستعمال منتظما وغير متقطعا<sup>(1)</sup>.

يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها أو طلب إلغائها من الغير إذا لم يستغرق عدم الاستعمال مدة تزيد عن 03 سنوات، وإذا كانبترتب على عدم الاستعمال بطلان أو إلغاء العلامة، فإن استعمالها يقصد به تجسيدها في الواقع على السلع أو خدمات عرضت أو بيعت عبر أنحاء التراب الوطني، ونجد أن المشرع الجزائري اعتبر ان استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة كأنها استعملت من مالك العلامة أو المودع<sup>(2)</sup>.

## ثانيا/شروط استعمال العلامة

يشترط لاستعمال العلامة التجارية عدة شروط وهي

(1) لشخم رضوان، العلامة حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014، ص 25.

(2) مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، فرع قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2016، ص 75.

### 1/ أن يكون الاستعمال جدياً

يتعين على صاحب العلامة استعمالها بانتظام وبصفة جدية على سلعة أو خدماته، وله الحق في منع الغير من استعمال إعلانات مطابقة أو متشابهة لها لدرجة قد تؤدي إلى اللبس دون موافقة منه (1).

يمكن لصاحب العلامة ان يمنح ترخيص لشخص اخر من أجل استعمال علامته بصفة غير استثنائية ويكون هذا الاستعمال بمثابة استعمال للمالك وبالتالي هو ملزم باستعمالها واستغلالها على منتوجاته وخدماته بصفة جدية ومنظمة (2).

### 2/ أن ينصب الاستعمال على موضوع العلامة المسجلة

يجب أن ينصب الاستعمال الجدي على العلامة المسجلة ذاتها لأنه لن يتسنى لغير صاحب العلامة استعماله طوال مدة الحماية بمقتضى ماله من حق استثنائي عليها فيتوجب عليه استعمال العلامة نفسها التي قام بتسجيلها دون إضافة أو نقصان (3).

### 3/ أن يتم الاستعمال خلال المدة المحددة

يكون استعمال العلامة خلال سريان مدة التسجيل وبصفة غير منقطعة وحددت هذه المدة ب 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب ويمكن تجديد المدة ل 10 سنوات أخرى، غير أنه لا يتصور أن يقوم صاحب العلامة باستعمالها فور تسجيلها، وذلك لما يطلبه الاستعمال من إمكانيات مادية ومالية كما يمكن لصاحب العلامة أن يستعملها مدة من الزمن ثم يتوقف لظروف ما.

(1) المادة 11 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص: ((ممارسة الحق المخول عن تسجيل

العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توضيبيها أو صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة.))

(2) المادة 12 مرجع نفسه.

(3) لشخم رضوان، مرجع سابق، ص 28.

أجاز المشرع الجزائري لصاحب العلامة عدم استعمالها لمدة معينة غير أنه يتوجب عليه عدم تجاوز مدة 03 سنوات مع إمكانية تمديد المدة إلى سنتين آخرين في حالة إثبات الظروف العسيرة<sup>(1)</sup>.

## المطلب الثاني

### علامة المطابقة كتجسيد للدرجات المشروعة للمستهلك

يشترط أن تتوفر في المنتج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك، المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تضمن سلامة وامن المستهلك، كما يجب أن تستجيب للدرجات المشروعة له، لذا سنتطرق إلى تعريف علامة الجودة باعتبارها علامة جماعية (الفرع الأول)، ثم إلى الهيئة المختصة بمنح ترخيص استغلال علامة الجودة (الفرع الثاني)، وإلّا لإجراءات الإلزامية لمنح ترخيص استغلال علامة الجودة (الفرع الثالث)، وأخيرا سنتطرق إلى قواعد ترخيص العلامة (الفرع الرابع).

## الفرع الأول

### تعريف علامة الجودة باعتبارها علامة جماعية

تقابل العلامة الجماعية العلامة الفردية ضمن تصنيفات العلامة، واقتضت سياسة العلامة التجارية تنظيم العلامة الجماعية التي تتخذ من قبل أشخاص معنوية ممثلة للمصلحة العامة أو المصلحة الخاصة، فهي إذن علامة تخص شخصا معنويا من القانون العام أو القانون الخاص ولا تستعمل إلا من طرف أعضائه<sup>(2)</sup>، وعرفها المشرع الجزائري في نص المادة 02 الفقرة 2 من الأمر 03-06<sup>(3)</sup>.

(1) بلهامل سمية، مرجع سابق، ص 33.

(2) مجناح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 78.

(3) المادة 2 الفقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص على: ((كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج وكل ميزة مشتركة أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره...))



## الفرع الثاني

## الهيئة المختصة بمنح ترخيص استغلال علامة الجودة

تتمثل الهيئة المختصة بمنح ترخيص استغلال علامة الجودة في المعهد الجزائري للتقييس لذلك يجب ان نتطرق الى معنى التقييس (أولا) ثم إلى أهداف معهد التقييس (ثانيا)، وأخيرا إلى مهام معهد التقييس (ثالثا).

## أولا/ معنى التقييس

يقصد بالتقييس ذلك النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة تكون الغرض منها تحقيق الدرج المثلى من التنظيم في إطار معين ويقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية وتجارية تخص المنتجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين.

يعرف التقييس أيضا على انه النشاط الخاص المتعلق بأحكام ذات استعمال مشترك ومتكرر في مواجهة المشاكل الحقيقية أو محتملة، يكون الغرض منها تحقيق درجة مثلى من التنظيم في إطار معين<sup>(1)</sup>.

## ثانيا/ أهداف معهد التقييس

يهدف معهد التقييس لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

(1) المادة 02، من القانون رقم 04-04، المؤرخ في 23 جويلية 2004، يتعلق بالتقييس، ج ر عدد 41، لسنة 2004، معدل ومتمم بالقانون رقم 04-16، المؤرخ في 19 يونيو 2016.

## 1/ تخفيض التكاليف

يتحقق تخفيض في تكاليف الإنتاج نتيجة لخفض الأموال المستثمرة فيما يلي:

- خفض سعر شراء المواد الخامات نتيجة لشرائها بكميات كبيرة.

- توفير في النفقات الإدارية نتيجة تقليل وتبسيط الإجراءات المكتبية.

## 2/ زيادة الكفاءة الإنتاجية

يؤدي التقييس إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية وذلك عن طريق تحديد النماذج والأنواع طول فترات تشغيل الآلات، كذلك فإن انخفاض عدد العمليات الصناعية يؤدي إلى زيادة كفاءة العمال والآلات على حد سواء، بالإضافة إلى تحسين ضبط الجودة يؤدي إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية<sup>(1)</sup>.

## 3/ الحفاظ على المواد والموارد

يحقق التقييس وفرة كبيرة لمواد الخامات للأسباب التالية:

- تحسين تصميم المنتجات نتيجة التركيز على إنتاج عدد أقل من الأنواع والأحجام والمقاسات.

- حسن استغلال المواد مع استخدام المواد البديلة نتيجة للأبحاث اللازمة قبل وضع المواصفات<sup>(2)</sup>.

## 4/ التبادلية

يؤدي التقييس إلى قدرة الصانع إنتاج عدد كبير من الأجزاء المتماثلة في الحجم والشكل

والأداء إلى حد يضمن استبدال جزء منها بجزء آخر له نفس درجة الأداء، حيث أنه لا يمكن لجزأين

(1) ابن مزيان هجيره، النظام القانوني للتقييس في الجزائر، مذكرة لنيل الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال،

كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2019، ص 09.

(2) بوروية ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق،

جامعة الجزائر 1، 2008، ص 21.

أن يمتاثلا تماما فمن واجب التقييس أن يحدد التفاوت المقبول مع المحافظة على قابلية التبديل.

### 5/السلامة

يوجد العديد من المقاييس المنتجات التي اعدت خصيصا لحماية الإنسان وصحته، ومن أمثلتها أحزمة المسافرين في السيارات، والملبوسات الواقية في مجال الصناعة، وأحزمة النجاة لاستعمالها في البحر<sup>(1)</sup>.

فالتقييس يهدف على الخصوص في تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا، وكذا تحقيق الأهداف المشروعة وحماية المستهلك، والأمن الوطني والنزاهة في المعاملات التجارية<sup>(2)</sup>.

### ثالثا/مهام معهد التقييس

تتمثل مهاممعهد التقييس فيما يلي:

- السهرة على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات.
- إنجاز الدراسات والبحوث وإجراءات التحقيقات العمومية في مجال التقييس.
- تحديد الاحتياطات الوطنية في مجال التقييس.
- ضمان توزيع المعلومات المتعلقة بالتقييس.
- ضمان تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية والجمهورية للتفتيش التي تكون طرف فيها<sup>(3)</sup>.

تتكلف الهيئة الوطنية للتقييس(المعهد) أيضا بالمهام التالية:

بتطبيق ومتابعة تسليم الإشهاد الإجباري للمطابقة وإنشاء علامة المطابقة الإجبارية وتطبيقها وتسييرها، وتخضع المنتجات الموجهة للاستهلاك والاستعمال، التي تمس السلامة والصحة والبيئة

(1)www.khayma.com.

(2)أوروبية ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2008، ص 21.

(3) لشخم رضوان، مرجع سابق، ص 32.

إلى إشهاد إجباري طبقاً للتشريع المعمول به، ويفرض هذا الإشهاد دون تمييز على المنتجات المصنعة محلياً أو المستوردة، ويمكن للمعهد الاستعانة بكل هيئة تهتم بمطابقة معتمدة (المخابر، هيئات التقييس، هيئات الإشهاد على المطابقة)، لإنجاز أشغال خصوصية محددة في دفتر شروط يعهده المعهد لهذا الغرض.

يجب أن تحمل المنتجات المستوردة علامة المطابقة الإلزامية التي تسلمها الهيئات المؤهلة البلد المنشأ والمعترف بها من المعهد الجزائري للتقييس<sup>(1)</sup>.

إن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية بالإضافة إلى أجهزة التقييس الأخرى كان كله من أجل حماية المنتجات الموجهة للاستهلاك والاستعمال من التقليد، ومن أجل التأكد من مطابقتها للمقاييس الوطنية أو الدولية، غير أنه وما يدرك من الناحية العملية أن دور هاته الأجهزة في محاربة ظاهرة التقليد وعدم المطابقة محدودة وتتقصها الفعالية<sup>(2)</sup>.

### الفرع الثالث

#### الاجراءات الازمة لمنح ترخيص استغلال علامة الجودة

تخضع علامة المطابقة للأحكام التشريعية والتنظيمية المنظمة لها، وبالتالي تحدد خصائصها عن طريق التنظيم بحيث يرمز لها بالرمز (ت ج) ويعني هذا الرمز تقييس جزائري، ولكي يحصل المهني سواء كان منتجا أو بائعا أو مقدم خدمة، على الترخيص باستعمال هذا الرمز أو هذه العلامة على السلعة، أو على الخدمة التي يقدمها، فإنه يتقدم بطلب ذلك إلى المعهد الوطني للتقييس، ويكون طلبه مدعما بالمستندات اللازمة<sup>(3)</sup>.

(1) نويبات ثامر، مرجع سابق، ص 32.

(2) مجناح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 81.

(3) بروبة ربيعة، مرجع سابق، ص 23.

يقوم المعهد باختيار المنتجات، أو الخدمات المرشحة لحمل العلامة بعد فحصه لها، والتأكد من أن الصانع مقدم الخدمة قادر وباستمرار على صنع المنتجات، وتقديم الخدمات بنفس الجودة المتوفرة في العينة النموذجية ويحول إجراء الفحص إلى لجنة مكلفة بذلك.

يجب وضع برنامج لمراقبة مدى محافظة المنتجات، أو الخدمات على مستوى الجودة المصرح بها بحيث يقوم المعهد عن سابق إنذار أو بدونه بمراقبة المنتجات وأخذ العينات بهدف اختبارها سواء على سلسلة الإنتاج، أو في المستودعات أو في السوق، وبالتالي يمكن للمنتج أو الصانع وضع علامة المطابقة على منتجاته ومقدم الخدمة على خدماته<sup>(1)</sup>.

يكون الاعتراف بمنتجات أو خدمات مطابقة للمواصفات الوطنية أو اللوائح الفنية بواسطة علامة المطابقة، وتعد اللوائح الفنية من قبل القطاعات المعنية ويكون اعتمادها من طرف المنتجين ضروريا لتحقيق هدف مشروع، أو لتفادي خطر عدم اعتمادها، كما يمكن تعديلها إذا تغيرت المعطيات التي دعت إلى اعتمادها وكان الهدف المشروع أقل تقييدا للتجارة، أما المواصفات الوطنية فإنها تعد من قبل الهيئة الوطنية للتقييس، والتي تصدرها كل 06 أشهر فتعين المواصفات الوطنية الجاري إعدادها والمواصفات المصادق عليها سابقا<sup>(2)</sup>.

يجوز للمتعاملين تبليغ معهد التقييس بالصعوبات التي قد تتجم عن تطبيق المواصفات المزمع إقرارها وذلك خلال مدة التحقيق، ولهم أن يقترحوا تعديلات لمشاريع المواصفات تضمن جودة أكثر، وتستجيب لرغبات المستهلك المشروعة، وبعد الانتهاء من التحقيق الإداري والتحقق العمومي، تقوم اللجنة التقنية بتقديم المواصفات للوزير المكلف بالتقييس ليصادق عليها فتصبح إلزامية أو تقوم بتسجيلها فتأخذ الطابع الاختياري في حالة عدم مصادقة الوزير عليها<sup>(3)</sup>.

(1) لشخم رضوان، مرجع سابق، ص 33.

(2) المادة 02 الفقرة 9 من القانون 04-04، المتعلق بالتقييس، مرجع سابق.

(3) M. KAHLOULA.ET.G.MEKAMCHA: la protection du Consommateur en droit. Algérien : revue idara .de L'école National D'administration N 5, année 1995, page 42.

## المبحث الثاني

## الآثار المترتبة عن الإخلال بإعلام المستهلك

تلعب العلامة التجارية دور فعال في اعلام المستهلك وأي مساس بها يؤدي إلى الإخلال بواجب الاعلام من طرف المتدخل، الذي يترتب عليه مجموعة من الجزاءات سواء في الجانب المدني والتي تمارس سواء من الهيئة المكلفة بالتسجيل أو من طرف المستهلك بنفسه<sup>(1)</sup> وهو ما سوف نتطرق إليه في (المطلب الأول)، أو جزاء الجنائي الذي يهدف إلى تطبيق عقوبات على أفعال وصفها المشرع بالجرائم، إضافة إلى الجزاء الإداري الذي تباشره الجهات الإدارية في الدولة في حدود صلاحياتها و هو ما سوف نتطرق إليه في (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

## الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بواجب إعلام المستهلك

يؤدي عدم اعلام المستهلك إلى إلحاق ضرر به، لذلك يحق له الاعتراض على هذه العلامة بموجب دعوى مدنية يطلب فيها ابطال أو الغاء العلامة، كما يحق للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية رفض تسجيل لضمان حماية للمستهلك (الفرع الأول). كما يحق للمستهلك المطالبة بإبطال العقد وفق القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني في حالة الإخلال بواجب الإعلام حسب القواعد الخاصة بعيوب الرضا من غلط وتدليس أو على أساس نظرية الضمان (الفرع الثاني).

(1) ابن قوية مختار، دور العلامة في حماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، يوسف بن خدة، الجزائر، 2017، ص 249.

## الفرع الأول

### الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية

يعتبر رفض تسجيل العلامة التجارية سواء من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية (أولا)، أو من طرف المستهلك (ثانيا) كألية مقرررة لحماية هذا الاخير من اجل تعويضه عن الاضرار التي تلحق به نتيجة عدم اعلامه.

#### أولا/ رفض المعهد تسجيل العلامة

يحق للمعهد الوطني رفض تسجيل العلامة إذا تبين له انها علامة ممنوعة او مضللة وتثير اللبس.

#### 1/ رفض المعهد تسجيل العلامة الممنوعة

يرفض المعهد تسجيل العلامة في حالة ما إذا كانت الرموز ممنوعة أو محضورة، أو إذا كانت العلامة لا تمثل أحد الأشكال المذكورة في المادة 2 الفقرة 1 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>(1)</sup>.

يرفض كذلك تسجيل العلامة التي تخص الملك العام كاتخاذ علم دولة ما كعلامة، والعلامة التي تكون مخالفة للنظام العام كالرموز المسيئة لنظام الحكم والمهينة لمؤسسات الدولة أو التي تمس بالأمن العمومي أو السكنية العامة، فمثلا لا يجوز تسجيل علامة لترويج لسلع معينة تحمل اسم نوع من المخدرات، والرموز التي تكون مخالفة للآداب العامة هي الرموز التي تمس بالأخلاق

(1) المادة 02 الفقرة 1 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تقضي ((العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والاحرف والأرقام والرسومات او الصور...))، والمادة 7 الفقرات 1، 2، 3، 4، 5، التي تنص ((تستثنى من التسجيل الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 فقرة 1... او المنظمة لذلك...)).

والقيم السائدة في المجتمع كالتي تشجع على الانحلال الخلقي، وبالتالي يرفض المعهد تسجيل العلامة لضمان حماية لجمهور المستهلكين<sup>(1)</sup>.

## 2/ رفض المعهد تسجيل العلامة المظلمة

تكون العلامة مظلمة للجمهور إما في طبيعة السلع أو جودتها أو مصدرها، فلا يمكن اتخاذ اسم جغرافي مثلا كاسم لعلامة تجارية إذا كان من شأنه تظليل المستهلكين، ويرفض تسجيل العلامة أو الرموز المتخذة كعلامة مماثلة لعلامة أخرى أو اسم تجاري أو رمز يعتبر ترجمة لعلامة أخرى أو اسم تجاري، إضافة إلى ذلك لا يمكن تسجيل علامة يمكن أن توقع المستهلك في غلط أو تثير لبس

حول طبيعة المنتج أو جودته، كتسجيل علامة تحمل كلمات وصفية خالية من الصفات المميزة، فهذه العبارات لا تصلح لتكون علامة لأنها كلمات تدل على جودة المنتج ومن شأنها اثاره اللبس لدى المستهلك لذلك لا يجوز للمعهد تسجيلها<sup>(2)</sup>.

## ثانيا/ الاعتراض على تسجيل العلامة من طرف المستهلك

منح المشرع الجزائري للمستهلك حق الاعتراض على تسجيل العلامة امام القضاء على أساس دعوى ابطال العلامة او دعوى الغاء العلامة.

## 1/ دعوى إبطال ودعوى إلغاء العلامة

سنتطرق أولا إلى دعوى إبطال العلامة ثم إلى دعوى إلغاء العلامة

(1) بوروية ربيعة، مرجع سابق، ص 26.

(2) المادة 7 الفقرات 6، 7، 8، 9، من الامر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تقضي: ((... الرموز التي يمكن ان تضلل الجمهور او الأوساط التجارية ... إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا...))



أ/ دعوى إبطال تسجيل العلامة

يعتبر إبطال تسجيل العلامة إجراء قضائي يتخذ شكل الحكم القضائي الذي يقضي بإبطال التسجيل بأثر رجعي من تاريخ الإيداع<sup>(1)</sup>، وفق الحالات السابقة الذكر التي تم التطرق إليها سابقاً في عنوان "رفض المعهد تسجيل العلامة"

يمكن للمستهلك ان يرفع دعوى إبطال لجزء من السلع أو الخدمات للعلامة التي سجلت إذا لم تتوفر الشروط المنصوص عليها في المادة 20 من قانون العلامات<sup>(2)</sup>، وهي قاعدة موضوعية الا أنها تمنح المستهلك صفة في أهلية التقاضي والمطالبة بإبطال العلامة<sup>(3)</sup>.

ب/ دعوى إلغاء تسجيل العلامة

ميز المشرع بين نوعين من دعاوى الإلغاء هما دعوى إلغاء العلامة العادية ودعوى إلغاء العلامة الجماعية.

ب 1/ دعوى الإلغاء العادية

يحق للمستهلك بصفته مدعي المطالبة بإلغاء العلامة لعدم الاستعمال الجدي للعلامة على السلع وتوضيبيها أو على الخدمات من طرف صاحبها، إلا في الحالات التي لا يمكن إلغائها والمتمثلة في: حالة لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من 3 سنوات دون انقطاع، وإذا لم يقم مالك

(1) عجة الجلالى، العلامة التجارية: خصائصها وحمايتها، جزء الرابع، منشورات زين الحقوقية، لبنان، ص 113، والمادة 20 من الامر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص على: ((يمكن للجهة القضائية المختصة ابطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع... لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 المادة 7 من هذا الامر...))

(2) المادة 27 من المرسوم التنفيذي 05-277، الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق، التي تنص: ((إذا توفرت شروط المنصوص عليها في المادة 20 من الامر رقم 06-03... بالنسبة لجزء فقط من السلع الو الخدمات التي سجلت من اجلها العلامة لا يشمل الابطال الا ذلك الجزء من هذه السلع والخدمات)).

(3) مجناح عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 87.

العلامة قبل انتهاء هذا الآجال بتقديم الحجة، بأن ظرفاً عسيراً قد حال دون استعماله ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الآجال إلى سنتين على الأكثر<sup>(1)</sup>.

نلاحظ هنا التناقض الموجود في المادتين 11 و21 بشأن الآثار المترتبة عن عدم استعمال العلامة، حيث أن المادة 11 ترتب الإبطال أما المادة 21 في فقرتها الثانية ترتب أثر الإلغاء، إلا أنه يمكن القول بما أن العلامة نشأت صحيحة لكن طرأ عليها فيما بعد سبب يؤدي إلى إلغائها، فإن الأثر الصحيح الذي ينتج عن عدم الاستعمال هو إلغاء تسجيل العلامة<sup>(2)</sup>.

## ب/2 دعوى إلغاء العلامة الجماعية

يكون إلغاء العلامة الجماعية إذا ما تحققت أحد الحالات المنصوص عليها في المادة 21 المتعلقة بالعلامات، إضافة للحالات الآتية:

- في حالة حل الشخص المعنوي مسجل العلامة.
- في حالة استعمال أو السماح أو تفويض استعمال العلامة من طرف مالك للعلامة الجماعية.
- في حالة استعمال أو السماح للغير باستعمال العلامة من طرف مالكها التي تؤدي إلى تضليل الجمهور<sup>(3)</sup>.

## 2/ شروط رفع دعوى ابطال والغاء العلامة

يشترط لرفع دعوى قضائية توفر مجموعة من الشروط والمتمثلة في:

(1) المادة 11 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص: ((إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي... مستخرجا لسجل المرقم ومأشر عليه.))

(2) ألقليوب أسعد، «انقضاء الحق في العلامة التجارية»، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد 1، الجزائر، ص 208.

(3) المادة 25 من الامر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص: ((عند زوال الشخص المعنوي مسجل العلامة ... من شأنه تضليل الجمهور.))

أ/ صفة المستهلك في رفع دعوى الغاء أو ابطال العلامة

منح المشرع في ق إ م إ للمستهلك صفة<sup>(1)</sup> التقاضي لرفع دعوى الابطال والإلغاء إذا ما وقع في تدليس أو غلط وكان الضرر قائم وليس محتمل، وبما أنه المتضرر الأول من العلامة المضللة فيحق له رفع هذه الدعاوى سواء بصورة فردية أو جماعية.

ب/ مصلحة المستهلك في رفع دعوى الغاء أو ابطال العلامة

تكمن مصلحة المستهلكين في حصولهم على السلع والخدمات غير مقلدة ولا تحمل علامات مضللة، إضافة إلى حقهم في الاعلام بجميع البيانات والعناصر المهمة المكونة للعلامة على ابطال العلامات المضللة أو الغائها بطلب من المعهد أو بطلب من الغير الذي يمكن أن يكون اما مالك العلامة أو المستهلك أو جمعية حماية المستهلك<sup>(2)</sup>.

3/ الجهة القضائية المختصة في النظر في دعوى ابطال والغاء العلامة

يكون إقرار الابطال او الإلغاء من صلاحيات المحكمة المختصة للنظر في هذا النوع من النزاعات، حيث تناول المشرع الاختصاص النوعي في الفصل الرابع من الباب الثاني من قانون إ م و إ، حيث يتضمن فحوى هذه المواد مبدأ عاما في تحديد المحكمة المختصة إقليميا والمتمثلة في المحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه وإذا لم يكن له موطن معلوم فيؤول الاختصاص للمحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها اخر موطن له وإذا كان له موطن مختار فالاختصاص يكون للمحكمة التي يقع فيها ذلك الموطن المختار، وكاستثناء على ما تقدم فالاختصاص يسند الى محكمة موطن المدعى عليه<sup>(3)</sup>.

(1) انتص المادة 13 من، القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008، المتضمن قانون إ م و إ، ج ر عدد 15 لسنة 2008، "لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة وله مصلحة قائمة...".

(2) يعقوب مزوز، مرجع سابق، ص 52.

(3) أنور محمد، << حماية القضاء الجزائري للعلامة التجارية الجزائرية >>، نشرة المحامي، العدد 20، سطيف، 2013، ص 54. المادة 40 الفقرة 4 من قانون إ م و إ، مرجع سابق، التي تنص على: ((في مواد الملكية الفكرية، أمام المحكمة المنعقدة في مقر المجلس القضائي الموجود في دائرة اختصاصه موطن المدعى عليه))

يفصل القاضي في منازعات ابطال العلامة أو الغائها بموجب حكم ابتدائي قابل للاستئناف ويتضمن الحكم الابطال الكلي أو الجزئي للعلامة أو لجزء من السلع والخدمات التي سجلت من اجلها العلامة، ويسري هذا الحكم بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، أما الاحكام الصادرة عن دعوى الإلغاء سواء الفردية أو الجماعية فيسري مفعوله بأثر فوري، رغبتا من المشرع في الحفاظ وعدم المساس بالحقوق المكتسبة للغير، ويمكن للقاضي الحكم بتعويضات مدنية لمصلحة المدعي في حدود الاضرار التي لحقت اذا ما اثبت هذا الضرر<sup>(1)</sup>.

## الفرع الثاني

### جزاء الاخلال بإعلام المستهلك

يحق للمستهلك المطالبة بإبطال العقد وفق القواعد في حالة الاخلال بالالتزام بالإعلام وفق عيوب الرضا من غلط وتدليس (أولا) ويمكن له المطالبة بالإبطال على ضوء نظرية الضمان (ثانيا).

#### أولا/ إبطال العقد استنادا على عيوب الرضا

يمكن ابطال عقد الاستهلاك الذي يربط المنتج او البائع بالمستهلك إذا وقع في غلط او تدليس وفق القواعد العامة.

#### 1/ ابطال العقد لوقوع المستهلك في تدليس

نقصد بالتدليس استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه للتعاقد، فهو يفترض قيام عنصرين الأول مادي وهو استعمال الحيل والثاني شخصي وهو ان تكون هذه الحيل من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم المدلس عليه العقد<sup>(2)</sup>.

(1) عجة الجالي، مرجع سابق، ص132.

(2) علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام: مصادر الالتزام في القانون الجزائري، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 60. تنص المادة 86، من الامر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78، لسنة 1975، معدل ومتمم، على ما يلي: ((يجوز ابطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد.))

يشترط لقيام دعوى ابطال العقد لوقوع المستهلك في التدليس ما يلي:

#### أ/ الخطأ

يتمثل في فعل التدليس وإخفاء الوقائع والملابسات التي دفعت بالمستهلك إلى إبرام العقد كاستعمال علامة مقلدة كإكتشاف المستهلك ان الملابس التي اشتراها ظنا منه أنها من علامة أصلية ويكتشف فيما بعد أنها مقلدة.

#### ب/ الضرر

يلحق المستهلك ضرر جراء فعل التدليس الذي تعرض له يتعلق بمصلحته المشروعة، والذي يمكن أن يؤدي إلى تفويت فرصة لشراء منتج أصلي مثلا أو قد يكون السبب في خسارته لجزء من ماله أو كله ويمكن أن يصيبه بضرر في صحته نتيجة استعمال هذا المنتج المقلد<sup>(1)</sup>.

#### ج/ العلاقة السببية

هي العلاقة الموجودة بين الخطأ الذي صدر من الغير والضرر الذي لحق المستهلك نتيجة هذا الخطأ، ويحق له المطالبة بإبطال العقد بمجرد إكتشافه هذا الخطأ دون أن يكون بالضرورة قد لحقه ضرر، ويقع على عاتقه إثباته<sup>(2)</sup>.

#### 2/ ابطال العقد لوقوع المستهلك في غلط

يعرف الغلط بأنه وهم يقوم في ذهن الشخص ليصور له الأمر على غير حقيقته بحيث يدفعه للتعاقد وما كان ليبرم العقد لو علم حقيقة الامر. والمشرع الجزائري تبنى النظرية الحديثة في الغلط حيث أخذ بمعيار الغلط الجوهرى الدافع للتعاقد، ويكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع فيه<sup>(3)</sup>.

(1) مزوز يعقوب، المرجع السابق، ص57.

(2) ابن قوية مختار، مرجع سابق، ص58.

(3) بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص 343. تنص المادة 81 من القانون المدني، مرجع سابق، على ((يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهرى وقت إبرام العقد ان يطلب ابطاله.))

يعتبر الغلط جوهريا اذا وقع في صفة الشيء يراها المتعاقدين جوهريا أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد أو لحسن النية<sup>(1)</sup>، و اذا وقع في ذات المتعاقدين أو في صفة من صفاته وكانت هذه الصفة أو الذات السبب في التعاقد، كأن يقع الغلط في مشروعية العلامة بحكم أنها أداة فعالة يستعملها المحترف لجذب انتباه المستهلك عن طريق الدعاية والاشهار بحثهم بأساليب غير مشروعة كالإعلان المضلل والغش، اضافة الى البيانات التي اوجبها المشرع في قانون الاستهلاك والممارسات التجارية والتي تعتبر جوهريا والزامية على عاتق المحترف اعلام المستهلك بها، وتخلفها يؤدي الى اخلاله بهذا الالتزام<sup>(2)</sup>.

حصر المشرع حق ابطال العقد لعيب من عيوب الإرادة من تدليس وغلط على الشخص الذي لحق به ضرر وليس للطرف الاخر التمسك بهذا البطلان لأنه غير مقرر لمصلحته، وعليه الإخلال بالالتزام بالإعلام من خلال توفر التدليس ما هو إلا بطلان نسبي، وللمستهلك أجل خمسة سنوات للمطالبة بإبطال العقد إذا لم يتمسك به سقط حقه وتسري المدة من اليوم الذي يكتشف فيه ذلك، غير انه لا يجوز التمسك بهذا الحق إذا انقضت 10 سنوات من وقت تمام العقد<sup>(3)</sup>.

### ثانيا/ ابطال العقد تأسيسا على نظرية الضمان

يجوز للمستهلك المطالبة بإبطال العقد على أساس نظرية الضمان في حالة عدم التزام المحترف بضمان العيوب الخفية أو الظاهرة والتي يشترط عدم علم المستهلك بها لأنه لو علم بها لامتنع عن شراء المبيع، وتعدى العيب ذلك حتى أصبح يشمل على عدم احتواء المبيع على الصفات التي كان قد تعهد بها البائع للمشتري وقت التسليم، ويستفيد المستهلك من الضمان بقوة

(1) المادة 82 الفقرة 2 من القانون المدني، مرجع سابق، التي تنص ((... يعتبر الغلط جوهريا إذا وقع في صفة الشيء

يراه المتعاقدين جوهريا أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد ولحسن النية.))

(2) بن داود إبراهيم، قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2003 المتعلق بحماية

المستهلك وقمع الغش، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2013، ص 63.

(3) المادتين 99 و101، من القانون المدني، المرجع السابق.

القانون في حالة ظهور العيب في المنتج خلال فترة محددة باستبدال المنتج أو ارجاع ثمنه أو تصليحه أو تعديله على نفقة المنتج<sup>(1)</sup>.

تتقادم دعوى الضمان خلال سنة من يوم التسليم المبيع تسليمًا حقيقيًا ولم يرفع المشتري دعوى الضمان على البائع إلا إذا التزم البائع بالضمان لمدة أطول<sup>(2)</sup>، وفي حالة اثبات المستهلك أن البائع قام بإخفاء العيب متعمداً فلا تتقادم الدعوى خلال هذه المدة، وإذا حدد البائع مدة للضمان فيجب اعلامه بالعيب خلال شهر من ظهوره وله أجل 6 أشهر من تاريخ الاعلام لرفع الدعوى<sup>(3)</sup>.

## المطلب الثاني

### الحماية الجنائية والإدارية عن الإخلال بإعلام المستهلك

أقر المشرع الجزائري حماية أخرى لضمان سلامة أكثر للمستهلك نظراً لتجاوزات المهنيين الذين يلجؤون الى مخالفة القوانين لتحقيق الربح السهل والسريع، من اجل ذلك منح حماية جنائية للعلامة لضمان عدم الاعتداء عليها (الفرع الأول)، إضافة الى اقراره حماية إدارية توهي تدابير الغرض منها وضع الحد للفعل الضار الذي يلحق المستهلك عن طريق مؤسساتها المختلفة (الفرع الثاني).

(1) المرسوم التنفيذي رقم 90-266، المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات، ج ر عدد 40 لسنة 1990.

(2) عبد الرزاق احمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، العقود التي تقع على الملكية، البيع والمقايضة، الجزء 4، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000، ص 748.

(3) رباب صابرينة، العيب الموجب للضمان بين القانون المدني وقانون حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة الحقوق، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017، ص 38.

## الفرع الأول

### الحماية الجنائية المترتبة عن الإخلال بإعلام المستهلك

نص المشرع على الأفعال التي تعتبر جنح في حالة الإخلال بواجب الاعلام (أولاً)والى الجزاء المترتب عن ذلك وفق قانون الممارسات التجارية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش(ثانياً).

### أولاً/ جزاء الإخلال بالتزام الاعلام وفق قانون العلامات

يستند المستهلك للتعويض على الاضرار الجسمانية والمادية الى دعوى جزائية في الجرائم

التالية

### 1/ جريمة عدم وضع علامة تجارية على السلع أو الخدمات

تقوم هذه الجريمة على ركنين هما:

#### أ/ الركن المادي

يتمثل هذا الركن في جنحة عدم وضع علامة إلزامية في بيع أو عرض منتجات لا تحمل علامة اي انه الشخص الذي أنتج سلعا او خدمات ولم يضع عليها علامة يعتبر مرتكباً لجريمة معاقب عليها قانوناً. وذلك حسب لأحكام المادة 33 الفقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>(1)</sup>،وقد جاءت هذه المادة لحماية المستهلكين أكثر من صاحب العلامة لضمان مراقبة المنتوجات ونوعيتها<sup>(2)</sup>.

(1)المادة 33 الفقرة 1 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص: ((... الذين خالفوا احكام المادة 3

من هذا الامر بعدم وضع علامة على سلعهم او خدماتهم...)).

(2)مجناح عبد الطيف، مرجع سابق، ص 95.



ب/ الركن المعنوي

هي الرابطة المعنوية التي تربط بين ماديات الجريمة والدوافع النفسية لفاعلها، أو هو الفعل الذي يكون نتيجة لإرادة الفعل وبالتالي فإن قيام هذه الرابطة هي التي تعطي للواقعة وصفها القانوني وتتحول لجريمة. (1)

2/ جريمة استعمال أو وضع علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها

تقوم هذه الجريمة على ركنين هما:

أ/ الركن المادي

يتمثل في استعمال علامة غير مسجلة، أو لم يتم إيداع طلب تسجيل بشأنها، ولا يختلف الأمر إذا ما كانت العلامة مسجلة سابقا وانتهى آجال تجديدها ولم يتم تجديدها أو كانت غير مسجلة اطلاقا أو سقط حق استعمالها بسبب من أسباب السقوط (2).

ب/ الركن المعنوي

يتجسد هذا الركن في علم صاحب المنتجات والسلع بأنها تحمل علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها وبالرغم من ذلك وضعها عليها أي توفر سوء النية والقصد (3).

ثانيا/ جزاء الاخلال بإعلام المستهلك وفق قانون الممارسات التجارية

تقع على المتدخل جملته من الالتزامات والتي تهدف الى تحقيق الشفافية على الممارسات التجارية ومن بينها واجب اعلام المستهلك بالبيانات التي تخص السلع أو الخدمات عند تقديمها أو عرضها (1).

(1) مزوز يعقوب، مرجع سابق، ص 66.

(2) المادة 33 الفقرة 2 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص: ((...الذين وضعوا على سلعهم أو

خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها...))

(3) بن قوية مختار، مرجع سابق، ص 231.

يتمثل حق المستهلك بالإعلام وفق هذا القانون في التزام البائع بإعلامه بأسعار وتعريفات السلع والخدمات يتم تنفيذ هذا للالتزام على حسب الشروط المنصوص عليها في نفس القانون<sup>(2)</sup>، إذا خالف المتدخل لهذا الالتزام فيعاقب بغرامة من 5000 دج الى 100.000 دج<sup>(3)</sup>.

### ثالثا/ جزاء الاخلال بإعلام المستهلك وفق قانون حماية المستهلك وقمع الغش

يلتزم المتدخل أن يقدم للمستهلك كل البيانات والمعلومات المرتبطة بالمنتج أو الخدمة الموضوعية للتداول في الأسواق بغرض الاستهلاك وترك له المجال مفتوح لاختيار الوسيلة التي يقوم بها بذلك لورود الوسائل المنصوص عليها في المادة السابقة على سبيل المثال لا الحصر<sup>(4)</sup>. وفي حالة امتناع المحترف عن ذلك فيعاقب بغرامة من 100.000 دج الى 1.000.000 دج<sup>(5)</sup>.

## الفرع الثاني

### الحماية الإدارية عن الاخلال بإعلام المستهلك

يقصد بالجزء الإداري مجموع الإجراءات المتخذة من طرف أشخاص معينون أثناء أداء مهامهم الرقابية قصد معاينة المخالفات المتعلقة بعدم اعلام المستهلك، وفي سبيل تحقيق ذلك

(1)ابراهيمى هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، الجزائر، 2013، ص14.

(2)المادة 4 من الامر رقم 04-02، المؤرخ في23جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ، عدد 41، الصادرة 27جوان2004ن معدل ومنتم، التي تنص على: ((يتولى البائع وجوبا اعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع وبشروط البيع.))

(3) المادة 31، المرجع نفسه، التي تنص: ((يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و5 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من 50000 دج الى 100000 دج))

(4)مجناح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 98.

(5)انظر المادة 78 من قانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

منحهم القانون وسائل قانونية معينة ومتعددة تمكنهم من اتخاذ تدابير تحفظية واحترافية، تفاديا منهم للأضرار التي يمكن أن تلحق بالمستهلك<sup>(1)</sup>.

### أولا/ حماية المستهلك من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية

أكد المشرع أن اكتساب الحق في العلامة يكون بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، ويتعين على المعهد مسك سجلات خاصة بالعلامات يقد فيها كل البيانات والتصرفات الواردة على العلامة من بيع ورهن وتنازل وإلغاء أو إبطال التخلي<sup>(2)</sup>.

### ثانيا/ حماية المستهلك من طرف مديرية التجارة

تتكفل وزارة التجارة الممثلة بوزير التجارة بالتدخل في مجال الجودة وقمع الغش، حسب صلاحيات وزير التجارة في اقتراح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات وحماية العلامة التجارية، والتسميات الاصلية ومتابعة تنفيذها<sup>(3)</sup>.

إضافة الى المصالح التابعة له والتي تقوم بدورها بضمان حماية للمستهلك، وتنقسم هذه الصالح الى نوعين:

**المصالح التابعة للوزارة على المستوى المركزي التي تضمن حماية للمستهلك:** منحت المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وذلك باتخاذ جميع التدابير والإجراءات اللازمة لحماية المستهلكين من خلال ترقية برامج اعلام المستهلكين وتحسيسهم.

(1)شادي زهية، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، فرع: قانون خاص، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018، ص 58.

(2)بن قوية مختار، مرجع السابق، ص 108.

(3)المادة 5 الفقرة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 21ديسمبر2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد 85، لسنة 2002.

**المصالح التابعة للوزارة على المستوى الخارجي التي تضمن حماية للمستهلك:** هي مصالح خارجية تابعة لوزارة التجارة وهي تضم شكل مديريات ولأئية وجهوية مهمتها تنظيم المنافسة والجودة<sup>(1)</sup>

### ثالثا/ حماية المستهلك من طرف مديرية الجمارك

تعتبر إدارة الجمارك مصلحة عمومية ذات طابع اداري، تقوم بمراقبة الصادرات والواردات من السلع والمنتجات عن طريق الحجز الجمركي.

يقع الاعتداء على العلامة التجارية عن طريق استيراد سلع تحمل علامة مقلدة لتلك المسجلة في الجزائر، وعند قيام أعوان الجمارك بعملية الرقابة والفحص المباشر للسلع يتبين لهم بان هذه السلع تحمل علامة مقلدة، لذلك يحق لهم مباشرة عملية حجز السلع موضوع الخلاف.<sup>(2)</sup>

بفضل هذه الإجراءات التي يقوم بها أعوان الجمارك والتي من خلالها تخضع البضائع المستوردة الى المراقبة الجمركية، ما يؤدي الى وقاية المستهلكين من الاضرار الناجمة عن البضائع المغشوشة والمقلدة.

### رابعا/ حماية المستهلك من طرف جمعيات حماية المستهلك

تتكون جمعيات حماية المستهلكين ذاتهم ذوي الخبرة الشخصية والمهنية الذين يسعون الى تحقيق المصلحة العامة للمستهلكين والدفاع عن مصالحهم، وللجمعية دورين: دور وقائي القبلي) ودور دفاعي<sup>(3)</sup>.

### 1/ الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلكين

<sup>(1)</sup> زين يونس، هدى معيوف، <<حماية حقوق المستهلك في الجزائر >>، مجلة معارف، العدد 20، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2016، ص-ص، 439-440.

<sup>(2)</sup> مزور يعقوب، مرجع سابق، ص 35.

<sup>(3)</sup> سي يوسفزاهية حورية، <<دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك>>، مجلة الحقيقة، عدد 34، مجلة أكاديمية تصدر عن جامعة أحمد دراية، الجزائر، ص 289.

يتجسد هذا الدور في عدة وسائل أهمها:

#### أ/ تحسيس وتوعية المستهلكين وعلامهم

تباشر الجمعية إعلام من نوع خاص، لأنها تراقب مدى توافر الوسم في المواصفات المعروضة والنظر إذا ما كانت هذه المنتجات ذات علامة أصلية أو مقلدة أو مزيفة، إضافة الى لفت انتباه المستهلكين وحثهم على شراء المنتجات المحلية بدلا من المستورد لضمان حقهم في الرجوع بالضمان على المنتجين وإمدادهم بمعلومات كافية عنه. وتتمثل طريقة التوعية والاعلام إما عن طريق نشرات وتوزيعها على المستهلكين أو الصحف أو المجلات ...

#### ب/ مراقبة الأسعار والجودة

تقوم الجمعية بمراقبة الأسعار في السوق وخاصة مدى احترام المنتجين الأسعار المفروضة من قبل الدول بالنسبة لبعض المنتجات كالحليب والخبز، إضافة الى ذلك فهي تقوم بمراقبة مطابقة السلع المعروضة للجودة من خلال الفحص الظاهري للتأكد مثلا من وجود الوسم وذكر البيانات الجوهرية على الغلاف<sup>(1)</sup>.

#### 2/ الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلكين

يكون ذلك عن طريق تمثيل المستهلكين على المستوى القضاء كطرف مدني ذلك في حالة تعرض المستهلك لأضرار تسبب فيها المتدخل<sup>(2)</sup>.

يجب توفر جملة من الشروط من أجل مزاوله الجمعيات هذا الحق والمتمثلة في:

-وجود مخالفة جزائية يتسبب فيها المهني.

(1)سي يوسف حورية زهية، مرجع سابق،ص 291.

(2)المادة 23 من الامر 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، التي تنص ((عندما يتعرض مستهلك او عدت مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين ام تؤسس كطرف مدني.))، ونصت المادة 17 الفقرة 2 من القانون رقم 06-12، المؤرخ في 12يناير 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02، لسنة 2012، على: ((...التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة...))

-أن يمس الضرر مجموعة من المستهلكين الذين تضرر من الخطأ الذي اقترفه نفس المهني.

-أن يكون الضرر من نفس المنتج المغشوش أو من ذات المصدر.

إضافة إلى ذلك فهي تمثل المستهلكين أمام الأجهزة الخاصة التي تزودها بمختلف المعلومات اللازمة لنشاطها لذا نجد 10 ممثلين للمستهلكين في المجلس الوطني لحماية المستهلكين والذي يزود الجمعية ببرامج عمل تعمل على تنفيذه وممثل في المركز الجزائري لمراقبة الجودة ولها طلب استشارة مجلس المنافسة<sup>(1)</sup>.

(1) بن داود إبراهيم، مرجع سابق، ص 97.

# الفصل الثاني الحماية

## القانونية للعلامة التجارية كضمانة لحماية المستهلك

الفصل الثاني

الحماية القانونية للعلامة التجارية كضمانة لحماية المستهلك

تحظى العلامة التجارية بأهمية في الأسواق الوطنية والدولية من خلال الدور الفعال الذي تلعبه في تمييز السلع والمنتجات المتداولة.

لتفادي انتشار ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية بشكل كبير في وقتنا الراهن، سعت معظم الدول ومنها الجزائر الى سن تشريعات خاصة تكفل الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

يجب ان تكون العلامة التجارية مسجلة من أجل أن تحضي بحماية قانونية وكل مساس بها خلال هذه الفترة يعتبر بمثابة تعدي على الحق في هذه العلامة.

يرتكز موضوع هذا الفصل تحت عنوان " الحماية القانونية للعلامة التجارية كضمانة لحماية المستهلك " على دعوى المنافسة غير مشروعة كألية لحماية المستهلك في (المبحث الأول) ودعوى التقليد كألية لحماية المستهلك من تقليد العلامة التجارية في (المبحث الثاني).

## المبحث الاول

### دعوى المنافسة غير مشروعة



تقوم التجارة على حرية المنافسة والمستندة إلى الأعراف التجارية النزيهة التي يسعى من خلالها التجار إلى جذب الزبائن والترويج لمنتجاتهم، فالمنافسة لها القدرة التي تدفع دائما إلى تحقيق الابتكار، وتعمل كحافز فعال على الإبداع في الحياة التجارية والصناعية الخدمائية محققة بذلك أفضل النتائج والأرباح<sup>(1)</sup>.

وإذا ما استعملت في المنافسة وسائل وأساليب من شأنها مخالفة الأعراف التجارية النظيفة والنزيهة عد ذلك منافسة غير مشروعة تتيح للمتضرر حق رفع دعوى المنافسة غير مشروعة<sup>(2)</sup>

والحديث عن كيفية حماية العلامة التجارية بمقتضى هذه الدعوى يستدعي التطرق إلى مفهومها (المطلب الأول)، ومباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الثاني)

(1) زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 116.

(2) شاوي عبد النبي، قريقر أحمد، مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية، تخصص قانون الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة 2015، ص 16.

## المطلب الأول

### مفهوم دعوى المنافسة غير مشروعة

يتمثل حق استعمال دعوى المنافسة غير المشروعة في مجموع من السلطات والصلاحيات التي تمكنه من استخدام كافة الوسائل العادلة التي لا تتعارض مع الأعراف والعادات التجارية، ومن باب أولى ألا تتعارض مع الضوابط التي يحددها القانون وإذا خرج التاجر عن هذه الصلاحيات وضوابطها القانونية عندئذ توصف أفعاله غير مشروعة بترتب عنها مسؤولية<sup>(1)</sup>.

وفي هذا المطلب سوف نتطرق إلى كل من الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الأول)، بالإضافة إلى شروط رفع دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الثاني)، وإثبات وقوع فعل المنافسة غير المشروعة (الفرع الثالث).

## الفرع الأول

### الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

اختلف الفقهاء في تحديد أساس قانوني موحد تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، فأسند البعض منهم هذه الدعوى إلى القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية والتي تقضي أن العمل غير المشروع خطأ يلتزم مرتكبه بتعويض الضرر الحاصل للغير، فحسب أنصار هذه الفكرة الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة لا تخرج عن كونها دعوى مسؤولية عادية أساسها الفعل الضار، حيث يحق لكل من أصابه ضرر جراء الممارسات الغير مشروعة رفع دعوى لطلب التعويض عما أصابه، بشرط أن يثبت هذا المتضرر شروط الدعوى<sup>(2)</sup>.

(1) شاي عبد النبي، قريقر أحمد، مرجع سابق، ص 17.

(2) حمادي زويبير، مرجع سابق، ص 171.

انتقد هذا الرأي على أساس أن دعوى المنافسة غير المشروعة تهدف إلى الحصول على التعويض إضافة إلى اتخاذ تدابير وقائية مستقبلة، عكس دعوى المسؤولية التقصيرية التي تسعى إلى حصول المتضرر على تعويض فقط (1).

ظهرت نظرية جديدة نتيجة الانتقادات التي تعرضت لها النظرية الأولى، فذهب بعض الفقهاء للقول بأن أساس دعوى المنافسة غير المشروعة هو التعسف في استعمال الحق أو التجاوز فيه إذ أنها جزاء على تعسف التاجر في استعمال حقه لمباشرة نشاطه التجاري، وتقوم هذه النظرية على أربع معايير تتمثل في قصد الإضرار بالغير، عدم مشروعية المصلحة المرجوة من الفعل، عدم التناسب بين المنفعة من استعمال الحق وما يصيب الغير من ضرر، وكذلك تجاوز ما جرت عليه الأعراف والعادات في استعمال الحق. (2)

انتقدت هذه النظرية أيضاً، وذلك استناداً إلى أن أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة لا يمكن أن تعتبر تطبيقاً لأي واحد من المعايير المأخوذة بها في نظرية التعسف في استعمال الحق حيث يكون صاحب الحق متعسفاً في استعمال حقه إذا كانت المصلحة التي يسعى إليها غير مشروعة.

ظهر اتجاه حديث إضافة للآراء السابقة حاول اسناد دعوى المنافسة غير المشروعة إلى أساس جديد بعيداً عن القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، وبعيداً كذلك عن نظرية التعسف في استعمال الحق. (3)

يذهب هذا الاتجاه إلى أن الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات بين الحق العيني والحق الشخصي، ومن بين عناصره كذلك حقوق ملازمة لشخصية الإنسان، فحق المنافسة ذو طابع مالي وأدبي في آن واحد، وإن كانت طبيعة الحق هي التي تحدد نوع الدعوى من حيث كونها شخصية أو عينية أو عقارية أو منقولة، فإن الحق في المنافسة حق

(1) حمدي غالب الجببير، العلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 379.

(2) زينة غانم عبد الجبار، مرجع سابق، ص 126

(3) درماش سامية، الحماية المدنية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014، ص 43.

مركب يشمل مزيج بين العنصر البشري المتمثل في شخصية المنافس ومعاونه وبين العناصر المالية التي يضارب بها المنافس ويقوم بنشاطه.

اعتبر المشرع الجزائري أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية ولم يضع لها قواعد خاصة تخص المسؤولية الناتجة عن أعمال المنافسة غير المشروعة كأغلب التشريعات<sup>(1)</sup>.

## الفرع الثاني

### نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

منح المشرع الجزائري لمالك العلامة التجارية المسجلة الحق في رفع دعوى مدنية للفصل في موضوع المساس بالحقوق عليها، وذلك بمجرد إثبات أن مساس بحقوقه أصبح وشيكا، أي أن المشرع الجزائري لا يشترط لقبول الدعوى أن يكون الضرر فعليا بل يكفي الضرر الاحتمالي لأن تكون العلامة قيد التقليد الوشيك حتى ولو لم تقلد، وتوزع بعد كما يمكن اللجوء إلى هذه الدعوى في حالة عدم توفر شروط الدعوى الجزائية المتعلقة بالتقليد أو انتفاء أحد أركان الجريمة الواقعة على العلامة<sup>(2)</sup>.

ومن أجل ذلك لا يبقى لصاحب العلامة سوى رفع دعوى مدنية وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالحقوق، وعلى عكس الدعوى الجزائية لا يقتصر رفع دعوى المنافسة غير المشروعة في الأصل على مالك العلامة، طالما وأن القانون منح له حق حماية علامته عن طريق اللجوء إلى الدعوى المدنية.

<sup>(1)</sup>سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013، ص195.

<sup>(2)</sup>حمدي غالب الجغبير، ص381.

اكتفى المشرع بمجرد احتمال وقوع ضرر لمالك العلامة، ومن ثم فإن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن يرفعها كل من أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة سواء كان المنتج للعلامة أو الموزع لها، كما يمكن للمستهلك أن يرفع هذه الدعوى للتعويض عن الأضرار اللاحقة به<sup>(1)</sup>.

### الفرع الثالث

#### الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة

تحتاج دعوى المنافسة غير المشروعة المرفوعة لحماية العلامة إلى تأكيدها أمام القضاء من طرف المدعى عليه بأدلة وأسانيد تثبتها تنتج الدعوى نتائجها وتحدث آثارها العملية المتمثلة في وقف الاعتداء، وتوقيع الجزاء على من يستحقه وبما أن العلامة من المواضيع التجارية فإنها تخضع لقاعدة حرية الإثبات، وقد أوردت فيها قوانين الملكية الصناعية بعض طرق الإثبات.

#### أولاً/ انتقال المحكمة للمعاينة

تقوم المحكمة من تلقاء نفسها، أو بطلب من المدعي الذي وقعت عليه التصرفات والأعمال غير المشروعة بتقديم طلبا للانتقال إلى مكان حدوثها لمشاهدتها على طبيعتها، وهو أمر جوازي وقبوله أو رفضه يخضع لتقدير قاضي الموضوع، فهو إجراء تحقيقي إضافي<sup>(2)</sup>.

(1) حداد محمد أمين، مرجع سابق، ص 84.

(2) بن جودي سهام، النظام القانوني لحماية العلامة التجارية، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2، 2016، ص 26.

(3) بوهدة حسام الدين، بن نكعن أمال، عراس بلال، حماية العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة فرحات عباس، 2، سطيف، 2014، ص 53.

## ثانيا/ ندب الخبراء

نقصد بندب الخبراء هو استيضاح رأي الخبراء لاستظهار جوانب من الوقائع المادية، لا يمكن لقاضي الموضوع إدراكها بنفسه بمجرد الاطلاع على أوراق القضية أو في شأن الجوانب الفنية، ولهذا الإجراء أهمية كبيرة في مجال حقوق الملكية الصناعية نظرا لماله من صبغة فنية قد يتعذر على القاضي الوصول إلى تحديد جوانبها لاستخلاص قناعته، فيعتمد في ذلك على رأي أهل الخبرة في هذا المجال لما لهم من إلمام ودراية أكثر منه.

يمكن لمالك العلامة أن يستعين بخبير وذلك باستصدار أمر من رئيس المحكمة للقيام بوصف دقيق للسلع التي ألحقها الضرر (1).

## المطلب الثاني

## مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة

يحق لكل من أصابه ضرر في علامته التجارية بسبب خطأ الغير رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وطلب الحكم بالتعويض له مع إزالة الضرر ويتم هذا الطلب وفقا للطرق القضائية النظامية المعهودة.

لتسليط الضوء أكثر على هذه المرحلة من دعوى المنافسة غير المشروعة، قمنا بتقسيم هذا المطلب إلى ثلاث فروع، حيث تناولنا الشروط الواجب توافرها لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الأول)، أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير مشروعة والقضاء المختص فيها (الفرع الثاني)، وآثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الثالث).

(1) نص المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص على ((يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة ..... يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة))

## الفرع الأول

## شروط رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

يشترط لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون هناك منافسة ثم أن تكون هذه المنافسة غير مشروعة، وهذا هو ركن الخطأ وأن يكون ثمة ضرر لحق المدعي وهو ركن الضرر وأن تتوافر علاقة سببية بين الخطأ والضرر التي نص عليها المشرع في المادة 124 من القانون المدني<sup>(1)</sup>.

## أولا/الخطأ

يعد الخطأ من أدق عناصر دعوى المنافسة غير المشروعة، وأكثرها أهمية حيث لا تتحقق المسؤولية إلا إذا كان هناك خطأ مرتكب، والأصل في الميدان التجاري حرية المنافسة بوصفها حقا لكل تاجر، ونظرا لعدم تحديد فكرة الخطأ في القوانين المقارنة، عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل غير المشروع، وذلك الأمر لاجتهاد الفقه والقضاء<sup>(2)</sup>.

تعددت الاتجاهات في تحديد معنى الخطأ، فقد ذهب جزأ من الفقه الفرنسي إلى اعتبار الخطأ تقصيرا عن واجب، ويرى جانب آخر من الفقه بأن الخطأ هو انحراف الشخص عن سلوك الرجل العادي.

يعتبر الخطأ من أدق عناصر المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، وتفسير ذلك أنه في العلامات التجارية المبدأ السائد هو المنافسة باعتبارها حقا لكل تاجر، والرأي الراجح في الفقه يرى ضرورة الاعتماد على الأعراف التجارية والعادات لتحديد ما إذا كان الفعل يعد منافسة غير

(1) المادة 124 من القانون المدني، مرجع سابق، التي تنص على: ((كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطاه، ويسبب ضرر للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض))

(2) فضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 183.

مشروعة، وفي ضوء ذلك فكل ما لا يتفق مع قواعد الأمانة يعد خطأ موجبا للمسؤولية، ولا يشترط سوء نية الفاعل فالقضاء مستقر على ذلك<sup>(1)</sup>.

لم يعرف المشرع الجزائري الخطأ عند تنظيمه للمسؤولية الناتجة عن الفعل غير المشروع بل تركت ذلك للفقهاء والقضاء، والخطأ كما استقر عليه الرأي فقها وقضاء هو الإخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك لذلك الواجب.

يتضح من هذا التعريف أن الخطأ يتكون من عنصرين الأول موضوعي يتمثل في الإخلال بواجب قانوني، والثاني شخصي يتمثل في توافر التمييز لدى المخل بهذا الواجب، على أن للخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص يختلف عن معناه في دعوى المسؤولية من الفعل غير المشروع، فالتعرف على معنى الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يتطلب أن تكون هناك منافسة بين شخصين أو يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة<sup>(2)</sup>.

يتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء حدث ذلك عن عمد أو مجرد إهمال وعدم تبصر، أي سواء توافر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير وسوء النية، أو كان الخطأ غير عمدي منبعه الإهمال بحقيقة المنافس<sup>(3)</sup>.

### ثانيا/ الضرر

يعرف الضرر بأنه المساس بحق من حقوق الإنسان أو المصلحة المشروعة له، ويمكن الضرر في المنافسة غير المشروعة، وفي المساس بسمعة التاجر والعلامة التجارية ويشترط أن يكون محققا، أما إذا كان محتملا فإن المحكمة لا تحكم بالتعويض كما يشترط أيضا أن يكون الضرر مباشرا، ويشمل الخسارة التي لحقت بالمضروب والكسب الذي فاتته.

(1) فتحي محمد، << الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية >>، مجلة

الحقيقة، العدد 28، جامعة أدرار، الجزائر، د س ن، ص 11.

(2) العمري صالحة، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، ص 153.

(3) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة 3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 387.



يتمثل الضرر في مجال المنافسة غير المشروعة في فقد التاجر لزيائنه ضحية لأعمال غير مشروعة، والضرر بمعناه هو الأذى الذي يصيب الشخص نتيجة المساس بمصلحة مشروعة له أو بحق من حقوقه والمصلحة سواء كانت مادية أو معنوية. وعليه فإن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تخرج عن نطاق الدعوى مسؤولية أساسها الفعل غير المشروع، وبالتالي لا يجوز إقامة الدعوى إلا في حالة ترتب الضرر سواء أكان الضرر ماديا أو معنويا صغيرا أو كبيرا، حالا أو مستقبلا.

وإذا كان إثبات الضرر يمكن القول مباشرة أن إثبات الضرر في الاعتداء على العلامة التجارية لا يخرج عن القواعد العامة في إثبات الضرر الذي يمكن أن يتم بكافة طرق الإثبات<sup>(1)</sup>.

### ثالثا/ العلاقة السببية بين الخطأ والضرر

يشترط في المسؤولية المدنية أن توجد رابطة سببية بين الخطأ والضرر، وطالما أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى نفس الأساس فإنه يجب أن تتوافر علاقة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة، والضرر الذي أصاب المدعي بمعنى أن توجد علاقة مباشرة بين الخطأ الذي ارتكبه المنافس، والضرر الذي يصيب المضرور<sup>(2)</sup>.

(1) بوهدة حسام الدين، عراس بلال، مرجع سابق، ص 54.

(2) ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 180.

## الفرع الثاني

## أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير مشروعة والقضاء المختص فيها

نتطرق في هذا الفرع إلى من يحق له رفع دعوى المنافسة غير المشروعة (أولاً)، والجهة القضائية المختصة للنظر في هذه الدعوى (ثانياً).

## أولاً/ أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

منح المشرع الجزائري لمالك العلامة التجارية رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذه الدعوى مكفولة لصاحب العلامة المودعة وهذا لعدة اعتبارات، كما يمكن إدراج فئة معينة يحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، وتتمثل هذه الفئة في صاحب العلامة والمرخص له، أو أي شخص يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة بصفة مشروعة، وكذلك المستهلك إذا لحقه ضرر من جراء استعمال العلامة من قبل تاجر يقوم بمنافسة غير مشروعة<sup>(1)</sup>.

## 1/صاحب العلامة التجارية

تكتسب ملكية العلامة نتيجة إتمام إجراءات الإيداع والتسجيل فلا يمكن لأي شخص التمسك بحقوق على علامة ما إذا قام باستعمالها دون إيداعها بينما يتمتع بحماية قانونية في حالة استيفاء هذه الإجراءات لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية في أن هذه الدعوى حق مكفول بصاحب العلامة المودعة من جهة والتاجر الذي يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة من جهة أخرى، ويجوز لصاحب العلامة أن يتدخل في نزاع أو دعوى قائمة متى رفعها شخص آخر له مصلحة في النزاع للحصول على تعويض<sup>(2)</sup>.

(1) بن جودي سيهام، مرجع سابق، ص 26.

(2) زينة غانم عبد الجبار، مرجع سابق، ص 45.

## 2/ المرخص له

يعرف المرخص له بأنه الشخص الذي يمنح له صاحب العلامة التجارية حق استغلالها استغلالا كلياً أو جزئياً مقابل دفع ثمن، فيستفيد المرخص له من امتياز استعمال العلامة ويجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء تصرفات تاجر تعد بمثابة منافسة غير مشروعة<sup>(1)</sup>.

## 3/ المسوق للمنتجات المشمولة بعلامة معتدى عليها

يقصد بالتاجر حسب المادة الأولى من القانون التجاري الجزائري كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً ويتخذه مهنة معتادة له<sup>(2)</sup>، غير أنه يمكن لأشخاص آخرين غير التاجر بان يسوقوا المنتجات التي تحمل تلك العلامة ويشمل هؤلاء الأشخاص مصلح المحترف إذ يعرف المشرع الجزائري بأنه "كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع".

## 4/ المستهلك وجمعية المستهلكين

يعرف المستهلك النهائي هو الذي يقتني أو يستعمل منتوجاً أو خدمة لأغراض شخصية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة فهو يشبع حاجة غير تجارية، وقد عرف المشرع الجزائري المستهلك على أنه كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً منتجاً أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به<sup>(3)</sup>.

(1) نوبيات ثامر، مرجع سابق، ص 47.

(2) المادة الأولى من الأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، ج ر عدد 101، لسنة 1975، معدل ومتمم، التي تنص على: ((بعد تاجراً كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً ويتخذه مهنة معتادة له، ما لم يقضي القانون بخلاف ذلك.))

(3) المادة 3 الفقرة 1، من الأمر رقم 09-03، مرجع سابق، التي تنص: ((كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.))

تلعب جمعية المستهلكين دورا مهما في التحسيس والإعلام كما يسمح لها القانون بالدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق به وقد توسع دور هذه الجمعيات بصدور قانون 95-06 المتعلق بالمنافسة الذي أعطى لها حق رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة<sup>(1)</sup>.

### ثانيا/ الجهة القضائية المختصة للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة

تختص المحكمة للفصل في دعاوى المنافسة غير المشروعة، والاختصاص على شكلين:  
اختصاص نوعي واختصاص محلي.

#### 1/الاختصاص النوعي

بسط المشرع التنظيم القضائي بجعل المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل المنازعات ما عدا ما استثنى بنص خاص، إذ تعتبر المادة الأولى من قانون الإجراءات المدنية أن المحاكم هي الجهات القضائية الخاصة بالقانون العام، وهي تفصل في جميع القضايا المدنية والتجارية أو دعاوى الشركات التي تختص لها محليا، وباعتبار أن المنافسة غير المشروعة تدخل ضمن القضايا التجارية، فإن المحاكم التجارية هي صاحبة الاختصاص<sup>(2)</sup>.

لكن لم يحدد المشرع أي اختصاص نوعي للمحاكم في هذا الشأن، وبعبارة أخرى لم يضع المشرع الجزائري محاكم متخصصة للفصل في المنازعات الناتجة عن التصدي أو الإساءة إلى سمعة العلامات التجارية بطرق غير مشروعة، إذ كل ما في الأمر أنه يمكن للمحكمة أن تحتوي على قسم تجاري، ولكن اختصاصه لا يعد من النظام العام وإنما مجرد تنظيم داخلي للمحكمة. يرجع السبب في ذلك إلى أنه قد لا نجد لقسم معين غرفة تقابله على مستوى المجلس القضائي، وهذا عكس النظام الفرنسي الذي يعرف تعدد المحاكم ذات الدرجة الأولى، إذ يؤول اختصاص

(1) حمادي زويبير، مرجع سابق، ص 166.

(2) بلخضر فهيمة، عبد الفتاح حسيبة، مرجع سابق، ص 59.

النزاعات الناتجة عن العلامات التجارية إلى المحاكم التجارية أو محاكم المرافعة الكبرى التي يعد اختصاصها في مثل هذه القضايا نوعياً<sup>(1)</sup>.

## 2/ الاختصاص المحلي

ينص المشرع الجزائري على قاعدة خاصة للاختصاص المحلي فالأصل أن تكون المحكمة التي يقع في دائرتها موطن المدعى عليه هي المختصة، وإن لم يكن للمدعى عليه موطن معروف يعود الاختصاص للمحكمة التي يقع في دائرتها محل إقامته وإذا لم يكن له محل إقامة معروف فيكون الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرتها آخر موطن لها.

وتبعا لهذا يكون اختصاص المحكمة عادة المحكمة الواقعة بذات المكان الذي يمارس فيه الشخص تجارته وحرفته، وإذا كان المدعى عليه شخص معنوي فإن الاختصاص يؤول للمحكمة التي تقع في دائرة اختصاصها مقر الشخص المعنوي<sup>(2)</sup>.

يمكن لكل تاجر أو صانع يستعمل علامة معينة لتمييز منتجاته عن مثيلاتها في السوق أن يلجأ إلى محكمة المدعى عليه لرفع دعوى منافسة غير المشروعة متى قام المدعى عليه بأعمال أو طرق غير مشروعة للمساس بالعلامة التجارية كالإساءة إلى سمعتها مثلا، فإن حدث وإن تمت الإساءة إلى سمعة العلامة التجارية، يحق لكل من له مصلحة أن يرفع هذه الدعوى<sup>(3)</sup>.

ولعدم وجود نصوص خاصة يحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعاوى في مجال حقوق الملكية الصناعية، وخاصة دعوى المنافسة غير المشروعة، لذلك يتم العمل بالقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية، وهذا حسب المادة 37 من قانون

(1) ابن شعنان نعيمة، سايج نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الفرع القانون الخاص، تخصص قانون العون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016-2017، ص 39.

(2) أسعدي جمال، الحماية القانونية للعلامات التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، قسما لقانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محند أولحاج، البويرة، 2016، ص 79.

(3) فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 255.

الإجراءات المدنية والإدارية التي تنص على: ((يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها، موطن المدعى عليه، وإن لم يكن له موطن معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة اختيار موطن يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك))<sup>(1)</sup>.

### الفرع الثالث

#### الآثار المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة

يترتب على تحريك دعوى المنافسة غير المشروعة جملة من الآثار المتمثلة في:

#### أولاً/ التعويض

يعرف التعويض بأنه الأثر المباشر لدعوى المنافسة غير المشروعة لجبر الضرر الذي لحق التاجر الضحية سواء كان ضرراً مادياً أو ضرراً معنوياً، ويقصد به "محور الضرر إن أمكن، أو تخفيف أثره بشكل أو بآخر، وبالصيغة التي يكفل فيها إرضاء المتضرر وتؤدي إلى إعادة التوازن بين مصلحتي كل من محدث الضرر والمتضرر".

لا تحكم المحكمة بالتعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا كان الضرر قد وقع فعلاً، أما إذا كان الضرر محتمل الوقوع فإنها لا تحكم بالتعويض بل تأمر باتخاذ الإجراءات الكفيلة لمنع وقوعه<sup>(2)</sup>.

تقدير التعويض يعود إلى السلطة التقديرية للقاضي وذلك حسب الخسارة التي أصابت المضرور وما فاتته من كسب<sup>(1)</sup>.

(1) المادة 37 من 08-09 المتضمن ق إ م و، مرجع سابق.

(2) زينة غانم عبد الجبار، مرجع سابق، ص 48.

يكون التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة في أغلب الحالات مبلغاً نقدياً، فتأمر المحكمة بالتعويض عن كافة الأضرار المادية والأدبية، كما يجوز أن يكون التعويض عينياً، والقضاء الفرنسي في نطاق التعويض عن الضرر لا يسمح بتجاوز مبلغ التعويض عن الخسارة التي لحقت بالمالك، إذ جاء في إحدى القرارات الصادرة عن محكمة باريس إن التعويض عن الضرر لا يمكن أن يتجاوز مبلغ الخسارة التي تعرض لها مالك الرسم<sup>(2)</sup>.

### ثانياً/ إزالة الفعل الضار

يجوز للمحكمة أن تأمر بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة، ومنع وقوع الضرر في المستقبل بمعنى آخر إلزام المدعي عليه باتخاذ التدابير اللازمة لإزالة آثار عمل المنافسة غير المشروعة ومثال ذلك منع استعمال علامة أو اتلافها أو إجراء تعديل عليها ومنع كل ما من شأنه خلق الالتباس، هذا الجزاء يمكن إيقافه حتى لو انعدم الضرر، فهو ذو طابع وقائي أكثر منه جزائي يحكم به حتى في حالة الضرر الاحتمالي<sup>(3)</sup>.

## المبحث الثاني

### دعوى التقليد كآلية لحماية المستهلك

تعتبر العلامة التجارية أحد أهم الوسائل التي يستخدمها المحترفون وأصحاب السلع والخدمات لتمييز منتجاتهم عن مثيلاتها في الأسواق وهي الوسيلة التي يتم من خلالها اعلام المستهلكين بها ونظراً لمكانتها الاقتصادية فقد اقر لها المشرع حماية قانونية من كل اعتداء يمكن ان يتعرض له.

(1) المادة 182 من القانون المدني، مرجع سابق، التي تنص على: ((إذا لم يكن التعويض مقدراً في العقد أو في القانون

فالقاضي هو الذي يقدره، ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاتته من كسب...))

(2) بلخضر فهيمة، عبد الفتاح حسيبة، مرجع سابق، ص 61.

(3) بوهدة حسام الدين، عراس بلال، مرجع سابق، ص 55.

يكون الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد التي تتصرف اثاره للمستهلك إما بالتقليد العادي (المطلب الأول)، أو التقليد الالكتروني للعلامة (المطلب الثاني).

### المطلب الأول

#### حماية المستهلك من جريمة التقليد

يعتبر الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد من الأفعال غير مشروعة التي يمكن ان تمس بسمعة صاحب العلامة ما ينجر عنه خسارة القيمة المتعلقة بالسلع في السوق التي تحمل هذه العلامة المقلدة نظرا للفرق الموجود بين السلع الاصلية والمقلدة من حيث جودتها ونوعيتها، كما ان لهذه العلامة المقلدة مخاطر قد تصل الى المساس بصحة المستهلك<sup>(1)</sup>.

قد خص المشرع الجزائري حماية العلامة المسجلة من خلال سن قوانين من اجل التصدي لهذا الاعتداء. ومن خلال هذا سوف نحاول تقديم تعريف لجريمة التقليد وبيان صورها (الفرع الأول) إضافة الى أركان هذه الجريمة (الفرع الثاني)، وكذا إجراءات رفع دعوى التقليد (الفرع الثالث).

### الفرع الأول

#### تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية وصورها

نتطرق في هذا الفرع الى تقديم تعريف لجريمة تقليد العلامة التجارية (أولا) إضافة الى تحديد مختلف صور جريمة التقليد للعلامة التجارية (ثانيا).

(1) سعدي جمال، مرجع سابق، ص 81.



## أولاً/ تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية

يعرف التقليد على أنه وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه بعلامة أخرى، بحيث تصعب التفرقة بينها وبين العلامة الاصلية أو تمييزهما لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يضلل جمهور المستهلكين. أو اصطناع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يصعب على المستهلك العادي أو متوسط الحرص التمييز بينهما، فالمعتدي على العلامة بالتقليد يقوم بإدخال بعض التعديلات والتغييرات على العلامة الحقيقية مع الاحتفاظ بمظهرها العام كإدخال تغيير في كيفية كتابتها في أحد الحروف أو بزيادة حرف أو إنقاصه أو لون أو رسم<sup>(1)</sup>.

ويقصد الاستخدام غير مشروع لعنصر الملكية الصناعية المحمي، الذي يتميز باستساخ العناصر الأساسية للعلامة والمميزة لها كالتصميم الذي يهدف الى خلق الارتباك في ذهن المستهلك<sup>(2)</sup>.

حدد المشرع الجزائري مفهوم التقليد في قانون العلامات الذي اعتبر جنحة التقليد بأنها كل فعل أو عمل يمس حق من حقوق العلامة التي تعد خرقاً لحقوق صاحبها<sup>(3)</sup>.

نلاحظ من التعريف ان المشرع تبنى المفهوم الواسع لجنحة التقليد التي تشمل كل التصرفات التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة دون ان يقوم بتحديد هذه التصرفات التي يمكن اعتبارها بمثابة تعدي على العلامة في حالة اتيانها<sup>(4)</sup>.

(1) سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية: دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، باتنة، 2016، ص 132.

(2) EDITH LAGARDE-BELLE, Contrefaçon de marque : critère d'appréciation du risque de confusion, sur le site : [www.lagardebellec-avocats.fr](http://www.lagardebellec-avocats.fr), le 17/06/2021 a 16 :30.

(3) المادة 26 الفقرة 1 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص: ((تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة)).

(4) راشدي سعيدة، العلامة في القانون الجزائري الجديد، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 234.

## ثانيا/ صور جريمة تقليد العلامة التجارية

تتعرض العلامة التجارية لأشكال عديدة من الاعتداءات التي تؤدي بالمساس بحقوق المستهلك، حيث يكون البعض منها بصورة مباشرة وخر يتم بصورة غير مباشرة.

## 1/ الاعتداء على الحق في العلامة بالتقليد

يمس هذا الاعتداء موضوع الحماية القانونية، والذي يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة بالنقل والاعتداء على العلامة بالتشبيه.

## أ/ تقليد العلامة التجارية بالنقل

يقصد بهذا النوع من التقليد نقل العلامة نقلا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها حيث تكون العلامة المقلدة مطابقة للأصلية<sup>(1)</sup>.

لا يشترط في التقليد ان يكون تاما بل يكفي ان يكون جزئيا كتغيير أحد حروف الكلمة او حذفها، او زيادة بعض الرسوم او الكلمات، وهذا لا ينفي وجود التقليد لان من شأنه إيقاع المستهلك في غلط وتضليله، أما إذا أدت هذه الإضافات أو الإنقاص الى افقاد ذاتية العلامة الاصلية فلا نكون امام التقليد. يتم تقدير أهمية التقليد بالنظر الى الشيء المقلد من جهة المستهلك وتيتم تقديره بأوجه التشابه الاختلاف ما دامت أوجه التشابه هي التي من شأنها ان تؤدي الى الخلط بين العلامتين وخاصة إذا كان المستهلكين لهذه العلامة لا يستطيعون ملاحظة الفروق الدقيقة بين العلامتين<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup>ALBERT CHAVANNE، CLAUDINE SALOMON, Marque de fabrique de commerce ou de servic, Dalloz, Paris, 2003, p 68.

<sup>(2)</sup>كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص 79.

اكتفى المشرع بالركن المادي دون غيرها من الأركان لجنحة تقليد العلامة بالنقل والمتمثل في وقوع الفعل المادي المخالف للقانون دون الحاجة الى اثبات سوء نية الفاعل باعتباره اعتداء على حق الغير حتى ولو اثبت الفاعل حسن نيته لان تسجيل العلامة لدى المكتب الوطني للملكية الصناعية له حجية على ذلك<sup>(1)</sup>.

### ب/ تقليد العلامة التجارية بالتشبيه

يقصد بهذه الجريمة اصطناع أو وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه للعلامة الاصلية مما يؤدي الى الخلط بين العلامتين من طرف المستهلك ومن خلال هذا يظهر الفرق الموجود بين جريمة التقليد بالنقل التي يشترط فيها النقل الجزئي أو الكلي للعلامة اما جريمة التقليد بالتشبيه فهي وضع علامة مشابهة للعلامة الاصلية التي من شانها اثاره الخلط لدى المستهلك للاستفادة من شهرة العلامة الاصلية. ويستوجب في هذه الجريمة عنصرين: المادي المتمثل في اصطناع علامة مشابهة للأصلية، والعنصر المعنوي المتمثل في نية خداع المستهلك<sup>(2)</sup>.

ولتقدير تحقق تقليد العلامة يتم الاعتماد على المعايير التالية:

-**العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين:** عند المقارنة بين العلامة الاصلية والمقلدة يتم النظر الى مدى وجود تشابه بين العلامتين في عناصرهما الجوهرية التي من شانها غش المستهلك.

-**العبرة بالمظهر العام للعلامة:** أي لا يتم النظر عند المقارنة بين العلامتين لعناصر كل واحدة على حدى بل ينظر الى التشابه العام بينهما.

(1) بلهامل سمية، مرجع سابق، ص 38.

(2) راشدي سعيدة، << حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري >>، المجلة القانونية للبحث القانونية، المجلد 05، العدد الأول، 2012، ص 225.

-العبارة بتقدير المستهلك العادي لا الشديد الحرص: لتقدير التشابه بين العلامتين ينبغي النظر الى ما يندفع به المستهلك العادي المتوسط الحرص، وليس المستهلك الحريص ولا الغافل<sup>(1)</sup>.

## 2/ الاعتداء على الحق في العلامة بالاستعمال

تتمثل صور هذا الاعتداء في التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشابهة والتقليد باستعمال علامة الغير.

### أ/ الاعتداء باستعمال علامة مقلدة او مشابهة

اعتبر المشرع تسجيل العلامة بمثابة حق من خلاله يتم حماية العلامة عن طريق منع الغير من استعمال العلامة دون ترخيص مسبق من مالكيها على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت من اجلها العلامة<sup>(2)</sup>.

خول القانون حق متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة أو اسما تجاريا من شأنها إحداث لبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة دون الحصول على ترخيص من مالكيها<sup>(3)</sup>.

تتمثل أركان الجريمة الاعتداء باستعمال علامة مقلدة في الركن المادي الذي يظهر في استعمال علامة مقلدة أو مشابهة في المجال التجاري من لحظة تقليد العلامة الى غاية البدء في بيع البضاعة أو عرضها للبيع، مهما كانت طبيعة الاستعمال ويشترط أن يكون من نفس النوع الذي تميزه العلامة الاصلية، والتي من شأنها غش وتضليل المستهلك من جراء استعمال

(1)نوبيات تامر، مرجع سابق، ص 54.

(2) راشد سعيدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مرجع سابق، ص 246.

(3) المادة 9 الفقرات 2 و 3 من القانون 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص على ((يمكن التمسك بالحق المخول بموجب تسجيل العلامة في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا...وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة 7 الفقرة أعلاه)).

علامة مقلدة أو مشبهة لتلك التي سجلت العلامة الأصلية من أجلها. أما الركن المعنوي فيكفي فيه توفر القصد الجنائي لافتراض وجود سوء النية في الفاعل (1).

### ب/ التقليد باستعمال علامة الغير

يقوم الفاعل في هذه الجريمة بتقديم منتجات للمستهلك تحمل علامة مستعملة مملوكة للغير، أي انه يتم استعمال علامة تجارية أصلية غير مقلدة مملوكة للغير ويقوم شخص آخر باستعمال هذه العلامة لتمييز سلع أو خدمات من نفس الصنف والنوع (2).

تتمثل أركان هذه الجريمة في الركن المادي الذي يتحقق بوضع علامة أصلية مسجلة مملوكة للغير لغرض تجاري على منتجات لم تخصص لها ودون الحصول على ترخيص نم مالكها، كاستغلال العلب والزجاجات الفارغة والصناديق التي تحمل علامة معينة وملئها بمواد وبضائع أخرى مقلدة تكون من نفس النوع وهو ما يصرح عليها جريمة التعبئة (3) Le délit de remplissa (4). ولا تعد جريمة استعمال علامة مملوكة للغير في حالة استعمال شخص لزجاجات عليها علامة أصلية من أجل زيت محركات ويقوم بملئها بالحليب.

إضافة الى نزع العلامة الأصلية الموجودة على السلع او البضائع ووضعها على منتجات مقلدة أو مماثلة التي يقوم المعتدي ببيعها، لإيهام المستهلكين بانها المنتجات والبضائع التي تميزها العلامة الحقيقية (5).

أما الركن المعنوي فلا يفترض في هذه الجريمة القصد الجنائي بل يكفي تواجد سوء النية في المتعديا إذا اثبت عكس ذلك بتقديمه لقرينة تبين موافقة مالك العلامة على استعمالها.

(1) ابن قاوية المختار، مرجع سابق، ص 240.

(2) وهيبية لعوارم بن احمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015، ص 148.

(3) مزوز يعقوب، مرجع سابق، ص 69.

(4) AIBERT CHAVANNE, CLAUDINE SALOMON, Op.cit. p 81.

(5) محمدي سماح، مرجع سابق، ص 146.

## الفرع الثاني

### اركان جريمة تقليد العلامة التجارية والجزاء المترتب عنها

يعتبر سلوك تقليد العلامة عمل إجرامي أطلق عليه المشرع صفة الجنحة، لذلك يجب توفر مجموعة من الأركان لاعتبارها جريمة تامة وإذا ما تخلفت أحد هذه الأركان (أولا) فنكون أمام فعل لا ستوجب تدخل القانون لمعاقبة فاعله عليه، أما إذا تحققت كل الاركان التي اوجبها القانون ففي هذه الحالة يتم توقيع جزاءات ذات طابع جزائي على مرتكبيها (ثانيا).

### أولا/ أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

تتمثل اركان تقليد العلامة التجارية في الركن الشرعي والركن المادي، إضافة الى الركن المعنوي.

#### 1/ الركن الشرعي:

يعرف هذا الركن على انه النص القانوني الذي يبين الفعل المكون للجريمة ويحدد العقاب الذي يفرضه على مرتكبها يعتبر هذا الركن من العناصر المهمة لتحديد الجريمة والفعل الذي يعد كذلك، وفي حالة تخلفه نكوك امام أفعال مباحة. ومن اجل ان يكون الفعل مجرما يجب ان ينص القانون على ذلك بموجب نص قانوني واضح وصريح<sup>(1)</sup>.

**قانون العلامات:** تصدى المشرع لجريمة التقليد من خلال تجنيح فعل التقليد للعلامة التجارية بموجب نص صريح، مع تقرير عقوبات ردعية أصليو وتكميلية<sup>(2)</sup>.

(1) عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 68.  
(2) المادة 26 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص: ((يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.))، المادة 32 من القانون نفسه، التي تنص على: ((... فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد، يعاقب بالحبس... إتلاف الأشياء مل المخالفة)).

-**قانون العقوبات:** لقد تطرق المشرع في الباب الرابع تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية في المادة 429<sup>(1)</sup> منه، والتي يتبين عند استقراءها أن المشرع استعمال الفاظ عامة تفيد خداع وتظليل المتعاقد ككلمة (يخدع المتعاقد) وذلك عن طريق تغيير السلع في مصفاتها الجوهرية كجريمة تقليد العلامة وعدم مطابقة السلع للمواصفات المتفق عليها<sup>(2)</sup>.

## 2/ الركن المادي:

يقصد بالركن المادي ذلك الفعل أو الامتناع عن الفعل الذي بواسطته تتكشف الجريمة ويكتمل جسمها ولا يوجد جريمة بدون ركن مادي، اذ بغير مادياتها لا تصاب حقوق الافراد أو الجماعة باي اعتداء يتحقق هذا الركن في جريمة التقليد للعلامة عن طريق اصطناع علامة مطابقة او مشابهة تماما للعلامة الاصلية، حيث تؤدي هذه العلامة الى خداع المستهلك وتضليله<sup>(3)</sup>.

جاء هذا الركن بمعنى واسع الذي ينطوي تحته كل الأفعال التي يمكن أن تمس بحقوق صاحب العلامة وكل من يستعملها، فكل سلوك من شأنه أن يمس بالحقوق الاستثنائية المخولة لصاحب العلامة او الغير يعد سلوكا اجراميا يعاقب عليه القانون<sup>(4)</sup>.

(1)المادة429 من الامر 66-156 المؤرخ في8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 49، الصادرة في بتاريخ 11 يونيو 1966 معدل ومتمم، التي تنص على ((يعاقب بالحبس من شهرين الى ثلاث سنوات وبغرامة من 20000 دج الى 200000 دج او بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع او يحاول ان يخدع المتعاقد:

-سواء في الطبيعة او في الصفات الجوهرية او في التركيب، او في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.  
-سواء في نوعها او مصدرها...))

(2) **كحول** وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 68.

(3) **عبد الله سليمان**، مرجع سابق، ص 144.

(4) **كحول** وليد، << جريمة تقليد العلامة التجارية >>، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ب س ن، ص 486.

## 3/ الركن المعنوي:

نستنتج من المادة 26 من قانون العلامات السابقة الذكر، أن المشرع لم يشر الى القصد الجنائي وإنما اكتفى بالركن المادي لهذه الجريمة، وبذلك يكون المشرع قد اعتبر هذه الجنحة من الجرائم المادية التي يكفي لتحقيقها وقوع الركن المادي دون الحاجة للبحث عن ركنها المعنوي الذي يكون مفترض دائما أي انه من ادعى وجود التقليد لا يحتاج لإثبات الركن المعنوي وإنما ينتقل عبء اثبات انعدامه الى عاتق المدعى عليه بجريمة التقليد<sup>(1)</sup>.

## ثانيا/ الجزاء المترتب عن تقليد العلامة التجارية

قسم المشرع الجزائري العقوبات التي يتلقاها المعتدي على العلامة التجارية بالتقليد الى عقوبات اصلية وأخرى تكميلية.

## 1/ العقوبات الاصلية

تتمثل العقوبات الأصلية التي أقرها المشرع في الحبس والغرامة المالية، حيث يعاقب المقلد بعقوبة الحبس تتراوح بين 6 أشهر الى سنتين لكل شخص ارتكب جنحة التقليد بكل صورها، إضافة إلى عقوبة مالية تتراوح بين 2.500.000 دج الى 10.000.000 دج، تجدر الإشارة الى انه يمكن للقاضي الحكم بإحدى هاتين العقوبتين او يمكن له ان يوقع العقوبتين معا بحسب الأحوال<sup>(2)</sup>.

## 2/ العقوبات التكميلية

أقر المشرع عقوبات إضافية تكميلية يحكم بها القاضي من أجل توسيع الحماية على العلامة التي تمتد الى كل طرف مستفيد منها، ترتبط العقوبات التكميلية بالجريمة ذاتها دون

(1) وهيبية لعوارم بن أحمد، مرجع سابق، ص 344.

(2) المادة 32 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، التي تنص على: ((... فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد، يعاقب بالحبس... إتلاف الأشياء مل المخالفة))



العقوبة الاصلية، ولا يتصور أن تطبق بمفردها بل تطبق مع العقوبات الاصلية<sup>(1)</sup>. وتتمثل هذه العقوبات في:

-المصادرة: يجوز للمحكمة ان تامر بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجريمة، ومن اجل توقيع هذه العقوبة يجب اثبات ارتكاب الجنحة، فبمجرد اثبات تقليدها يمنع تداولها في الأسواق وذلك عن طريق المصادرة التي نص عليها المشرع في المادة 32 من قانون العلامات.

فالهدف من هذا الاجراء هو منع تداول السلع والمنتجات المقلدة لضمان عدم وقوع المستهلك في تضليل بطرق قانونية<sup>(2)</sup>.

-الاتلاف: هو اعدام نسخ وصور العلامة محل الاعتداء ووضع حد للسلع والأشياء المقلدة وجعلها غير صالحة للاستعمال او الاستهلاك.

تقوم المحكمة بالأمر بإتلاف الاختام ونماذج العلامة والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة وهو امر الزامي نظرا لصياغة النص القانوني<sup>(3)</sup> (...مع اتلاف الأشياء محل المخالفة) حسب المادة 32 السابقة الذكر.

-الغلق النهائي او المؤقت للمؤسسة: يعتبر الغلق إلزاميا للمؤسسة التي فيها تنفيذ جنحة التقليد حسب المادة السابقة، والملاحظ ان المشرع الجزائري لم يحدد مدة الغلق للمؤسسة في حالة الغلق المؤقت<sup>(4)</sup>.

(1) مزوز يعقوب، مرجع سابق، ص 70.

(2) فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 277.

(3) كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات مرجع سابق، ص 156.

(4) راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 263.

## الفرع الثالث

## إجراءات رفع دعوى تقليد العلامة التجارية

منح المشرع لكل متضرر من فعل التعدي على العلامة بالتقليد حق متابعة المعتدي بموجب دعوى جزائية للمطالبة بحقه نتيجة الاضرار التي لحقته من هذا الاعتداء، ولاعتبار المستهلك من بين المتضررين من هذا الاعتداء سوف نتطرق الى مدى امكانيته في رفع دعوى التقليد(أولاً)، والجهة القضائية المختصة للنظر في هذه الدعوى(ثانياً).

## أولاً/ المستهلك كصاحب حق في رفع دعوى التقليد

يجب توفر شرط الصفة في المدعى من أجل رفع دعوى التقليد وبذلك نجد ان المستهلك لم يمنح له المشرع هذه الصفة لرفع دعوى التقليد بموجب نص خاص في قانون العلامات. الا انه وبالرجوع الى القواعد العامة في قانون الإجراءات الجزائية فنجد انه يحق لأي شخص تحريك الدعوى العمومية حفاظا منه على حق المجتمع<sup>(1)</sup> متى توفرت الشروط الازمة قانونا. والتي يمكن ان نستنتج منها حق المستهلك في رفع دعوى التقليد عن طريق تقديم شكوى الى النيابة العامة والتي تباشر بدورها الدعوى باسم المجتمع حفاظا منها على امن وسلامة المستهلك من جرائم التقليد وكل اثارها<sup>(2)</sup>.

## ثانياً/ الجهة القضائية المختصة للنظر في دعوى التقليد

لتحريك الدعوى الجزائية في حالة التقليد من طرف المتضرر(المستهلك) يتم اللجوء الى القضاء، لذلك يجب تحديد المحكمة المختصة نوعيا ومحليا.

(1) انظر المادة الأولى الفقرة 2 من الامر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966، الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج ر عدد 48، معدل ومتمم، التي تنص ((كما يجوز أيضا للطرف المضرور أن يحرك هذه الدعوى...))  
(2) بلهامل سمية، مرجع سابق، ص 51.

## 1/ الاختصاص النوعي

بسط المشرع الجزائري التنظيم القضائي، حيث جعل المحاكم ذات اختصاص عام في النظر في جميع المنازعات ما عدى تلك التي تم استثنائها بنص خاص، لذلك تنظر المحاكم الجزائرية في جميع الجناح والمخالفات وبما ان جريمة التقليد كيفت على انها جنحة فان القسم المختص نوعيا للبت في هذه الدعوى هو القسم الجزائي للمحكمة الابتدائية<sup>(1)</sup>.

## 2/ الاختصاص المحلي

يعتبر الاختصاص المحلي من النظام العام لذلك يجب تحديد المحكمة المختصة لمباشرة إجراءات دعوى التقليد، المحكمة المختصة هي محكمة مكان تقليد العلامة او محل إقامة أحد المتهمين او شركائهم. اما إذا امتد الفعل الى عدت منشآت فالمحكمة المختصة هي التي تمت في دائرة اختصاصها الاعمال التحضيرية، اما إذا كان الفعل بيعا لمواد مقلدة فيؤول الاختصاص الى محكمة مكان كل بيع او تقليد او استغلال باعتبارها جرائم مستمرة<sup>(2)</sup>.

## المطلب الثاني

## حماية المستهلك من جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية

أدى للتطور التكنولوجي الذي تعرفه شعوب العالم في كافة مناحي الحياة ومنها تطور التجارة، التي أصبحت تتم الكترونيا على شبكة الانترنت، الامر الذي دفع بالعديد من المنتجين الى عرض منتجاتهم على هذه البيئة الرقمية ونظرا لقيمتها الاقتصادية الامر الذي أدى بالعديد من

(1) حمادي زويبير، مرجع سابق، ص 204.

(2) تنص المادة 329 من الامر 155-66، مرجع سابق، على ما يلي ((تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمة محل الجريمة او محل إقامة أحد المتهمين او شركائهم او محل القبض عليهم ولو كان هذا القبض قد وقع لسبب اخر. ولا تكون محكمة محل حبس المحكوم عليه مختصة الا وفق الأوضاع المنصوص عليها في المادتين 552 و553. كما تختص المحكمة كذلك بالنظر في الجناح والمخالفات غير القابلة للتجزئة او المرتبطة. وتختص المحكمة التي ارتكبت في نطاق دائرتها المخالفة او محكمة الموجودة في بلد إقامة مرتكب المخالفة بالنظر في تلك المخالفة)).

مستخدمي هذه الشبكة بالاعتداء على العلامة بالتقليد الالكتروني مما يؤدي الى الاضرار بمصالح المستهلكين عن طريق التدليس والتضليل.

لذلك سوف نتطرق في هذا المطلب الى تعريف جريمة تقليد العلامة الكترونيا إضافة الى صورها في (الفرع الأول)، والتطرق الى صعوبات اثباتها في (الفرع الثاني) واركائها إضافة الى الاثار المترتبة عنها في (الفرع الثالث).

### الفرع الأول

#### تعريف جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية وصوره

تختلف التعريفات المقدمة لهذه الجريمة نظرا لتعريف المقدم للوسيلة التي تباشر بها ولتسمية المقدمة لها (أولا)، إضافة الى تعدد صور التي تتعدى بها المواقع الالكترونية على العلامة التجارية(ثانيا).

#### أولا: تعريف جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية

تتعدد التسميات التي أطلقت على الجريمة الالكترونية فهناك من اصطلح عليها تسمية الجريمة المعلوماتية وآخرون أطلقوا عليها تسمية جرائم الكمبيوتر والانترنت نظرا للوسيلة التي تتم بها. حيث يمكن تعريف هذه الجريمة على انها كل فعل أو امتناع يتم اعداده أو التخطيط له، ويتم بموجب استخدام أي نوع من الحواسيب الالية سواء حاسب شخصي أو شبكات الحاسوب الالي أو الانترنت... لتسهيل ارتكاب جريمة أو عمل خالف للقانون...<sup>(1)</sup>

ومن اجل تكون الجريمة المعلوماتية يجب توفر عناصر تتمثل في:

(1) عبد الله دغش العجمي، المشكلات العلمية والقانونية للجرائم الالكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: قانون عام، جامعة الشرق الأوسط، د ب ن، 2014، ص 14.

-الحاسب الالكتروني: يعتبر آلة أو جهاز يسمح باستقبال البيانات وتخزينها ومعالجتها الكترونيا عن طريق برامج معدة لذلك للحصول على النتائج المطلوبة أو استرجاعها

-الأنترنت: هي شبكة عالمية تربط عدة الاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والاحجام في العالم، وتكمن فائدة الانترنت في كونها وسيلة يستخدمها الافراد والمؤسسات للتواصل وتبادل المعلومات<sup>(1)</sup>.

يمكن تعريف التقليد الالكتروني للعلامة التجارية بانه محاكاة لعلامة تجارية تماثل في مجموعها العلامة الاصلية باستعمال الحاسب الالكتروني ومن خلال الاتصال بالأنترنت، بحيث يترتب عن ذلك احداث الخلط واللبس لدى الجمهور من مستخدمى الانترنت في العالم<sup>(2)</sup>.

**ثانيا: صور الاعتداء على العلامة التجارية من طرف المواقع الالكترونية**

تتعدد وتتووع صور الاعتداءات التي تقع على العلامة التجارية من قبل المواقع الالكترونية إما بتسجيل هذا الأخير باسم متطابق لاسم العلامة التجارية أو تسجيله باسم متشابه معها.

**1/ تسجيل اسم موقع الكتروني متطابق مع اسم علامة تجارية**

يعتبر هذا النوع من الاعتداء أكثرها شيوعا خاصة مع بداية انتشار الانترنت، وعندما لم تكن الشركة المالكة لهذه العلامات تدرك أهمية ان يكون لها وجود على الشبكة، ما سمح للعديد من الأشخاص بتسجيل العلامات المشهورة العائدة للشركات التجارية الكبرى كأسماء مواقع. ومن أجل التنازل عن هذه المواقع لصالح الشركات المالكة لهذه العلامات طلب المعتدون عليها مبالغ طائلة من أجل ذلك وكانت ترضخ لطلباتهم في بداية الامر، وكان الفضل للسياسة الموحدة لتسوية

(1) دحمان صبايحية خديجة، جرائم السرقة والاحتيال عبر الانترنت: دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإسلامية، قسم الشريعة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2013، ص، 22.

(2) حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، <<الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري>>، مجلة الحقيقة، المجلد رقم 17، العدد رقم 04، جامعة أحمد دراية، الجزائر، 2018، ص-ص، 25-26.

منازعات أسماء المواقع (UDRP) في التقليل من هذا النوع من الاعتداء واستعادة الشركات للمواقع التي تحمل تسمية علاماتها التجارية<sup>(1)</sup>.

## 2/ تسجيل اسم موقع الكتروني متشابه مع اسم علامة تجارية

يستخدم المعتدي في هذا النوع من الاعتداء اسم علامة تجارية معروفة مع ادخال تعديل بسيط على احدى الحروف أو الطريقة التي تكتب بها أو إضافة كلمة معينة. ومن أمثلة ذلك القضايا المعروضة على مركز التحكيم والوساطة التابع لليويو حيث قامه شركة Nike المختصة بصناعة مستلزمات الرياضة والمالكة للعلامة Nike بالاعتراض على تسجيل العنوان الالكتروني من قبل شركة Crystal international باسم [nike.net](http://nike.net) أو [nikeshope.or](http://nikeshope.or) والتي حكمت المحكمة بنقل ملكية هذه العناوين الى شركة Nike بسبب شهرتها لدى المستهلكين واستخدام مثل هذه العناوين قد يؤدي الى الخلط حول مصدر هذه المنتجات<sup>(2)</sup>.

لا يمس الاعتداء على العلامة التجارية مالها فقط بل يتعدى ذلك حتى يصل للمستهلكين جراء اقتناؤه لسلع ذات جودة رديئة ظنا منه انها ذات جودة ممتازة عند رؤيته للعلامة الموضوعه على تلك السلع التي تم الاعتداء عليها بالتقليد او الاستنساخ سواء التقليدي او الالكتروني.

(1) رامي محمد علوان، <>المنازعات حول العلامة التجارية وأسماء مواقع الانترنت>>، مجلة الشريعة والقانون، العدد 22، جامعة الامارات العربية المتحدة، د ب ن، 2005، ص 266، مثل: كتسجيل اسم موقع [www.Toyota.com](http://www.Toyota.com) متطابق مع العلامة (TOYOTA) وموقع [www.pepsicola.com](http://www.pepsicola.com) المتطابق مع العلامة (PEPSI COLA).

(2) بحاش نصيرة، <>القرصنة الالكترونية للعلامة التجارية>>، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الأول، العدد 9، جامعة محمد بوضياف، بالمسيلة، 2018، ص 192.

## الفرع الثاني

## صعوبات اثبات جريمة التقليد الإلكتروني وشروطها

تعد جريمة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية جريمة حديثة مرتبطة بظهور الانترنت الامر الذي قد يستعصي على العديد من الدول مكافحتها نظرا للصعوبات التي تواجه المحققين فيها في اكتشاف عوالم هذه الجريمة (أولا) والتي تعتبر بمثابة تهديد على امن العلامات التجارية الذي يعود بالسلبات على مالجها وعلى المستهلكين خاصة الالكترونيين منهم ومن اجل دفع هذا الاعتداء عليهم يمكن لمالك العلامة رفع دعوى التقليد وفق شروط(ثانيا).

## أولا/ صعوبات اثبات جريمة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية

تتم الجريمة الالكترونية في فضاء رقمي الامر الذي يؤدي الى عدم ترك مرتكبها لأثار مادية خلفه او عدم ظهور الدليل وصعوبة الوصول اليه وهو السبب الذي يجعل التحقيق فيها صعبا إضافة الى اعتبارها جرائم متعدية الحدود.

## 1/عدم ظهور الدليل الإلكتروني وصعوبة الوصول اليه

يعترض اثبات الجرائم الالكترونية عدت صعوبات منها، عدم ظهور الدليل أو سهولة اخفائه وتدميره من طرف الجاني، وسهولة تنصله من الفعل بادعائه لخطأ في نظام الحاسب أو الشبكة...إضافة الى صعوبة التوصل الى الدليل والاصل ان ذلك يتم عن طريق تقديم شكوى من المجني عليهم، الا ان نقص المعرفة والخبرة لدى جهات التحقيق يؤدي الى صعوبة الحصول عليها لان الامر يتطلب احاطة كاملة بالتكنولوجيا الحديثة ومعرفة واسعة بها (1).

(1)أنايت اعمر علي، الملكية الفكرية في إطار التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 91.

## 2/ صعوبة التحقيق في الجرائم الالكترونية

يتم التحقيق في الجرائم الالكترونية باستخدام مجموعة من الأساليب لمعرفة وتقديم معطيات الاعلام المخزنة في وسيلة الكترونية ممغنطة أمام جهة قضائية، والتحري لكشف غموض هذا النوع من الجرائم يعترضه عدة عقبات مثل الكم الهائل للبيانات المتداولة من خلال الأنظمة المعلوماتية وحادثة الوسائل التي ترتكب بها وسهولة إخفاء اثارها، وان الأساليب التقليدية للإثبات لا تصلح لمثل هذه الجرائم<sup>(1)</sup>.

لذلك عمد المشرع الجزائري كغيره من التشريعاتالى اصدار القانون رقم 09-04الذي نص فيه على أساليب لتحقيق تتناسب مع الطبيعة التقنية للتحري عن مثل هذه الجرائم أهمها المراقبة الالكترونية التي تحوي أسلوب الوقاية والمكافحة وإجراءات التفتيش في النظم المعلوماتية وحجز الأدلة الرقمية<sup>(2)</sup>.

## 3/ جرائم الانترنت جرائم حدود

يثير البعد العالمي في الجرائم المرتكبة عبر الانترنت مشكلات عديدة منها تتبع الاتصالات الالكترونية عن طريق سلطات التحقيق من اجل إقامة الدليل على هذه الجرائم، إضافة الى اختلاف التشريعات حول شروط قبولها للأدلة وتنفيذ إجراءات التفتيش والمعايينة عبر الحدود فقد تقع الجريمة على المستوى الوطني او الدولي.

تتسم جرائم الانترنت بالبعد الجغرافي فيتم الإبلاغ عن جريمة في مكان معين والأدلة الجنائية تتواجد في بلد اخر كقيام شخص متواجد في الجزائر بالاعتداء على علامة تجارية

(1) الطيبي البركة، حاج سودي محمد، <إشكالية الإثبات في الجرائم الالكترونية>>، مجلة أفاق علمية، المجلد 11، العدد الأول، ص 276

(2) قانون رقم 09-04، المؤرخ في 5 أوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافاتها، ج ر عدد 47، لسنة 2009.



الالكترونيا بالقرصنة مثلا لشركة اجنبية متواجدة في دولة أخرى، وهو الامر الذي يتطلب إخضاع إجراءات التحقيق للقوانين أو التشريعات الجنائية السارية في هذه الدولة<sup>(1)</sup>.

نجد المشرع الجزائري وسع من الولاية القضائية للمحاكم الجزائرية لتختص بالنظر في الجرائم المرتكبة خارج الإقليم الوطني وعندما يكون مرتكبها أجنبي والهدف منها المساس بمؤسسات الدولة الجزائرية او الدفاع الوطني او المصالح الاستراتيجية للاقتصاد الوطني<sup>(2)</sup>، إضافة الى المساعدة القضائية الدولية المتبادلة وكيفيات تبادل المعلومات واتخاذ الإجراءات التحفظية لجمع الأدلة<sup>(3)</sup>.

### ثانيا/ شروط رفع دعوى التقليد الالكتروني للعلامة التجارية

يشترط لرفع دعوى التقليد الالكتروني من طرف مالك العلامة عدت شروط هي:

#### 1/ ملكية العلامة

يشترط لقبول دعوى التقليد الالكتروني ان يثبت ملكيته للعلامة التي تم الاعتداء عليها من طرف العنوان الالكتروني ويتم اثبات ذلك بتقديم شهادة تفيد التسجيل الوطني او الدولي للعلامة.

#### 2/ يجب ان يكون التقليد حرفي او شبه حرفي للعلامة التجارية

يجب على مالك العلامة اثبات تقليد العلامة من اجل رفع دعوى التقليد اما بنقلها حرفيا دون ادخال تغيير عليها او بتغيير لجزء من اسم العلامة او حرف فيها، والعيرة في تقدير التقليد للعلامة بالمظهر العام للعنوان الالكتروني وللعلامة المقلدة.

(1)نايت اعمر علي، مرجع سابق، ص-ص، 91-92.

(2)المادة 15، من القانون 09-04، مرجع سابق.

(3) حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، مرجع سابق، ص 18.

## 3/ اثبات مخاطر الخلط بين العنوان الالكتروني والعلامة التجارية

يجب إثبات استخدام العنوان الالكتروني من طرف الغير على شبكة الانترنت لتفادي الخلط في اذهان المستهلكين بينه وبين العلامة الذي يمكن ان يترتب اضرار له<sup>(1)</sup>.

## الفرع الثالث

## أركان جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية والعقوبات المقررة لها

تعتبر جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية مثل جريمة التقليد العادية التي تستوجب توفر مجموعة من الأركان من اجل اعتبارها جريمة تامة وقائمة يستدعي مرتكبها متابعة جزائية وإذا انتفت أحد هذه الأركان فلا تعتبر كذلك (أولا) وعند اثباتها فيتم توقيع عقوبات جزائية على الجاني (ثانيا).

## أولا/ أركان جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية

تقوم جريمة التقليد الالكتروني على ثلاثة أركان وهي

## 1/ الركن الشرعي

يمثل الركن الشرعي قاعدة التجريم والعقاب للجرائم الالكترونية فيما ورد نص فيها، لم يفرق المشرع الجزائري بين التقليد العادي والتقليد الذي يتم بصورة الكترونية للعلامة التجارية حيث اخذ بالمفهوم الواسع للتقليد من خلال المادة 26 من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات السابقة الذكر والتي يقصد بها جميع التصرفات التي يقوم بها الغير من شأنها اهدار حقوق صاحب العلامة

<sup>(1)</sup> شريف محمد غانم، حماية العلامة التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديد للنشر، الإسكندرية، 2007، ص-ص، 161-162.

بغض النظر عن الوسيلة المستعملة سواء باستعمال الحاسب الالكتروني او الانترنت أو الوسائل العادية<sup>(1)</sup>.

## 2/ الركن المادي

يظهر الركن المادي في هذه الجريمة من خلال إساءة استعمال نظام الالكتروني أو اقتحامه على نحو غير مشروع، بما يكون لهذه الأفعال أثر مادي ملموس يظهر أما في تدمير معلومات أو السرقة أو عن طريق التلاعب في بيانات الحاسب الالي. أو عن طريق التقليد والذي يظهر في العلامة التجارية في واقعة التماثل أو التشابه أو التقارب بين العلامة الأصلية والمقلدة الذي يتم عبر العناصر الأساسية المكونة للعلامة مع إضافة شيء عليها ويتم الاستعانة في ذلك ببرامج الحاسب الآلي المتطورة من أجل تظليل المستهلك الالكتروني لأنه يصعب التمييز بين العلامتين الأصلية والمقلدة، وفي حالة انتفاء هذا الشبه ينتفي معه التقليد ومن ثمة تفقد الجريمة أحد أركانها<sup>(2)</sup>.

## 3/ الركن المعنوي

نقصد بالركن المعنوي في جريمة التقليد الالكتروني العلاقة التي تربط بين ماديات الجريمة وشخصية مرتكبها، وهذه العلاقة هي محل إذئاب في معنى استحقاق العقاب، ومن ثم يوجه إليه القانون العقاب المناسب، لقيام هذا الركن يجب توفر نية الاحتيال الخاصة لدى الفاعل وأن هذه الجريمة لها هدفين هما:

-الاعتداء على الحق في العلامة.

-غش وتضليل جمهور المستهلكين الالكترونيين عبر العالم سواء كان تضليل مؤكد او محقق.

(1)حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، مرجع سابق، ص 33.

(2)عبد الله دغش العجمي، مرجع سابق، ص 27.

افترض المشرع الجزائري في جريمة التقليد العادية علم الجاني بان العلامة الاصلية مسجلة ولا يمكن الاحتجاج بجهله أي ادعاء حسن النية، ونفس الامر في الجريمة الالكترونية لا يمكن تصور الفاعل لا يعلم بان العلامة المعتدي عليها غير مسجلة لأنه يعلم بذلك وقت تقليدها، ولا يستطيع دفع الجريمة الا إذا اقام الدليل على ان فعله تم بموافقة صاحب العلامة وانه لا يؤدي الى خداع وتضليل وغش المستهلكين (1).

### ثانيا/ العقوبات المقررة لمرتكب جريمة التقليد الالكترونية

نجد المشرع الجزائري لم يخصص لهذه الجريمة نص خاص بها يطبق في حالة ارتكابها، وانما اخذ بالمفهوم الواسع لجريمة التقليد لذلك تطبق نفس احكام الجريمة العادية على مرتكب جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية المنصوص عليها في المادة 32 من قانون العلامات السابقة الذكر سواء من حيث عقوبة الحبس أو الغرامة أو العقوبات التكميلية (2).

اقر المشرع الجزائري حماية للمستهلك بصفة غير مباشرة من الأفعال المؤدية الى المساس بأنظمة المعالجة الالية للمعطيات والتي يمكن ادراجها تحت جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الانترنت في قانون العقوبات في نصوص المادة 394 مكرر منه التي تنص (يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر الى سنة وبغرامة من 50.000 دج الى 100.000 دج كل من يدخل او يبقى عن طريق الغش في كل او جزء من المنظومة للمعالجة الالية للمعطيات او يحاول ذلك. وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف او تغيير لمعطيات المنظومة) (3).

إذا قام الجاني بتعديل المعطيات بحذف علامة تجارية بطريق الغش مملوكة للغير بغية تضليل المستهلكين فتضاعف العقوبة وتشدد في حالة التعديل والتغيير عن طريق الغش إذا قام القائم

(1) حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، مرجع سابق، ص 36.

(2) شريف محمد غانم، مرجع سابق، ص 159.

(3) المادة 394 مكرر من القانون رقم 04-15، المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، الذي يعدل ويتم الامر رقم 66-156 متضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 71، صادرة في 10 نوفمبر 2004.

بالجريمة او من معه بالاتجار بالمعطيات المخزنة والتي ارتكب بصدها جريمة التقليد للعلامة التجارية فانه يعاقب بالحبس من شهرين الى 3 سنوات وبغرامة من 1.000.000 دج الى 5.000.000 دجونس العقوبة تطبق في حالة اثبات استعمال للعلامة الموضوعة بطريقة الغش والتقليد (1).

نجد ان دعوى التقليد في التشريعات المقارنة ليس الهدف منها توقيع جزاءات جنائية على مرتكب الفعل وانما الهدف منها رد الاعتداء الذي وقع على العلامة التجارية في صورة الغاء تسجيل العنوان الإلكتروني ونقله الى مالك العلامة الأصلية، والحصول على تعويض نتيجة هذا الاعتداء مما يمكننا القول ان هذه الدعوى مدنية لا جنائية (2).

(1) تنص المادة 394 مكرر 1 من القانون 15-04 مرجع سابق على " يعاقب بالحبس من 6 أشهر الى 3 سنوات وبغرامة من 500.000 دج الى 2.000.000 دج ..."

(2) شريف محمد غانم، مرجع سابق، ص 159.

خاتمة

تلعب العلامة التجارية دورا هاما في حماية المستهلك مما يستدعي التشدد في حمايتها مدنيا وجزائريا، لذلك أولى المشرع الجزائري اهتماما للمستهلك في مختلف نصوصه القانونية فلا يمكن تصور وجود علامة يستفيد من حمايتها مالكاها فقط فمن المنطقي أن يستفيد المستهلك أيضا من ذلك وذلك عن طريق وضع العلامة التجارية على مختلف السلع والخدمات كضمان لإعلامه.

وبعد دراستنا لهذا الموضوع الذي يكتسي أهمية بالغة في وقتنا الحاضر نظرا للانتشار الكثيف الذي تعرفه العلامات التجارية في الأسواق الداخلية والخارجة باعتبارها أهم الوسائل التي يستعملها المنتجون للتأثير على الرغبات واختيارات المستهلكين، توصلنا إلى استخلاص جملة من النتائج:

-أصبحت العلامة التجارية أهم أداة تضمن للمستهلك جودة ونوعية المنتجات ولها تأثير على المستهلكين من خلال الوظائف التي تؤديها.

-وقوع المشرع الجزائري في تناقض في المادتين 11 و 21 من قانون العلامات بشأن الآثار المترتبة عن عدم استعمال العلامة التجارية، حيث أن المادة 11 ترتب الابطال أما المادة 21 في فقرتها الثانية ترتب الإلغاء.

-تجريم المشرع الجزائري كل فعل من شأنه المساس بالمستهلك لما في ذلك من تهديد لسلامة وصحة وأمن المستهلكين بصفة خاصة.

-اعتبار المشرع الجزائري أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية وعدم وضع قواعد خاصة تخص المسؤولية الناتجة عن أعمال المنافسة غير المشروعة كأغلب التشريعات.

-عدم وضع المشرع الجزائري محاكم متخصصة للفصل في المنازعات الناتجة عن التصدي أو الإساءة إلى سمعة العلامات التجارية بطرق غير مشروعة.

-قيام المشرع الجزائري بتوسيع نطاق الركن المادي في جريمة التقليد من خلال عدم تحديده للأفعال التي تعتبر تقليدا من أجل التوسيع من دائرة تجريم الأفعال التي تمس بالحق في العلامة والتي تعود سلبا على المستهلك.

-عدم إقرار المشرع الجزائري لعقوبة الشخص المعنوي المتهم بالتقليد والشريك.

-عدم قيام المشرع الجزائري بتنظيم جريمة تقليد العلامة إلكترونيا.

ورغم كل ما تلعبه هذه الأحكام في دعم حماية المستهلك إلا أنها ما تزال تعاني من بعض النقائص لذا نرى من الضروري بعد دراستنا لهذا الموضوع تقديم جملة من التوصيات:

-يجب على المشرع جمع مختلف القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك في تقنين موحد.

-يجب على المشرع أن يولي اهتمام بتوعية المستهلك وإعلامه بخطر انتشار السلع والخدمات التي تحمل علامة مقلدة.

-ضرورة استحداث المشرع الجزائري لنصوص قانونية يعاقب فيها الشخص المعنوي والمساهم في جريمة التقليد.

-استحداث المشرع الجزائري لمحاكم متخصصة للنظر في المنازعات الناتجة عن التصدي أو الإساءة إلى سمعة العلامات التجارية بطرق غير مشروعة.

-دعوة المشرع الجزائري لتعديل قانون العلامات 03-06 باستحداث مواد تنص على جريمة التقليد الإلكتروني للعلامات التجارية.



# قائمة المراجع

أولا/ باللغة العربية

1/ الكتب

- 1- بن داود إبراهيم، قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2003 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2013.
- 2- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012.
- 3- حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- 4- زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 5- شريف محمد غانم، حماية العلامة التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديد للنشر، الإسكندرية، 2007.
- 6- صلاح زين الدين، العلامات التجارية: وطنيا ودوليا، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 7- عبد الرزاق احمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، العقود التي تقع على الملكية، البيع والمقايضة، الجزء 4، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000.
- 8- عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
- 9- عجة الجلاي، العلامة التجارية: خصائصها وحمايتها، جزء الرابع، منشورات زين الحقوقية، لبنان، 2015.
- 10- علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام: مصادر الالتزام في القانون الجزائري، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

- 11- فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
- 12- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (المحل التجاري والحقوق الفكرية)، نشر وتوزيع ابن خلدون الجزائر، 2006.
- 13- فضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية-التاجر-المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
- 14- مغبغب نعيم، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية د ب ن، 2010.
- 15- وهيبة لعوارم بن احمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.

## 2/ الرسائل والمذكرات الجامعية:

### أ/ أطروحات دكتوراه

- 1- بن قوية مختار، دور العلامة في حماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، يوسف بن خدة، الجزائر، 2017.
- 2- راشدي سعيدة، العلامة في القانون الجزائري الجديد، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.
- 3- سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه، علوم الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016.
- 4- سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013.

5- محمدي سماح، الحماية القانونية للعلامة التجارية: دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، باتنة، 2016.

6- كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضيرة، بسكرة، 2015.

### ب/ مذكرات الماجستير

1- براهيم هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، الجزائر، 2013.

2- بوروية ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2008.

3- دحمان صبايحية خديجة، جرائم السرقة والاحتيال عبر الانترنت: دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإسلامية، قسم الشريعة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2013.

4- عبد الله دغش العجمي، المشكلات العلمية والقانونية للجرائم الالكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: قانون عام، جامعة الشرق الأوسط، د ب ن، 2014.

5- العمري صالح، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009.

6- لشخم رضوان، العلامة وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014.

7- نايت امر علي، الملكية الفكرية في إطار التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

ج/ مذكرات الماستر:

1- ايت سعيد محند اكلي، عبدلي هشام، حماية الملكية الصناعية في ظل اتفاقية تريس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة القانون الاقتصادي وقانون الاعمال، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013.

2- بلخضر فهيمة، عبد الفتاح حسيبة، الحماية القانونية للعلامات (دراسة مقارنة)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة قانون الاعمال، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014.

3- بلهامل سمية، دور العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين باغين، سطيف، 2018.

4- بن جودي سهام، النظام القانوني لحماية العلامة التجارية، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2016.

5- بن شعنان نعيمة، سايع نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون العون الاقتصادي كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

6- بن قية رحيمة، النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.

- 7- بن مزيان هجيرة، النظام القانوني للتقييس في الجزائر، مذكرة لنيل الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2019.
- 8- بورية سمية، الحماية القانونية للعلامة التجارية والرسم والنموذج، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، شعبة الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.
- 9- حداد محمد أمين، الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية والحماية القانونية لها في ظل الأمر 03-06، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2016.
- 10- درماش سامية، الحماية المدنية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014.
- 11- رباب صابرينة، العيب الموجب للضمان بين القانون المدني وقانون حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة الحقوق، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.
- 12- شادي زهية، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، فرع: قانون خاص، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
- 13- شاوي عبد النبي، قريقر أحمد، مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية، تخصص قانون الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2015.

- 14- مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، فرع قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2016.
- 15- مزوز يعقوب، دور العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة الحقوق، تخصص قانون الاعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2019.
- 16- نوبيات ثامر، حماية العلامة وفق التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014.

د/ مذكرة الليسانس

- بوهدة حسام الدين، بن نكنع أمال، عفافسة صالح، عراس بلال، حماية العلامة التجارية، حماية العلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة فرحات عباس2، سطيف، 2014.

3/ المقالات

- 1- بحاش نصيرة، << القرصنة الالكترونية للعلامة التجارية >>، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الأول، العدد 9، جامعة محمد بوضياف، بالمسيلة، 2018، ص 184-195.
- 2- حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، <<الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري >>، مجلة الحقيقة، المجلد رقم 17، العدد رقم 04، جامعة أحمد دراية، الجزائر، 2018، ص ص 21-48.
- 3- راشدي سعيدة، << حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري >>، المجلة القانونية للبحث القانونية، المجلد 05، العدد الأول، 2012، ص ص، 220-237.

- 4-رامي محمد علوان، <<المنازعات حول العلامة التجارية وأسماء مواقع الانترنت>>، مجلة الشريعة والقانون، العدد22، جامعة الامارات العربية المتحدة، د ب ن، 2005، ص ص 239-327.
- 5-زين يونس، هدى معيوف، <<حماية حقوق المستهلك في الجزائر >>، مجلة معارف، العدد 20، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2016، ص ص 433-448.
- 6-سي يوسفزاهية حورية، <<دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك>>، مجلة الحقيقة، عدد 34، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2015، ص ص 282-304.
- 7-طبيي البركة، حاج سودي محمد، <<إشكالية الاثبات في الجرائم الالكترونية>>، مجلة افاق علمية، المجلد 11، العدد الأول، ص ص 266-284.
- 8-فتاحي محمد، <<الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية>>، مجلة الحقيقة، العدد 28، جامعة أدرار، الجزائر، د س ن، ص ص 1-19.
- 9-كحول وليد، << جريمة تقليد العلامة التجارية>>، مجلة الفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ب س ن، ص ص 476-492.
- 10-لقليب أسعد، «انقضاء الحق في العلامة التجارية»، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد1، الجزائر، ص ص 199-214.
- 11-نور محمد، << حماية القضاء الجزائري للعلامة التجارية الجزائرية>>، نشرة المحامي، العدد 20، سطيف، 2013، ص ص 54-56.

#### 4/ النصوص القانونية

##### أ/ النصوص التشريعية

##### ✓ القوانين

- 1-قانون رقم 04-04، المؤرخ في 23 يونيو 2004، يتعلق بالتقييس، معدل ومتمم بالقانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 يونيو 2016، جريدة رسمية، عدد 41، لسنة 2004.



2- قانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008، المتضمن قانون إ م و ا، ج ر عدد 15 لسنة 2008.

3- قانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، الصادرة في 8 مارس 2009.

4- قانون رقم 12-06، المؤرخ في 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02، لسنة 2012.

✓ الأوامر

1- أمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966، الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج ر عدد 48، لسنة 1966 معدل ومتمم.

2- أمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 49، الصادرة في بتاريخ 11 يونيو 1966 معدل ومتمم.

3- أمر رقم 75-02، مؤرخ في 09 جانفي 1975، يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المبرمة 20 مارس 1883 المعدلة، ج ر عدد 10، الصادر في 04 فيفري 1975.

4- أمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78، لسنة 1975، معدل ومتمم.

5- أمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، ج ر، الصادرة في 26 سبتمبر 1975، عدد 78، معدل ومتمم.

6- أمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، لسنة 2003.

7- أمر رقم 04-02، المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، الصادرة في 27 جوان 2004، معدل ومتمم.

ب/ النصوص التنظيمية

- 1- مرسوم التنفيذي رقم 90-266، المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات، ج ر عدد 40، لسنة 1990
- 2- مرسوم التنفيذي رقم 98-68، المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ج ر عدد 11 لسنة، 1998.
- 3- مرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد 85، لسنة، 2002.
- 4- مرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02 اوت 2005، يحدد كفاءات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54، المؤرخ في 07 اوت 2005.

5/ المواقع الالكترونية

-www.khayma.com

ثانيا/ باللغة الفرنسية

**1/ Ouvrages :**

- 1- ALBERT CHAVANNE, CLAUDINE SALOMON, Marque de fabrique de commerce ou de service, Dalloz, Paris, 2003.
- 2- KAHLOULA,G.MEKAMCHA: la protection du Consommateur en droit. Algérien :revue idara .de L école National D'administration N 5, année 1995.
- 3- SGHMIDT-SZALEWSKI Joanna, Droit de la propriété industrielle, 7<sup>ème</sup> édition, Dalloz, 2009.

**2/ Article**

-EDITHLAGARDE-BELLECC, Contrefaçon de marque : critère d'appréciation du risque de confusion, sur le site : [www.lagardebellec-avocats.fr](http://www.lagardebellec-avocats.fr), le 17/06/2021 a 16 :30.

الفهرس

1	مقدمة
4	الفصل الأول
4	حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة التجارية
5	الفصل الأول
5	حماية إرادة المستهلك وفق القواعد المنظمة للعلامة التجارية
6	المبحث الأول
6	التمتع بالحق في العلامة كالتزام بإعلام المستهلك
6	المطلب الأول
6	الالتزام بتسجيل واستعمال العلامة كضمان لإعلام المستهلك
6	الفرع الأول
6	الالتزام بتسجيل العلامة كضمان لإعلام المستهلك
7	أولاً/ الأشخاص الذين لهم الحق في تسجيل العلامة
7	ثانياً/ الجهة المختصة بتسجيل العلامة
8	ثالثاً/ إجراءات تسجيل العلامة
8	1/ الإيداع
10	2/ التسجيل
11	3/ النشر
12	رابعاً/ الآثار المترتبة على تسجيل العلامة
12	1/ حق اكتساب وحق التصرف في العلامة

13	2/ انقضاء وفقدان الحق في العلامة .....
15	الفرع الثاني .....
15	الالتزام بالاستعمال الجدي للعلامة .....
15	أولاً/ تعريف استعمال العلامة .....
15	ثانياً/ شروط استعمال العلامة .....
16	1/ أن يكون الاستعمال جدياً .....
16	2/ أن ينصب الاستعمال على موضوع العلامة المسجلة .....
16	3/ أن يتم الاستعمال خلال المدة المحددة .....
17	المطلب الثاني .....
17	علامة المطابقة كتجسيد للرغبات المشروعة للمستهلك .....
17	الفرع الأول .....
17	تعريف علامة الجودة باعتبارها علامة جماعية .....
18	الفرع الثاني .....
18	الهيئة المختصة بمنح ترخيص استغلال علامة الجودة .....
18	أولاً/ معنى التقييس .....
18	ثانياً/ أهداف معهد التقييس .....
19	1/ تخفيض التكاليف .....
19	2/ زيادة الكفاءة الإنتاجية .....
19	3/ الحفاظ على المواد والموارد .....
19	4/ التبادلية .....
20	5/ السلامة .....

20	..... ثالثا/ مهام معهد التقييس
21	..... الفرع الثالث
21	..... الاجراءات الازمة لمنح ترخيص استغلال علامة الجودة
23	..... المبحث الثاني
23	..... الاثار المترتبة عن الاخلال بإعلام المستهلك
23	..... المطلب الأول
23	..... الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بواجب إعلام المستهلك
24	..... الفرع الأول
24	..... الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية
24	..... أولا/ رفض المعهد تسجيل العلامة
24	..... 1/ رفض المعهد تسجيل العلامة الممنوعة
25	..... 2/ رفض المعهد تسجيل العلامة المظلمة
25	..... 1/ دعوى إبطال ودعوى إلغاء العلامة
27	..... 2/ شروط رفع دعوى ابطال والغاء العلامة
28	..... 3/ الجهة القضائية المختصة في النظر في دعوى إبطال وإلغاء العلامة
29	..... الفرع الثاني
29	..... جزاء الاخلال بإعلام المستهلك
29	..... أولا/ إبطال العقد استنادا على عيوب الرضا
29	..... 1/ ابطال العقد لوقوع المستهلك في تدليس
30	..... 2/ ابطال العقد لوقوع المستهلك في غلط

- ثانيا/ ابطال العقد تأسيسا على نظرية الضمان ..... 31
- المطلب الثاني ..... 32
- الحماية الجنائية والإدارية عن الإخلال بإعلام المستهلك ..... 32
- الفرع الأول ..... 33
- الحماية الجنائية المترتبة عن الإخلال بإعلام المستهلك ..... 33
- أولا/ جزاء الإخلال بالتزام الاعلام وفق قانون العلامات ..... 33
- 1/ جريمة عدم وضع علامة تجارية على السلع أو الخدمات ..... 33
- 2/ جريمة استعمال أو وضع علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها ..... 34
- ثانيا/ جزاء الإخلال بإعلام المستهلك وفق قانون الممارسات التجارية ..... 34
- ثالثا/ جزاء الإخلال بإعلام المستهلك وفق قانون حماية المستهلك وقمع الغش ..... 35
- الفرع الثاني ..... 35
- الحماية الإدارية عن الإخلال بإعلام المستهلك ..... 35
- أولا/ حماية المستهلك من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية ..... 36
- ثانيا/ حماية المستهلك من طرف مديرية التجارة ..... 36
- ثالثا/ حماية المستهلك من طرف مديرية الجمارك ..... 37
- رابعا/ حماية المستهلك من طرف جمعيات حماية المستهلك ..... 37
- 1/ الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلكين ..... 37
- 2/ الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلكين ..... 38
- الفصل الثاني ..... 40
- الحماية القانونية للعلامة التجارية كضمانة لحماية المستهلك ..... 40



41	المبحث الاول
41	دعوى المنافسة غير مشروعة
43	المطلب الأول
43	مفهوم دعوى المنافسة غير مشروعة
43	الفرع الأول
43	الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة
45	الفرع الثاني
45	نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية
46	الفرع الثالث
46	الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة
46	أولاً/ انتقال المحكمة للمعينة
47	ثانياً/ ندب الخبراء
47	المطلب الثاني
47	مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة
48	الفرع الأول
48	شروط رفع دعوى المنافسة غير المشروعة
48	أولاً/ الخطأ
49	ثانياً/ الضرر
50	ثالثاً/ العلاقة السببية بين الخطأ والضرر

51	الفرع الثاني
51	أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير مشروعة والقضاء المختص فيها
51	أولا/ أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة
51	1/صاحب العلامة التجارية
52	2/المرخص له
52	3/المسوق للمنتجات المشمولة بعلامة معتدى عليها
52	4/المستهلك وجمعية المستهلكين
53	ثانيا/ الجهة القضائية المختصة للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة
53	1/الاختصاص النوعي
54	2/الاختصاص المحلي
55	الفرع الثالث
55	الآثار المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة
55	أولا/ التعويض
56	ثانيا/ إزالة الفعل الضار
56	المبحث الثاني
56	دعوى التقليد كألوية لحماية المستهلك
57	المطلب الأول
57	حماية المستهلك من جريمة التقليد
57	الفرع الأول
57	تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية وصورها

- 58 ..... أولاً/ تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية
- 59 ..... ثانياً/ صور جريمة تقليد العلامة التجارية
- 59 ..... 1/ الاعتداء على الحق في العلامة بالتقليد
- 59 ..... أ/ تقليد العلامة التجارية بالنقل
- 60 ..... ب/ تقليد العلامة التجارية بالتنشيه
- 61 ..... 2/ الاعتداء على الحق في العلامة بالاستعمال
- 61 ..... أ/ الاعتداء باستعمال علامة مقلدة او مشابهة
- 62 ..... ب/ التقليد باستعمال علامة الغير
- 63 ..... الفرع الثاني
- 63 ..... اركان جريمة تقليد العلامة التجارية والجزاء المترتب عنها
- 63 ..... أولاً/ أركان جريمة تقليد العلامة التجارية
- 63 ..... 1/ الركن الشرعي:
- 64 ..... 2/ الركن المادي:
- 65 ..... 3/ الركن المعنوي:
- 65 ..... ثانياً/ الجزاء المترتب عن تقليد العلامة التجارية
- 65 ..... 1/ العقوبات الاصلية
- 65 ..... 2/ العقوبات التكميلية
- 67 ..... الفرع الثالث
- 67 ..... إجراءات رفع دعوى تقليد العلامة التجارية
- 67 ..... أولاً/ المستهلك كصاحب حق في رفع دعوى التقليد
- 67 ..... ثانياً/ الجهة القضائية المختصة للنظر في دعوى التقليد

68	1/ الاختصاص النوعي.....
68	2/ الاختصاص المحلي.....
68	<b>المطلب الثاني.....</b>
68	<b>حماية المستهلك من جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية.....</b>
69	<b>الفرع الأول.....</b>
69	<b>تعريف جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية وصوره.....</b>
69	<b>أولاً: تعريف جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية.....</b>
70	<b>ثانياً: صور الاعتداء على العلامة التجارية من طرف المواقع الالكترونية.....</b>
70	1/ تسجيل اسم موقع الكتروني متطابق مع اسم علامة تجارية.....
71	2/ تسجيل اسم موقع الكتروني متشابه مع اسم علامة تجارية.....
72	<b>الفرع الثاني.....</b>
72	<b>صعوبات اثبات جريمة التقليد الالكتروني وشروطها.....</b>
72	<b>أولاً/ صعوبات اثبات جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية.....</b>
72	1/عدم ظهور الدليل الالكتروني وصعوبة الوصول اليه.....
73	2/صعوبة التحقيق في الجرائم الالكترونية.....
73	3/جرائم الانترنت جرائم حدود.....
74	<b>ثانياً/ شروط رفع دعوى التقليد الالكتروني للعلامة التجارية.....</b>
74	1/ ملكية العلامة.....
74	2/ يجب ان يكون التقليد حرفي او شبه حرفي للعلامة التجارية.....
75	3/ اثبات مخاطر الخلط بين العنوان الالكتروني والعلامة التجارية.....
75	<b>الفرع الثالث.....</b>

أركان جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية والعقوبات المقررة لها	75
أولا/ أركان جريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية	75
1/ الركن الشرعي	75
2/ الركن المادي	76
3/ الركن المعنوي	76
ثانيا/ العقوبات المقررة لمرتكب جريمة التقليد الالكترونية	77
خاتمة	79
قائمة المراجع	82

# دور العلامة التجارية في حماية المستهلك

## ملخص

تكتسي العلامة التجارية أهمية كبيرة نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في حماية المستهلك من كل التجاوزات التي تصدر من المهنيين الذين يلجؤون إلى الممارسات غير مشروعة في مجال التجارة من غش وتقليد وتقليد سلع وخدمات وعلامات لتحقيق الربح السهل والسريع.

لذلك وضع المشرع ترسانة من النصوص القانونية تضمنت عدة وسائل مدنية وجنائية وردعية لمواجهة مثل هذه التجاوزات.

## Résumé

La marque commerciale joue un rôle important dans la protection du consommateur contre les fraudeurs qui recourent à des pratiques illégales, telle que la contrefaçon pour réaliser d'énormes bénéfices.

De ce fait, le législateur Algérien a mis en place un arsenal de textes juridiques pour faire face à ces pratiques frauduleuses.