



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد خيضر - بسكرة -

قسم الحقوق

كلية الحقوق و العلوم السياسية

تخصص: قانون أعمال

موضوع الدراسة:

# الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

اشراف الأستاذ:

اعداد الطالب:

د/ أ. شراد صوفيا

➤ بن زيد خديجة

السنة الجامعية 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ  
وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ  
بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴾

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة المائدة ..... (آية 11)

# كلمة لا بد منها

اعترافا بالفضل والجميل  
أتوجه بالشكر والعرفان والتقدير

إلى الأستاذة: "د. شراد صوفيا"

التي أشرفت على هذا العمل بالرغم من الظروف  
السائدة المتصلة بجائحة كورونا ...،  
وتعهدته بالتصويب.

فجزاها الله عنى كل خير.

# إهداء

إلى نبع الحنان التي رعتني، والدتي أطل الله في عمرها  
إلى مثلي الأعلى في الحياة، والدي حفظه الله ورعاه  
إلى إخوتي جميعا خصيصا توأم روعي أختي الوحيدة  
إلى زوجي، الذي ساندني خلال مشوار دراستي وأمد  
لي يد العون لإتمام هذا العمل.  
إلى ابنتي حبيبنا الروح و نور العين " لجين و حنين "

إلى هؤلائي جميعا أقدم ثمرة جهدي .

# مقدمة

# مقدمة

## تمهيد:

إن الاقتصاد هو العمود الفقري للنهوض بالدول إلى الريادة نتيجة الصفقات والمعاملات التجارية التي تتنافس عليها، وهذا جراء كسب الثقة من المتعاملين والمستهلكين وراجع ذلك إلى العلامات التجارية والجودة العالية للسلع والخدمات، ولذلك أعطت الدول اهتمام كبير للعلامات التجارية وسنت أنظمة وقوانين دولية وتشريعات داخلية لحماية حقوقها من الاعتداءات التي أصبحت تهدد حقوق الشركات والمؤسسات وخاصة في ظل التطور التكنولوجي الرهيب.

## حدود الدراسة:

فالعلامة التجارية موضوع يحثل أهمية كبيرة في مضمون حقوق الملكية الصناعية، نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في التقدم الاقتصادي والصناعي لأي بلد، وستقتصر دراستنا لموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري أي في الجزائر كدولة وبالضبط بعد تعديل قانون 03-06.

فمنذ القدم كانت القبائل العربية تضع الأختام والوشم على إبلهم لتمييزها، أما اليوم فقد شاع استخدام العلامات التجارية حتى غزت عالم الأعمال، فالعلامة لها دور في الحياة الاقتصادية باعتبارها عاملا من عوامل التطور، نظرا لدورها التحفيزي في الإنتاج، وتعتبر اليوم وسيلة قانونية في خدمة استراتيجية المؤسسات لتوسيع أسواقها، فهي أداة للتعريف بالمنتجات أو الخدمات التي تحملها عبر العالم، كما تعتبر العلامة ذات قيمة مالية تدخل في الذمة المالية لمالكها.

وتعد العلامة اثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته و تميزه عن غيره، وهي مشتقة من

العلم بمعنى المعرفة، فهي إشارة ظاهرة يستعملها او يرد استعمالها اي شخص لتمييز بضائعه او منتجاته او خدماته عن بضائع او منتجات او خدمات غيره ، فالعلامة التجارية تعتبر وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين و التجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية بحيث يتخذ احد التجار او المنتجين علامة تجارية معينة تمييزا لبضائعه او منتجاته، و في الوقت نفسه يمنع عن غيره من التجار و المنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع مماثلة.

وهناك من عرفها بانها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع او التاجر او مقدم الخدمة لتمييز صناعته او خدمته عن مثيلتها و قد تكون مملوكة لشخص طبيعي او معنوي وتكون متميزة حينما تتخذ شعارا خاصا بها و تشمل الأسماء او الكلمات او الإيماء أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الألوان .....او أي مزيج من ذلك، و بالرجوع لكل هذه التعريفات نجدها تتقاطع حول فكرة واحدة اختصرها Jacques Azéma بقوله :  
**”كل اشارة توضع على منتجات او خدمات مؤسسة قصد تمييزها عن تلك المنافسة لها”.**

وتحتل العلامة التجارية أهمية كبيرة في الحياة التجارية و الصناعية حتى ان قيمتها في بعض الأحيان تفوق قيمة المؤسسة التجارية ،والعلامة التجارية من اهم الوسائل التي يستخدمها المنتجين و التجار و الصناع لجذب المستهلكين و تمكينهم من التعرف على بضائعهم و منتجاتهم و خدماتهم، و لقد تزايد في الوقت الحاضر التعدي على العلامة التجارية سواء على المستوى المحلي او على المستوى الدولي ، مما سبب أضرار بالمنتجين أصحاب العلامات التجارية ، بعدما أصبحت العلامة التجارية وسيلة قانونية في خدمة استراتيجية المؤسسات لتوسيع أسواقها في كل مناطق العالم ،فهي لا تعد فقط وسيلة للتعريف بالمنتجات او الخدمات التي تحملها عبر العالم و إنما أيضا صورة المؤسسة مالكة العلامة ،و تكون بذلك شهرة للمنتج او الموز و تعكس صورته في أذهان عملائه من المستهلكين. كما تظهر أهميتها باعتبارها قيمة مالية في ذمة مالكةا، مستقلة عن المؤسسة التي تستغلها، و يتضح ذلك في الاستثمارات التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في مجال العلامات و النجاح الذي حققته، و دوما ننسى دور العلامة التجارية في حياتنا الاقتصادية

باعتبارها عاملا من عوامل التطور نظرا لدورها التحفيزي في مجال الإنتاج و السعي نحو تقديم الأفضل و الأحسن لجمهور المستهلكين سواء من حيث الجودة او النوعية.

و موضوع دراستنا للعلامة التجارية هو تركيزنا لطرق و كيفية حمايتها و كتدقيق اكثر هو تحديد الطريق الوحيد لضمان المنتج والمستهلك في وقت واحد فهي لها وظيفة هامة وأساسية، وهي أن تقوم بمنع اختلاط أي منتجات تحمل علامة تجارية معينة بمنتجات مشابهة تحمل علامة تجارية أخرى كما تقوم بزيادة روابط الثقة بين المستهلك وبين المنتج الخاص بتلك العلامة فإذا كان لديك منتج قوى متواجد بالأسواق ومعروف والطلب عليه كثيف ثم بدأت بإنتاج منتج آخر يحمل نفس العلامة التجارية فيتوجه المستهلك دائما لهذا المنتج نظراً لروابط الثقة التي تكونت بينه وبين المنتج الأول الذي يحمل العلامة التجارية وقد اتجه المنتجين بشكل عام إلى تسجيل العلامات التجارية الخاصة ب منشأتهم لكي تتعرف أنت كمستهلك إلى المنتجات والخدمات الخاصة بهم .. كما أن العلامات التجارية تقوم بوظيفة أخرى وهي مترابطة مع فكرة التسويق سواء كان تسويق إلكتروني أو أي نوع من أنواع التسويق لكي تقوم بالترويج عن نفسها وعن منتجاتها مما يساهم بشكل كبير جداً في التأثير على ثقة المستهلكين المهتمين بكافة منتجات تلك المنشأة التي تحمل علامة تجارية مميزة مما يؤدي إلى زيادة الأرباح وزيادة الثقة بين كافة الأطراف.

## أسباب اختيار الموضوع:

ان امن أسباب اختياري لموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية، هو رغبتني الملحة بمعرفة كيفية التصدي لضواهرالاضرار بالعلامة التجارية ومحاولة فهمنا لمدى محاربة القانون لهذه الضواهر، زيادة على هذا هو طغاء العلامات المزيفة والشبيهة بالاصلية ورواجها في السوق الجزائرية.

## أهمية الدراسة:

لموضوع العلامة التجارية أهمية كبيرة وبالغة مما جعلها دافعا لتناوله بالبحث والدراسة، وذلك لارتباطه الوثيق باقتصاد الدولة حيث تعد جرائمها إعتداءً على المقومات

الاقتصادية للدولة. هذا و قد تزايدت ظاهرة هذا الاعتداء في الآونة الأخيرة نتيجة التقدم التكنولوجي المذهل الذي ساعد المعتدين على تنفيذ جرائمهم و مهارة علمية فائقة لإخفاء آثارها.

و بما اننا أمام رغبة الجزائر في الانضمام في المنظمة العالمية للتجارة رأيت من ضرورة إلغاء قانونها الخاص بالعلامات أمر 57.66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية لعدم مواكبته للمفاهيم الاقتصادية و القانونية الحالية كونه انتهج في إطار معطيات سياسية واقتصادية معينة، أما اليوم فقد تغيرت الأوضاع عما كانت عليه في السابق، إذ انه وفي إطار سياسة اقتصاد السوق فقد فرضت معطيات جديدة على الساحة الاقتصادية و التجارية وحتى منها القانونية، فالتطور التكنولوجي وتزايد تنافس المنتجات على الأسواق الدولية أدى ذلك إلى اهتمام التشريع الجزائري بالعلامة التجارية باعتبارها وسيلة للمنافسة غير المشروعة ومنحها الحماية القانونية بنوعيتها المدنية و الجزائية الملزمة لهذا التطور، فصدر أمر 06.03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات والصادق عليه بموجب قانون 17.03 المؤرخ في نوفمبر 2003 يلغي الأمر 57.66 السالف الذكر، من أجل محاربة المنافسة غير المشروعة من جهة و القضاء على جرائم الغش و التقليد للعلامات التجارية من جهة أخرى، و توصيل للمنتج و المستهلك فكرة ان العلامة التجارية محمية و بطرق مدروسة و مقننة حسب قانون سالف الذكر، الذي يؤدي بدوره إلى رواج النشاط التجاري و تشجيع العمل الابتكاري دعم النشاط الصناعي، و زيادة فرص الاستثمار مع فتح و خلق مجالات للعمل المختلفة و نمو مهارات المواطن الجزائري، وليس هذا فقط و إنما حماية المستهلك من الوقوع في فخ السلع المغشوشة .

## أهداف الدراسة:

فقد ارتأينا ان نُجسد في جانبين:

**فالجانب الأول:** يحدد ما اذا كانت العلامة حق من حقوق الملكية الصناعية حيث أصبحت تحتل مكانه هامة بالنظر لما تشكله من قيمة مادية كبيرة، و هذه القيمة تحتاج وسيلة فعالة لحمايتها من الاعتداء عليها و استغلال شهرتها بصورة غير مشروعة وذلك بتحديد أفعال المنافسة غير المشروعة و ضبط قواعد دعوى المنافسة غير المشروعة وكذا إظهار أهمية

العلامة التجارية باعتبارها قيمة مالية في ذمة مالكيها، مستقلة عن المؤسسة التي تستغلها و يظهر ذلك في الاستثمارات التي تقوم بها الشركات و النجاح الذي تحققه.

**اما الجانب الثاني :** لاعتبار ان كل استثمار بحاجة إلى بيئة قانونية سليمة، لهذا تسعى العلامة إلى تشجيع المنافسة الحرة والمشروعة ومنع المنافسة غير المشروعة، ومحاربة التقليد والتزوير مما يؤدي إلى زيادة رؤوس الأموال، وتشجيع الاستثمارات المحلية وانفتاح الجزائر على التجارة الخارجية.

## صعوبات الدراسة:

قد يعتقد البعض ان موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري بحث سهل وميسور الدراسة، على اعتبار أن الموضوع تناولته العديد من الدراسات غير أن الحقيقة غير ذلك فالمتعمق فيه وحده يستطيع أن يدرك حساسيته وصعوبة الخوض فيه ومن أهم الصعوبات التي صادفناها فيه خصوصا هذه السنة 2019-2020 وتتلخص فيما يلي:

- ظهور جائحة كورونا "كوفيد 19" التي من خلالها أعنت حالة شبه الطوارئ.
- غلق جميع المكتبات ودور الثقافة الخاصة منها والعمومية.
- إعلان حالة الحجر الصحي منذ شهر مارس إلى يومنا هذا.
- صعوبة الاجتماع الشخصي مع المشرف في ظل الجائحة وتطبيق سياسة التباعد الاجتماعي بين الاشخاص.

## منهج الدراسة المتبع:

وخلال دراستنا للموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يظهر من خلال تسليط الضوء على للتشريع الجزائري الخاص بالعلامة التجارية وطريقة حمايتها قانونا

ويتخلله المنهج الاستقرائي وذلك باستقراء مجموعة من النصوص القانونية ذات صلة بموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية.

## إشكالية الدراسة:

ولهذا فانه من الضروري معالجة موضوع العلامات التجارية وذلك من خلال البحث في الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، ومنه تحددت الإشكالية التالية:

## ما مدى كفاءة الاحكام الخاصة بحماية العلامة التجارية في التصدي لظاهرة التعدي عليها؟

ومنه تمحورت دراستنا في جزئها الأول حول الحماية المدنية والجزء الثاني الحماية الجزائية، وعليه فقد حاولنا من خلال هذا للإجابة على الإشكالية المطروحة بالاعتماد على الخطة التالية:

حيث قسمنا البحث إلى فصلين، ففي **الفصل الأول** تناولنا الحماية المدنية للعلامة التجارية من خلال المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية و دعواها و أبرزنا أساسها القانوني ، و في **الفصل الثاني** تناولنا الحماية الجزائية للعلامة التجارية من خلال دعوى التقليد و ذلك بتحديد ماهية جريمة تقليد العلامة التجارية و مروراً بالمتابعة و الجزاءات القانونية .

# الفصل الأول

الحماية المدنية للعلامة التجارية

## مقدمة الفصل الأول

### الحماية المدنية للعلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية، التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة الداخلية والدولية، حيث اقتصر في البداية على السلع والمنتجات ثم امتد مجالها إلى الخدمات مقدمه في كافة المجالات ثم انتقل نطاقها ليشمل التجارة الالكترونية، هذه الاخيره التي أصبحت عصب التجارة المعاصرة.

والعلامة التجارية يقصد بها كل رمز أو إشارة لسلع او خدمات تاجر تميزه عن غيره من التجار، وهي بهذا المفهوم تهدف إلى تحقيق مصالح كافة الأعوان الاقتصاديين من المنتجين والموزعين والتجار وكذا المستهلكين، أي تحقق مصالح الاقتصاد الوطني بصورة عامه.

وانطلاقاً من الاهميه البالغة للعلامة التجارية والدور الذي تؤديه في تحقيق النمو الاقتصادي فقط، أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها وذلك عن طريق التقليد الكلي او الجزئي للعلامة وتزويرها وترجمتها، وهناك العديد من العناصر التي طالتها المنافسة الغير المشروعة هذا راجع لشهره العلامة عبر العالم حيث أصبحت راسخة في ذهن المستهلكين

نظرا للتمتع بالجودة والضمان وهو ما جعلها عرضه للتعدي من غيرها من المعاملات ،  
الخاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية، الأمر الذي تطلبه ضروره مكافحه كافة أنواع  
التعدي على العلامة التجارية، وبسط الحماية القانونية اللازمة.

ولقد كان الأمر 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 والمتعلق بعلامات المصنع والعلامات  
التجارية إلغاية صدور الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات المؤرخ في 19 يوليو 2003  
الملغى، ويتضمن عديد الأحكام التي تهدف إلهماية علامة تجاربه جزائرية ومدنيه، إلهى أن  
تعدد أشكال التعدي على العلامة من جهه تطور مفهوم العلامة التجارية التي أصبحت  
تشمل العلامات الخدمة والعلامات المشهورة جعلت المشرع يتدخل من اجل أعاده إعطاء  
مفهوم للعلامة التجارية يتناسب مع التحولات الاقتصادية على المستويين الداخلي والدولي و  
بسطة الحماية القانونية عليها، وما يهدف إلهى رده مرتكبي أفعال التعدي على العلامة هذا  
من جهة ومن جهه هي محاوله من المشرع الجزائري لانسجام تشريع العلامات هي إلهدى  
الاتفاقيات الملحقه باتفاقيه إن شاء منظمه التجارة ألعالميه.

ولقد جاء الأمر 03-06 وتعديلاته في مجال حماية العلامات، حيث أورد المشرع لأول مره  
الزاميه علامة الخدمة وبسط الحماية القانونية<sup>1</sup> MARQUE DE SERVICE

وبسط المشرع الجزائري الحماية القانونية على العلامة المشهورة في الجزائر، وأعطى  
لصاحبها منع الغير من استعمالها دون رضاه<sup>2</sup> وأجاز المشرع أمكانيه نقل عن حقوق المخوه

<sup>1</sup> المادة 3 من الامر 06-03

<sup>2</sup> المادة 9 فقرة 4 من الامر 06-03

عن العلامة بمعزل عن التحول الكلي أو الجزئي للمؤسسة التجارية، كما أجاز المشرع ترخيص الكلي أو الجزئي للسلع أو الخدمات للغير، ومنح للمرخص له حق حمايتها، حق حماية الإعلام المرخص له بها عن طريق رفع دعوى التقليد، ومنح المشرع لمالك العلامة حمايتها الجزئية، كما منح لصاحب العلامة الحق في المطالبة بوقف أعمال التقليد وكل تدبير من شأنه حماية العلامة، وكذلك حق المطالبة بمصادره الأشياء والوسائل المستعملة، هذا فضلا عن الغلق النهائي أو الجزئي للمحل التجاري، ومصادره الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة.

لان الأصل في الحياة التجارية حرية المنافسة ومشروعيتها، فهي من الأمور المتعارف عليها في النشاط التجاري و يعود لها الفضل الكبير في تطور المؤسسات التجارية، اذ لها ألقده ألقاقه التي نذفع دائما إلى تحقيق الابتكار وتعمل كحافز فعال على الإبداع في الحياة التجارية.

غير أن جمهور التجار قد يكون منهم من يسيء النية، وان هؤلاء قد تعوزهم الوسيلة لمنافسة غيرهم، فيلجئون إلى طرق احتيالية لبلوغ ذلك وقد لا يروق الأمر إلى سوء النية وإنما بمجرد خطأ من التاجر قد تكون منافسته غير شرعية. ولكن لنحدد أكثر ونقول إن المنافسة هي تزام بين التجار في اجتذاب العملاء وترويج اكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات

ضمانا لازدهار التجارة<sup>3</sup>، وبذلك فالمنافسة هي عماد التجارة وأساس نموها فهي تؤدي إلى سعي كل تاجر لتحسين منتوجه وتخفيض أسعاره بما يؤدي الى رواج سلعته.

وهي نتيجة حتمية لحرية احترام التجارة وعدم احتكار حق مشروع غير أن التجربة أكدت ان الحرية التامة للمنافسة وانعدام المعايير القانونية، لا تجلب حرية المنافسة فق ط وإنما تجلب الاحتكار وهي عملية تؤدي إلى القضاء على المنافسة.

وبالتالي فان الأصل هو حرية المنافسة وان المشرع تدخل للحد من هذا الأصل بوضع

ضوابط لتنظيم المنافسة التجارية وعدم الدخول في المنافسة غير المشروعة لاعتبارها فعلا تقصيريا يستوجب مسؤولية فاعله تعويض.

ومن هذا فانه يهدف للإجابة على التساؤلين المطروحين من حيث أساس المطالبه بالتعويض الذي يستند إلى دعوى المنافسة غير المشروعة، هذه الاخيره هل يمكن الاستناد إليها جراء الاعتداء الواقع على العلامة إلى قواعد خاصة ام أنها تستند إلى القواعد العامة في القانون المدني، لذا نحن بصدد معرفه ماهية المنافسة غير المشروعة وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

### المبحث الأول: المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

ويندرج تحته مطلبين: المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة

والمطلب الثاني: أفعال المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

<sup>3</sup> زينة غانم عيد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار و مكتبة الحامد للشر و التوزيع، عمان، الاردن، طبعة أولى، 2002

أما المبحث الثاني: المسؤولية المدنية في دعوى المنافسة غير المشروعة

ويندرج تحت مطلبين: المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

المطلب الثاني: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة

## المبحث الأول: المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

تقوم التجارة على حدوث المنافسة والتي تستند إلى الأعراف التجارية النظيفة والنزاهة 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 والخدماتية غسل إلى تحقيق الابتكار وتعمل كحافز فعال على الإبداع في الحياة التجارية حقيقة بذلك أفضل النتائج والإرباح ولكن إذا استعملت في المنافسة وسائل وأساليب من شأنها مخالفه الأعراف التجارية النظيفة والنزاهة عد ذلك منافسة غير مشروعه ،  
تتيح للمتضرر من أفعالها حق رفع دعوى منافسة غير المشروعة .

إن الحماية المدنية هي المظلة التي سيظل بها كافة الحقوق على اختلاف أنواعها، وانطلاقا من القاعدة القانونية القائلة بان كل إضرار بالغير يلزم فاعله بالترويض إذ يحق لمن تضرر من اعتداء الغير إن يرفع دعوى مدنيه على ما تسبب فيه، للمطالبة بالتعويض المادي والمعنوي على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>4</sup>، التي قتلها اغلبيه التشريعات الوطنية والدولية ،من خلال تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة وتحديد صورها وهنا ما سنتطرق له في طيات مطالب هذا المبحث.

<sup>4</sup>صلاح الدين، الملكية الصناعية و التجارية، طبعة الاولى، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، الاردن، 2000، صفحة، 230

## المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروع

إن العلامة التجارية تعد إحدى وسائل المنافسة الحرة لجذب العملاء، والتعريف بالمنتجات والمنافسة فهي نزعه فطريه تدعو إلى برد الجهود في سبيل التفوق<sup>5</sup>، ويعني التنافس بين المؤسسات التجارية التي تمارس نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات وذلك من أجل جذب الزبائن وترويج المنتجات والخدمات وبهذا يتم التوازن داخل الأسواق، من حيث وفرة السلع والخدمات وإشباع رغبة المستهلك بالدرجة الأولى، وانطلاقاً من الأهمية البالغة للعلامة التجارية والدور الذي تؤديه في تحقيق النمو الاقتصادي، فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها وذلك عن طريقه التقليد الكلي أو الجزئي للعلامة أو تزويرها وترجمتها وهناك العديد من العلامات التجارية التي امتدت شهرتها لتشمل العالم وأصبحت راسخة في ذهن المستهلكين نظراً لتمتعها بالجودة والضمان، و هو ما جعلها عرضة للتعدي أكثر من غيرها من العلامات الأمر الذي تطلب ضرورة مكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية وبسط الحماية القانونية لها.

فالأصل في المنافسة أنها عمل مشروع شريف، لا بد منه للوصول إلى تجاره وصناعه متقدمه لذلك وجب إن تكون المنافسة مبنية على أسس وطيدة من الشرف و الصدق و الأمانة ، ضماناً لمصالح العاملين بميدان تجاره و الصناعة و لجمهور المستهلكين .

يمكن طرح تساؤل عن حدود المنافسة و ضبط مفهوم لها ، حيث يقصد بالمنافسة التنافس بين المؤسسات التجارية التي تمارس نشاطات الإنتاج أو التوزيع او الخدمات وذلك من أجل

<sup>5</sup>أوشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان

اجتذاب الزبائن، وترويج المنتجات والخدمات وهي بهذا المفهوم تحقق التوازن داخل الأسواق حيث وفره السلع والخدمات وإشباع رغبة المستهلكين وزيادة الفاعلية الاقتصادية، فكل تاجر سواء كان الشخص طبيعيا أو اعتباريا الحق في القيام بأعمال المنافسة المشروعة التي لا تتعارض مع الأعراف التجارية النظيفة والنزيهة، والتي من شأنها التعدي على مصالح التجار الآخرين.

ولا يتحقق ذلك إلا بتنظيم المنافسة ومنع الممارسات بين المؤسسات التجارية، و ذلك عن طريق تحديد الأعمال التي تعد من قبيل المنافسة المشروعة، ومنع الأعمال التي من شأنها إحداث المنافسة غير المشروعة كون ذلك يؤدي إلى جودة الإنتاج وانخفاض الأسعار، والتي ينعكس بدوره على إشباع رغبات المستهلك وزيادة عدد الأيدي العاملة وارتفاع دخلها مما يؤدي إلى تحقيق النمو الاقتصادي، وعلى الرغم من ان المشرع منع كافة الممارسات التي تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها خاصة مما تعلق منها باقتسام الأسواق أو مصادر التمويل وعرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق، بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار وانخفاضها وتطبيق شروط غير مكافئه لنفس الخدمات، تجاه الشركاء التجاريين مما يحرّمهم من مانع المنافسة كما منع المشرع كل هيمنة او احتكار للأسواق التي تؤدي إلى أفعال تعسفية تجاه الشركاء التجاريين.

ولكل دعوى أركان تقوم عليها حتى تكون صحيحة، وأركان دعوى المنافسة غير المشروعة تتمثل في الخطأ، و الضرر، والعلاقة السلبية.

### 1. الخطأ:

تعتبر وجود الخطأ ركنا أساسيا لقيام هذه الدعوى في مجال الملكية الصناعية وهو في هذه الحالة يختلف، عن الخطأ في دعوى المسؤولية عن الأعمال غير المشروعة الأخرى اذ لابد ان يتم ارتكاب الخطأ في منافسه حقيقية وهذا معناه ان تكون المنافسة بين شخصين او جهتين تمارسان نفس النوع من الصناعة اوالتجارة او الخدمات او في أنواع مماثله او متفاوتة قليلا بحيث يكون لأحدهما على عملاء الآخرين ولا بد لذلك العمل الضار ان يتعلق بالتجار، وليس لأغراض شخصيه وان يرتكب الخطاء بسياق المنافسة من اي اعتبار لحسن النية او سوءها<sup>6</sup>.

ويدخل ضمن ذلك كل الطرق الاحتيالية، التي تمس بتجارة الغير أو بصناعته أساس الخطأ هو الإخلال بواجب عام يلتزم به الكافة ويفض هذا الواجب على المتعاملين في المجالات الصناعية بمفهومها الواسعة عدم إتباع أساليب وطرق احتيالية لا تتفق والعادات الشريفة تجاره والمنافسة المشروعة.

والمعيار في تحديد الخطأ في المنافسة غير المشروعة يكمن في القيام بأعمال لا تتفق مع ما هو جاري العمل به، في مثل هذه الأعمال التجارية و الصناعية.

<sup>6</sup> محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1985، صفحة 267

فالتاجر مثلا الذي يقوم او يستعمل الوسائل المنافسة لقواعد العمل من أمانه ونزاهة وشرف في اي منافسه يمكن اعتباره مرتكبا لعمل من أعمال المنافسة غير المشروعه، و امر الفصل فيها متروك للقاضي والمدعي إثبات ذلك بكل طرق الإثبات.

## 2. الضرر:

يعتبر من أهم أركان دعوى المنافسة غير المشروعة وقد يكون ماديا او معنوي، ا حلالا ام مستقبلا وينبغي ان يكون محققا الوقوع وليس احتماليا<sup>7</sup>، ولكن هناك من يرى بأنه ليس شرطا ان يكون الضرر محققا بل يكفي في مجال المنافسة غير المشروعة ان يكون الضرر محتمل الوقوع، وذلك للوظيفة الوقائية لدعوى المنافسة غير المشروعة. ولا يشترط في الضرر أن يكون جسيما أو أن يكون قد ترتبت عليه خسارة فعلية بل يكفي أن يكون الضرر بسيطا وان ما ترتبت عليه خسارة بسيطة او تقويت فرصة للربح، و سواء كان الضرر ماديا كانفضاض العملاء وكان أدبيا كالمساس بالسمعة التجارية الصناعية للمعتدي على حقوقه، ففي الحالتين يجب التعويض لان النتيجة المشتركة بين الضررين واحدة<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> صلاح زين الدين، مرجع سابق، صفحة 387  
<sup>8</sup>فاضلي ادرااس، مرجع سابق، صفحة 246

والضرر الحقيقي الواقع أو المؤكد الوقوع تتفق جميع التشريعات على كونه شرط أساسي لقيام المسؤولية التقصيرية، أو الضرر المحتمل فهو الضرر غير المؤكد الوقوع في المستقبل على سبيل اليقين<sup>9</sup>.

ومع ذلك يؤخذ بعين الاعتبار في دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بإزاله الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل، اذ كيف يمكن لصاحب العلامة التجارية او المتضرر من أي منافسه ان ينتظر حتى يقع عليه الضرر، اذا كان يعلم بوجود محاولات فانه من حقه المطالبة بوضع حدا لمثل هذه الأفعال ومهما كان حجم الضرر الذي قد تسببه له جسيما او طفيفا لان العبرة بوقوع الضرر في حد ذاته وليس بحجمه<sup>10</sup> ويقع عبء إثباته على عاتق المدعي، و ذلك لقيام هذه الدعوى على أساس المسؤولية التقصيرية.

والضرر المراد إثباته في دعوى المنافسة غير المشروعة، لا يخرج عن إطار تحول الزبائن والعملاء عن منتجات أو بضائع أو خدمات المدعي نتيجة لاستعمال وسائل غير مشروعه من طرف المدعى عليه بصرف النظر عن انصراف العملاء والزبائن الى منتجات أو بضائع أو خدمات من قام، بها أو إلى غير الصناعيين ولذلك فان أحكام القضاء لا تتطلب إثبات الضرر الفعلي لصعوبته بل تستخلص وقوعه من الوقائع التي من شأنها أن تكون قد الحقت الضرر بالمدعي.

<sup>9</sup> عيد العزيز سعد، شروط ممارسة الدعوى المدنية امام المحاكم الجزائية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1992، صفحة 95

<sup>10</sup> احمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، القاهرة، 1998،، صفحة 201

## 3. العلاقة السببية:

بالإضافة إلى الركنين السابقين يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون الخطأ هو ذاته من كان سببا مباشرا في وجود الضرر وهذا ما يطلق عليه العلاقة السببية، حيث ينبغي ان تكون الأفعال والوسائل غير المشروعة التي استعملها المدعى عليه هي السبب المباشر في إلحاق الضرر بالمدعى، وليس أسبابا أخرى وإثبات ذلك من الصعبه بمكان إحداث فوضى في السوق او انفضاف العملاء او تشويه السمعة وشهره صناعه او تجاره او خدمه ،كل ذلك يلحق أضرار بصاحب العلامة من جهه والمستهلكين من جهة أخرى ولكن ما الذي يثبت ان أخطاء هذا و ذلك هي السبب المباشر لذلك الضرر ولذلك فان العلاقة السببية بينهما، ليست سهلة الإثبات و الأصلان عبء الإثبات يقع على عاتق المدعي غير انه في هذه أحواله هناك ما يسمى بالقرينة القضائية التي تنشأ من مجرد إثبات المدعي للخطأ والضرر حيث يكون على المدعي عليه دفع التهمه عنه بإثبات السبب الأجنبي او أي سبب آخر.

والبحت عن العلاقة السببيه لا يكون الا في الحالات التي يقع فيها ضرر حقيقي فعلي من أعمال المنافسة غير المشروعة، وليس في الحالات التي يكون فيها ضرر احتماليا او مستقبلا حتى ولو كان مؤكدا الوقوع، لان الضرر يبقى مقترضا ما لم يقع ولذلك لا يمكن البحث في ركن العلاقة السببية.

وعند تعدد المتضررين من جراء أعمال ووسائل غير شريفه وغير مشروع، كآثاره الاضطراب في السوق يكون من حق متضرر ان يرفع دعواه ويقضي له بالتعويض، اذا كان لحقه ضرر شخصي و ترفع دعوى ضد كل من تسبب في ذلك اضرار و كل من كان شريكا له في ذلك وتكون مسؤوليته على التعويض والتضامن ان وجود بينهم ارتباط في العمل. و تقاديا لأي لبس او غموض قد يقع في تحديد الأعمال التي تدخل ضمن المنافسة غير المشروعة في مجال الملكية الصناعية جاءت النصوص التشريعية المنظمة لذلك محددة لكل الأفعال التي ضمن هذا الإطار وكذلك الآثار المترتبة على رفع هذه الدعوى إليها و يمكن المطالبة بالتعويض من طرف المتضرر.

إن المطالبة بالتعويض من طرف المتضرر جراء الاعتداء الواقع على علامته التجارية من جراء المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة التي قام بها لمعتدي على العلامة التجارية و بين الضرر الحاصل لمالك العلامة التجارية المعتدي عليها، فإذا لم يستطع مالك العلامة التجارية إثبات هذه العلاقة بين فعل الاعتداء و الضرر الواقع فلا يمكنه الاستفادة من التعويض عن الضرر.

والملاحظة أن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض ويوقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها<sup>11</sup>، والهدف من ذلك هو منع وقوع الضرر جراء المساس بحقوقه على العلامة مستقبلا، إلا انه في دعوى المنافسة غير

<sup>11</sup>المادة 29 من الامر 06-03

المشروعة وفق للقانون 02-04 فلا يمكن المطالب بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر و إثبات الضرر علاقة سببية بين أفعال المنافسة و الضرر الواقع له، كما ان الملاحظة أنا لأمر 06-03 يكتفي بالضرر<sup>12</sup> أي يكفي إثبات الأفعال التي توحى بان التقليد سيرتكب في حين ان القانون 02-04 يشترط إثبات الضرر الواقع فعلا دون الضرر الاحتمالي ، كما انا لامر 06-03 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة المسجلة المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء المدني.إلا أن الملاحظة أن الدعوى المدنية المطالبة بالتعويض عن التعدي على العلامة سواء استندت إلى الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات او استندت الى دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 02-04 فإنها تشتركان في ضرورة ان تكون العلامة التجارية المعتدي عليها مسجلة فلا يمكن المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، في حين انه كان على المشرع أن يبسط الحماية القانونية المدنية والجزائية على العلامة المسجلة وفقا للأمر 06-03 المتعلق بالعلامات ،أما العلامة غير المسجلة فيمكن حمايتها وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة طالما و أنها تستند في العموم إلى أحكام المسؤولية المدنية.

---

<sup>12</sup> المادة 28 من الأمر 06-03

## المطلب الثاني: أفعال المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى لمنافسة غير المشروعة إلا ذات أفعال المنافسة غير المشروعة إلى أحداث ضرر للتاج المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية. و الضرر الحاصل جراء أعمال المنافسة غير المشروعة قد يكون ضررا ماديا يصيب التاجر في علامته التجارية المتعلقة بالتجارة سواء أكانت علامات تجارية او علامات صنع او خدمات متعلقة بالخدمات , كما قد يكون الضرر معنوي يصيب التاجر في سمعته التجارية و سمعة علامته المتعلقة بتجارته .وسواء أكان الضرر ماديا او معنويا فإنه لا يقع على المتضرر إثباته بل إن محكمة الموضوع تستخلصهم قيام أفعال المنافسة غير المشروعة و التي من شأنها لحاق الضرر , وهذا خلافا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية التي تشترط على المتضرر إثبات الضرر الذي أصابه.

إلا انه في مجال المنافسة غير المشروعة لذلك يلجا قاضي الموضوع إلى تقدير التعويض تقديرا جزافيا مستخلصا ذلك من طبيعة أعمال المنافسة غير المشروعة ، و هناك بعض الحالات من أفعال المنافسة غير المشروعة لا يترتب عليها ضرر و إنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل،<sup>13</sup> و هو ما يسمى بوقف الاعتداء و هو احد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية فقد اجأ الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات لصاحب تسجيل العلامة اذا اثبت ان مساس بحقوقها صبح وشيكا ان يلجا

<sup>13</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، دار بنخلدون للنشرو التوزيع، الجزائر، 2006، صفحة 256

للمحكمة المختصة للفصل في المساس بالحقوق (التعويض) و الأمر بمصادرة الأشياء و الوسائل التي استعملت في التقليد و إتلافها.

وجدير بالذكر ان أي اعتداء على العلامة التجارية بسبب ضررا ماديا و معنويا لمالك العلامة الا انه يمس سمعة مالك العلامة ويشوه سمعة منتجاته او خدماته ، فان الحق في العلامة هو حق مزدوج فمن جهة هو حق مالي يتمثل في الفائدة التي يجنيها مالك العلامة من استغلال علامته ، وهو حق معنوي لصيق بشخص التاجر ومن ثم فان المساس بالعلامة التجارية يسبب ضررا ماديا و معنويا لمالك العلامة في الوقت نفسه.

وبما أنا لعلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية و التجارية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور ألتجاره الداخلية، حيث يقصد بها كل رمز أو إشارة للسلع أو خدمات تاجر تميز عن غيره من التجار ،وهي بهذا المفهوم تهدف إلى تحقيق مصالح كافة الأعوان الاقتصاديين من المنتجين والموزعين والتجار وكذا المستهلكين،<sup>14</sup> ولا تحقق مصالح الاقتصاد الوطني بصوره عامه وانطلاقا من هذه الاهميه البالغة للعلامة التجارية والدور الذي تؤديه في تحقيق النمو الاقتصادي ،فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها وهذا عن طريقه تقليد للعلامة التجارية وتزويرها حيث هناك العديد من العلامات التجارية التي امتدت شهرتها لتشمل كافة دول العالم وأصبحت راسخة في ذهن المستهلكين نظرا لتمتعها بالجودة والضمان وهذا ما جعلها عرضة للتعدي أكثر من غيرها.

<sup>14</sup>مصطفى كمال طه، القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 1996، صفحة 180

وهنا القانون الجزائري وبالضبط قانون العلامات رقم 06-03 لم يحدد صور أو حالات المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية، وإنما أوردها القانون 02-04 والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لتتص المادة<sup>15</sup> 27 منها على انه تعتبر ممارسات تجاربه غير نزيهة ، في مفهوم أحكامها القانون لاسيما منها الممارسات التي تقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

1. تشويه سمعة عون اقتصادي ، و منافس بنشر معلومات سيئة تمس شخصه او بمنتجاته او خدماته.
2. تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس او تقليد منتجاته او خدماته او الإشهار الذي يقوم بقصد كسب زبائن هذا العون اليه ،بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك.
3. استغلال مهارة تقنيه، او تجاربه مميزه دون ترخيص من صاحبها.
4. إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس، خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.
5. الاستفادة من الإسرار المهنية بصفه اجير قديم او شريك، للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل او الشرك القديم.

<sup>15</sup>قانون 02-04المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المادة 27منه

6. إحداث خلل في تنظيم عوامل اقتصادي منافس، وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير

نزيفة كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية، و اختلاس البطاقات أو الطلبات و

السمسة غير القانونية، وإحداث اضطرابات بشبكته للبيع.

7. الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطرابات فيه بمخالفه القوانين او المحظورات

الشرعية وعلى وجه الخصوص، التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين

نشاط او ممارسته او إقامته.

8. أقامه محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس، بهدف في استغلال شهرته خارج

الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها .

والملاحظ من خلال هذا النص، ان الصورة الوحيدة التي أوردها المشرع والمتعلقة بالعلامات

التجارية جاءت بها الفقرة الثانية، والمتمثلة في تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس

او تقليد منتجاته او خدماتها أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه

بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك.

إلا أن الملاحظ من خلال هذه ألقره أنها لم توضح فيما اذا كان الأمر متعلق بالعلامة

ألمسجله فقط، او ان الأمر يمكن ان ينطبق على العلامة غير ألمسجله زيادة على هذا فان

مصطلح التقليد في قانون العلامات رقم، 06-03 يقصد به جميع الاعتداءات التي يقوم بها

الغير خرقا للحقوق المعترف بها لمالك العلامة ألمسجله فقط، والتقليد وفق هذا المعنى لها

جنحه في نظر الأمر 03-06 ومن صور الاعتداء جنحه تقليد العلامة او تشبيها جنحه استعمال العلامة مقلده، جنحه اغتصاب على مملوكه للغير، ومن ثم فان قانون 04-02 يجعلنا نتساءل هل يحق لصاحب العلامة غير المسجلة التمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علاماته، خاصة وان هناك راي يرى ان الدعوى التي تخص تقليد العلامة ضد من قام بالتقليد لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة ضد من قام بالتقليد ، بينما اذا كان الأمر يتعلق بدعوى مؤسسه على المنافسة غير المشروعة فيجوز لكل من لحقه ضرر من جراء هذا التصرف ان يرفع هذه الدعوى الى ان هذا الرأي واذ كان صائب فان هو من المفروض ان يأخذ به المشرع الجزائري ، الا انه يصطدم بالفقرة 2 من القانون 04-02<sup>16</sup> التي تعتبر من الأعمال المنافسة غير المشروعة تقليد العلامات التجارية، وهنا لا يمكن لمفهوم التقليد في قانون العلامات 03-06<sup>17</sup> مفهوم مغاير للمفهوم الوارد في قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لذا وجب على المشرع الجزائري تجنب مصطلح التقليد في العلامة التجارية والاكتفاء بمصطلح الاعتداء على العلامة التجارية او منتجاته او خدماته. و كذلك يمكن وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة وذكر ذلك من خلاله.

<sup>16</sup>قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية  
<sup>17</sup>قانون 03-06 قانون العلامات التجارية

### المبحث الثاني: المسؤولية المدنية في دعوى المنافسة غير المشروعة

من المسلم به أن الحق-أي حق- يتمتع بحماية مدنية استنادا للقواعد العامة في المسؤولية، إذ تعتبر هذه الاخيره بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق ايا كان نوعها، والحماية المدنية وفقا للقواعد العامة في المسؤولية هي حماية مقررة لكافة الحقوق وقد كفلتها كافة تشريعات المختلفة والمسؤولية وفقا للقواعد العامة تقوم على أساس النظر القانونية القائلة بان كل إضرار بالغير ملزمه فاعله بضمان الضرر، ويكون ضمان جبر للضرر في العادة بالتعويض المادي<sup>18</sup> ذلك ان القواعد القانونية تنهى عن الأضرار، بالآخرين سواء كان ذلك النهي صريحا او ضمنيا فالقواعد القانونية او الالزاما على الكافة مقتضى ذلك الإلتزام عدم الإضرار الآخرين فعلى الأشخاص القانونيين واجب بذل العناية اللازمة عند ممارسه أفعالهم وإعمالهم فان صدر عنهم فعل يحرمه القانون او فعل مخالف للقانون او عمل غير مشروع عموما لزم من قام بذلك الفعل او العمل او من تسبب به ضمان الضرر الذي لحق الآخرين من جراء ذلك الفعل او العمل او من تسبب ضمان الضرر الذي لحق الآخرين و مقاضاة من صدر عنه الفعل او العمل الغير المشروع طالبا التعويض عما أصابه من ضرر.

<sup>18</sup>صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2006

وبطبع فان الحق في العلامة التجارية يندرج تحت مظله الحماية المدنية، اذ يحق لمن وقع تعد على حقه في العلامة التجارية ان يرفع دعوى مدنيه على من احدث التعدي او تسبب فيه طالبا التعويض عن ذلك تأسيسا على المنافسة غير المشروعة.

ذلك ان المنافسة التجارية في الأصل لا بد أن تتحصر في حدود مشروعية وفق القواعد الخاصة، بالصدق والشرف و الامانه والعادات والتقاليد الصحيحة، وذلك من اجل ضمان مصالح المشتغلين بالصناعة والتجارة والخدمات وجمهور المستهلكين. فاذا ما خالف الصناع والتجار ومقدمي الخدمات حدود المنافسة المشروعة باستخدام أساليب مخالفه للقانون او العادات او منافية للشرف، والأمانة فان ذلك يعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة فلا بد من حماية المتضرر ، وهذه الحماية تكون عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية.

وعليه فإننا بصدد دراسة هذا المبحث من خلال مطلبين وتحديد

المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

والمطلب الثاني: نطاق دعوى المنافسة غير المشروع

## المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة

## التجارية

تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس المادة 124 قانون مدني جزائري<sup>19</sup> التي

نصت على (كل عمل أي كان يرتكبه المرض المر ا ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض)

أي أن من الحق ضررا بالغير بأي عمل قام به فانه ملزم قانونا بجبر هذا الضرر وتعويضه ، وانطلاقا من ذلك حق لكل صاحب حق استثنائي لأي ملكيه صناعية ، ان يطالب كل من الحق به ضرر واعتدى على حقوقه بالتعويض عن طريق هذه الدعوى،

وما يميز هذه الدعيين دعوى التقليد أنها تحمي كل المراكز القانونية سواء ارتفعت إلى

الحق الكامل أو جزء منه فقط ،عكس الدعوى الجزائية التي لا ترفع إل إذا اكتملت عناصرها

،<sup>20</sup>المتتمثلة في الركن المادي والركن المعنوي والركن الشرعي ،بحيث ان تحريك الدعوى

الجزائية مرهون بها.

وقد جاء النص على دعوى المنافسة غير المشروعة بشكل صريح في اتفاقية باريس لحماية

الملكية الصناعية التي انضمت إليها الجزائر<sup>21</sup>، وهي احد أعضائها مما يجعلها ملزمه

كغيرها من دول الاتحاد بان تكفل لرعايا هذه الدول حماية فعالة ضد كل أشكال المنافسة

<sup>19</sup> المادة 124 من الامر رقم 57-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني معدل و متمم

<sup>20</sup> محمود ابراهيم، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1983 صفحة 78

<sup>21</sup> الامر رقم 02-75 المؤرخ في 9 جانفي 1075 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 1883 حتى تعديل استكهولم 1967 جريدة رسمية 10 المؤرخة في 4 فيفري 1975

غير المشروعة، التي من معانيها المنافسة التي تتعارض مع العادات الشريفة في الصناعة والتجارة.

وعلى هذا الأساس اقر المشرع الجزائري لكل صاحب حق ،على علامة تجاربه تعرض لاعتداء على حقه فعليا او احتماليا ان يتمسك بحقه في التعويض المدني عما لحقه جراء فعل غير مشروع ،حيث نص فيما تعلق بالعلامات التجارية والصناعية وعلامات الخدمة، على انه اذا اثبت صاحب العلامة أن التقليد قد ارتكب فان الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية<sup>22</sup>، وتجد الاشارة أن دعوى المنافسة غير المشروعة يلتجئ إليها أصحاب الحقوق عندما لا تتوفر شروط الادانه في الجريمة المرتكبة، في حقهم حيث لا يستطيعون اللجوء إلى المطالبة بالتعويض عن طريق دعوى مدنية أصلية وفي هذه الحالة فان رفض الدعويين لا يمنع من دعوى مدنيه لا يمنع من رفع دعوى مدنيه أخرى على أساس المنافسة غير المشروعة، ولا يعتد بحجيه الأمر المقضي به ذلك للدعويين وان اتحدتا في الموضوع، فقد اختلفت في السبب<sup>23</sup> لان العبرة من كل هذه الدعاوي بالاضافه إلى توقيع العقاب بالمجرمين فهي تعويض المتضرر وجبر ضرره المادي والمعنوي.

و رغم ان هذه الدعوى هي الملجأ الأخير لأصحاب الحقوق الا ان المشرع استثنى بعض الأفعال من هذه الدعوى حيث يرى ان الأفعال السابقة لا يمكن اعتبارها ارتداء على حقوق صاحب العلامة التجارية، وبالتالي فان من تعرضت علامته التجارية للاعتداء قبل

<sup>22</sup> المادة 01-29 من الأمر 06-03 ،مرجع سابق  
<sup>23</sup> فاضلي ادريس،

النشر ليس له الحق في المطالبة بالتعويض، عما لحقه من ضرر لا جزائيا ولا مدنيا وقد أشار إلى ذلك بقوله لا تعد الأفعال السابقة لنشره تسجيل مخلة بالحقوق المرتبطة بها غير انه يمكن معاینه ومتابعه الأعمال اللاحقة، لتبليغ نسخه من تسجيل العلامة للمقلد المشبه به<sup>24</sup>.

و يتفق مع هذا الرأي بعض فقهاء القانون، حيث يرون انه لا مجال لأقامه دعوى المنافسة غير المشروعة، إلا بعد الاعتراف بالحق في الحماية<sup>25</sup>، غير أن هذا الرأي فيه وجهة نظر حيث أن تسجيل علامة، إنما يعتبر شرط للحماية الجزائية، وليس شرطا للحماية المدنية، وذلك لان صاحب العلامة مثلا الذي حصل على ملكيه العلامة يمكنه على حقه أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة إلى جانب دعوى التقليد، لكن إذ لم يحصل على ملكيه العلامة فانه مضطر للدفاع عن حقوقه، لسلوك طريق واحد يتمثل في أقامه دعوى المنافسة غير المشروعة دون أن يستطيع اللجوء إلى دعوى التقليد لعدم اكتمال عناصر الجريمة، وبذلك فان هذا الرأي يؤيد رفع الدعوى المدنية على أساس المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر نتيجة تعدي الغير على حقوق العلامة التجارية سواء ارتقى هذا الاعتداء إلى درجة الجريمة الكاملة أم لا<sup>26</sup>، لان موضوع هذه الدعوى إنما ينحصر في

<sup>24</sup> المادة 27 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية

<sup>25</sup> مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، دار النهضة العربية، بيروت، 1975، صفحة 708

<sup>26</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، الاردن 2000، صفحة 230

المطالبة بالتعويض متى توفرت شروطها من خطأ وضرر وعلاقة سببيه بينهما ولو لم يكن صاحب الحق قد حصل على الحماية<sup>27</sup>.

لم ينظم المشرع الجزائري دعوى المنافسة غير المشروعة، ولم يبين شروطها ولا أساسها القانوني واكتفى بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها ممارسات غير مشروعة، ففي إطار العلامات التجارية ذكر المشرع أن تقليد العلامات المميزه لعون اقتصادي منافس او تقليد منتجاته او خدماته او الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون اليه ، بزرع شكوك وأوهام في ظلم مستهلك يشكل منافسه غير مشروعه ، ولقد حاول الفقه والقضاء إعطاء أساس قانون لدعوى المنافسة غير المشروعة، ستمدان من الأحكام العامة في المسؤولية المدنية فقد حاول البعض إسناد هذه الدعوى إلى أحكام المسؤولية التقصيرية والبعض الآخر إلى نظريه التعسف في استعمال الحق، إلا ان الاتجاه الحديث حاول إعطاء أساس جديد تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة ، بعيدا عن القواعد العامة في المسؤولية القائمة على المسؤولية التقصيرية، وبعيدا كذلك على نظريه استعمال الحق<sup>28</sup> حيث يذهب هذا الاتجاه الى ان الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبه ، يجمع بين سمات الحق الشخصي والحق العيني، ومن بين عناصره أيضا حقوق ملازمه لشخصيه الإنسان، كل منافسة ذو طابع مالي أدبي معا ،وإذا كانت طبيعة الحق هي التي تحدد نوع الدعوى من حيث كونها شخصيه أو عينيه أو عقاريه أو منقولة، إلا أن ذلك لا ينطبق إلا

<sup>27</sup> محمد حسني عباس، الملكية الصناعي والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971، صفحة 202

<sup>28</sup> احمد محرز، مرجع سابق، صفحة 172

على الحقوق المالية، و نظرا لكون الحق في المنافسة هو حق مركب يشمل مزيج بين  
العنصر البشري المتمثل في شخصيه المنافس ومعاونيه،العناصر المالية التي يضارب بها  
المنافس ويقوم بنشاطه ومن ثم فان الدعوى التي تحمي المنافسة لا تدخل في نطاق التقسيم  
التقليدي للدعوى<sup>29</sup>. ويرى جانب من الفقه<sup>30</sup> انه بعد إسقاط التأسيس السابق على التعدي  
على العلامة، لا يجب النظر إلى الاعتداء على العلامة التجارية نظره ضيقة تقوم على انه  
مجرد اعتداء على مال، وان لهذا المال قيمه اقتصاديه يجب حمايتها بل ينبغي التوسع في  
هذه النظرة من جهة اعتداء على مال العلامة التجارية ومن جهة أخرى اعتداء على حق  
المنافسة الشريفة، وان محل هذا الحق متعدد فهناك العناصر البشرية وهناك العناصر المالية  
و ان هذه العناصر تشكل بمجموعها ألي المنافسة، ومن ثم فان أساس دعوى المنافسة غير  
المشروعة يستند إلى كونها دعوى من طبيعة خاصة.

<sup>29</sup>أحمد محرز، مرجع سابق، صفحة 312

<sup>30</sup> ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية، منشورات الجامعة الاردنية، 1999، صفحة 29

## المطلب الثاني: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

منح المشرع الجزائري لمالك العلامة التجارية المسجلة وحده الحق في رفع دعوى مدنيه، للفصل في موضوع المساس بحقوقه عليها وذلك بمجرد إثباته أن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا<sup>31</sup> أي انه لا يشترط لقبول الدعوى ان يكون الضرر فعليا ويكفي الضرر الاحتمالي ، كأن تكون العلامة قيد التقليد الوشيك حتى ولو لم تقلد وتوزع بعد ولكن في إطار دعوى المنافسة غير المشروعة، هل يقتصر رفعها على مالك العلامة التجارية وحده ام يمتد ليشمل كل شخص أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة؟

إن الأصل أن رافع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية المسجلة طالما أن القانون منح له حماية علامته عن طريق اللجوء إلى الدعوى المدنية، التي تستند إلى أحكام الأمر 03-06 وان المشرع يكتفي في ذلك بمجرد احتمال وقوع ضرر لمالك العلامة ومن ثم فان دعوى المنافسة غير المشروعة للمستهلكين رفع هذه الدولة، للتعويض عن الأضرار اللاحقة بهم<sup>32</sup>، حيث اوجب المشرع الجزائري في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ألا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية والتسبب له ضررا معنويا<sup>33</sup>.

ومنع المشرع الجزائري استعمال أي علامة للسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني، الا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنه ،و يشير هذا الموقف من المشرع الجزائري الانتقاد

<sup>31</sup> المادة 29 فقرة 02 من الامر 06-03

<sup>32</sup> علي جمال الدين عوفي، القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، صفحة 302

<sup>33</sup> المادة 19 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، عدد 15

كونه لا يسمح بالتعويض، عن التعدي على العلامة إلا لمالك العلامة ألسجله واذا كان مالك

العلامة التجارية المسجلة له الحق في حمايه علامته مدنيا وفق أحكام الأمر -06

03المستندة على مجرد احتمال وقوع التعدي على العلامة التجارية ، فكان من الأولى منح

الحق على الأقل لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة في حماية علامته عن طريق

دعوى المنافسة غير المشروعة.

وبعد هذا النص مخالف الأحكام حماية العلامة التجارية الواردة في اتفاقية الاوديبك لعام

1994 والتي تسعى الجزائر جاهده للانضمام إليها، حيث لم تشترط هذه الاتفاقية ضرورة

تسجيل العلامة التجارية حتى يمكن المطالبة بالتعويض عن التعدي الواقع عليها. خاصة

وان المشرع الجزائري قام في العشرية السابقة إنصح القول بتعديل عدد من القوانين خاصة

المتعلقة بالملكية الفكرية و المنافسة، قصد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية للاتفاقية

السابقة الذكر والتي تعد أهم الاتفاقيات الملحقه باتفاقية إنشاء المنظمة، ومن ثم لا نرى

مبررا لاشتراط المسجل العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية على الأقل وفقا لدعوى

المنافسة غير المشروعة.

وكذلك لا يوجد ما يثير الجدل والأشكال في دعوى المنافسة غير المشروعة البحث في

أساسها القانوني ، ما تطرقنا إليه لم تنظم التشريعات هذه الدعوى مما جعل الفقه يختلف في

تحديد الأساس الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، ويمكن الملاحظة ان

المنافسة غير المشروعة لم تحضى بتنظيم قانوني خاص بها في التشريع الجزائري، وكذلك

ان دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على ذلك الأساس، الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية التصويرية مع مراعاة الطبيعة الخاصة لبعض أحكامها وتطبيقاتها التي تخرج فيها عن الأسس المطبقة في دعوى المسؤولية التصويرية، ولكن بشكل عام فان نفسها وعلى ذلك يتعين أن يقوم الشخص بعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة وان يترتب على هذا العمل ضرر للغير وان توجد علاقة سببيه بين عمل المنافس والضرر الذي ترتب عنه.<sup>34</sup>

ويمكن أن تترتب على تحريك هذه الدعوى اي "دعوى المنافسة غير المشروعة" جملة من الآثار والتي تتمثل في:

#### أولا التعويض المادي:

إذا استطاع المدعي ثبات صحة الدعوى التي رفعها، و اقتنعت المحكمة بذلك فان أهم ما تقضي به يتعلق أساسا بإصلاح الضرر المادي الذي لحق صاحب الملكية المتعدى عليه، وذلك بتقدير التعويض المناسب له عن كل ما خسره وما كان يمكن ان يربحه وفقا للقواعد العامة.

ويعتمد الاجتهاد القضائي الجزائري على العموم في تقدير الأضرار وتقييمها على العناصر التالية<sup>35</sup>:

<sup>34</sup> عماد الدين احمد السويدي، الحماية المدنية للعلامة التجارية، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، طبعة اولى، 2009، صفحة 120  
<sup>35</sup> بيوت نذير، ترجمة امقران عبد العزيز، مساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية، مقال صدر بالمجلة القضائية، العدد الثاني 2002 صفحة 72

1. الربح الذي حرم منه مالك الحق.
  2. الضرر التجاري الناجم عن تخفيض قيمه هذا الحق فعل المنتجات الأقل جوده .
  3. مصاريف مراقبه ومتابعة المقلدين .
- ولقد أجمعت جميع النصوص الجزائرية التي تنظم الملكية الصناعية على ضرورة التعويض المادي عن الأضرار الناجمة، سواء عن الاعتداء أو المنافسة غير المشروعه حيث نص المشرع الجزائري على انه:(إذا اثبت صاحب العلامة أن تقليد قدرتك او ارتكب فان الجهة القضائية لمختصة تقضي بالتعويضات المدنية) كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا القانون وكذلك كل شخص طبيعي او معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة قانون المنافسة، كما يمكنهم تأسيس طرف مدني فيالدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم<sup>36</sup>.
- وقد يكون التعويض المادي ليس مبالغ ماليه، وإنما سلع وبضائع وخدمات ووسائل وآلات وغير ذلك ، مما استعمل أو نتج عن المنافسة غير المشروعة او الاعتداء على الحق في العلامة التجارية، حيث يمكن إجراء الحجز عليها ومصادرتها لصالح المتضرر وقد أشار إلى هذا المشرع بقوله يجوز لها، ان تأمر ولو في حاله التبرئة من الاتهام بمصادره الأشياء التي تمس الحقوق المضمونة بموجب هذا الأمر، ويجوز لها كذلك تأمر في حاله حكم بالإدانة بمصادره الأدوات التي استعملت خصيصا لصناعه الأشياء المعنى بها وتسليمها الى الطرف المضرور .

<sup>36</sup> المادة 96 من الامر 95-06 المؤرخ في 25جانفي 1995 بالمنافسة المؤرخة في 22فيفري 1995

وهذه الجزاءات تكتسب طابعا مزدوجا فهناك من يعتبرها تعويضات مدنيه محضة، هناك من يرى أنها تكتسي طابع العقوبة، لكن ونظرا للخصائص الهجينة المعطاة في النصوص لهذه التدابير لهذه التدابير فإنها تعتبر جزاءات ذات طابع مختلط.

### ثانيا التعويض المعنوي:

أنأي اعتداء على الحقوق الملكية الصناعية من دون أي شك سيؤثر أدبيا ومعنويا على صاحبها، وذلك من حيث المساس بسمعته وشهرته أو حتى بشرفه وهذا الضرر لا يقل أهميه على الضرر المادي، ولذلك وجب تعويضه ومن الامثله على ذلك استعمال علامة مشهورة ذات جوده عاليه، ووضعها على منتج اقل جوده او حتى مضر بصحة المستهلك مما يؤدي إلى اهتزاز صمعة ذلك المنتج وشهرته ، الشيء الذي قد لا يمكن جبره وتعويضه بشكل عام.

ويمكن التعويض عن هذا الضرر بمقدار مالي تحدده المحكمة بالاضافه إلى التعويض الأدبي، المتمثل في نشر الحكم القضائي على نفقه المحكوم عليه، في الجرائد اليومية كما يمكن للمحكمة الأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن العمومية التي تحددها، ولها أيضا أنتقضي بازاله الوضع غير المشروع وأعادته الحال إلى مكان عليه قبل الاعتداء وهذا ما أشار إليه المشرع، فيما تعلق بالرسوم والنماذج الصناعية حيث قال: ( يجوز للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها بنشره كاملا أو بنشر جزء منه في الجرائد

التي تعنيها كل ذلك على نفقه المحكوم عليه<sup>37</sup> وفيما تعلق بحمايته التصاميم أشكليه للدوائر المتكاملة فقد نص المشرع على انه يمكن أن تأمر المحكمة بتعليق الحكم في الأماكن التي تراها مناسبة، وتنتشره كاملاً أو ملخصاً، في الجرائد التي تعينها وذلك على حساب المحكوم عليه والأمر كذلك بالنسبة لتسميات المنشأة، بينما فيما تعلق براءات الاختراع والعلامات فإن النصوص التشريعية الجديدة لا تنص صراحة على ذلك، ولكنها توجيز للجهات القضائية المختصة اتخاذ أي إجراء تراه مناسباً للتشريع الساري المفعول للتعويض المدني<sup>38</sup>.

<sup>37</sup> المادة 01-24 من الأمر 86-66 المؤرخ في 28 افريل 1966 يتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية  
<sup>38</sup> المادة 58 من الأمر 07-03 المتعلق بالبراءات و المادة 01-29 من الأمر 06-03، يتعلق بالعلامات

## خلاصة الفصل الأول

مما تقدم ونظرا لتعدد أساليب المنافسة غير المشروعة، وما تعرفه الحياة الاقتصادية من تغيرات الأمر الذي يؤدي إلى ظهور أعمال لم تكن معروفة من قبل ، فإنه من الصعب إعطاء تعريف جامع مانع للمنافسة غير المشروعة ، وبالرغم من ذلك يمكن القول أنها تتمثل في استعمال المنافس ممارسات غير نزيهة مخالفة للقانون ومبادئ الشرف والنزاهة والأمانة التي تقوم عليها التجارة والتي من شأنها إلحاق ضرر لمنافس آخر بسبب بتحويل عملائه ، واستقطابهم وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري من خلال المادة 26 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية ، وكذا المادة 10 من اتفاقية باريس كما قام بذكر أعمال المنافسة غير المشروعة على سبيل المثال ، تاركا أمر تقديرها للقضاء هذا من جهة ومن جهة أخرى وبالرغم من الاختلافات الفقهية وكذا القضائية في محاولة منهم لتحديد وضبط الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة ، تبقى أحكام المسؤولية التقصيرية هي سبيل المنافس المتضرر في جبر الضرر الذي قد يلحق بشخصه أو منتجاته إلى جانب الأحكام إلى أحكام القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية فيما يخص العقوبات المقررة لهذه الدعوى مما يجعلنا نقول في ختام هذا الفصل، إن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى من نوع خاص فهي إلي جانب أنها ترمي إلى تعويض المتضرر فإنها وقائية بالنسبة للمستقبل، وتصبو إلى فرض القمع ونستشف في هذا اتجاه رغبة المشرع في

ضمان ملاحقة كل الممارسات التجارية المخالفة للأخلاق المتعارف عليها في الوسط التجاري، الأمر الذي يجعل هذه الدعوى تتجه نحو القانون الجزائي.

## الفصل الثاني

### الحماية الجزائية للعلامة التجارية

## مقدمة الفصل الثاني

### الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تميز عصرنا الحديث عصرنا الحديث بتدفق عدد هائل من الصناعات في مجالات شتى، وانفتاح الأسواق أمام التجارة العالمية بما يعرف باقتصاد السوق، الشيء الذي أعطى العلامة التجارية اهمية كبيره و بالغة لما لها من علاقة مباشرة بقيام اقتصاد وطني وعالمي متطور، وخالي من التجاوزات<sup>39</sup> لهذه التشريعات الوطنية اهتماما خاصا لحماية العلامة التجارية من أي اعتداء.

واهم وخطر اعتداء يقع على العلامة التجارية هو التقليد وكذلك اغتصاب العلامة التجارية، وما ينج عن ذلك من أعمال أخرى تضر بالعلامة التجارية، وباصحابها وبجمهور المستهلكين ، مما دفع المشرع إلى تصليح أقصى العقوبات والجزاءات على مرتكبها، وهذا هو محل الحماية الجزائية التي تقوم على أساس دعوى التقليد التي ترفع إلا إذا توفر شرطان أساسيين في الحق المعتدى عليه:

1. ان يكون الحق محميا عن طريق القانون المتعلق بالعلامات .

<sup>39</sup> عيسى مقداد، العلاقة التجارية و حمايتها، في مقال منشور بكتاب المؤتمر العربي الدولي الاول للملكية الفكرية، عمان 1995، صفحة 52

2. وان يتم الاعتداء على هذا الحق بعينه.

عند اذن يستطيع صاحب الحق ان يجبر الضرر الذي لحقه بدعوى التقليد.

الحماية الجزائرية مقرره لحماية الحق في العلامة التجارية ذاته بصرف النظر عن قيمه السلع أو البضائع والخدمات التي تستخدم في تمييزها عن غيرها، لذا لا ينفي وقوع الاعتداء على الحق في ملكيه العلامة التجارية عدم حصول مرتكب الفعل المعاقب عليه على كسب أو ربح اذ يعاقب المعتدي سواء حقق ربحا لم لحقته خسارة، كما انه لا عبرة في كون سلع أو منتجات خدمات المعتدي اقل أو أكثر جوده من السلع أو البضائع أو الخدمات التي وقع الاعتداء على العلامة التي تستعمل لتمييزها وتقوم الحماية الجزائرية للعلامة التجارية، سواء وقع الاعتداء على العلامة التجارية أم لا على جزء منها فقط<sup>40</sup> وفي هذا الفصل سنحاول معرفة الجرائم الماسة بالعلامة التجارية و المتابعة القضائية مع الجزاء و هذا حسب التقسيم التالي :

المبحث الأول: الجرائم الماسة بالعلامة التجارية حسب التشريع الجزائري ( جريمة التقليد)

المطلب الأول: جريمة التقليد

المطلب الثاني: أركان جريمة التقليد

المبحث الثاني: المتابعة و الجزاء

المطلب الأول: الإجراءات المتبعة ضد الجرائم التي تقع على العلامة التجارية المطلب

الثاني: الجزاء المطبقة قانونا

<sup>40</sup>صلاح زين الدين،العلامات التجارية و طنبا و دولبا،دار الثقافة للنشر والتوزيع،صفحة248

## المبحث الأول: الجرائم الماسة بالعلامة التجارية حسب التشريع الجزائري

## (جريمة التقليد)

تتفق جميع نصوص الملكية الصناعية على اعتبار أن الجريمة التي تقع على هذه الحقوق، هي جريمة تقليد وهي الأكثر شيوعا. وكل الجرائم الأخرى إنما تبنى على أساسها لذلك فإن المشرع الجزائري اكتفى بذكر جريمة التقليد والمساس بحقوق الملكية الصناعية في بعض النصوص كما هو الحال في الأمر المتعلق بالعلامات.

وبين المشرع الأفعال التي تعتبر اعتداء مباشر أو غير مباشر على ملكية العلامة أو قيمتها، أي حدد جنحة التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الاستثنائية المعترف بها لصالح صاحب العلامة المودعة، لكن لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بحقوق صاحب العلامة أما الأفعال اللاحقة، فيمكن متابعتها في حاله تبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه، وهكذا تتطلب إجراءات المتابعة وجود علامة مسجلة وصحيحة، لذا تطرق المشرع الجزائري إلى الحماية القانونية للعلامة التجارية من أي اعتداء عليها يكون في شكل تقليد للعلامة في الأمر 03-06، وفي قانون العقوبات الحماية على العلامات المسجلة والمودعة في الجزائر فقط والتي قد وقع تقليدها في الجزائر بحيث نصت المادة 27 من الأمر: لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها<sup>41</sup>،

41 قانون العقوبات الجزائري، المادة 27 منه

وعلى هذا فإننا بصدد نتناول في هذا المبحث على جريمة التقليد وكذلك أركان قيامها

### المطلب الأول: جريمة التقليد

حيث أن المشرع الجزائري لم يحدد مفهوم التقليد ، لكن من المعلوم أن التقليد هو اصطناع

علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الاصلية ، صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة

الحقيقية بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تظل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة

الاصليه، أما التشبيه فهو اصطناع علامة مشابهه بصفه تقريبيه للعلامة الاصلية من اجل

خداع المستهلكين تأسيسا على هذا تكون جريمة التقليد الاصطناعي المادي للعلامة الاصلية

لصرف النظر عن استعمالها.

والتقليد والصناعات علامة مطابقة تماما للعلامة الاصلية ، فهو الاقتصار على مجرد نقل

العناصر الاساسيه للعلامة أو نقل بعضها نقل حرفيا، مع إجراء بعض الإضافات والتغييرات

فيصعب التفرقة بين الأصل والمقلد. و التزييف أو التقليد يتمثل في الاستخدام غير المشروع

لعنصر الملكية المحمي، وهي تتميز باستنساخ العناصر الاساسيه والمميزة للعلامة

التجارية تصميم النموذج بهدف خلق الارتباك في ذهن المستهلك إن التشريع الجزائري

اخذ بالمفهوم الواسع للتقليد فنصت المادة 26 منه :بأنه كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية

لعلامة قام الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة او تصرف يمس بحقوق مالك العلامة

التجارية المنصوص عليها في المواد 28 و 29 و 30 من قانون العلامات يعتبر تقليدا

فنتقوم جريمة استعمال علامة مطابقة بمجرد القيام بعملية نقل العلامة التجارية نقلا مطابقا للعلامة الاصلية المحمية فيكفي لقيام الجنحة إثبات ان الفعل يتمثل في الاصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية ووضعتها على منتج او خدمه قصد الاستغلال التجاري ، كما يشمل كل التصرفات التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة، وبالتالي يدخل ضمنها تقليد العلامة وتشبيهاها واستعمال العلامة المقلدة او المشبهه لها.

ولقد استعمل المشرع الجزائري في المادة 26 من الأمر 06-03 مصطلح تقليد بينما نجد بعض التشريعات من يستعمل الى جانب مصطلح التقليد مصطلح تزوير العلامة وهو ما ذهب اليه المشرع الأردني كمثال، وهنا نقع في تساؤل حول ما اذا كان كلا المصطلحين لهما نفس الدلالة :

ذهب جانب من الفقه الى القول بوجود اختلاف بين التزوير والتقليد في كون ان التزوير هو نقل العلامة التجارية نقلا حرفيا وتاما بحيث تصبح العلامة المزورة صوره طبق الأصل من العلامة الحقيقية، ولا يمكن تفرقتها عنها ، فهو نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل او اضافه. أما إذا اقتصر النقل المكون للجريمة على مجرد نقل العناصر الاساسيه للعلامة أو نقل بعضها نقل حرفيا مع اضافته شيء فان هذا لا يعد تزوير للعلامة وإنما تقليد لها<sup>42</sup>.  
تقليد العلامة التجارية ليس إلا وضع علامة مشابهه او قريبه الشبه في مجموعها بعلامة أخرى بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما او تمييزها لما يوجد من لبس أو خلط بينهما، مما

<sup>42</sup> سمية القليوبي، مرجع سابق، صفحة 33-34

يوقع المستهلك المتوسط الحرص في الخطأ وعدم القدرة على التمييز بين العلامة الحقيقية والمقلدة.<sup>43</sup>

وذهب جانب آخر من الفقه إلى القول بعدم وجود أهميه في التفرقة ما بين التزوير والتقليد فكل منهما يشمل الآخر، فالتزوير وفقا لهذا الرأي قد يكون نقلا تاما وكاملا للعلامة وقد يكون بنقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الاصلية فلا يشترط ان يكون التزوير شاملا لجميع العلامة وإنما قد يكون هناك تزويرا اذا احتوت العلامة المزورة على الجزء الأساسي المميز للعلامة الاصلية وان يكون المزور قد قصد من تزويره غش الجمهور وتضليلهم، أما التقليد فيتم بالمحاكاة التي تدعو إلى تظليل الجمهور بوجود شبه قريب ما بين علامة وعلامة أخرى من شأنه إحداث الخلط بينهما والعبرة في تقدير تقليد العلامة المقلدة يكون بالنظر إلى ما بين العلامتين من فروق .

وقد حكم بان العلامة مثلا high up التي خصصت لتمييز منتجات من المشروبات تشبه العلامة seven up والتي خصصت لتمييز ذات المنتجات واعتبرت ذلك نوعا من التقليد وكذلك الحال بالنسبة لعلامة alpha التي تشبه علامة alfa مما يحدث التباسا في ذهن

المستهلك العادي<sup>44</sup>

وعادة ما تكتشف جريمة التقليد بسبب استعمال العلامة الاصلية وتعد الجريمة وتعد مرتكبه اعتبارا من تاريخ نقل العلامة الاصلية وينجر عن ذلك ان عمليه الإيداع تكفي في حد ذاتها

<sup>43</sup> عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008، صفحة 210

<sup>44</sup> صلاح زين الدين، مرجع سابق، صفحة 257

لإثبات وجود التقليد طالما يكون الإيداع متعلقا بعلامة هي في الحقيقة نقل لعلامة الغير، أن النقل عنصر كافي لبيان وجود التقليد، ولا يهم اذا كانت قد استعملت كعلامة او بالعكس كاسم تجاري او شعار، او اذا وضعت بالفعل على المنتجات. و كذلك tableau de concordance لتجنب الحضر القانوني يتعلق الأمر في صنع العطور لبيعها تحت تسميه عاديه، او تحت رقم مع بيان في لائحة العلامات المشهورة التي تقابلها، بالرغم من ان بعض المحاكم الفرنسية اعتبرت ان هذا التصرف يكون جريمة استعمال علامة يجب بالعكس وصفه كجريمة تقليد علامة حيث لا يشترط لارتكاب هذه الاخيره وضع العلامة على المنتجات.

ويشترط لقيام التقليد التماثل والتقارب بين الأصل والشئ المقلد سواء من حيث الوظيفة التي يؤديها كل منها او من حيث الشكل العام والهيئة التي يظهران بها ولا قيمه لإتقان التقليد او عدم اتقانها، المهم ان يحدث في ذهن المستهلك او المشتري لبسا يحول بينه وبين إدراك الحقيقة الزائفة للتقليد،<sup>45</sup> وللحكم بما اذا كان هناك لبس ممكن يتعين مراعاة درجة انتباه المستهلك فالفقه القانوني والاجتهاد القضائي مجمعان على الاعتراف بمجال المقارنة بين العلامة الاصلية والمقلدة بضرورة اعتماد المشتري ذي الانتباه المتوسط كمقياس لتحديد ذلك، اما اذا كانت النتيجة عكسية، ولم يحدث لبسا في ذهن المستهلك العادي فإننا لن نكون أمام جنحه التقليد. و يتم تقدير التقليد وفق للمعايير التالية:

<sup>45</sup> حسن الكثيري، التقليد و اسبابه و اثاره على المستهلك و المجتمع، مقال منشور في ال نشرة الالكترونية الشهرية للمجمع العربي للملكية الفكرية، 2001، نقلا عن بن قوية المختار، مرجع سابق

**1. الأخذ بأوجه التشابه:**

إن هذا المعيار يقضي بان العبرة في تقدير التقليد بأوجه التشابه لا بأوجه الاختلاف ،  
ولذلك فإننا نكون أمام جنحة تقليد إذا ما وصل التشابه بين المنتج او السلعة او الخدمة  
الاصليه والمقلدة إلى حد إيقاع المستهلكين في الخلط واللبس، بصرف النظر عما يوجد  
بينهما من اختلاف.

**2. الأخذ بالمظهر العام:**

وذلك لان المستهلك عند المقارنة لا يدقق في التفاصيل والعناصر الجزئية التي قد تكون  
مختلفة، ولذلك فإننا عند تقدير التقليد ننظر إلى السمات البارزة في الشيء بشكل عام  
وإجمالي ولا عبره هنا بالجزئيات.

**3. اخذ بتقدير المستهلك العادي:**

لقد اشرنا إلى هذا المعيار سابقا وتكمل أهميته في أن المستهلك العادي وهو الذي يمثل  
الغالبية العظمى التي تحرص التشريعات على حمايتها اما المستهلك الحريص الذي يدقق في  
كل ما يشتري ،فانه قل ما يقع في اللبس ولأجل ذلك لا يؤخذ به في تقدير التقليد كما لا  
يؤخذ بتقدير المستهلك الغافل المهمل.

**4. النظر إلى الشينين الاصلي والمقلد الواحد تلك والآخر:**

ذلك لان في الأسواق يثبت عدم عرض الأشياء المقلدة و الاصليه متجاورة، كما ان  
المستهلك لا يكون معه نموذج للمنتج الاصلي ، حتى يستطيع المقارنة بينهما غير انه

يحمل صورته ذهنيه شامله عنه لا تساعده في التدقيق والتمييز ولذلك ينبغي النظر إليهما  
الواحد تلو الآخر وليس مجتمعين في نفس اللحظة.

ومن القضايا التي عرضت على القضاة في مجال التقليد، نذكر قضية شركه  
عطور lancom التي تتصب حول تقليد علامة القضية أمام مجلس قضاء الجزائر واصر  
فيها قرار بتاريخ 17 مارس 1999 ، قضى بان المتهم الذي يسمي عطره trésor ارتكب  
جنحه التقليد ، عندما اصطنع علامة trésor de lancom وحكم عليه بالتعويض ، وبالإلغاء  
علامة trésor المقلدة.

وكذلك القضية التي ثارت بين مالك العطر habanita وصاحب علامة عطر banita  
والتي عرضت على مجلس قضاء الجزائر<sup>46</sup> واصدر فيها قرار بتاريخ 30 جانفي 1969  
ومما جاء في حيثياته انه يستخلص من مجرد مقارنة بطاقات المتهم وبطاقات الطرف  
المدني، وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان ومن حيث السمع وان الاجتهاد  
القضائي يعتبر جنحه التقليد قائمه عندما يتم تقديم منتج في تغليف يحمل أوجه تشابه  
وتطابق كبيره مع تغليف المنتج محل المنافسة، حتى ولو كان يحمل اسم مغاير ولكنه  
يوحي باسم العلامة التي تمت محاكاتها وبالتالي فقد قضى بان تسميه banita تشكل تقليدا

<sup>46</sup> بوشطولة بسمه، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد لمين  
دباغين، سطيف، 2015، نصفحة 38-39

لعطر habanita ومن خلال هذا الاجتهاد القضائي الجزائري نرى انه اخذ بمعيار أوجه التشابه من خلال العناصر الاساسيه والجوهرية في العلامة ولم يأخذ بأوجه الاختلاف.

و مهما يكن الأمر فن التقليد باعتباره يشكل جريمة ينهى عنها القانون فانه من الضروري إن تتوافر في هذه الجريمة و على غرار أي جريمة منصوص عليها في القانون، فمن خلال هذه الأسس التي عرفت التقليد فسنبين أركان دعوى التقليد :

### المطلب الثاني: أركان جريمة التقليد

يقوم التقليد في الملكية الفكرية على توافر عنصرين يتمثل اولها في ضرورة الاعتداء على حق من حقوق الملكية الفكرية عن طريق الاعتداء و العنصر الثاني هو اغتصاب الحق من دون موافقة صاحبه، لان التقليد كأصل عام لا يشكل جريمة يعاقب عليها القانون لان فعل التقليد في حد ذاته غير كافي بل يستوجب إضافة الى ذلك ان يتم العمل المقلد من دون رضا صاحبه.

اما اذا كان الفعل برضا صاحب الحق و بترخيص منه ففي هذه الحالة نكون أمام إعادة التصنيع ،و بالتالي تنتفي عدم المشروعية. تتم دراسة هذه العناصر في الركن المادي للتقليد، القصد الجنائي للمقلد و ما مدى الأخذ بحسن أو سوء نية المقلد في جنحة التقليد و الذي يمثل الركن المعوي للتقليد، أما الركن الشرعي لجريمة التقليد فلا مجال للحديث عنها استنادا إلى المبدأ الشرعي ” لا جريمة ولا عقوبة الا بنص ” و التقليد كجرم نصت عليه القوانين

راينا فيما سبق ان الجرائم المرتكبة في حق أصحاب العلامة التجارية، تشكل في نظر  
المشرع الجزائري جنحة تقليد فمن خلال هذه الأسس التي عرفت التقليد فسنبين أركان دعوى  
التقليد غير انه يجدر بنا الإشارة أن هذه الأركان تختلف من جريمة لأخرى بحسب طبيعة  
أولا الركن الشرعي:

المقصود بالركن الشرعي، نص التجريم الواجب التطبيق على الفعل، و بالتالي لا يمكن  
إطلاقاً وصف الجريمة على فعل مهما كان غير مقبول اذا لم يرد نص قانوني يصفه بذلك ،  
وهذا ما أكده المشرع الجزائري بقوله: ” لا جريمة ولا عقوبة أو تدبيرامن بغير قانون ”<sup>47</sup>، و  
هذا ما يطلق عليه مبدأ شرعية الجرائم و العقوبات.

و بالرجوع للمواد 33. 32 من الأمر 03-06 و المادة 38 من القانون 04-02

نجدها كلها تنص على الركن الجنائي لجرائم الماسة بالعلامات التجارية.

و تعتبر قاعدة شرعية الجريمة و العقوبة ،من اهم المبادئ التي نصت عليها الدساتير

العالمية ، و قد اخذ بها المشرع الجزائري في الدساتير المتعاقبة، فقد نص عليها دستور عام

1963 في المادة 01 و في دستور 1976 في المادة 45: ” لا تجريم إلا بقانون صادر

قبل ارتكاب الفعل الإجرامي ” كما نص عليه دستور 1996 في المادة 46 التي تنص على

” لا إدانة الا بمقتضى قانون صادر قبل ارتكاب الفعل المجرم ”.

<sup>47</sup> المادة 01 من قانون العقوبات الجزائري

و تعد هذه القاعدة من أهم ضمانات الحرية الفردية ،التي تضع حدود واضحة تفصل بين الأفعال المشروعة و الأفعال غير المشروعة ،كما أنها تعطي للعقوبة أساسا قانونيا يجعلها مقبولة باعتبارها توقع لصالح المجتمع باسم القانون<sup>48</sup>.

و تجدر الإشارة إلأن قانون العقوبات لا يعد المصدر الوحيد للجرائم و العقوبات، بل توجد نصوص قانونية خاصة تحتوي على جزاءات مختلفة،منها القانون التجاري ، والقوانين الخاصة كقانون المتعلق بالعلامات الذي يجرم فعال مختلفة تمس بحق ملكية الاعلامه منها الجريمة موضوع الدراسة.

وجاء في المادة429 من قانون العقوبات الجزائري، تحت عنوان الباب الرابع الغش في السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية ، حيث تنص على انه: ”يعاقب بالحبس من شهرين الى ثلاث سنوات و بغرامة من 2000 الى 20000 دج او باحدى 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 السلع.

✓ سواء في نوعها أو مصدرها.

✓ سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها، و في جميع الحالات فان على مرتكب المخالفة إعادة الإرباح التي تحصل عليها بدون حق ”.

48 علي عبد القادر الفهوجي، قانون العقوبات القسم العام،المكتبة القانونية،1994،صفحة47

و يمكن ان نلاحظ من خلال نص المادة أنها جاءت بألفاظ عامة، مثلا يخدم

”المتعاقد.....، في الصفات الجوهرية.....“ ، فخداع المتعاقد بواسطة تغير قد يلحق

السلعة في مواصفاتها الجوهرية قد يكون جريمة تزوير العلامة، بتقليدها و عدم مطابقة

السلعة لمواصفات المقررة، تزييف البضاعة او غشها و لهذه الأخيرة صور مختلفة ، ”إخفاء

البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المشتري“<sup>49</sup>.

و أشار المشرع الجزائري في مجال حماية العلامات المسجلة إلى انه:

”يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير

الحقوق صاحب العلامة .....“<sup>50</sup>.

و لقد دام العمل بقانون 1857 مدة 102 سنة ، أما جريمة التقليد للعلامة في هذا القانون فقد

نص عليها في المادة 08 منه.

و في 1964 جاء قانون رقم 64-1360 الجريدة الرسمية رقم 1 يعدل القانون السابق ، كما

نص على جريمة تقليد العلامات الصناعية و التجارية.

و لقد صدر قانون 4 جافني 1991 رقم 07-91 الجريدة الرسمية المتعلق بتجارية

بالعلامات الصناعية و التجارية، أي بعد 25 سنة من تطبيق قانون 1964، و لقد نص هذا

الأخير على جرائم الاعتداء على العلامة التجارية من التقليد و المحاكاة التديسية و التزوير

فالمادة 38 و مايليها منه . وما يلاحظ على هذا القانون تسويته لمقدار العقوبة بين جريمة

<sup>49</sup> معوض عيد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش و التدليس و تقليد العلامات التجارية، من الناحيتين المدنية و الجنائية، سلسلة الكتب القانونية، 1990 صفحة 15

<sup>50</sup> المادة 26 من الامر 06-03 المؤرخ في 2003، المتعلق بالعلامات التجارية.

التقليد التدايسي للعلامات الصناعية و التجارية و بين جريمة التزوير ، عكس ما كان قائم في القوانين السابقة التيكانت فيها عقوبة تزوير العلامة اشد من عقوبة التقليد .  
و لم يدم تطبيق قانون 91-07 كثيرا، حيث انتقلت نصوص قانون العلامات إلى قانون بقانون الملكية الفكرية.

و في الأخير تم تقنين نصوص قانون العلامات في قانون خاص وهو قانون الملكية الفكرية،و ذلك بموجب قانون 92-597 المؤرخ في جويلية 1992 الجريدة الرسمية 03 جويلية 1992 من المادة 711-1 إلى 811-1 من قانون الملكية الفكرية ،و لقد عدل هذا الأخير سنة 1994 بموجب قانون رقم 94-02 المؤرخ في 05 فيفري 1994 الجريدة الرسمية 08 فيفري 1994 ولقد مس التعديل النقاط التالية :

- ✓ نص على عقوبة الأشخاص المعنوية في مجال تزوير العلامة و التقليد لها.
- ✓ تعديلات تتعلق بإثبات كل من جريمة تزوير و تقليد العلامة.
- ✓ تعديلات تتعلق بمقدار العقوبة.

## ثانيا الركن المادي:

من بين الأفعال التي تشكل الركن المادي نجد ما نصت عليه المادة 27 من قانون

02-04 جاء فيها : ” تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم احكام هذا القانون ،

تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس او تقليد منتجاته او خدماته ....”

فالأكد ان تقليد العلامة او تشويهاها هو اعتداء على الحق في العلامة و يسمى اعتداء

المباشر لانه يمس موضوع الحماية القانونية، فهو أهم صورة للاعتداء على العلامة، لكن

الاعتداء يأخذ صورة أخرى غير مباشرة ، مثل وضع علامة مشهورة على منتج الغير من

طرف التاجر، و لعل الجنح الأكثر انتشارا في الجزائر في الوقت الحالي هي استعمال علامة

مزورة و بيع منتج عليه علامة مقلدة :

## ✓ الاعتداء المباشر:

هو ذلك السلوك الإجرامي الايجابي المتمثل في اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة

الأصلية، و نقل الأجزاء الرئيسية فيها بحيث تقترب العلامة المزورة جدا من العلامة الأصلية

مع التأكيد على الاختلاف الموجود بين فعل التزوير و فعل التقليد، إذإن مجرد علامة

مطابقة مع العلامة الأصلية يقضي بتوفير العنصر المادي لجريمة التزوير، أما مجرد وجود

علامة قريبة من العلامة الأصلية بالنقصان أو الزيادة و التحويل فهنا تكون أمام جريمة

التقليد<sup>51</sup>، و يمتد المفهوم الموسع للتقليد متى تم عرض سلع تحمل علامة مقلدة او بيعها او استردادها او تصديرها.

و هنا يمكن القول ان الشخص الذي يقوم بصنع و انتاج سلعة او بضاعة او علامة او غير ذلك يكون القصد الجنائي و سوء النية لديه مفترض<sup>52</sup>، بغض النظر بعد ذلك كان استعمل الشئ المقلد او قام بتسويقه، او بيعه، او عرضه للبيع ام اكتفى بذلك فانه لا يمكن لمن اقام بتلك الافعال مجتمعة او باحداها، ان يدفع عن نفسه تهمة ارتكاب جنحة التقليد، بحجة انه حسن النية او انه لا يعلم بالحماية القانونية لهذا الحق، لان القيام بمثل هذه الافعال يعتبر مساسا مباشرا بحقوق صاحب العلامة التجارية، ولا يمكنه التمسك بذلك للتصل من الجريمة لوجود قرينة كافية تفترض القصد الجنائي في صاحبه<sup>53</sup>، و الاحتجاج بعدم العلم مردود لان العلم بان المنتجات التي قام بصنعها او انتاجها مقلدة امر قائم و مفترض ايضا، وهذا ما اشترطه المشرع الجزائري

”لحماية العلامة التجارية” ايداع و تسجيل و نشر و اشهار هذه الحقوق بواسطة الجهة الادارية المختصة<sup>54</sup>، و كذلك عدم نص المشرع الجزائري صراحة ان يكون الفاعل قد قام بفعله معتمدا، او بسوء نية، مما يدل على ان القصد الجنائي في هذه الحالة مفترض، على اعتبار ان الجريمة لا تكتمل عناصرها بدونه.

<sup>51</sup> وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات، اطروحة دكتوراه في القانون، صفحة 13، نقلا عن نعيمة علواش، العلامات في

مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة الاسكندرية، 2013، صفحة 14

<sup>52</sup> محمد حسني عباس، مرجع سابق، صفحة 197

<sup>53</sup> فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، صفحة 706

<sup>54</sup> الجهة الإدارية المختصة هي المعهد المركزي للملكية الصناعية، انشئ بمرسوم تنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فيفري 1998

## ✓ الاعتداء غير مباشر للعلامة:

يجسد اعتداء غير مباشر على العلامة في الحالات التالية:

1- استعمال علامة مزورة و بيع منتج عليه علامة مقلدة او شبيهة: جريمة استعمال علامة مزورة، هي كل من يستعمل علامة تحمل بيانات يقصد بها خداع المشتري على نوع المنتج، و كذلك كل من يبيع عرضا للبيع عن قصد منتجا موسوما بعلامة تتضمن بيانات تخدع المشتري عن نوع المنتج، فهذه الجريمة تستهدف المستهلك.

ولقد أكد المشرع أن تسجيل العلامة يخول صاحبها الحق في منع الغير من استعمال بين علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع او خدمات مماثلة لتلك المسجلة، و يجب ان نميز بين جريمة التقليد و جريمة استعمال العلامة المقلدة التي نصت عليها المادة 28 : جريمة التقليد فجريمة التقليد تقوم على مجرد إعادة صنع العلامة الأصلية كما تم الإشارة إليه<sup>55</sup>، اما جريمة الاستعمال تقوم على اساس الاستعمال التجاري للعلامة المقلدة ولا يشترط لوقوع جريمة استعمال العلامة المزورة ان يتم الاستعمال بوضع علامة على السلع و المنتجات و إنما يكفي مجرد استعمالها بأي طريقة تدل على استعمالها كان توضع على واجهة المحل التجاري او بجوار الاسم التجاري و كذلك الحال عند الإعلان عن المنتجات و الخدمات التي تحمل العلامات المزورة بواسطة نشرات او دلال توزع على الجمهور بقصد ترويج السلع التي تحمل العلامة المقلدة .

2- بيع منتج عليه علامة مقلدة او شبيهة او عرضها للبيع: كل من يبيع منتج عليه علامة مقلدة او مشتبهة حتى و لو لم يشارك في صنعها ، يعتبر قد ارتكب مخالفة دون البحث عن

<sup>55</sup> راشدي سعيدة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، العدد 2012-1، كلية الحقوق بجاية،

توفر القصد الجنائي، فالمشرع الجزائري لا يميز بين عملية البيع و عملية العرض للبيع في الأسواق او المعارض او بواسطة الدعاية<sup>56</sup>.

فهذا النوع من التقليد بكل الأفعال و الجرائم السابقة ما عدا جريمة القلي داو صنع و إنتاج الشئ المقلد، التي تعتبر تقليدا مباشرا لا يمكن درء التهمة عن لاقام به، و بذلك فان التقليد الغير مباشر ينطبق على بيع شئ مقلد، او عرضه للبيع او تسويقه او استنساخه او إخفائه او استعماله، او غير ذلك من الجرائم التي رأيناها سابقا. و القاعدة العامة في هذه الأفعال، انه يفترض فيمن ارتكبها حسن النية حتى تثبت إدانته، لان القيام بهذه الأفعال لا ينطوي على قرينة قطعية مع العلم بالعلامة التجارية الأصلية، او سوء النية في ارتكاب هذه الجرائم، ولذلك نجد المشرع الجزائري يشترط الإدانة للمتعمد لا بجنحة التقليد في هذه الأعمال، توفر القصد الجنائي لديه حيث ينص على معاقبة الذين تعمدوا البيع او عرضو للبيع سلعة او اكثر، او قدموا خدمات لا تحمل علامة، كما اشترط ان يتحمل صاحب العلامة المسجلة عبء الاثبات ان مساسا بحقوقه قد ارتكب او يرتكب في المستقبل<sup>57</sup>، وفي ذلك دلالة على ان المتهم برئ و يفترض فيه حسن النية الا اذا اثبت صاحب الحق ما يدل على سوء النية.

و من خلال ما تقدم يتبين انه في حالة التقليد غير المباشر يتعدد الفاعلين، بحيث يكون من قام بالتقليد هو ذاته من قام باستعمال الشئ المقلد باحد الطرق المذكورة سابقا ومن ثم فان امكانية اثبات حسن نية الفاعل واردة ما لم يستطيع الطرف المتضرر اثبات القصد الجنائي للفاعل. ومن امثلة ذلك التاجر الذي يبيع او يعرض للبيع منتجات تحمل علامات مقلدة دون ان يدرك ذلك، فيمكنه ابعاد التهمة عنه باثبات حسن النية.

<sup>56</sup> راشدي سعيدة، مرجع سابق، صفحة 227  
<sup>57</sup> المادة 29 من الأمر 06-03، مرجع سابق

فالركن المادي لهذه الجريمة يتمثل في بيع منتجات تحمل علامة مقلدة او مشبهة من جهة، و من جهة أخرى عرض هذه المنتجات للبيع مع تأكيد المشرع في قانون الجمارك على حماية السلع المستوردة الحاملة لعلامة دولية مسجلة قانونا على نفس النوع من المنتج، فنص في المادة 22 من قانون الجمارك على انه :

”تحضر عند الاستيراد مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه و تخضع للمصادرة البضائع الجزائرية و الأجنبية المزيفة” ، فيمنع استيراد البضائع التي تحمل بيانات من شأنها أن توحي أنها ذات منشأ جزائري، او بضائع أجنبية مزيفة.

## المبحث الثاني: المتابعة و الجزاء

يترتب على كل فعل جرمه القانون عقوبة توقعها المحكمة المختصة، على من قام به، و يمنح القانون لصاحب الحق المعتدى عليه بالإضافة إلى دعوى التقليد اتخاذ مجموعة من الإجراءات التحفظية في كل مراحل هذه الدعوى كما سيأتي:

### المطلب الاول: الإجراءات المتبعة ضد الجرائم التي تقع على العلامة التجارية:

دعوى التقليد هي الدعوى الجزائية التي تنشأ عن الاعتداء على العلامة، و التي تنتهي بتوقيع جزاء جنائي على مرتكب تلك الجرائم، و سنتعرض في هذا الخصوص إلى أصحاب الحق في تحريك الدعوى، و الجهة المختصة ثم الإجراءات التحفظية.

#### ❖ من له الحق في تحريك الدعوى:

#### 1 وكيل الجمهورية:

فطبقا للقواعد العامة في قانون العقوبات فان لوكيل الجمهورية الحق في تحريك الدعوى العمومية و ذلك لضمان تطبيق القانون، وله ذلك ايضا فيما يتعلق بالعلامات، فإذا تبين لوكيل الجمهورية ان الجريمة قد اكتملت أركانها او أوصافها يقوم برفعها إلى المحكمة المختصة لمحاكمة المعتدي.

#### 2 مالك العلامة:

تتحرق الدعوى الجزائية غالبا من صاحب الحق المعتدي عليه الذي هو مالك العلامة المسجلة أو من آتاليه الملكية عند التنازل الكلي لها، فدعوى التقليد هي دعوى خصصها المشرع للذي يتمتع بحق خالص يرد على الملكية الصناعية، أما المرخص له باستغلال العلامة بمقتضى ترخيصا بالاستغلال فليس من حقه أن يحرك الدعوى لان حقه في

استعمالها يقتصر على مجرد حق شخصي قبل المالك بتمكينه باستعمالها، وليس للمرخص له من احتكار العلامة فلا يستطيع الاحتجاج بحقه قبل الكافة<sup>58</sup>.

### ❖ الجهة المختصة للنظر في الدعوى:

ان القانون قد منح لصاحب الحق في العلامة المعتدى عليه الحق الخيار بين طريقتين، الطريق المدني أو الطريق الجزائي.

و عليه ففي حالة اختيار الطريق الجزائي فان المحكمة الجزائية هي التي تنظر في الجرائم الواقعة على العلامة، أم الاختصاص المكاني فتلك ضرورة لابد الأخذ بها لتسجيل إجراءات الدعوى، إن القاعدة العامة هي ان المحكمة المختصة هي محكمة مكان ارتكاب جريمة تقليد العلامة وهو مكان منشأه عادة، لأنها المكان الخاص بتجارته، وقد يمتد الى منشآت فيكون كل منها مسئولاً و بالتالي فالمحكمة المختصة هي محكمة تنفيذ أي مكان التقليد او الاستعمال بيع مواد مقلدة.

أما إذا بدا الجاني بنقل هذه البضاعة إلى مكان آخر بقصد بيعها وقبل ان يتم البيع تم القبض على الجناة فتعد المحكمة المختصة هي محكمة مكان القبض عليهم.

و قد لا يتم القبض عليهم في مكان التقليد أو البيع و إنما يوجد ادعاء ضدهم في قضية أخرى، و تبين من خلال المحاكمة إذ هناك تقليد أو تقليد او بيع أشياء مقلدة او استعمال او مس بحقوق مالك العلامة فالمحكمة المختصة هنا هي محكمة النظر في الدعوى الأصلية، و بالنسبة لمحكمة محل الإقامة فهي محكمة إقامة المتهم في مسكنه، إذ وجدت البضاعة في مسكنه بسبب الحزن او بسبب الاستعمال أو إي سبب آخر .

و يمكن لأي محكمة من هذه المحاكم اتخاذ إجراءاتها في مكان اختصاصها و تعتبر المحاكم الأولى مختصة بصورة أساسية، لان جريمة التقليد تعتبر جنحة و ليست مخالفة

<sup>58</sup> محمد حسني عباس، مرجع سابق، صفحة 274 و 273

## ❖ ضد من ترفع الدعوى:

ترفع دعوى التقليد ضد مرتكب جريمة التقليد والتي يجب أن تكون تامة إذ أن الشرع الذي لم يتم النص عليه صراحة غير معاقب عليه، حيث انه فيما يتعلق بالجريمة الشرع لا يعاقب عليه إلا إذا تم النص عليه صراحة في القانون.

أما فيما يتعلق بإمكانية مساءلة الأشخاص المعنوية عن أفعال التقليد فلم يتضمنها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ولا حتى الأمر 66-57 السابق.

و كذلك لم يتضمن الأمر 03-06 ولا حتى الأمر السابق 66-57 المتعلق بالعلامات

المساهمة في جريمة التقليد، أي المشتركين في تصريف منتجات تحمل علامة مقلدة، أو بيعها أو عرضها للبيع، ولا يتعلق الأمر في المساهمة في تقليد العلامة إذ أن فعل الاشتراك لاحق لجريمة التقليد<sup>59</sup>.

أما ما يتعلق بتقادم دعوى التقليد، فانه بالرجوع الى قانون الاجراءات الجزائية الجزائري فان الدعوى العمومية في مواد الجرح باعتبار ان جريمة التقليد تعتبر جنحة، تتقادم بمضي 3 سنوات كاملة من اقرار الجريمة اذ لم يتخذ في تلك الفترة اي اجراء من اجراءات التحقيق او المتابعة<sup>60</sup>.

ولقد وضع القانون بين يدي صاحب الشأن سلاحا فعالا لحماية حقه، فبلا من ان ينتظر إلى غاية فصل المحكمة في النزاع أجاز له اتخاذ إجراءات تحفظية سريعة و فعالة<sup>61</sup>، وهي إجراءات وقائية استعجالية يجوز اتخاذها إثباتا لاعتداء و حفاظا على الحقوق موقنا إلى حين الفصل في موضوع النزاع سواء كانت دعوة مدينة أو جزائية، وبما أن عبئ الإثبات يقع على المدعى استنادا لقاعدة **البينة على من ادعى و اليمين على من أنكر**، فانه سعيا منه

<sup>59</sup> راشدي سعيدة: النظام القانوني للعلامات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون اعمال، جامعة الجزائر، كلية بن عكنون، الموسم الجامعي 2002-2003، صفحة 110

<sup>60</sup> المادة 08 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري

<sup>61</sup> عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، حق الملكية، الجزء الثامن، دار احياء التراث العربي، بيروت 1967، صفحة 427

لجمع الأدلة يلجأ إلى استصدار أمر على عريضة للمعاينة و الوصف المفصل لأشياء المقلدة مع الحجر أو بدونه، و يجوز لرئيس المحكمة الأمر بدفع كافة قبل مباشرة إجراءات الحجر، علما ان صاحب الحق ملزم بعد استيفاء هذا الإجراء برفع دعوى في الموضوع في اجل شهر تحت طائلة بطلان إجراء الوصف و الحجر مع عدم الإخلال بالتعويض المحتملة، وقد نص على ذلك في الأمر المتعلق بالعلامات

”يمكن مالك العلامة، بموجب امر من رئيس المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم ان وضع العلامة عليها قد الحق به ضرر و ذلك بالحجز او بدونه، و يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة“<sup>62</sup>

و يستفاد من النص سابق دليلا قاطعا على ارتكاب جريمة ذكر الإجراءات التحفظية التالية:

#### ✓ إجراء وصف دقيق:

ولهذا الإجراء أهمية بالغة من حيث انه صاحب العلامة التجارية المعتدى عليه من قيد كل ما يمكن ان يعتبر دليلا قاطعا على ارتكاب جريمة التقليد في محاضر بواسطة خبراء و محلفين، بما يضع حدا لكل تلاعب بالأدلة و الحقائق، كما تؤكد المادة نفسها، على ان يقدم صاحب الطلب ما يثبت تسجيل او إيداع العلامة التجارية المعتدى عليها بشكل صحيح.

و يتم ذلك بناء على امر ذيل عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة و ذلك اذا تعذر على القاضي تقدير التقليد، ولم تكن لديه القدرة على قيام التقليد من عدمه.

<sup>62</sup> المادة 34 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية

## ✓ إجراء الحجز:

يمكن للقاضي ان يتبع امره باجراء الوصف، بأمر الحجز على كل الادوات و الوسائل المستعملة خصيصا في التقليد، و كل ما ترتب عنها من سلع و بضائع و منتجات، ولاشك ان هذا الاجراء يعتمد في الحالات التي يخشى فيها صاحب الحق من ضياع الادلة او ضياع حقه في التعويض و بما انه اجراء تحفظي فانه قد يكون صحيحا وقد يكون باطلا و لهذا اشار المشرع الجزائري الى امكانية ان يامر القاضي الطرف المتضرر بدفع الكفالتن لضمان حقوق المحجوزة عليه حال بطلان الحجز.

## ✓ بطلان الوصف او الحجز:

لقد اشار المشرع الجزائري الى هنا الشرط لصحة إجراء الوصف او الحجز في النصوص المتعلقة بالعلامات<sup>63</sup>، لان هذا الإجراء التحفظي يتم قبل رفع الدعوى، وحتى يثبت المدعي جديته في المطالبة بحقه اوجب عليه المشرع البدء في اجراءات السير في في الدعوى المدنية او الجزائية في اجل شهر على الاكثر تحت طائلة البطلان .

---

<sup>63</sup> المادة 35 من الامر 03-06 مرجع سابق

## المطلب الثاني: الجزاءات المطبقة قانونا

### ➤ أولا عقوبات الشخص الطبيعي:

يترتب على المساس بالعلامة التجارية عقوبات اصلية و تكميلية و تدابير امن نص عليها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات و قانون العقوبات:

#### ✓ العقوبات الأصلية:

نصت المادة 32 من الأمر 03-06 على ان ”كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر الى سنتين و غرامة 2500000 دج الى 10000000 دج او بإحدى هاتين العقوبتين” و يتضح من هذه المادة انه يمكن للقاضي ان يطبق عقوبة الحبس وحدها او عقوبة الغرامة لوحدها، او يطبقهما معا حسب ظروف كل جريمة. لغذائية و الطبية فتعاقب عليها المادة 429 من قانون العقوبات بالحبس من شهرين الى 3 سنوات و غرامة من 2000 دج الى 20000 دج .

وقد خصت المادة 33 من الامر 03-06 بالعقاب على الجرائم التي لا تعد تقليدا و يتعلق الامر بمخالفة احكام المادتين 03-04 من نفس الأمر، فقررت لها عقوبة الحبس من شهر الى سنة و غرامة من 50000 دج الى 2000000 دج بإحدى هاتين العقوبتين.

ولا يقع الإشكال في تطبيق المادة 33 من الامر 03-06 انما في المادة 32 منه، و ذلك ان هذه الأخيرة نصت في صلبها على تطبيق العقوبة المقررة فيها دون الإخلال بأحكام الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات، و يتعلق الأمر بنص المادة 429 و التي جاءت بألفاظ عامة على نحو تشمل معه جريمة التقليد،

## فما هو النص الواجب التطبيق اذا؟

طالما ان النص الاحدث و المخصص هو الامر 03-06 فان هذا الاخير هو النص الواجب تطبيقه و يتعين على القاضي ان يتقيد فيما ورد فيه عقوبات.

✓ **العقوبات التكميلية:** و تنحصر في :➤ المصادرة:

و المصادرة كما عرفتھا المادة 15 من قانون العقوبات هي الأولوية النهائية إلى الدولة لمال معين او أكثر، و تنصب المصادرة وفق للأمر 03-06<sup>64</sup> على الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في المخالفة ، و يشترط في ولالمصادرة ثلاثة شروط هي:

‘الا تشمل الأموال الواردة في المادة 15.

‘الا تشمل الأشياء المملوكة للغير ما لم ينص القانون صراحة على غير ذلك.  
‘ان تأمر ربه المحكمة .

و الاصل ان تكون المصادرة مسبوقه بالحجز فتأتي بعده لتثبيته، ويحكم بالمصادرة حتى ولو صدر الحكم بالبراءة، وفي هذا الصدد امرت محكمة الجزائر القسم الجزائي منها في 17-07-1967 و طبقا للمادة 35 من الامر 57-66 بمصادرة منتجات BANITA و اتلاف رواسم و نماذج هذه العلامة.

➤ الاتلاف:

و هو مانصت عليه المادة 32-3 و الحكم باتلاف الاشياء محل المخالفة امر متروك لسلطة المحكمة التقديرية فهو امر جوازي و ليس الزامي.

<sup>64</sup> المادة 32 الفقرة 03 من الأمر 06-03 مرجع سابق

➤ النشر:

إن المشرع الجزائري لم ينص في الأمر 03-06 على عقوبة النشر كما إليها صراحة في الأمر 57-66 الملغى<sup>65</sup> و التي كانت تنص على جوار الحكم بالصاقنص الحكم في الأماكن التي تحددها و بنشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها و ذلك على نفقة المحكوم عليه، وامام سكوت النص فانه يتم في هذه الحالة الرجوع الى القواعد العامة في قانون العقوبات و بالتحديد الى المواد من 9 الى 18 المعدلتان بموجب المادتين 3 و 9 من القانون رقم 06-23 المؤرخ في 2-12-2006.

➤ تدابير الأمن:

يقصد بتدابير الأمن مجموعة الإجراءات التي يصدرها القاضي لمواجهة الخطورة الإجرائية الكامنة في شخص مرتكب الجريمة بغرض تخليصه منها. و تخضع تدابير الأمن مثلها مثل العقوبة إلى مبدأ الشرعية حيث تنص المادة الاولى من قانون العقوبات من انه: **'' لا عقوبة ولا تدبير امن بغير قانون ''** و تبعا لذلك فقد نص المشرع في المادة 32 الفقرة 1 من الامر 03-06 على عقوبة الغلق المؤقت او النهائي للمؤسسة كتدبير امن يطبق في حق كل شخص ارتكب جنحة التقليد.

<sup>65</sup> المادة 34 الفقرة 2 من الأمر 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، الجريدة الرسمية 22 مارس 1966 العدد 23 الصفحة 262

### ➤ ثانيا عقوبات الشخص المعنوي:

قد ترتكب جريمة التقليد من قبل شركة تجارية كشخص معنوي بدل الأشخاص الطبيعية، فهنا قد نتساءل هل قرر المشرع الجزائري مثلا عقوبات للشخص المعنوي الذي يقوم باعتداء على ملكية العلامة ؟ من خلال قراءتن للأمر 03-06 او حتى الأمر السابق 66-57 المتعلق بالعلامات<sup>66</sup> ، لم يشرط لاقا على إمكانية وقوع جريمة التقليد للعلامات من طرف الشخص المعنوي.

بالرجوع الى قانون الملكية الفرنسي على سبيل الذكر في المادة 716 نجد ان العقوبات المفروضة على الشخص المعنوي، تختلف عن العقوبات التي فرضها المشرع على الشخص الطبيعي في كونها لا تنقسم إلى عقوبات أصلية و أخرى تكميلية ، و تتجلى فيما يلي:

#### ➤ الغرامة:

تتمثل في إلزام المحكوم عليه بدفع مبلغ من المال لصالح خزينة الدولة، وتعتبر الغرامة من أهم العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي، ولقد حدد المشرع الفرنسي الغرامة التي يمكن تطبيقها على الشخص المعنوي على أساس تلك المطبقة على الشخص الطبيعي، و لكنه يساوي بينهما، فلقد جعل الحد الأقصى الذي يمكن تطبيقه على الشخص الطبيعي.

<sup>66</sup> الأمر 57-66 مرجع سابق

➤ حل الشخص المعنوي:

يقصد بحل الشخص المعنوي إنهاء وجوده من الحياة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، ويعني هذا أن الحل بالنسبة للشخص المعنوي يقابله الإعدام بالنسبة للشخص الطبيعي، ونظرا لخطورته فلم يوجب المشرع على القاضي النطق به بل ترك له السلطة التقديرية في الحكم به من عدمه، وفي جريمة تقليد العلامة و عرقلة انتشار المنتج الحقيقي رغم انه من الصعب الركون إلى الهدف لتحديد مدى مشروعية نشاط الشخص المعنوي، فهذه هذا الأخير يحدد سلفا، ولا يتصور أن يكون غير مشروع.

➤ إغلاق المؤسسة:

يقصد بإغلاق المحل أو المؤسسة منع ممارسة النشاط الذي كان يمارس فيه قبل الحكم بالإغلاق، وتعد هذه العقوبة عينية تصيب المنشأة ذاتها، بحيث لا يجوز بيعها خلال فترة العقوبة وهو ما يضر بدائني الشخص المعنوي خاصة الذين يتمتعون بحق الرهن، و يترتب على الغلق النهائي سحب الترخيص بإدارة المحل أما الإغلاق المؤقت فيترتب عليه فقط إلغاء الترخيص طوال فترة العقوبة<sup>67</sup>.

➤ الإشراف القضائي:

و يتمثل هذا الجزاء في وضع الشخص المعنوي تحت إشراف القضاء، فهو بالتالي يقترب كثيرا من نظام الرقابة القضائية، بل انه يعد في نظر البعض إحدى صورها، و يقترب كذلك من نظام وقف التنفيذ مع الوضع في الاختبار و يطبق هذا الجزاء على العديد من الجرائم التي يرتكبها الشخص المعنوي سواء أكانت ضد الأشخاص او ضد الأموال إلى جانب جرائم أخرى في مجال الملكية

<sup>67</sup> نص المشرع الجزائري على عقوبة إغلاق المؤسسة في نص المادة 20 من قانون العقوبات

الفكرية كجريمة تقليد العلامة. وهذا الجزاء قد يكون مؤبدا او مؤقت في جريمة التقليد .

### ➤ ثالثا العقوبات المدنية ” التهديد المالي و التعويضات ”:

يجوز للقاضي ان يأمر بوقف التقليد و وضع حد لاستعمال العلامة، لذا تتضمن الأحكام القضائية في غالبية الأحوال تهديدا ماليا حتى يحترم المحكوم عليه الالتزام الذي تقررته، و لكون هذا التهديد يهدف قبل كل شئ إلى منع إعادة ارتكاب الجنحة في المستقبل، يحكم القاضي بمنع استعمال العلامة او الامتناع عن التصرفات الإجرامية، كما يجوز له الحكم بإبطال كيفية كتابة الاسم الذي يكون الأمر العلامة أو التعبئة الخاصة بالمنتجات، و يحكم في بعض الأحيان على المعنيين بالأمر بتعديل إحدى عناصر العلامة الأصلية.

و إذا لحق بالمدعي ضرر يقرر القاضي منحه تعويضات، هكذا وعلى خلاف التشريع السابق، تنص الأحكام الراهنة بوضوح على أن ” **الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية** ” إذا اثبت صاحب العلامة ان تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، ترفع هذه الدعوى منطقيا أمام القسم المدني ، و لقضاة الموضوع سلطة واسعة في تقدير الضرر اللاحق بالمدعي، حيث يجب أن يكون التعويض مناسبا للضرر اللاحق بصاحب العلامة الأصلية، و لهذا الغرض يجوز لهم تعيين خبير يكلف بهذه المهمة، و لتحديد التعويضات يأخذ القاضي عوامل شتى منها على وجه الخصوص : حجم التقليد، سمعة العلامة المقلدة، جودة المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة بالنظر الى جودة المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، الأرباح التي لم يحققها صاحب العلامة الأصلية بسبب ترويج السوق بمنتجات تحمل علامة مقلدة، الضرر الناجم عن استعمال العلامة

الأصلية على منتجات دون اي قيمة ، التكاليف التابعة للإجراءات القضائية التي أُلزم صاحب العلامة الأصلية القيام بها، و كذلك فقد الزبائن المتعلقين بالعلامة الأصلية، غير ان المحكمة ليست مقيدة بالمبلغ المطلوب<sup>68</sup> :

<sup>68</sup> فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، صفحة 560

## خلاصة الفصل الثاني

جرم المشرع الجزائري بعض الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية و أول الأفعال المجرمة هو فعل تقليد العلامة حيث قرر المشرع<sup>69</sup>، عقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين و بغرامة من مليونين و خمس مائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار ، أو بإحدى هاتين العقوبتين ، هذا كعقوبة أصلية ام العقوبات التكميلية فقد قرر المشرع إمكانية الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ، كما يمكن مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في تقليد العلامة ، و أخيرا يمكن الحكم بإتلاف الأشياء المستعملة في التقليد.

و بالإضافة إلى ذلك عاقب المشرع الجزائري بالحبس من شهر إلى سنة و بغرامة من خمسمائة ألف دينار او بإحدى هاتين العقوبتين كل من لم يضع علامة تجارية على سلعة او خدمة او الذين يبيعون او يعرضون للبيع سلعة او أكثر او قدموا خدمات لا تحمل علامة.

كما يعاقب بنفس العقوبة الأشخاص الذي يضعون على سلعتهم او خدماتهم علامة لم تسجل او لم يطلب تسجيلها.

<sup>69</sup> المادة 32 من الأمر 06-03

# الختمة

# الخاتمة

إن العلامات التجارية تعد من أبرز عناصر الملكية الصناعية وهي ذات أهمية عالية ضمن هذا المجال ومع هذا الدور الكبير الذي تلعبه أصبح التعدي عليها صورة حتمية عن طريق المنافسة غير المشروعة و التقليد وهذا الأخير أصبح متعدد الصور و له نصوص تشريعية منصوص عليها في مختلف القوانين ، أما بالنسبة للتشريع الجزائري فنص عليها في قانون العلامات التجارية كان لابد من وضع أنظمة قانونية و آليات حماية تهدف إلى محاربة كل اعتداء أو تقليد لها ، وهذا حتى تنتشر المنافسة الشريفة و المشروعة، ومن أجلها أقر المشرع الجزائري بحماية مدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة و حماية جزائية عن دعوى التقليد.

ومن هذا المنطلق يتوجب على المشرع ضمان حماية مدنية للاعتداء على الحق في العلامة التجارية ككل الاعتداءات التي تمس بحقوق الأفراد والجماعات، لهذا يتعين عليه ضرورة إعادة النظر في التناقض الحاصل بين نص المادة 211 من القانون المدني الجزائري التي تضمن الحق في التعويض عن كل ضرر كقاعدة عامة، وبين القاعدة الخاصة في قانون العلامات التي لم تضمن أية حماية قانونية في حالة المساس بالعلامة غير المسجلة، ذلك أن القاضي إذا لم يجد نص في القانون الخاص، فإنه يلجأ إلى القواعد العامة في القانون المدني، و إن قلنا أنه لا تحمي إلا العلامات التجارية المسجلة، فما مصير العلامات الصوتية، والعلامات المشهورة، وتلك العلامات التي يتم بيعها عبر شبكة الأنترنت و غيرها .....

ويمكن القول اننا توصلنا بدراستنا للنتائج التالية :

✓ حيث ان هذه الدراسة عالجت الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري و بينت ان العلامة التجارية هي رمز يوضع على المنتجات أو يتخذ شعارا للخدمات.

✓ و يهدف إلى تسهيل التعرف على مصدر صناعة المنتجات و مصدر بيعها أو مصدر الخدمات مما يساعد على اجتذاب المستهلكين.

✓ كما بينت دراستنا أن هناك شروط يجب توافرها في العلامة حتى تتمتع بالحماية القانونية بان تكون مشروعة وان تكون جديدة وان تكون مميزة، وغير مخالفة للنظام العام و الآداب العامة ، ويجب أن تكون مسجلة طبقا للتشريع الخاص بها.

✓ كما أن الملاحظ أن المشرع استعمل عبارة تقليد العلامة المميزة في القانون 06-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في حين أن التقليد وفق للمادة 03-06 المتعلق بالعلامات هو جريمة يعاقب عليها بقانون العقوبات.

✓ و كذلك القانون الجديد 06-03 كَيْفَ التقليد على أساس جنحة عكس التشريع القديم 66-56 وأعطى لها تعريف خاص بها، و يمكن القول كذلك ان حماية العلامات التجارية غير محصور في قانون العلامات و إنما تقيد قوانين أخرى مثل قانون الجمارك ، قانون إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية الجزائري وغيرها.

✓ و أهم نتيجة يمكن التوصل إليها من خلال ما سبق أن الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري تستند إلى أحكام الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات كما تستند إلى أحكام القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة للممارسات

التجارية، إلا انه لا فرق في اشتراط المشرع في كل من الدعوى المدنية الأصلية او دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية ضرورة ان تكون العلامة التجارية مسجلة، كما انه لا يمكن رفع كلا الدعويين إلا لمالك العلامة التجارية المسجلة في حين أن اغلب التشريعات تجيز حماية العلامة التجارية غير المسجلة وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة لاستنادها في العموم إلى قواعد المسؤولية المدنية كما إنها تجيز رفع هذه الدعوى من قبل كل متضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة بما فيها المستهلك،

والهدف الأساسي من الحماية القانونية للعلامة التجارية هو حفظ حقوق المالك وفي ذات السياق أيضا يعمل على حماية المستهلك بعدم غشه أو خداعه أو التحايل عليه وتضليله.

إذا فالمشرع الجزائري من الناحية النظرية وفر الأمان والحماية القانونية للمستثمرين الصناعيين والمنتجين ، لكن من الناحية التطبيقية او العملية فان الجرائم التي ترتكب في حق العلامات يعرف انتشارا واسعا ولم تساهم هذه الترسنة القانونية في الحد من التعدي عليها ويرجع ذلك لعدم تناسب العقوبات والغرامات مع الإرباح التي قد يجنيها المعتدي على العلامة التجارية ونرى أن يتم تشديد العقوبات أكثر إذا أردنا تحقيق هدفها المتمثل في الردع والتصدي لظاهرة التعدي ومكافحة الاضرار بالعلامة التجارية، سواءا قانونيا او تطبيقيا، كما يجب فسح المجال على التعويضات بالنسبة للمتضررين وتوقيع العقوبات على المعتدين.

ونستطيع الخروج من هذا كله بالتوصيات التالية:

- ضرورة تحديث التشريعات والقوانين الخاصة بحماية العلامات التجارية لتشمل عقوبات ردية.

- إنشاء محاكم متخصصة لتسوية النزاعات في مجال الملكية الفكرية والصناعية، عن طريق العمل على تكوين قضاة، محامين، خبراء متخصصين في هذا المجال.
- تعديل وسد الثغرات الموجودة بقانون العلامات.
- تشديد العقوبات المنصوص عليها في قانون العلامات التجارية كتشديد مدة الحبس بالنسبة للمقلد في جريمة تقليد العلامة التجارية.
- من الواجب الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة ولا يبقى بهذا المشروع مجرد حبر على ورق حتى تتمتع العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية بالحماية اللازمة.

هذا ما توصلتنا إليه من خلال هذه الدراسة آملين من الله عز وجل أن نكون قد  
وُفِّقْنَا فِي إِجْرَاءِ هَذَا الْبَحْثِ.

# ملخص

## ملخص:

تهدف هذه الرسالة إلى دراسة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية وذلك بإتباع تقسيمين أولهما الحماية المدنية والتي نتحدث فيها عن دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري الذي ينظم العلامة التجارية خاصة منها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وكذا قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وذلك من خلال البحث على الأساس القانوني الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة في مجال التعدي على العلامة التجارية والمطالبة بالتعويض.

ثم ثانيهما الحماية الجزائية التي تكمل في دعوى التقليد التي نظمها نفس القانون سالف الذكر المتعلق بالعلامة التجارية وذلك من حيث القيمة القانونية لهذه الدعوى ومدى كفاءتها في حماية العلامة من أنواع التعدي المختلفة.

## الكلمات المفتاحية:

الحماية القانونية، الحماية المدنية، الحماية الجزائية، دعوى المنافسة غير المشروعة، دعوى التقليد.

## **Résumé:**

This thesis aims to study the issue of legal protection for the trademark by following two divisions, the first of which is the civil protection, in which we talk about the lawsuit of unfair competition in the Algerian legislation that regulates the trademark in particular, among which is the decree 06-03 related to marks, as well as the law 02-04 specifying the rules Applied to commercial practices, by researching the legal basis upon which the unfair competition lawsuit is based in the field of trademark infringement and the compensation claim.

Then the second of them is the penal protection that is complemented in the counterfeiting lawsuit organized by Law 03-06 relating to marks, as well as Law 02-04 specifying the rules applicable to commercial practices, in terms of the legal value of this case and the extent of its guarantee in protecting the mark from various types of infringement.

## **Key words :**

Legal protection, Civil Protection, Penal protection, Unfair competition lawsuit, Imitation suit.

قائمة المصادر

و المراجع

# قائمة المصادر والراجع

## أولا المصادر:

### ➤ الأوامر والقوانين والمراسيم:

- قانون العقوبات الجزائري 30 يوليو 2019
- قانون الإجراءات الجزائية الجزائري ديسمبر 2019
- الأمر 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع
- الأمر 66-86 المؤرخ في 28 افريل 1966 يتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية
- الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 9 جانفي 1075 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 1883 حتى تعديل استكهولم 1967 جريدة رسمية 10 المؤرخة في 4 فيفري 1975
- الأمر رقم 57-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني معدل و متمم
- الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 بالمنافسة المؤرخة في 22 فيفري 1995
- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، عدد 15
- قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية
- الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 23 الصفحة 262

## ثانيا المراجع:

### الكتب:

- أوشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان.
- بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف.
- صلاح الدين، الملكية الصناعية و التجارية، طبعة الاولى، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، الاردن، 2000.
- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2006.
- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنية و دوليا، دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، دار بنخلدون للنشر و التوزيع، الجزائر، 2006.
- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، حق الملكية، الجزء الثامن، دار احياء التراث العربي، بيروت 1967.
- عبد العزيز سعد، شروط ممارسة الدعوي المدنية امام المحاكم الجزائرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1992.
- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008.

- عيسى مقداد، العلاقة التجارية و حمايتها، في مقال منشور بكتاب المؤتمر العربي الدولي الاول للملكية الفكرية، عمان 1995.
- علي جمال الدين عوفي، القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة.
- علي عبد القادر القهوجي، قانون العقوبات القسم العام، المكتبة القانونية، 1994.
- عماد الدين احمد السويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، طبعة اولى، 2009.
- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية، منشورات الجامعية الأردنية، 1999.
- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية المحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971.
- محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1985.
- محمود إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1983.
- مصطفى كمال طه، القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 1996.

### ➤ الرسائل العلمية:

- نعيمة علواش المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات، أطروحة دكتوراه في القانون، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2013.

- وليد كحول راشدي سعيدة: النظام القانوني للعلامات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون أعمال، جامعة الجزائر، كلية بن عكنون، الموسم الجامعي 2002-2003.

### ➤ الملتقيات العلمية:

- قارة سليمان محمد خليل، الملتقى العلمي الدولي الخامس للاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المداخلة بعنوان تزوير العلامة التجارية في التعاملات المبرمة عبر الانترنت.

### ➤ المجلات القضائية:

- راشدي سعيدة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، العدد 2012-1، كلية الحقوق، بجاية.

### ➤ مقالات:

- ببيوت نذير، ترجمة أمقران عبد العزيز، مساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية، مقال صدر بالمجلة القضائية، العدد الثاني 2002.
- ميلود سلامي، دفاتر السياسة و القانون، المقال بعنوان دعوى المنافسة غير المشروعة، كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري العدد 6 جانفي 2012 .

# فہرس

الصفحة	العنوان
	بسم الله الرحمن الرحيم
	كلمة لابد منها
	إهداء
	مقدمة
10	الفصل الأول الحماية المدنية للعلامة التجارية
6	مقدمة الفصل الأول
10	المبحث الأول: المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية
11	المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة
13	1 - الخطأ
14	2 - الضرر
16	3 - علاقة سببية
19	المطلب الثاني: أفعال المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية
24	المبحث الثاني: المسؤولية المدنية في دعوى المنافسة غير المشروعة
26	المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية
31	المطلب الثاني: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية
33	أولا التعويض المادي
35	ثانيا التعويض المعنوي

37	خلاصة الفصل الأول
43	<b>الفصل الثاني الحماية الجزائية للعلامة التجارية</b>
40	مقدمة الفصل الثاني
42	<b>المبحث الأول: الجرائم الماسة بالعلامة التجارية حسب التشريع الجزائري ( جريمة التقليد)</b>
43	المطلب الأول: جريمة التقليد
49	المطلب الثاني: أركان جريمة التقليد
50	أولا الركن الشرعي
54	ثانيا الركن المادي
59	<b>المبحث الثاني: المتابعة و الجزاء</b>
59	المطلب الأول: الإجراءات المتبعة ضد الجرائم التي تقع على العلامة التجارية
59	من له الحق في تحريك الدعوى
60	الجهة المختصة للنظر في الدعوى
61	ضد من ترفع الدعوى
64	المطلب الثاني: الجزاءات المطبقة قانونا
64	عقوبات الشخص الطبيعي
64	العقوبات الأصلية
65	العقوبات التكميلية
67	عقوبات الشخص المعنوي

72	العقوبات المدنية
71	خلاصة الفصل الثاني
73	خاتمة
81	ملخص باللغة العربية
82	ملخص باللغة الانجليزية
83	قائمة المصادر والراجع
88	فهرس