

# إهداء

-باسم الله العالي المتعالي أحمده و أشكره لأنه أعانني على إنهاء مشواري الدراسي.  
إلى من أمرني ربي أن أخفض لها جناح الذل من الرحمة،إلى من تضرعت إلى  
المولى جلت قدرته

بأصدق الدعوات ولم تنساني من الدعاء يوماً،إلى نبع المحبة و بحر الحنان والدتي الجليلة  
اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع مع أوفر المحبة و التقدير.

\* إلى أبي العزيز حفظه الله و أمده بالصحة و العافية.

\*إلى شريك حياتي زوجي العزيز عبد الكريم وعائلته الكريمة.

\*إلى رفيقة دربي و صديقتي ،إلى من كانت عوني في الحياة معنويا و ماديا

إلى التي كانت تمدني بالنصح و الإرشاد حبيبتي فاطيمة.

\*إلى أحبائي و إخوتي الأعزاء خيرة،مريم،خديجة،أمينة،تينا،طاهر،بلال،محمد الأمين،خالد

\*إلى كل من عائلتي :موسليم،عبد اللاوي،شامخة،كروم،راشدي،مراحي

\*إلى صديقتي :رشيدة،خضرة،رجاء،مليكة،صاره.....

\*إلى كل الزميلات و الزملاء العاملين في المديرية الولائية للتجارة.

\*إلى دفعة ماستر تخصص قانون جنائي و العلوم الجنائية لسنة 2014.

## مقدمة

-حظيت الملكية الفكرية في الجزائر كما في العالم بأسره بمكانة خاصة وذلك مواكبة للتوجه نحو اقتصاد السوق وكذا التفتح على التحولات التي مست كل الميادين ، ومصطلح الملكية الفكرية إذا ما أطلق فيراد به الحق غير المادي، إذ يرد حق الملكية الفكرية على النتاج الذهني أيا كان نوعه ، كحق المؤلف في مصنعاته العلمية أو الأدبية أو الفنية وحق المخترع في اختراعاته الصناعية وحق صاحب العلامة التجارية في استعمال علامته لتمييز منتجاته.

-وعلى ذلك فإن مصطلح الملكية الفكرية يشمل نوعين من الملكية يتمثل الأول في الملكية الصناعية والتي تشمل:

\* براءات الاختراع التي ينظمها الأمر 07/03

\* الرسوم والنماذج الصناعية التي ينظمها الأمر 58/66

\* التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة والمنظمة بموجب المر 08/03

\* وأخيرا العلامات التجارية المنظمة بموجب الأمر 06/03

-في حين يتمثل النوع الثاني في الملكية الأدبية والفنية أو ما يعرف بحق المؤلف، وقد اتسع هذا الحق ليشمل إلى جانب ذلك حق آخر وهو الحق المجاور لحق المؤلف ،وستقتصر الدراسة في هذا العرض المتواضع على أحد جوانب الملكية الصناعية ألا وهي العلامة التجارية.

-ولقد حظيت هذه الأخيرة بتقدير العامة باعتبارها رمز للثقة فينظر إليها المستهلك نظرة احترام وتوفير فهي عنده مرادفه للجودة ومن ثم فهي تعتبر جزءا أصيلا من السمعة التجارية

-ودراسة هذا الموضوع تكتسي أهمية بالغة من عدة جوانب خصوصا وأن هذا النوع من الحقوق غير المادية قد حضي بحماية واسعة سواء على المستوى الوطني أو الدولي، إن التنافس الحاد في المجالين التجاري و الصناعي في زمن اقتصاد السوق وحرية التجارة وانتشار ظاهرة السوق الموازي التي يكثر فيها الاعتداء على حقوق الملكية الصناعية وخاصة منها العلامات التجارية ، أدى إلى ضرورة وجود نظام قانوني فعال يؤطر نطاق المنافسة ويضمن حقوق أصحابها، لدى نظم المشرع الجزائري العلامات التجارية بموجب الأمر 57/66 المؤرخ في 19/03/1966 المتضمن قانون العلامات والذي حدد في أحكام دقيقة تتعلق بملكية العلامة وإيداعها و انتقالها وبطلانها ، كما نص على عقوبات خاصة بالجرائم الماسة بالعلامات، وإن حماية العلامات مضمونة أيضا بتطبيق الاتفاقيات ، فقد انضمت الجزائر في 01/03/1966 إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، وفي 05/03/1966 على اتفاقية نيس المتعلقة بتصنيف الدولي للمنتجات و الخدمات، وأيضا اتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات في 05/07/1970.

وتحسبا لانضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة ، أصدر المشرع الجزائري الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات يهدف بتكليف قوانين الملكية الفكرية مع اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة.

\*ومما لاشك فيه أن أهم التطورات الواقعة في العالم المعاصر و التحولات الاقتصادية التي تسيطر على العالم بأسره في شتى النواحي التقدم العلمي فيه ، وأهم ماصا حب هذه التطورات هو التوسع المستمر في السلوك الإجرامي في الميدان الاقتصادي ويدخل في هذا الإطار الجرائم الماسة بعلامة التجارية، ويعتبر التوسع المستمر في السلوك الجرمي في الميدان الاقتصادي من بين الأسباب التي دفعتني إلى اختيار موضوع العلامة التجارية وقد اختلفت الدراسات العلمية في هذا الصدد مما دفعني إلى حصر موضوع الدراسة تحت عنوان "الحماية الجنائية للعلامة التجارية".

-والإشكال الرئيسي المطروح : ما هي نطاق وصور الحماية الجنائية للعلامة التجارية؟ وللإجابة على هذه المشكلة البحثية سوف أتطرق في البداية الموضوع :إلى تحديد مفهوم العلامة التجارية محل الحماية القانونية ثم التطرق إلى نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية، وصور الاعتداء على العلامة التجارية لأنهي دراستي للموضوع بالحديث عن العقوبات الجزائية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية.

-أما المنهج المتبع في الدراسة ألا وهو المنهج التحليلي ويعتبر من بين أساليب البحث العلمي التي يستخدمها الباحث للدراسة العلمية، وقد انحصر نطاق الدراسة بالتركيز على ما جاء في التشريع الجزائري مع المقارنة مع بعض التشريعات المقارنة، ولقد إعتمدت في دراستي على التقسيم الموالي:

## الخطة :

-مقدمة

I -الفصل التمهيدي : مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-المبحث الأول : تحديد العلامة التجارية محل الحماية القانونية

-المطلب الأول : مفاهيم أولية مرتبطة بالعلامة التجارية

الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية و تمييزها عن المصطلحات المشابهة لها

الفرع الثاني : أشكال و صور العلامة التجارية

الفرع الثالث : وظائفها

المطلب الثاني : أساليب حماية العلامة التجارية

الفرع الأول : الحماية الدولية للعلامة التجارية

الفرع الثاني : الحماية الداخلية للعلامة التجارية

المبحث الثاني : نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية

المطلب الأول : النظام القانوني للعلامة التجارية

الفرع الأول : شروط حماية العلامة

الفرع الثاني : نشوء الحق في العلامة التجارية

المطلب الثاني : التكامل بين قانون العقوبات و التشريعات الخاصة

الفرع الأول : تجدد قانون العقوبات من تقرير الحماية الجنائية للعلامة التجارية

الفرع الثاني : دور التشريعات الخاصة في توفير الحماية الجنائية بالعلامة التجارية

II-الفصل الأول : مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

المبحث الأول : صور الإعتداء على العلامة التجارية

المطلب الأول : جرائم الإعتداء على ذاتية العلامة التجارية

الفرع الأول : جريمة تقليد العلامة

الفرع الثاني : جريمة التقليد التديليسي

المطلب الثاني : جرائم الإعتداء على ملكية العلامة التجارية

الفرع الأول : جريمة وضع يسوء قصد على منتجات العلامة التجارية المملوكة للغير

الفرع الثاني : جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع

أو حيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك .

المبحث الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية

المطلب الأول : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية في التشريع الجزائري

الفرع الأول : جريمة الخداع

الفرع الثاني : جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية

المطلب الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية في التشريع المقارن

الفرع الأول : إستعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة

الفرع الأول : حماية العلامة من إستعمالها بما يخالف النظام العام و الآداب العامة  
الفصل الثاني : نطاق المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية  
المبحث الأول : أحكام المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية  
المطلب الأول : أصل المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي في جرائم التعدي على العلامة  
الفرع الأول : أساس المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية  
الفرع الثاني : مناط المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية  
المطلب الثاني : مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامات التجارية  
الفرع الأول : مسؤولية الشخص المعنوي في الأحكام العامة  
الفرع الثاني : مناط المسؤولية الجنائية في جرائم العلامات التجارية  
المبحث الثاني : العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة التجارية  
المطلب الأول : العقوبة الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية  
الفرع الأول : الحبس  
الفرع الثاني : الغرامة  
المطلب الثاني : العقوبات التكميلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية  
الفرع الأول : المصادرة و الإتلاف  
الفرع الثاني : الغلق و نشر الحكم الصادر بالإذانة

# الفصل التمهيدي

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### الفصل التمهيدي: مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-لعبت العلامات التجارية و الصناعية دورا متقدما في إقتصاد العولمة و في التجارة الداخلية و الدولية بإعتبار أنها تمثل احد أهم عناصر الملكية الصناعية خاصة و هي تمثل حقوقا إستشارية و إحتكارية لمالكيها القانونيين<sup>(1)</sup>، مفهوم العلامة التجارية يقتضي التطرق إلى التعريف الذي أورده الإتفاقية و التشريعات المقارنة و إلى صورته و أشكال العلامة موضوع الحماية و وظائفها ، لذلك سنخصص المطلب الأول للتكلم عن المفاهيم الأولية المرتبطة بالعلامات التجارية، و المطلب الثاني للتكلم عن موضوع العلامات التجارية من الحماية القانونية<sup>(2)</sup>. و هذا ما سنحاول توضيحه وفقا للتقسيم التالي :

#### **المبحث الأول : تحديد العلامة التجارية محل الحماية القانونية**

نظم المشرع الجزائري أحكام العلامات التجارية مسائرا في ذلك التطور الدولي فأصدر الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات الذي حدد بموجبه مختلف أنواعها و أشكالها بما يمكن تمييزها كما شابهما من الحقوق الأخرى .

#### **المطلب الأول : مفاهيم أولية مرتبطة بالعلامة التجارية**

غالبا ما نرتكز في تعريف أمر على خصائصه و عناصره و مكوناته و هي نفس النقاط التي تشكل نقطة إختلاف أو تلاقي مع بعض المصطلحات المشابهة لها لذلك نتعرض بالدرجة الأولى لتعريف العلامة التجارية ثم تمييزها عن باقي المصطلحات المشابهة لها .

**الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية و تمييزها عن المصطلحات المشابهة لها .**

#### **أولا : تعريف العلامة التجارية :**

-إن كانت العلامة التجارية تعرف بأنها كل رمز يزيد يتخذ شعار المنتجات أو بضائع أو خدمات تمييزها عن غيرها من المنتجات أو البضائع أو الخدمات المماثلة إلا أن هذا التعريف قد يختلف بحسب الزاوية المنظور بها للعلامة التجارية أكان نص قانوني أو الإتفاقية أو إجتهاد قضائي<sup>(3)</sup> .

1\_نعيم مغيغب : الماركات التجارية و الصناعية – دراسة في القانون المقارن دار النشر .....-لبنان ط 1 – 205ص 07 .

2\_أمنة صامت : الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية – دراسة مقارنة – ط1 ريم للنشر -2011 ص 21- 22 .

3\_أمنة صامت – المرجع نفسه – ص 26،27

-05-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### 1-تعريفها في الإتفاقيات الدولية :

عرفتها إتفاقية تريبيس في المادة 01/15 منها ب : "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع و الخدمات التي تنتجها المنشأة عن تلك التي تنتجها المنشأة الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية ، و تكون هذه العلامات لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية و حروفا أو أرقاما و أشكالا و مجموعة ألوان و أي مزيج من هذه العلامات المؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية و حين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع و الخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الإستخدام ، كما يجوز لها إشتراط أن تكون العلامات المزعم تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها .

### 2-تعريفها في القوانين الداخلية :

عرفها المشرع الجزائري من خلال المادة 01/2 من الأمر 06/03 بأنها كل رمز يمنح للسلعة أو المنتج أو الخدمة لتمييزها عن غيرها إذا تبقى على أن "العلامة كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأخرى و الأرقام أو الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الأولوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره" (1)

-إن هذا التعداد دور على سبيل المثال و ليس على سبيل الحصر ، دليل على ذلك عبارة "لا سيما" التي أدرجت في النص و التي تبين و بوضوح أن المشرع لا زال يحتفظ بفحوى الأحكام السابقة التي كانت تنتهي بعبارة و بصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات و الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة .

1\_ الأمر رقم 18/2003 المؤرخ في نوفمبر 2003 ، المتضمن الموافقة على الأمر رقم 06/2003 متعلق بالعلامات التجارية مؤرخ في 19 يوليو 2003 ، جريدة الرسمية ، عدد 44 .



## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-و هو تقريبا نفس التعريف الذي جاء به المشرع الفرنسي للعلامة إذا تنص المادة 711 من قانون الملكية الفرنسية (1):

-وفي القانون اللبناني الذي لم يعطيها تعريفا واضحا و مفصلا ، نص في إطار المواد 68 و مايلها "تعتبر ماركات المصانع أو التجارة الأسماء المكتوبة على شكل يفرقها عن غيرها " و ذكرت هذه المادة عدد من الإشارات الصالحة لأن تكون ماركة و لم تنشر لماركة الخدمات -أما القانون المصري لحماية الملكية الفكرية لسنة 2002 فعرف العلامة التجارية بأنها "كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره و تشمل على وجه الخصوص الأسماء .... و كذلك أي خليط من هذه العناصر ... و إما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحفيزها و إما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات" (2).

### 3-تعريفها فقها :

-يعتبر الفقه و القضاء في القانون الجزائري مصادر تفسيريين يؤخذ بهما على سبيل الإستدلال في حالة غياب تفسير أو في حالة ما إذا شاب النص القانوني عيب أو نقص -غير أنه لم نجد أي تعريف قضائي للعلامة التجارية لا في القضاء الجزائري و لا في القضاء الأجنبي، ا نكتفي بتقديم بعض التعاريف الفقهية الغرض منها الوصول إلى تعريف شامل للعلامة التجارية .

-يعرفها أحمد طه السنوسي "العلامة التجارية تتخذ لتمييز السلعة المادية ، كما تتخذ لتمييز الخدمة المعنوية ، ولذلك فأنها أي ضرورة أو إشارة تستخدم للتعريف بالمادة (seticle) أو الخدمة (service) و هي من القوة بحيث تتخذ لفصل إنتاج أو خدمة الأشخاص الآخرين" . - إلى جانب هذا التعريف نجد تعريف آخر لسميحة القليوبي فتعرفها بأنها : "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة "

-هذان التعريفان يبينان لنا بوضوح العلامة في تمييز المنتجات التي ينتجها أو يبيعها شخص عن المنتجات المماثلة التي ينتجها شخص آخر ، إلا أنهما لم يوضحا لنا دور هام في (3) .

1\_ « la marque de fabrique de commerce ou de service et un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou service d'une personne physique » ou morale

2\_ الطالبات بن قريبن أمينة ، بن قريبن مريم ، قاسم مليكة، مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس :العلامة

التجارية،جامعة دمولاى طاهر ، السنة الجامعية : 2009-2010

3\_ حمادى زبير : الحماية القانونية للعلامات التجارية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت، ط 1 ، 2012، ص

30،29،28 .

-07-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

في حماية صاحبها من المنافسة غير المشروعة و كذلك حمايتها للمستهلك بإعتبارها أداة ضمان .

-إلى جانب هذين التعريفيين هناك تعريف آخر لـ (أيف قيون) الذي يعرف العلامة بأنها "كل إشارة أو لفظ يضعه التاجر على بضائعه للسماح للمشتري بمعرفة أصل البضاعة ، كما أنها تعتبر وسيلة لجلب العملاء و تمنح لصاحبها حق إحتكار الإستعمال لها بغير رضاها مالكةا يعد تقليدا لتلك العلامة ."

-هذا التعريف أكثر وضوحا و شموخا من التعاريف السابقة و ذلك بأبرازه لوظيفة العلامة بالنسبة لصالحها و بالنسبة للمستهلك ، حيث تحمي منتجات صاحبها بتمييزها عن غيرها من المنتجات المشابهة لها . كما تعد وسيلة للحماية من المنافسة غير مشروعة كونها حقا محتكرا لصاحبها و تحمي المستهلك عن طريق تمكينه من التعريف على رغباته من البضائع كما تعتبر وسيلة لجذب المستهلكين خاصة إذا كانت ذات شهرة معينة . و لكن ما يحاب على هذا التعريف هو إقتصاد على بيان العلامة التجارية دون التذليل على أنواعها ، كذلك العلامات الصناعية أو علامات الخدمة التي أصبحت في غاية الأهمية في الوقت الحاضر .

-و إعتداد على التعاريف السابقة و محاولة منا تقادي النقائص التي تشوبها نقترح التعريف الأتي : "العلامة التجارية أو العلامة المصنع أو الخدمة هي كالإشارة أو صوت قابل للتمييز يضعها كل شخص طبيعي أو معنوي على سلعته التجارية أو منتجاتها الصناعية أو خدماته المعنوية بغرض التعرف عليها و تمييزها عن السلع و الخدمات المماثلة و المشابهة التي ينتجها أو يقدمها أشخاص آخرون ، و لها من القدرة لجذب المستهلك على إقتناء السلعة التي تميزها ، و أي مساس بها أو إستعمالها دون رضا صاحبها يرتب مسؤولية سواء مدنية أو جزئية ." (1)

### ثانيا : تمييزها عن المصطلحات المشابهة لها :

كثيرا ما يحدث الإختلاط بين العلامة و ما يشابهها من شارات و رموز ، و من أجل إزالة اللبس ، من حاول فيما يأتي تمييز العلامة عن بعض التسميات التجارية المشابهة لها ، و كذا تمييزها عن باقي عناصر الملكية الصناعية .

### -تمييز العلامة عن بعض التسميات التجارية :

-نتشابه العلامة مع بعض التسميات و الإشارات التجارية الأخرى و عليه سنحاول تمييزها عن هذه التسميات من تزداد معرفتنا بالعلامة .

سبق القول بأن العلامة هي كل رمز (قابل للتمثيل الخطي) يستعمل من أجل تمييز سلع و خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره ، أما الإسم التجارة فهو العبارة التي يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري لتمييزه عن غيره من المحلات المماثلة له .

و الإسم التجاري أحد عناصر المحل التجاري و يعتبر وجوبي و تعود ملكيته للأسبقية في إستعماله بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في التسجيل ، و تقتصر حماية الإسم التجاري على النطاق المكاني الذي يتسع له نشاط عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة ، فيحق للتاجر أن يستغل بإستعماله .  
-بينما تتمتع العلامة بحماية قانونية مدنية و جزائية على كافة التراب الوطني .

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### أ- تمييز العلامة التجارية :

#### ب- تمييز العلامة عن العنوان التجاري :

-العنوان التجاري أو عنوان المحل هو تسمية أو شارة أو رمز أو عبارة مبتكرة تسمح بتمييز المتجر عن غيره ، و الإسم التجاري لا يمكن أن يكون إلا أسما يعكس العنوان الذي يمكن أن يكون أسما أو رمزا أو رسما ، كما أن العنوان يعتبر إختياريا و ليس وجوبيا كما هو الحال بالنسبة للإسم التجاري .

-و شرط العنوان التجاري بوصفه تسمية مبتكرة هي شروط العلامة ، لكنه يختلف من حيث الغرض مع العلامة ، فغرض من هذه الأخيرة هو تمييز السلع و الخدمات عن مثيلاتها ، بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المحل التجاري عن غيره أمام جمهور العملاء ، و تعود ملكية العنوان لمن إستعمله أولا بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبق في تسجيلها .

#### ج- تمييز العلامة عن البيان التجاري :

-البيان التجاري هو الإيضاح الذي يضعه التاجر أو الصانع على منتجاته أو بضائعه لبيانها كما و كيفا و نوعا و مصدرا .

-لا يتمتع التاجر الذي يضع بيانا تجاريا معينا على منتجاته بحق إحتكار إستغلاله ، في حيث أن العلامة تخول لصاحبها الحق في إحتكار هام و إستعمالها ، و الإلتزام بوضع البيان التجاري يجد مصدره في المراسيم التنظيمية التي جاءت تطبيقا لأحكام القانون رقم 03-09- مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و هذا يقابل إلزامية إستخدام العلامة على كل سلعة أو خدمة مقدمة (1) .

#### 2/- تمييز العلامة عن باقي عناصر الملكية الصناعية :

-تعتبر العلامة عنصرا من عناصر الملكية الصناعية ، و حتى لا تتداخل المفاهيم مع بعضها ، سنحاول فيما يأتي التفرقة بين العلامة و كل تسميات المنشأ و النماذج ، الرسوم الصناعية ، ثم براءات الإختراع .

#### أ- تمييز العلامة عن تسميات المنشأ :

-عرفت إسم 01 من الأمر رقم 65-76 المتعلقة بتسميات المنشأ تسمية المنشأ بأنها : "الإسم الجغرافي لبلدا و منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتوجا ناشئا فيه ، و تكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشمل على العوامل الطبيعية و البشرية "كما هو الحال بالنسبة للمياه المعدنية

1\_ - نسرين شريقي ، حقوق الملكية الفكرية ، دار بلقيس للنشر ، الجزائر ، بدون طبعة ، 2014 ص 140

-08-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-فتسمية المنشأ إذن تركز على منطقة الإنتاج ، خاصة إذا كانت لهذه المنطقة شهرة أو خصائص معينة تعود على نوع المنتج ، بينما العلامة هدفها تمييز تلك السلع عن مثيلاتها و الظهور في شكل مميز يجذب المستهلكين .

### ب-تمييز العلامة عن النموذج و الرسم الصناعي :

-الرسم كما عرفه المشرع هو كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعات التقليدية ، فقيمة الرسم تستمد من مدى تجانسه مع البضاعة و الذوق العام للجمهور و إعطاء البضاعة شكلا جذابا يميزها عن غيرها .  
-أما النماذج الصناعية فيقصد بها كل شكل قابل للتشكيل و مركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن إستعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى و يمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي، كما هو الحال في قوالب الأحذية و زجاجات العطور و ما إلى ذلك .<sup>(1)</sup>

-و عليه يتضح أن لكل من العلامة و الرسوم و النماذج الصناعية وظيفة واحدة هي ترويج السلع و الخدمات إلا أنها تختلف عنهما من ناحية مدة الحماية ، فالبنسبة للرسوم حددها المادة 13 من الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية ب 10 اعوام شري إبتداء من تاريخ الإيداع ، في حين أن مدة حماية العلامة تستمر لأطول من ذلك إذا حرص صاحبها على تحديدها في المواعيد المحددة قانون هذا من جهة و من جهة أخرى لا يترتب على الرسم أو النموذج حق في الملكية إلا إذا كان موجودا و جل الفقهاء يرون أن مصدر الحق ليس الإيداع إنما وجودا لرسم أو النموذج بغض النظر عن إيداعه لذلك إشتراط المشرع إيداع نسخة من الرسم أو النموذج حتى يتسنى للمصلحة المختصة التأكد من وجود شكله المادي المنفصل عن البضاعة المصنوعة .

-و نشير في الأخير أنه يجوز إستخدام العلامة المسجلة من غير مالكةا إن كان سيتم وضعها على منتجات مختلفة عن السلع التي سبق تسجيل العلامة عليها في حين أن الرسم أو النموذج

لا يقبل الحماية إذا كان قد سبق تسجيله حتى و لو كان الإستعمال السابق يتعلق بمنتجات مغيرة (2).

-09-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا (ج) تمييزها عن براءات الإختراع :

-تعد كل من العلامة التجارية و براءة الإختراع من عناصر الملكية الصناعية و لعلها من أهمها ، و إن كنا قد وقفنا من قبل على تعريف العلامة التجارية فإن براءة الإختراع هي السند أو الوثيقة التي تبين و تحدد الإختراع بأوصافه و تمنح له الحماية القانونية و يشترط لمنح براءة الإختراع الجده ، الحداثة ، قابلية التطبيق الصناعي و عدم مخالفة النظام العام .  
-وفي هذا نصت المادة 02 بفقرتيها 01 و 02 من قانون براءات الإختراع الصادر بموجب الأمر رقم 07/03 المؤرخ في 2003/07/19 على أن : "الإختراع فكرة لمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية، براءة الإختراع وسيلة تسلم لحماية إختراع "

و- بالرجوع إلى إتفاقية تريس نجدها تنص في المادة 27 منها على : "توتاح إمكانية الحصول على براءات الإختراع لأي إختراعات سواء كانت منتجات أو عمليات صناعية في كافة ميادين التكنولوجيا شريطة كونها جديدة و تنطوي على خطوة إبداعية و قابلة للإستخدام في الصناعة ...." و إجمالاً يمكننا تعداد بعض نقاط التمييز بين المصطلحين فيمايلي :

-إن العلامة تتعلق خاصة بالناحية الجمالية للمنتجات ، و ليس بتصنيفها و ذلك بوضع رمز على السلعة أو الخدمة للفت نظر الزبائن و ترويجها و عليه وظيفة العلامة تختلف عن وظيفة البراءة التي تؤدي وظيفة أولية في عملية الإنتاج في حين أن الأولى تؤدي وظيفة لاحقة تخص عمليات التسويق و الترويج .

-براءات الإختراع ليست محل إحتكار فقط جعلتها جل القوانين للكافة ليستفيدوا منها لذلك نجد أن المشروع في كل الدول يؤقت براءة الإختراع ، أما العلامات فهي رموز تشكل شارات لتمييز السلع و الخدمات يمكن إحتكارها على نحو مستمر من خلال ما يقضي به القانون من حق التجديد .

و هي بذلك تعد حقا دائما و مستمرا .

### -الفرع الثاني : أشكال و صور العلامات التجارية :

#### أولا : أشكال العلامة التجارية :

-أن العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية القانونية لا إذا إتخذت شكلا معيناً و توافرت فيها شروط معينة، و لمعرفة ما هي أشكال العلامات التجارية يتعين بنا الرجوع إلى نص

المادة 01/2 من الأمر 06/03 حيث جاء فيها: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيرة . " (1) و قد قام المشروع الجزائري من خلال نص المادة 01/02 بتعداد أشكال صور العلامة الأكثر شيوعا و إستعمال و ذلك على سبيل المثال لا الحصر ، و التي سنحاول تقسيمها على النحو التالي :

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### أ-العلامة الأسمية :

-العلامة الأسمية هي العلامة التي تتكون من إسم (كلمة أو لفظ) يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعة أو خدماته بحيث يكون قادرا على إثارة إنتباه من يراه أو من يتردد على سمعه و يمكن أن يكون هذا الإسم إسمًا عائليا أو أسما شخصي أو أسما مستعارا و أسما جغرافي ، أو حتى أن يكون حروفا أو أرقاما ، و يشترط لإتخاذ الإسم أو اللفظ بصفة عامة ، أن شكله مميزا ، كما لو كتب بحروف أو ألوان خاصة ، أو بوضعه في إطار دائري أو مربع .

### ب)-العلامات التصويرية (الشكلية) :

-يمكن أن تتكون العلامة من الرسومات و الصور و الأشكال و التي تسمى كذلك بالعلامة الرمزية أو الشعارية لأنها عبارة عن رموز تخاطب ألي (الرؤية) .  
-فالرسوم عبارة عن تكوين فني يتضمن مناظر محددة ، وقد تكون من وحي الخيال ، توضع في إطار محدد لا يظهر شكل ما ، و ذلك كله من إتخذت هذه الرسوم وصفه التمييز للسلع و الخدمات . التي تستعمل فيها  
-و تجدر الإشارة هنا إلى أن أشكال العلامات التي إوردناه أعلاه ، لا تعتبر منفصلة عن بعضها ، بل يمكن العلامة الواحدة خليط أو مزيج من شكلين أو أكثر مما سبق الإشارة إليه ، وهذا ما يعرف بالعلامة المركبة .

### ثانيا : صور العلامة التجارية :

-لقد حددت إتفاقية تريبس ثلاث أنواع من العلامات التجارية بنصها على أن الملكية الصناعية تشمل العلامات الصناعية أو التجارية و علامات الخدمة و من جهتها فإن إتفاقية باريس إكتفت بذكر نوعين فقط من العلامات هما الصناعية و التجارية في حين أشارت إلى علامة الخدمة في المادة 06 منها و بالرجوع إلى الأمر 06/03 لا سيما المادة 02/02 منه

فإن المشرع حدد الأنواع الثلاثة كما ذكر نوع آخر هو العلامات الجماعية و التي خصها بأحكام محددة .

-11-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-و عليه يتضح من النصوص السابقة أن العلامات تتنوع إلى علامات تجارية ، علامات صناعية ، علامات خدمة ، علامات جماعية و التي سوف نتطرق إليها كالآتي :

(1) العلامة التجارية : يقصد بها الإشارة التي يستخدمها التجار شعار لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة ، فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع و قد نصت المادة 1/3 من الأمر رقم 06-03 على أنه: "تعتبر علامة السلعة ، و الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة ، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني

(2)-العلامة الصناعية : هي إشارة يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى ، إذا فالعلامة الصناعية تشير إلى مصدر الإنتاج و تعتبر إلزامية و لو في الحالة التي يتولى المنتج ، تسويق منتجاته بنفسه كما نصت على ذلك أحكام المادة 1/3 من التشريع المذكور أعلاه .

(3)-علامة الخدمة : يقصد بها العلامة التي سيستخدمها مقدموا الخدمات لتمييز خد ما تهتم عن غيرها من الخدمات التي يقدمها منافسوه ، مثل شركات النقل ، الولايات السياحية الفنادق .... إلخ

(4)-العلامة الجماعية : يقصد بها المشرع العلامة التي تستعمل لإثبات المصدر و المكونات و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة ، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها .

و قد ألزم المشرع الجزائري صاحب العلامة الجماعية على أن يسهر على حسن إستعمال علامته من خلال المادة 23 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات سابق الذكر و إذا ما هو أخل بهذا الألتزام ، فإن علامته تصبح معرضة للإلغاء من طرف الجهة القضائية المختصة ، و ذلك طبقا لنص المادة 255 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات (1) .

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا الفرع الثالث : وظائف العلامة التجارية :

-تبدو أهمية و الدور الذي تقوم به العلامة التجارية من خلال الوظائف التي تقوم بها في إطار المنافسة بين المشروعات المماثلة أو المشابهة ، حيث تعتبر العلامة .  
(أ)-رمز يميز مصدر السلعة أو الخدمات : جرت العادة فيها على أن يضع الصانع علامة معينة على السلعة التي يصنعها لكي يبرز شخصيته المشتري ، وبعد أن وصل الإنتاج إلى الحجم الكبير و زاد عدد المشروعات العملاقة ، فقد تطورت وظيفة العلامة من أبرز شخصية الصانع فأصبح رمز للدلالة على المشروع الجماعي الذي أنتج السلعة سواء كان يعتمد على الصناعة اليدوية أو الآلية .  
و- قد أشارت نصوص التشريعات التي تناولت تعريف العلامة التجارية إلى أنها اداة لتمييز المنتجات و البضائع و الخدمات كما يشابهما ، حيث تتناول المشرع الجزائري هذه الوظيفة في المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية ، وكذلك المادة (1-710) من قانون الملكية الفرنسي التي اعتبرت أن العلامة التجارية بأنها أية إشارة يمكنها عن طريق التعبير بالرسم أن تميز السلع أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص سواء كانوا اشخاص طبيعيين أو معنويين .

(2)-وسيلة لضمان صفات معينة في المنتجات أو الخدمات التي تغطيها العلامة : حيث أن وضع علامة تجارية معينة على سلعة ما أو على أي مؤسسة تقدم خدمة ما ، يعني لدى الجمهور ضمان جودة السلعة أو الخدمة ، و من ثم غالبا ما ينظر المستهلك على العلامة التي تميز السلعة قبل أن يقرر شراءها من عدمه ، حيث تغني العلامة عن الفحص و البحث عن مدى الجودة .<sup>(2)</sup>

-لأن شهرة و سمعة العلامة تعني الجودة توافر الصفات التي يريدها الجمهور ، كما جرت العادة و ثبت لدى المستهلك أن السلعة التي لا تحمل علامة تجارية تكون رديئة الصنع  
3-وسيلة لأعلان عن منتجات و البضائع : تلعب العلامة التجارية دورا مؤثرا في الترويج للمنتجات و السلع و الخدمات فهي وسيلة من وسائل الإعلان ، حيث أنها تنطبع في أذهان الناس من خلال ترديدها في وسائل الإعلان المختلفة ، وهي بذلك نوع من الإعلان بهدف



إلى تحديد هوية السلعة و إسم المنتج . لهذا أصبح من الصعب تجاهل الدور و المؤثر الذي تلعبه الدعاية من جذب العملاء على منتجات أو بضائع أو خدمات مشروع معين لحرص مالك المشروع على أن يؤكد للمستهلك من خلال الدعاية إلى تفنن فيها أن منتجاته أو بضائعه هي الأفضل من غيرها .

1\_ أمانة صامت - المرجع نفسه ص 47 ، ص 48 .

-13-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### المطلب الثاني : أساليب حماية العلامة التجارية :

-تتمتع العلامة بأنواعها المختلفة و على غرار كافة حقوق الملكية الصناعية و التجارية الأخرى بحماية مزدوجة وطنية و دولية و من ثم تحمي حقوق صاحب العلامة داخل التراب الوطني و خارجه، حيث يجاوز إستغلال العلامة في بعض الأحيان حدود إقليم البلاد .  
-يتضمن هذا القسم موضوعين هما الحماية الدولية الوطنية  
-فالحماية الوطنية تختلف بحسب ما إذا كانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة ، فإذا كانت العلامة غير مسجلة لا يجوز لصاحبها إن يتمتع إلا بالحماية المدنية ، أو بتعبير آخر تتطلب الإستفادة من الحماية الجنائية إستكمال إجراءات الإيداع و التسجيل و هكذا يترتب على إحترام هذا الإلتزام إمكانية المتابعة الجزائية لكل شخص يتعدى على العلامة بأي وجه من أوجه الإعتداء ، كما يمكن لصاحب العلامة المسجلة في هذه الحالة رفع دعوى مدنية مبنية على المنافسة غير المشروعة أو إغتصاب العلامة ، و منه نستخلص أن الحماية الوطنية تنقسم إلى حماية مدنية و حماية جنائية .

### الفرع الأول : الحماية الدولية للعلامة التجارية :

-يتمتع صاحب العلامة زيادة عن الحماية الوطنية بالحماية دولية حيث بدأت الجهود الدولية في الإعتراف بالعلامة التجارية و حمايتها على الصعيد الدولي منذ أواخر القرن 19 و قد وصلت تلك الجهود إلى بعض الإتفاقيات الدولية التي تضمنت إلتزامات قانونية دولية على البلاد المنظمة لها ، و كان من أبرز تلك الإتفاقيات ،<sup>(1)</sup>

-إتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1891

-إتفاقية مدريد الخاصة بقمع بيانات مصدر السلع ، الرافعة أو المضللة لسنة 1891

-إتفاقية نيس الخاصة بالتصنيف الدولي للسلع و الخدمات لأغراض تسجيل العلامة لسنة

1952 (لشبونة الخاصة بحماية تسميات المنشأ و تسجيلها دوليا 1958

-إتفاقية فينا الخاصة بالتصنيف الدولي للعناصر التصويرية الرمزية للعلامات لسنة 1973

-معاهدة قانون العلامات التجارية لسنة 1994

- إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس) لسنة 1994  
و من بين هذه الإتفاقيات تواجد إتفاقيتان بارزتان فيما يخص حماية العلامة التجارية و هما  
إتفاقية باريس و إتفاقية تربس .

1\_ الطالبتين هاشمي فاطمة زهراء ، ملال فضيلة مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس الحماية القانونية للعلامة التجارية ،  
جامعة دمولاوي طاهر ، سعيدة 2011 - 2012 ص 45 .

- 14 -

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### أ) الحماية الدولية للعلامة التجارية وفقا لأحكام إتفاقية ترس لسنة 1994 :

#### -التعريف بإتفاقية تربس :

هي إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، تأسست تحت مظلة  
الإتفاقية العالمية الجات (G.A.T.T) و هي تسمية مختصة للعبارات Général  
and. Rade. Tarifs Agrémentions و هي إتفاقية متعددة الأطراف تتضمن حقوق و  
إلتزامات متبادلة عقدت بين الحكومة المهتمة بالتجارة الدولية .

#### -المبادئ الأساسية لهذه الإتفاقية في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية :

-إن إتفاقية تربس فيما يتعلق بالحقوق الفكرية قد جاءت بالمبادئ الأساسية التالية :

1-فكرة المعاملة الوطنية : تقتضي هذه القاعدة بلزوم معاملة الوطنيين و الأجانب على قدم  
المساواة في شؤون حماية الحقوق الفكرية

2-فكرة الدولة الأولى بالرعاية ، تقتضي كقاعدة أن على الدول الأعضاء أن تمنح المنتمي  
إلى كافة الدول الأعضاء فورا و بدون أي شرط أو حصانات أو معاملة تفضيلية تمنحها  
للمنتمي إلى أي دولة أخرى في شأن الحقوق الفكرية و حمايتها .<sup>(1)</sup>

3-فكرة التعامل بشفافية : و تقتضي كقاعدة أن تقوم الدولة العضو في الإتفاقية بنشر قوانينها  
المتعلقة بالملكية الفكرية ، وكذلك نشر الأحكام الصادرة عن محاكمها بذات الخصوص ، كما  
يلزم أن تقوم الدولة العضو بتزويد الدول الأخرى بتلك القوانين و القرارات في حال طلبها .

4-فكرة مدة الحماية : تقتضي بأن توفر الدول الأعضاء في الإتفاقية مدة حماية للحقوق  
الفكرية لا تقل عن مدة الحماية التي توفرها إتفاقية تربس للحقوق الفكرية .

5- فكرة آلية الأنقاد : تقتضي كقاعدة أن تضمن الدولة العضو في قانونها الوطني للضوابط و القواعد التي جاءت بها إتفاقية تريس كالإجراءات التحفظية و الوقائية و الجزاءات ضد أي نقد على الحقوق الفكرية المشمولة بالحماية .

1\_ الطالبتين هاشمي فاطمة زهراء ، ملال فضيلة مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس الحماية القانونية للعلامة التجارية ، جامعة دمولاوي طاهر ، السنة الجامعية 2011 – 2012 ص -15-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

6- فكرة آلية فض المنازعات بين الدول الأعضاء ، تقتضي كقاعدة بأن تلجأ للدول الأعضاء فض المنازعات فيما بينها بخصوص إتفاقية تريس ، من خلال تسوية وفقا للقواعد و الإجراءات التي جاءت بها إتفاقية تريس على وجه الألتزام لا الإختيار .

7- فكرة مواقيت النفاذ : أصبحت إتفاقية تريس نافذة المعقول في الأول من يناير سنة 1995 و مع هذا فقد نصت الإتفاقية على فترات و أحكام أنتقالية كان من أهم التنازلات التي قدمتها الدول المتقدمة إلى الدول النامية و الفترات التي نصت عليها إتفاقية تريس عبارة عن فترات سماح و التي من خلالها تتحرر الدول الأعضاء من الإلتزامات التي فرضتها الإتفاقية .  
و للعلم قد بادرت الجزائر بطلب الإنضمام لعضوية إتفاقية الجات رسميا في سنة 1987 و لكن الوطنية للعلامة التجارية تنقسم إلى حماية مدنية و حماية جنائية و عليه سوف نتحدثن الحماية المدنية ، أما الحماية الجنائية سنفرد لها مبحث كاملا بإعتبارها موضوع الدراسة .  
(1)

### الفرع الثاني :

#### الحماية الداخلية للعلامة التجارية:

- سنتاول (أولا) طبيعة الحماية المدنية للعلامة التجارية ، ثم سنتعرض للحماية المدنية

للعلامة التجارية في القانونين الجزائري و الفرنسي .

#### أولا : طبيعة الحماية المدنية :

يقصد بالحماية المدنية للعلامة : الحماية العامة المقررة لجميع الحقوق و قد كفلتها كافة التشريعات ، و الحق في العلامة التجارية يندرج تحت مظلة الحماية المدنية ، إذا لحق لمن وقع تعدد حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى مدنية على المتسبب في ذلك الإعتداء أو

مطالباً إياه بالتعويض عن الضرر الذي إصابه مؤسسا دعواه على المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها ، و يتمتع الحق في العلامة التجارية بالحماية المدنية ، سواء كانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة ، عن الحماية المدنية تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية ملكية العلامة التجارية متى كانت غير مسجلة ، في حين لا تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية أو الدولية إلا إذا كانت مسجلة ، فالتسجيل لا يعتبر شرط القيام بالحماية المدنية للعلامة في حين يعتبر التسجيل شرطاً أساسياً لقيام الحماية الجنائية و الدولية للعلامة التجارية .

1\_ أمنة صامت - المرجع سابق ، صفحة 64 إلى 68

-16-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائياً

-و قد يأخذ التعدي على العلامة التجارية صوراً عدة أبرزها تزوير العلامة أو تقليدها أو بيع بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع ... إلخ ، فإذا ما وقع تعد على علامة تجارية غير مسجلة بأي صورة من تلك الصور فلا يكون أمام مالك العلامة سوى رفع دعوى مدنية طالباً التعويض عن ذلك التعدي بينما إذا وقع التعدي على علامة مسجلة فإنه يشكل جرماً يعاقب عليه القانون إضافة إلى الحق في التعويض المادي . ويمارس صاحب الحق في الحق العلامة الغير المسجلة الحماية المدنية للحق في علامته من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة ، وهي الوسيلة الوحيدة لحماية العلامة التجارية غير مسجلة من تعدي الغير و شروط دعوى المنافسة غير المشروعة هي ذات شروط المسؤولية عن العمل غير المشروع و التي تتمثل في الخطأ و الضرر و علاقة السببية بين الخطأ و الضرر . (1)

**ثانياً : الحماية المدنية للحق في العلامة التجارية في القانونين الجزائري و الفرنسي :**

يجوز لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر اللاحق به بسبب تقليد العلامة أو تشيدهما مثلاً (3) و هذه الدعوى مكفولة لصاحب العلامة غير المسجلة من جهة ، و لصاحب العلامة المسجلة من جهة أخرى ، و نظراً لتطبيق الأحكام العامة المتعلقة بالمسؤولية المدنية ، فلا تحتاج القضية المقدمة أمام قاضي القسم المدني إلى إثبات سوء نية المعتصب ، فمن المتفق عليه اليوم أنه يجوز لضحية الإعتداء رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لطلب تعويض الضرر اللاحق .

-حقاً أن الدعوى المؤسسة على تقليد المؤسسة على تقليد العلامة لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة و صاحب الترخيص ضد من قام بالتقليد أما إذا كان الأمر يتعلق بدعوى

مؤسسة على المنافسة غير المشروعة فيجوز لكل من لحقه الضرر من جراء هذا التصرف أن يرفع هذه الدعوى طبقا لنص المادة 124 ق.م.ج ، ويجوز الحكم في دعوى المنافسة غير المشروعة إلى جانب إلزام المدعي عليه بالتفويض و يقدر هذا التعويض عادة على قيمة الأرباح التي حققها مقلد العلامة باعتبارها أرباحا غير مشروعة .

1\_ أمانة صامت - مرجع نفسه - صفحة من 69 إلى 71  
2\_ المادة 35 من الأمر 09/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية سنة 2003 عدد 44  
3\_ المادة 37 من الأمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية مؤرخ في 1966/03/19 ج. ر. سنة 1966

-17-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا المبحث الثاني : نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية

-حتى يتمكن المنتج أو التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة من ممارسة سلطاته على العلامة التجارية، لا بد من الحصول على مركز قانوني يمكنه من تلك السلطات ، ويكون ذلك بإكتساب ملكية تلك العلامة ، إذا يترتب على ذلك تمتعه سلطات المالك من إستعمال و إستغلال ، وبالتالي له الحق في المطالبة بجميع أي إعتداء علا علامته، إلا أنه و حتى يتمكن صاحب هذا الحق من المطالبة بتوفير الحماية الجنائية للعلامة التي يستخدمها ، لا بد أن تتوفر فيها شروط موضوعية و اخرى شكلية، حتى يمكن تحقيق الغاية المرجوة من هذه الدراسة إلا وهي حماية العلامة التجارية جنائيا بتدخل المشرع لتوفيرها، من خلال فرض جزاءات تتناسب و حجم الإعتداءات الواقعة على العلامة ، لا بد من التطرق إل هذا الموضوع على الوجه الآتي :

### المطلب الأول : النظام القانوني للعلامة التجارية :

يلزم أن يتوافر في العلامة التجارية شروط معينة حتى تكتسب الحماية الجنائية ، وقد درجت الكتابات الفقهية على تقسيمها إلى شروط موضوعية و أخرى شكلية ، إلى جانب دراسة الآثار المترتبة على هذه الشروط و معرفة الحق في العلامة هل يكتسب بالتسجيل أم بالإستعمال ، كل هذا سنتطرق إليه في دراستنا على الشكل التالي . (1)

### الفرع الأول : شروط حماية العلامة :

يشترط المشرع الجزائري في العلامة حتى تكون محل حماية قانونية ضرورة توافر جملة من الشروط الموضوعية و الشكلية و هي كالآتي :

### أولا : الشروط الموضوعية للعلامة :

بإستقراء الفقرتين 1 و 2 من نص المادة 2 ، و كذلك الفقرة 04 من نص المادة 07 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات ، نستنتج أن الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة تتمثل فيمايلي :

1- أن تكون العلامة مميزة : حتى تستفيد العلامة من الحماية القانونية ، يشترط أن يكون للعلامة طابعا مميزا خاصا بها ، يمنع إختلاطها مع غيرها من المنتجات المشابهة لها ، و هذا ما أكدته المادة 1/2 م الأمر رقم 06/03 بالنص على مايلي ، "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ن لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام ، و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها ، و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره ."  
-و يفهم من هذا ان تكون جميع تلك السمات قادرة على تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها .

1\_ أمانة صامت - مرجع نفسه ، صفحة من 73 إلى 75  
-18-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-و القانون الجزائري لما أشترط أن تكون العلامة مميزة ، لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئا أصيلا مبتكرا لم يكن موجودا من قبل ، وإنما أن تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات ، لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين.  
-وإذا فقدت العلامة طابعها المميز خرجت من نطاق الحماية لعدم قدرتها على مواصلة وظيفتها الأساسية ، فالعلامة المجردة من أية صفة مميزة لا تعد علامة صحيحة ، ولهذا فقد نص المشرع الجزائري على السمات أو الرموز التي يخطر إستخدامها كعلامة و إستثنائها من التسجيل ، بمقتضى نص المادة 07 من الأمر رقم 06-03 أعلاه و التي تنص : "تستثنى من التسجيل "

(1) الرموز التي لا تعد علامة من مفهوم المادة 02 الفقرة الأولى  
(2) الرموز الخاصة بالملك العام أو المجرده من صفة التمييز ....."  
(2) أن تكون العلامة جديدة : لم ينص المشرع الجزائري في الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات صراحة على هذا الشرط ، إلا أنه يمكن أن نستخلصه م الفقرة 09 من المادة 07 من هذا الامر و التي تنص : "تستثنى من التسجيل .....9) الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل

-أي أنه مفهوم المخالفة ، يتم تسجيل الرموز غير المطابقة و لا المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل ، بمعنى أن لا يقبل بعلامة ليست جديدة عن تلك التي تم إيداع طلب تسجيلها ، من باب أولي تلك التي تم تسجيلها و التي تتمتع بحماية قانونية .  
-فالجدة نسبية في مجال العلامات ، و العبرة فيها بالجدة في الإستعمال و ليس الجدة في الإبتكار كما هو الشأن في مجال براءات الإختراع و مجال الرسوم و النماذج الصناعية .

-و عليه فإن شرط الجدة في العلامة يقوم على مبدأ عدم إمتلاك الغير حقوق على هذه العلامة و ذلك لا تكون وقت إيداعها و تسجيلها موضوع حق منافس في نفس المجال أو القطاع ، ويستثنى من ذلك العلامات المشهورة ، لأنها تخفي بحماية دولية و وطنية دون أن تكون مسجلة أو مودعة .

-19-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

3- أن تكون العلامة مشروعة : لا يكفي أن يكون للعلامة مظهر مميزا و أن تكون جديدة الإستعمال حتى يكون محل حماية قانونية ، إذ يجب أن تكون مشروعة ، أي لا يجوز أن تكون مخالفة للنظام العام و الآداب العامة ، كالصلبان الحمراء ، و الدمغان الرسمية ، و صورة الخليفة و غيرها .

-و قد كان المشرع الجزائري صريحا في هذا الشأن ، حيث إستثنى الرموز المخالفة للنظام العام و الآداب العامة من التسجيل ، وهذا بالنص في المادة 4 الفقرة 07 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على مايلي : "سيستثنى من التسجيل"

(4)-الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة و الرموز التي يظهر إستعمالها بموجب القانون الوطني أو الإتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها ."  
(1)

ثانيا : الشروط الشكلية :

-لقد أوجب المشرع الجزائري ضرورة تسجيل العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية الجنائية و لأهمية التسجيل و لما قد يترتب من إشكاليات في إطار الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، فإنه لا بد من تحديد الأشخاص من الذين يحق لهم قانونا طلب تسجيل علامة تجارية و إجراءات تسجيلها .

1-الأشخاص الذين يحق لهم قانونا طلب تسجيل علامة تجارية :

لم تحدد غالبية التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية أية شروط في الأشخاص الذين يحق لهم تسجيل العلامة التجارية منها : الجزائر ، فرنسا ، الأردن .... وغيرها ، في حين ذهب بعضها الآخر إلى تحديد هؤلاء الأشخاص ، أما فيما يخص إجراءات تسجيل العلامة التجارية فقد ذهبت جميع التشريعات إلى تحديدها .  
-لم يحدد القانون الجزائري الملغى رقم 57-66 الخاص بعلامات المصنع و العلامة التجارية أصحاب الحق في العلامات بل ترك ذلك للقواعد العامة التي تجيز ان تكون صاحب الحق بالعلامة جزائريا أو غير جزائري مقيم بالجزائر .

-20-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-و التشريع الجزائري لم يأتي بجديد سواء في المادة (13) من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية ولا في المادة من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 في هذا الباب ، لأنه وفقا للمادتين يجوز لأي شخص إيداع علامة قصد حمايتها، و قد تتم هذه العملية بواسطة العلامة شخصيا أو عن طريق وكيل عنه .

-و يتضح من ذلك أن المشرع الجزائري لم يحصر من لهم حق طلب تسجيل علامة تجار في فئة معينة ، كما أنه لم يضع شروطا في طلب التسجيل ، بل أجاز لكل من يرغب في إستعمال علامة أو يدعي أنه صاحب علامة إستعملت أو ضمان في النية إستعمالها أن يطلب تسجيلها وفقا للأصول المقررة .

-لذلك يمكن القول أن المشرع الجزائري قد جعل الباب مفتوحا أمام أي شخص أو هيئة أو أنه جهة أخرى للتقدم بطلب لتسجيل العلامة ، إذا أجاز تقديم طلب التسجيل للشخص أو الهيئة دون تحديد ذلك الشخص أو تلك الهيئة لا من حيث النوعية و لا من حيث الجنسية .

-الأمر الذي يمكن معه القول ، أنه يجوز تقديم طلب من أي شخص سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا ، تاجرا أو غير تاجر ، جزائري كان أو غير جزائري كذلك الحال بالنسبة للهيئة فيجوز أن تكون تجارية أو غير ذلك ، وهذا ما سار عليه المشرع الفرنسي .

-و إذا كان المودع مقيما في الخارج ، فإنه يجب أن يعين نائبا جزائريا مقيما في الجزائر لا تمام إجراءات الإيداع ، حيث لا يفرض على المودع حضوره الشخصي ، بل يجوز تمثيله شريطة أن يقدم نائبه وكالة بخط اليد تكون بطبيعة الحال مؤرخة و ممضاة .



و لم يضع المشرع الفرنسي أي قيد فيما يتعلق بشخص طالب التسجيل ، فيجوز لكل ذي شأن أو وكيله الخاص ، سواء أكان شخصا طبيعيا أو معنويا ، تاجرا أم غير تاجر ، ان يودع لدى إدارة تسجيل .

- العلامات التجارية طلب بتسجيل شارة معينة بغرض إتخاذها علامة له فيما بعد ، و بحيث يصبح هو المالك القانوني لها مع كافة الآثار التي تتولد عن ذلك .
- كذلك لا يشترط في طالب التسجيل أن يمارس نشاطا مريحا ، و بالتالي يجوز للجمعيات و النقابات أن تمتلك علامة تجارية .
- و المودع المقيم بالخارج يجب أن يعين نائبا في فرنسا (هذا ما جاء في نفس المادة 2-12) .

-21-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### 2-إجراءات تسجيل العلامة التجارية :

هي الإجراءات التي يجب إشباعها لكي يتم تسجيل العلامة فتصبح صحيحة و قابلة للإستغلال التجاري و الحماية جنائيا من قبل الدولة و قد أوردت التشريعات إجراءات دقيقة في إيداع العلامة و تسجيلها و نشرها و هذا ما سنتناوله بتفصيل .

### (أ)-تسجيل إيداع العلامة التجارية :

-يجب لإكتساب حقوق على العلامة التجارية في التشريع الجزائري إحترام الأحكام القانونية التي تنظم الإجراءات الخاصة بالإيداع ، التسجيل و النشر و المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 277-2005<sup>(1)</sup> .

-فالنص التنظيمي الجديد يعتبر بدون أدنى شك أكثر دقة ، لكونه يتطرق إلى عدة نقاط لم يسبق معالجتها كما ستبينه الدراسة التالية .

### طلب التسجيل :

-نفس المادة 13 من قانون العلامات الجزائري الملغى رقم 57-66 على أنه "يجب على كل من أراد إيداع علامة أن يسلم أو يوجه إلى المصالح المختصة<sup>(2)</sup> بواسطة رسالة مفهومة مع طلب الإشعار بالتسليم مايلي :

-طلب تسجيل يشمل على نموذج في العلامة و بيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة

-ختم (كليشة) العلامة

-إثبات دفع الرسوم

-وكالة بخط اليد إذا كان المودع له وكيل ."

-و يجب أن يحضر طلب تسجيل العلامة على النموذج الذي يجب تسليمه من الديوان الجزائري للتوحيد و الملكية الصناعية (سابقا) (2) من خمس نسخ ، و يجب أن يتضمن الطلب المذكور البيانات اللازمة بعد كتابة كلمة (الأصل) على النسخة الأولى .

-أما بالنسبة للمرسوم التنفيذي رقم 277-2005 المؤرخ في 2005/08/2 كان أكثر دقة من سابقه لأن المادة (04) ذكرت ما يستوجب تقديمه في طلب التسجيل بقولها : "تطبيق للمادة (13) من الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003 و المذكورة أعلاه يتضمن طلب تسجيل العلامة ما يأتي :

1\_المرسوم التنفيذي رقم 277-2005 المؤرخ في 2005/08/2 الذي عدل بالمرسوم رقم 66-63 المؤرخ في 1966/03/26 و كان يتضمن تطبيق الأمر رقم 66-57 ج.ر أول أبريل 1966 ، عدد 1966 ، عدد 26 ، ص 306  
2\_ يقصد بها الجهة المختصة بتسجيل العلامة و هو المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية .  
3\_ د.فاضلي أدريس ، سلسلة القانون المدخل إلى الملكية الفكرية ، الملكية الأدبية و الفنية و الصناعية ، الجزائر دار هومة بدون طبعة 2007 ص 289 .

-22-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

-طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن إسم المودع و عنوانه الكامل  
-صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الإستمارة الرسمية ، و إذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة و يشكل ميزة للعلامة ، على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة  
-قائمة واضحة و كاملة للسلع و الخدمات  
-وصل يثبت دفع رسوم الإيداع و النشر المستحقة .

-و يعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ إستلام المصلحة المختصة الطلب المذكورة أعلاه (1)  
-و الملاحظ أن النص الجديد ببيانات طلب التسجيل المذكور في المادة 4 من الأمر رقم 05-277 كان أكثر دقة و وضوح من سابقة الذي كان غامضا ، خاصة في الفقرة الثالثة منه بقوله . " ختم (كليشة) العلامة" حين أن لفظ الكليشة هو لفظ فرنسي عرب بطريقة مبهمة ، كما أن النص الجديد كان واضحا عندما طلب من المودع إرفاق طلبه بصورة ملونة للعلامة إذا كان اللون مميزة ، بقوله في الفقرة الثانية من المادة الرابعة المذكورة سابقا .

### -حق الأولوية لطلب تسجيل العلامة :

لقد نص المشرع الجزائري على حق الأولوية لطلب تسجيل العلامة في مادة مستقلة ، حيث أجاز لأي شخص مع إرفاقه نسخة رسمية لهذا الإيداع ، و حددت المهلة بثلاثة أشهر .

(2)

## (ب) فحص الإيداع :

يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص ملف الإيداع من ناحية الشكل و من ناحية المضمون ، مقابل تحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع وساعته و مكانه ، و كذا رقم التسجيل و دفع الرسوم و نظرا للبيانات المدرجة فيها ، تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين ، و هي تعد بمثابة شهادة إيداع.

### **فحص الإيداع من ناحية الشكلية:**

-طبقا لأحكام المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 277-2005 تقوم المصلحة المختصة بفحص ما إذا كان الإيداع مستوفيا للشروط المحددة في المواد من 4 إلى 7 من هذا المرسوم ، و يجوز للمعهد رفض الإيداع في حالة عدم إستيفائه لهذه الشروط كما يجوز لمن كان في حالة مخالفة عند إيداع طلب تسجيل العلامة أن يقوم بتصحيح إيداعه خلال مهلة شهرين و يمكن تمديد هذا الأجل عند الإقتضاء ، و إذا لم يقم المودع بتصحيح ملفه في الأجل الممنوحة له لمدير المعهد رفض الإيداع دون إسترداد المدفوعة (3).

1\_تنص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 277-05 المتعلق بتحديد كفيات إيداع العلامة و تسجيلها

2\_أنظر المادة 05 من الأمر 277-05 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها

3\_نسرين شريقي - مرجع نفسه ، صفحة 149- ص 150 .

## **الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا**

### **-فحص الإيداع من الناحية الموضوعية :**

-بعد قبول الإيداع شكلا ، تبحث المصلحة فماذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا ، كأن تكون العلامة مودعة من السيمات أو الرسوم أو الرموز المحظور إستعمالها كعلامة إستنادا لأحكام المادة 11 (1) من المرسوم التنفيذي رقم 277-05 ، و إذا تبين من الفحص أن أسمه أو الرمز المختار محظور إستعماله كعلامة لسبب أو لعدة أسباب من اسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 03-06 ، تبلغ المصلحة المختصة بذلك المودع و تطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهران (2) ابتداء من تاريخ التبليغ و يمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب محلل من صاحب الطلب . (2)

### **-تحديد الإيداع**

-مبدئيا ينتج إيداع العلامة أثارة طيلة 10 سنوات (3) ، لكنه يجوز أن تستمر الحماية القانونية في حالة تجديد مقابل دفع رسوم ، و هكذا يمكن تجديد الإيداع كلما تجديد إنتهت المدة المحددة قانونا ، فحدد التجديدات غير حدد ، ويجب القيام بعملية التجديد في مهلة ستة أشهر التي تسبق إنقضاء التسجيل أو أكثر ستة أشهر التي تلي الأنقضاء (4)، إلا أن عدم تجديد الإيداع في الوقت المحدد ، لا يجيز للغير تملك العلامة التي أراد المشرع حمايتها في هذا الفترة ، غير أن المرسوم التنفيذي رقم 277-2005 ينص في المادة (19) منه على أنه يكفي لطلب تجديد الإيداع أن يثبت صاحب العلامة أنه قام بإستغلال في السنة التي تسبق إنقضاء التسجيل (5) ، حتى و لو لم يقم بإستغلالها طوال السنين السابقة فهذا النص يخالف

مضمون النص التشريعي (6) الذي ينص من جهة على واجب استعمال العلامة بصورة جدية ، و من جهة أخرى على المهلة التي تؤدي إلى سقوط الحق عليها .

-و يلاحظ من إستقراء هذا النص أنه يسمح لصاحب العلامة أن يحتفظ بها إذا كان عدم الإستغلال لا يتجاوز ثلاث سنوات ، زائد سنتين إذا أثبت وجود ظروف عسيرة ، لا يسمح لصاحب العلامة بعد هذه المهلة أن يتمسك بحقه على العلامة ، نتيجة لذلك لا يمكن أن يطلب تجديد إيداعها بعد إنقضاء مهلة التسجيل (أي عشر سنوات) بما أن حقه عليها كان قد سقط ، ويشترط ألا يؤدي التجديد إلى تغييرات جذرية في الإيداع ... الأصلي أو إلى إضافات في قائمة السلع أو الخدمات المعنية ، لذا يمكن قبول التغييرات إذا كانت سطحية أو غير جوهرية بينما يجب إستبعادها إذا غيرت مثلا سمه المختارة كعلامة ، كما ينبغي في هذه الحالة إجراء إيداع جديد .

- 1\_أنظر المادتين 11 و 12 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 2005-277 د/فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، الحقوق الفكرية (حقوق الملكية الصناعية و التجارية) المرجع السابق ، ص235
- 2\_نسرين شرقي - مرجع نفسه ص 150-151
- 2\_أنظر المادة (6) ثانيا من الأمر رقم 2003-06-، و المادة (20) من الأمر رقم 66-57
- 4\_أنظر المادة (18) من المرسوم التنفيذي رقم 2005-277
- 5\_أي إنقضاء عشر سنوات
- 6\_يقصد هنا المادة (11) من الأمر رقم 2003-06

-24-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا الفرع الثاني : نشوء الحق في العلامة التجارية :

-يترتب على تسجيل العلامة جملة من الحقوق تخول لمالك العلامة الذي إستوفى كافة إجراءات التسجيل وفق ما يقتضيه القانون، و سنتعرض لهذه الحقوق و حالات إنقضاءها على النحو التالي :

### أولا : إكتساب الحق في العلامة :

لقد خول المشرع الجزائري مالك العلامة المسجلة بصفة قانونية جملة من الحقوق عليها كالحق في إستغلالها و التصرف فيها بكافة التصرفات الجائزة قانونا ، بيعا ورضا و ترخيص .

### -الحق إستعمال العلامة و إستغلالها :

-حسب نص المادة 05 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات فإنه الحق في العلامة حق مؤقت و ليس دائما، صحيح أن صاحب العلامة يستطيع الإحتفاظ بحقه في علامته إلى ما لا نهاية عن طريق تجديد التسجيل و الإستمرار في إستعمالها ، لكن ذلك يبقى حقه فيها مؤقتا و ليس دائما ، ما دام توقفه عن الإستعمال غير مبرر ، أو عدم قيامه بالتجديد مما يؤدي إلى زوال حقه في العلامة إذن فعلى مالك العلامة الحرص على الإستعمال الجدي لها و التجديد المستمر في تسجيلها ، حق يضمن لنفسه دوام الحق في إستعمالها .

### -حق التصرف في العلامة :

يخول تسجيل العلامة لصاحبها الحق في التصرف فيها سواء بالتنازل عنها (البيع) أو رهنها ، كما يمكن أن تكون موضوع رخصة ، و هو ما سنوضحه فيمايلي :

### (أ)-إنتقال الحق في العلامة :

لقد جاء في المادة 1/4 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات النص على مايلي:"بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة ، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلي التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهناً . "

-بمعنى انه يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع و يجوز بيعها كلياً أو جزئياً بجميع السلع التي سجلت من أجلها أو جزء منها فقط، و لانتقال الحق في العلامة ، إشتراط المشرع الجزائري بموجب المادة 15 من نفس الأمر أعلاه ، تحت طائلة البطلان ، الكتابة و إمضاء الأطراف في عقود نقل الحق في العلامة المودعة أو المسجلة ، كما قضت المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيليها ، بوجود قيد نقل الحقوق المتعلقة بالعلامات في سجل العلامات من قبل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، بناء على طلب أحد الأطراف المعنية ، و يرفق طلب القيد بكل وثيقة أو عقد يثبت النقل و لا يكون ناقداً في مواجهة الغير إلا منذ تاريخ تسجيله في سجل العلامات .

(ب) **رهن العلامة** : منح المشرع الجزائري صاحب العلامة بموجب المادة 1/4 من الأمر رقم 03-06 سلفة الذكر الحق في إنتقال العلامة كلياً أو جزئياً بصورة مستقلة عن المحل التجاري ، كما يمكن أن يكون محل رهن أي أن العلامة يمكن أن تكون محل رهن عن طريق المحل التجاري بإعتباره عنصر من عناصره أو في هذه الحالة

-25-

## **الفصل التمهيدي فهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائياً**

-يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة ، و هذا ما نصت عليه المادة 119 من القانون التجاري، و إما أن تكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري، و كيفما كانت طريقة رهن العلامة يجب أن يتم تسجيلها في دفتر العلامات و قد ترد في بعض الحالات قيود على العلامة ، يجب أن تسجل أيضاً في الدفتر الوطني للعلامات .

**ج-رخصة إستغلال العلامة :** -حسب نص المادة 16 من الأمر رقم 03-06 فإنه يجوز إستغلال العلامة عن طريق رخصة إستغلال العلامة و ذلك بمقتضى العقد الذي يمنح بواسطة صاحب العلامة للغير الحق في إستغلال علامته كلياً أو جزئياً بصورة إستثنائية أو غير إستثنائية و ذلك بمقابل يكون على شكل إتاوات ، و تعتبر هذه العملية بالنسبة لصاحب العلامة ، وسيلة إستثمارية خارج موطنه و بصفة خاصة بالنسبة للعلامات ذات السمعة العالمية

-ولا يترتب على هذه الرخصة (العقد) حق عيني بل حق شخصي يخول للمرخص له حق إستغلال العلامة على وجه المتفق عليه في العقد ، إذا يجب على هذا الأخير إستغلال العلامة لتجنب سقوط الحق في إستغلالها و يتولى ذلك شخصياً ، و لا يحق له منح رخص فرعية ، أو رفع دعوى التقليد لأنها من صلاحيات صاحب العلامة ، وهذا ما ينص العقد على خلاف ذلك . و طبقاً لأحكام المادة 17 من نفس الأمر فإنه يشترط تحت طائلة البطلان أن يتضمن العقد العلامة المرخص بها فترة الرخصة ، تعيين السلع و الخدمات التي منحت لأجلها

الرخصة و كذا تحديد الإقليم الذي يسمح بإستعمال العلامة في مجاله ، كما يجب قيد الرخصة في سجل العلامات لدى المصلحة المختصة وفقا لأحكام المادتين 23 و 24 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277

**سقوط الحق في العلامة :** لقد نص المشرع في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على حالات سقوط الحق في العلامة إذا يمكن أن يسقط الحق فيها بإرادة صاحبها . و ذلك بالتخلي أو العدول عنها ، أو ترك إستعمالها ، كما قد يسقط لأسباب خارجة في إرادته محدد قانونا و ذلك بإلغائها أو إبطالها قضاء .

**أولا : سقوط الحق في العلامة بناء على إرادة صاحبها :** يسقط حق مالك العلامة فيها في الحالات الآتية : (أ) **عدم تجديد التسجيل :** -تكتسب العلامة المسجلة الحماية القانونية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد لمدة متتالية غير محدد طبقا للمادة 2/5 من الأمر رقم 03-06 و عليه يمكن لصاحب العلامة تجديد التسجيل حتى يضمن بقاء حقه في العلامة ، و طبقا لأحكام المادتين 17 و 20 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 ، فإنه لا يجوز عند تحديد التسجيل إدخال أي تغيير على العلامة أو شطب أو إضافة سلع أو خدمات غير التي سجلت من أجلها العلامة مسبقا ، إذا يتطلب كل تعديل في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات إيداعا جديدا .

-26-

## **الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا**

-و عليه فإن صاحب العلامات ملزم بتجديد تسجيل العلامة حتى تستمر حمايتها القانونية ، و هي تقتضي بعد تقديم طلب التجديد إلى المصلحة المختصة في المهلة المحددة قانونا . (1)

**(ب)- العدول عن التسجيل :**

بناء على أحكام المادة 19 من الأمر رقم 03-06 و المادتين 25 و 26 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 ، فإنه يجوز لصاحب العلامة أن يطلب من المعهد الوطني الجزائري الملكية الصناعية العدول أو التخلي في تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة ، ويشترط في العدول أن يتم قيده في سجل العلامات ، فلا يكون نافذا في مواجهة الغير إلا بعد تسجيله ، ثم يتم نشره من أجل إعلام الغير ، و يسرى المفعول العدول ابتداء من يوم تسجيله و إذا تعلق العدول بعقد ترخيص العلامة فإنه يتطلب وجوبا موافقة المستفيد من الترخيص ، ويترتب عن العدول عن تسجيل العلامة انقضاؤها أي سقوط الحق فيها فتصبح من المال العام ، حيث يجوز لأي شخص طلب تسجيلها أو إستغلالها دون حاجة لموافقة من عدل عنها .

## **ثانيا : سقوط الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها :**

إن الحق في العلامة يمكن أن يسقط لأسباب خارج عن إرادة صاحبها ، كحالة صدور قرار قضائي ببطان تسجيل العلامة أو حالة عدم إستغلال مالك العلامة لها وفقا لأحكام المادة 11 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات كما سيأتي بيانه .

## (أ) - بطلان التسجيل :

بالرجوع إلى أحكام المادتين 20 و 21 من الأمر رقم 03-06-06-المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع ميز فيما يتعلق ببطلان تسجيل العلامة بين الإبطال و الإلغاء .  
-فطبقا للمادة 20 أعلاه يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع بناء على طلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو من الغير عندها يتبين لها بأن التسجيل جاء مخالف لأحكام القانونية المقررة في المادة 07 من هذا الأمر ، كما يجوز للجهة القضائية المختصة أيضا إلغاء تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في المادة 21 من هذا الأمر .

-و في هذه الحالة ما إذا كانت هنالك علامة فاقدة لشرط التمييز قبل تسجيلها ثم إكتسب هذه الصفة بعد قيد تسجيلها في سجل العلامات لدى المعهد ، فإنه لا يمكن إقامة دعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة على أساس إنها لم تتمتع بصفة التمييز ، و قد أجاز المشرع في المادتين 27 و 28 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات و تسجيلها إقتصار الحكم بالإبطال أو الإلغاء على جزء من أي إذا مرت ستة أشهر التي تسبق القضاء التسجيل أو ستة أشهر على الأكثر التي تلي هذا الإنقضاء .

-27-

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة ، و متى صدر حكم الإبطال أو الإلغاء وجب قيده في سجل العلامات ، و عليه لا يمكن للمعهد أن يقوم من تلقاء نفسه بإبطال أو إلغاء العلامة المسجلة إلا بموجب حكم قضائي صادر عن المحكمة الموجودة في دائرتها مكان إستغلال العلامة ، كما تجدر الإشارة على أن دعوى الإبطال تتقادم بمضي 05 سنوات تسري من تاريخ تسجيل العلامة .

### (ب) عدم إستعمال العلامة :

طبقا لأحكام المادة 11 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر ، فإنه يترتب على عدم إلتزام مالك العلامة المسجلة بالإستعمال الجدي للعلامة لمدة تزيد عن ثلاث سنوات ، دون إنقطاع إبطال العلامة و بالتالي سقوط حقه في العلامة إلا إذا قدم مالك العلامة ما يثبت وجود ظروف عسيرة حالة دون إستعماله للعلامة قبل إنتهاء هذا الأجل . إذا يمكن منحه أجلا إضافيا لإستغلالها لا يتجاوز سنتين .

-و قد أشارت المادة 2/21 من هذا الامر إلى إقتصار طلب إلغاء تسجيل العلامة بسبب عدم الإستعمال على الغير الذي يعينه الأمر دون سواه حيث يصدر الحكم القضائي بالإلغاء من الجهة القضائية المختصة وفق ما يقتضيه القانون<sup>(1)</sup> .

## المطلب الثاني : التكامل بين قانون العقوبات و التشريعات الخاصة بالحماية الجنائية

يهدف النظام القانوني في الدولة إلى حماية المصالح و القيم الأساسية و الجوهرية التي تهم المجتمع ، من خلال فرض الإلتزامات التي يجب على و الجماعات مراعاتها<sup>(1)</sup> ، ذلك

أن هدف قانون العقوبات هو حماية المصالح في الوقت الذي سنت فيه قواعد ، إذا يتوجب وجود حد أدنى من القواعد المنظمة لسلوك الأفراد و الجماعات، سواء كانت هذه القواعد شرعية أم قانونية ، و إلا أدى ذلك إلى سيطرة فئة على أخرى ، و بالتالي إنتشار الفساد ، لذا يثار التساؤل حول مدى التداخل بين قانون العقوبات و التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية مستقلة أم مكملة لقانون العقوبات ؟

للإجابة على هذه التساؤلات يجب إبتداء تناول دور قانون العقوبات في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، ثم تناول دور التشريعات الخاصة في توفير هذه الحماية ، و ذلك لمعرفة ما إذا كان هنالك تداخل بين قانون العقوبات و التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في توفير الحماية الجنائية لها . و لذا سيتم تقسيم هذه الدراسة على النحو الآتي :

## **الفرع الاول : تجرد قانون العقوبات من تقرير الحماية الجنائية للعلامة التجارية**

-يعد النظام القانوني الجنائي الوسيلة الفعالة و الناجعة في حماية المصالح الأساسية و القيم الجوهرية التي يقوم عليها النظام في المجتمع، فهو بنين متكامل يهدف أول ما يهدف إلى تحقيق "الضبط الإجتماعي" في المجتمع الذي يطبق فيه <sup>(1)</sup> ، و لأن قواعده تسم بفاعليتها و سرعة تطورها و تعديلها بما يتفق مع إحتياجات و ظروف المجتمع المستجده

1\_ محمد مروان البياتي ، المصلحة المعتبرة في التجريم ، رسالة دكتوراه ، نشر 2002 ، جامعة الموصل ، ص 23 .

## **الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا**

-و إذا كان قانون العقوبات بهدف إلى حماية القواعد التي يرى المشارع ضرورتها لحسن سير المجتمع كله بفرض الجزاءات الرادعة عند مخالفة هذه القواعد ، فإن أهمية الحاجة إليه تزداد و بخاصة في الوقت الحاضر حيث طغت المادة على القيم و المبادئ ، في الوقت الذي أدت فيه السياسة الإقتصادية و الإجتماعية إلى ظهور بعض الجرائم التي تمس الإقتصاد و تضر بالمستهلك .

و في إطار تدخل المشرع في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية في قانون العقوبات فإنه يتصور هذا التدخل بأسلوبين ،الأول منهما بالنص مباشرة على تجريم الأعتداء على العلامة التجارية و ذلك بفرض الجزاء على هذا الإعتداء (التجريم النصي المباشر) ، أما الثاني فهو غير مباشر إذ يفترض في هذا الأسلوب خلو قانون العقوبات من نص صريح يجرم التعدي على العلامة التجارية ، وبالتالي – و لمواكبة التطورات الإقتصادية – فإنه يتم التوصل إلى توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية عن طريق نصوص أخرى في ذات القانون .

و إزاء ما تقدم ، و بالرجوع إلى قوانين العقوبات في غالبية الدول ، و بتطبيق أساليب التجريم فإنه يلاحظ بأن قوانين العقوبات قد جاءت خالية من النص على توفير الحماية



الجنائية للعلامة التجارية ، و إن ورد في هذه القوانين النص على توفير تلك الحماية للعلامات الحكومية فقط (1)

و بإستقراء نصوص قوانين العقوبات فإنه يلاحظ أن هذه القوانين لم تتدخل لإسباغ الحماية الجنائية على العلامة التجارية بأية صورة ، و بالتالي لم تحدد الجزاء لهذا الإعتداء . و ترتيبا على ذلك ، فإنه يمكن الذهاب إلى أن المشرع الجنائي في غالبية الدول لم يسبغ الحماية الجنائية للعلامة التجارية في القانون العام ، و لم يورد في هذا القانون نصوصا تعتبر الإعتداء على العلامة التجارية جرما يعاقب عليه في القانون و يحدد له الجزاء (2). لهذا التطبيق أساليب التجريم على صور التعدي على العلامة التجارية، فإنه لا يمكن إستخدام هذه الأساليب في جرائم الإعتداء عليها ، ذلك أنه بالنسبة للنص التجريمي المباشر ، فإنه لم يرد في قوانين العقوبات أي نص يجرم صراحة الإعتداء على العلامة التجارية و يحدد له الجزاء .

و كذلك لا يمكن تصور إستخدام أسلوب التجريم غير المباشر ، في الجرائم الواقعة على العلامة التجارية ، و ذلك لإختلاف شروط التجريم و خصوصية جرائم الإعتداء على العلامة التجارية .

---

1\_ يراد بالعلامة الحكومية: الشارات و الرموز الخاصة ببعض المصالح الأميرية أو السلطات العامة التي تستعملها لغرض من الأغراض أو للدلالة على معنى خاص أيا كان شكلها أو نوعها ، ومثالها الرمز الذي تضعه دائرة الجمارك على بضاعة للدلالة على سداد الرسوم المقررة عليها . راجع في هذا : د/محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص ، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1972 ، ص 259 وما بعدها

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

### الفرع الثاني : دور التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في توفير الحماية الجنائية لها

في الحقيقة تنشأ عن مسألة تداول السلع و الخدمات و البضائع بين المنتج و مقدم الخدمة و التاجر من جهة و بين المستهلك من جهة أخرى ، إذ يسعى هذا الأخير إلى الحصول على السلع أو البضائع أو الخدمات التي يفضلها ، و بهذا يتفرع عن هذه العلاقة ضرورة تدخل المشرع لتوفير .

الحماية القانونية ، و ذلك من خلال تنظيم أحكام العلامة التجارية بدءا من تقديم طلب تسجيلها و الإعتراض عليه و نشره و وصولا إلى تحديد نماذج التعدي على تلك العلامة ، و الجزاء المناسب للجناة .

### أولا : القواعد التنظيمية للعلامة التجارية :

- إن إسباغ الحماية الجنائية على العلامة التجارية ضمن تشريعات خاصة بها يعد من الوسائل غير المباشرة التي يهدف المشرع من خلالها إلى حماية المستهلك ، وذلك بتحديد صور الإعتداء على هذه العلامة و جزاء هذا التعدي ، لما في ذلك من تحقيق مصلحة

مزدوجة، تتمثل في توفير الحماية لمالك العلامة التجارية و ذلك بمنع غيره من إستغلالها أو إستعمالها.

- و كذلك توفير حماية للمستهلك من الغش و الخداع و التضليل في مجال التعامل التجاري ، إذا من شأن تجريم الإعتداء على العلامة التجارية المساهمة في القضاء على وسيلة تعد من أهم وسائل تضليل وخداع المستهلك و غشه في نوعية و مصدر البضاعة التي يفضلها ، وكذلك تساهم هذه الحماية في إستقرار الأمن الإقتصادي و التجاري .

- بإستقراء نصوص التشريعات التي تتناول أحكام الحماية للعلامة التجارية ، فإنه يلاحظ أن كافة هذه التشريعات تتناول و بحسب الأصل الإجراءات التنظيمية لأحكام العلامة التجارية، وذلك من خلال التعريف بالعلامة التجارية و تسجيل العلامة، و إجراءات التسجيل و الإعتراض عليه و تجديد هذا التسجيل .

-حيث يلاحظ بأن المشرع الجزائري قد نظم أحكام العلامة التجارية في الأمر رقم 03-06، و ذلك بالنص على القواعد التنظيمية في العلامة التجارية . حيث أورد في المادة الثانية منه تعريف العلامة التجارية ، كما تتناول العلامات التي لا يمكن تسجيلها في المادة (07) منه ، أما المرسوم التنفيذي رقم 05-577 فهو يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها .

## الفصل التمهيدي مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا

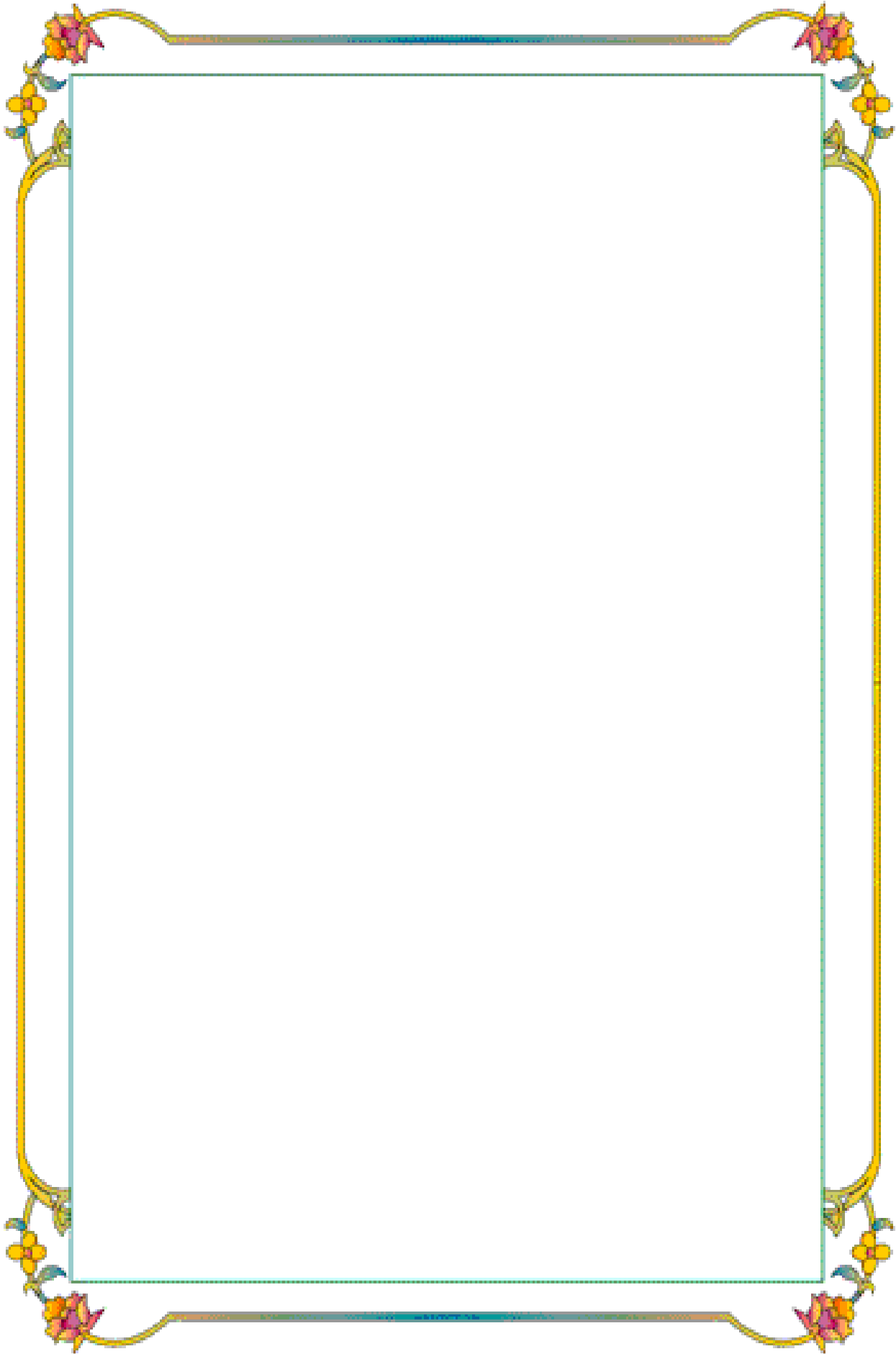
-و إزاء ما تقدم يلاحظ أن تشريعات العلامات التجارية التي تناولت توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، قد جاءت بحسب الأصل لتنظيم أحكام تسجيل العلامة التجارية ، قد جاءت بحسب الأصل لتنظيم أحكام تسجيل العلامة التجارية من لحظة تقديم طلب التسجيل إلى إعلانه مرورا بالإعتراض عليه ، ثم تتدخل هذه التشريعات بنصوص توفر الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، ولذلك من خلال تعداد صور الإعتداء على العلامة التجارية والعقوبات الأصلية و التكميلية التي يتوجب إيقاعها على المعتدي<sup>(1)</sup> .

-لقد كان لزاما علينا التطرق إلى المفاهيم الأولية الخاصة بالعلامة التجارية، و المراحل التي مرت بها الحماية الجنائية للعلامة التجارية، و كذلك إلى الشروط الواجب توافرها في العلامة ، حيث تبين لنا من خلال هذه الدراسة أنه ليس كل علامة تجارية يمكن أن تتمتع بالحماية الجنائية، و إنما هذه الحماية كانت حكرا على العلامة التجارية المسجلة فقط ، أي أنه القانون ، و يقصد بذلك أن يكون مالك العلامة التجارية قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة .

-و بذلك تظهر أهمية التسجيل للعلامة التجارية فهو ركن لا بد من تحققه الشمول العلامة التجارية بالحماية الجنائية ، و عليه فإن العلامة ، فإذا وقع الإعتداء عليها خلال هذه الفترة تنهض الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، أما إذا وقع الإعتداء عليها في وقت سابق على تسجيلها أو بعد إنقضائه لسبب ما ، عند ذلك تنحسر الحماية الجنائية للعلامة .

---

1\_ أنظر في هذا : الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية الجزائرية وقانوني الملكية الفكرية المصري و الفرنسي .



# الفصل الأول

## الفصل الأول مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

### الفصل الأول : مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

-إن الإعتداء على العلامة التجارية جريمة كالجرائم المنصوص عليها في القانون ، لها صور مختلفة و لتحديد نوع الجريمة تكون العبرة بما ينص عليه القانون لما يقضي به القاضي ، و يتغير نوع الجريمة بتغير الوصف القانوني للواقعة نتيجة إقترانها بطرف مشدد عدا طرف العود ، و لا يتغير نوع الجريمة نتيجة تطبيق الظروف المخففة ، و لمواجهة هذه الجريمة وضع المشرع عقوبات تتناسب معها ، لهذه قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين هما :  
الأول صور الإعتداء على العلامة التجارية .

و يخصص الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامات التجارية

### المبحث الأول : صور الإعتداء على العلامة التجارية

و صور الإعتداء على العلامة التجارية يمكن أن تتمثل في الإعتداء على ذاتيتها و البعض الآخر يتمثل في الإعتداء على ملكيتها و هذا ما سيتم التطرق إليه على النحو الآتي :

### المطلب الأول : جرائم الإعتداء على ذاتية العلامة التجارية

-يقصد بجرائم الإعتداء على ذاتية العلامة التجارية تحديد الأفعال المعاقب عليها و التي تنصب على ذاتية العلامة التجارية ، و بيات الأفعال التي تلي وقائع الإعتداء على ذاتيتها ، حيث تنصب على إستعمال هذه المزيفة ، و هنا يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة (1) .

-في التشريع الجزائري يمكن أن يكتسي الإعتداء على العلامة أشكالاً مختلفة ، بعضها يتمثل في الإعتداء على الحق في العلامة ، و هو الإعتداء المباشر لأنه يمس موضوع الحماية القانونية و مثال ذلك التقليد أي إستعمال رموز مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة ، و البعض الآخر يتمثل في الإعتداء على قيمة العلامة و هي إعتداء غير مباشر و مثال ذلك التقليد التدليسي أي المحاكاة التدليسية . لذلك ستم دراستي على النحو الآتي (2) .

### الفرع الأول : جريمة تقليد العلامة

التقليد هو إصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية و لو أضاف إليها المقاد أفاظاً ، فقد عرفه الأستاذ روبيار بكونه "إعادة إصطناع العلامة في جانبها الأساسي و الممهر " و هو ما يطلق عليه الإصطناع "الشرس" و الكامل و الحرفي للعلامة .

-و التقليد يحدث سواء في المجال الصناعي أو التجاري ، فتقليد العلامة في النشاط الصناعي يحصل من قبل المصنع المعتبر مقلداً ن أما في النشاط التجاري فإن التاجر الذي يقدم على المتاجرة سلع أو بضائع مقلدة يعد مرة كالجرم التقليد ، حتى لو لم يقدم بنفسه على الصاق هذه العلامة على السلع موضوع الاتجار .

-و مهما يكن الأمر فإن جريمة التقليد و على غرار بقية الجرائم تخضع لمبدأ الشرعية المقرر دستورياً ، إلا أنها تتميز عنها في نقاط أخرى فيما يتعلق بالركن المادي و المعنوي و سوف يكون التطرق إليها فيما يلي :

1\_ هالة مقداد أحمد الجليلي : العلامة التجارية ، الطبعة الرابعة ، دمشق ، المكتبة القانونية 2004 ، ص 191 .

2\_ أمنة صامت ، المرجع نفسه ص 134

### -أولا : الركن المادي :

-يقصد به إعادة إصطناع العلامة التجارية نفسها ، بمعنى النقل الحرفي للعلامة سواء نفلا كاملا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها إلى درجة يصعب التفرقة بين كل منهما .  
-لا يجوز إقامة أي دعوة تقليد إلا على علامة مودعة و مسجلة تسجيلا صحيحا و على أن يكون التقليد في نفس الصنف عن السلع و لعلامتين ليستا لنفس المالك ، وتكون الجريمة قائمة متى حصلت العلامة على تسجيل صحيح ، فلو تم تسجيل علامة على أساس أنها صحيحة ثم تبين لاحقا للقضاء بأن الإدارة قد أخطأت بتسجيلها فحتى و لو تم إبطالها فيما بعد فإن الفترة السابقة على الحكم تكون فيه العلامة صحيحة و عليه يجوز تقديم دعوى التقليد تقوم وجودا و عدما التسجيل و عليه إذا حصلت إساءة بأفعال سابقة على التسجيل فلا يمكن ملاحقتها بدعوى التقليد و كذلك الحال بعد إنتهاء مدة الإيداع أو عدم تجديده ، حيث يجوز عندها فقط الملاحقة بدعوى المنافسة غير المشروعة .

### ثانيا : الركن المعنوي :

وهو القصد الجنائي أي سوء نية المقلد ، وعلى عكس قواعد قانون العقوبات التي تتطلب لقيام أي جريمة ركن مادي و معنوي فإن جريمة التقليد لا تتطلب في الغالب إلا ركنا واحدا و هو الركن المادي المتمثل في إستنتاج العلامة ، و لا أهمية لسوء النية ذلك أن الركن المعنوي غير ضروري في قيام الجريمة ، فتقليد العلامة معاقب عليه بذاته إستغلا لا عن سوء القصد و دون أن يكون للمتهم غنثبات حسن نيته إلا إذا تعلق الأمر بحسن النية الأمر 06/03 ، و عموما فإن التقليد لا يتطلب تقديرا قضائيا ، فإن كانت العناصر الأساسية المميزة للعلامة مصطنعة فإنه لا يتطلب أكثر من ذلك و لا تهم الجهود التي يقوم المقلد بها بتمييز علامته من خلال نقاط أخرى .<sup>(1)</sup>

- و قد صدرت عدة قرارات قضائية بصدد جرائم التقليد نشير إلى البعض منها ، و يتعلق الأمر بالقرار الصادر عن مجلس القضاء الجزائر الصادر في 1999/03/17 و ذلك في القضية القائمة بين شركة عطور لانكوم و بين إحدى "جديدي" حيث قضى المجلس بأن المتهم الذي سمي عطره تريزور قد ارتكب جنحة التقليد عندما إصطنع علامة تريزو لانكوم و حكم عليه بالتعويض و بإلغاء العلامة المقلدة .

1\_ فاضلي إدريس : مرجع نفسه ، ص 318 ، 319

## الفصل الأول

### مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

-و في قرار آخر صادر في 1989/01/30 عن مجلس قضاء الجزائر قرر بأن تسمية بينتا تشكل تقليدا لفظر هاباتينا و ذلك لوجود إضافة لأحد الحروف المكونة للعلامة ، وجاء في حيثيات القرار أنه: "يستخلص من المقارنة بين بطاقات المتهم و بطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم... و الألوان و من حيث السمع و أن الإجتهد القضائي يعتبر جناحة التقليد قائمة عندما يتم تقليد منتج في تغليف يحمل أوجه تشابه و تطابق كبيرة ، ولكنه يوحى بإسم العلامة التي تمت محاكاتها .

-أما عن القضاء الفرنسي فقد صدر قرار عن محكمة النقف الفرنسية في 1981/10/05 في قضية بين شركة " كورلين" للطور و الصابون و مواد التخصيب و التجميل صاحبة علامة جيسكي المودعة في 1889 و المجددة بانتظام و السيدة فار فالي صاحبة علامة نيكسي دفيزيون المودعة سنة 1975 ، حيث أدعت الشركة أن علامتها تعرضت لإعتداء سبب لها ضرر نتيجة التقليد فأوضحت الغرفة التجارية أن تسمية نيكسي تشكل تقليدا شبه مطابق لعلامة جيسكي و إضافة كلمة ديفيزيون لا تخفي هذا التقليد .

-كما أن التقليد قد يتحقق إذا ما كانت العلامتين الصحيحة و المقلدة مركبتين و تم أخذ عنصر واحد من الأولى نوضعه في الثانية إلا أن هذا العنصر هو المشهور فيها ، و مثال ذلك بلاك و بلاك كنيج فكلمة بلوك هو العنصر المشهور و الخصوصي و المميز في العلامة .

### الفرع الثاني : جريمة التقليد التديسي (المحاكاة التديسية) :

-يقصد بالتقليد التديسي المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور ، يتم ذلك عن طريق إتخاذ الصانع أو التاجر علامة مشابهة للعلامة الأصلية لوضعها على منتج دون أن يستحير جزء من العناصر التي تتكون منها العلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا الفعل إلى أحداث خلط في ذهن الجمهور و تعد هذه الجريمة الأكثر إنتشار في الأوساط .  
-إن جريمة المحاكاة التديسية على خلاف جريمة التقليد التي تتطلب الركن المادي فإنها تخضع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات حيث يتطلب لقيامها توافر ركنين .

#### -ركن مادي :

يتمثل في محاكاة تنصب على التأثير في الطابع الأساسي للعلامة كفيل بخلق اللبس في ذهن المشتري .

#### - اما الركن المعنوي :

يتمثل في القصد الجنائي أي قصد الغش لدى المحاكر و الذي يؤدي إلى أحداث اللبس و الخلق لدى الجمهور .



-و تقدير مدى وجود تشابه بين علامتين هو من المسائل الموضوعية التي تتدخل في سلطة القاضي الموضوع ولا رقابة عليه من المحكمة العليا و لقد منع قانون الملكية الفكرية الفرنسي صراحة في مادته B 13.3 L 7 التقليد التدليسي للعلامة (1).

-و حسب القضاء الفرنسي تكون أما جريمة التقليد التدليسي متى توافر إحتمال حدوث لبس لدى المشتري البسيط و الذي لا تتوافر أمامه العلامتين .

-و عن القضاء الجزائري فقد صدر حكم عن محكمة الجزائر بتاريخ 1969/05/09 بين الشركة ذات المسؤولية المحدودة "حمود بوعلام" ضد "زروقي وزرقة" حيث قامت الشركة الأولى مالكة العلامة سلكتو برفع دعوى من أجل محاكاة تدليسية أو غير شرعية لعلامتها ضد المدعو "زروقي" مالك مصنع مشروبات زرقا الذي أودع لاحقا علامة سلكترا لتسويق مشروب غازي بطعم التفاح و قضت المحكمة أن علامة سلكتو معروفة و ها حيث و مستعملة منذ مدة طويلة و أن للطريقة و للتسميتين التي تقدم المنتوجات بها أوجه تشابه .

-بخصوص الطبيعة و الإستعمال و أن تواجد العلامتين معها الثابت التشابه بينهما كفيل بأحداث اللبس في ذهن المستهلكين و من ثم إحتمال وقوع اللبس بين العلامتين :

-و بما أن التقليد التدليسي يعد تقليدا مخفيا بصورة تشابه علامتين لذلك فقد وضع القضاء بعض المعايير القواعد تستند إليها سلطة القاضي التقديرية في مدى توافر التشابه بين العلامات التجارية من عدمه و هي :

### -القاعدة الأولى :

النظر إلى الشكل العام للعلامة في مجموعها دون التفاصيل الجزئية أو بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن بصرف النظر العناصر التي تركبت منها ، وبناءا على ذلك ينظر لكل منهما على حدا .

### -القاعدة الثانية :

النظر إلى أوجه التشابه دون أوجه الإختلاف فإذا كان هناك تشابه بين العلامتين في العناصر الجوهرية المميزة فلا يعتد بعد ذلك بما بينهما من فروق جزئية .

---

L'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitées pour des produits ou ... »  
« service identique ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement .

## الفصل الأول مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية -القاعدة الثالثة :

التشابه الذي يعتبر تقليدا هو ذلك الذي من شأنه تضليل الجمهور أي المستهلك العادي لا المستهلك المهمل و لا المستهلك اليقظ .

-إن التشابه بين العلامات التجارية قد يكون صوتيا أو لفظيا أو بصريا بحيث يوحي للمستهلك الإحساس بوجود تطابق بين العلامتين ، و للوقوف على ذلك يجب الإبقاء علة تسمية العلامة دون أي إضافات بازاحة كل الحروف الزائدة حتى يتسنى إجراء مقارنة للجزء المميز للعلامة حقا ، و في هذه المجال حكم رديلاك كما قد يتحقق التقليد التديليسي بمجرد ترجمة العلامة الأصلية من لفتها الأصلية إلى لغة أخرى مثل سكول و اتر إلى أو إكاغلات في حين ليس هناك تقليد بين أمريكا أقل و أقل و قد يكون التقليد التديليسي بالتضاد بين تسمية العلامتين حيث إعتبرت علامة لافاش سيغيوز تقليد أتديليسيا للعلاقة لافاش كيريت .... إلخ .

### ملاحظة :

أنه ولا جدير إنه ولا جدير بالذكر هناك جرائم أخرى تتعلق بذاتية العلامة التجارية و هذه الجرائم تتعلق بما نصت عليه المادة 33 من الأمر 06/03 و المادة 429 ق.ع  
-أحسب المادة 33 من الأمر 06/03 : و تتمثل هذه الجرائم في  
-عدم وضع العلامة على السلع و الخدمات على نحو مخالف للأمر  
-البيع أو العرض للبيع عمدا لسلعة أو أكثر أو تقديم خدمة لا تحمل علامة  
-وضع على السلعة أو الخدمة علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها طبقا للأمر .

### ب-حسب قانون العقوبات :

-و هو جاء في نص المادة 429 منه التي وردت في الباب الرابع المعنون بـ "الغش في بيع السلع و التديليس في المواد الغذائية" حيث نصت على أنه : "يعاقب بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات و بغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد :  
-سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع .

-سواء في نوعها أو مصدرها

-سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها ..."

-و نشير في هذا الصدد إلى أن الجرائم الواردة في الأمر 06/03 المبينة أعلاه هي جرائم مستخدمة لم يسبق النص عليها في ظل الأمر 57/66 و يرجع ذلك إلى الصرامة التي تبناها المشرع الجزائري بالنسبة لطرق عرض تقديم السلع و الخدمات و كل ذلك لتحقيق الحماية اللازمة للمستهلك و المستثمر (1) .

1\_ نسرين شريفي : المرجع نفسه ، صفحة 160-161

## الفصل الأول مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

### المطلب الثاني : جرائم الإعتداء على ملكية العلامة التجارية

-تختلف جرائم هذا القسم عن الجرائم السابقة الذكر في أن الإعتداء على العلامة لا يكون بواسطة الإعتداء على مادية العلامة .

### الفرع الأول : جريمة وضع سوء القصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره :

-الغرض في هذه الجريمة أن العلامة التجارية محل الإستعمال ليست مزورة أو مقلدة بل علامة دقيقة يملكها شخص و يستخدمها أمر على منتجات أو بضائع مماثلة بدون وجه حق و يتطلب لقيام هذه الجريمة توفر مايلي :

**الركن المادي :** يتمثل في هذه الجريمة في وضع علامة حقيقية على البضائع و المنتجات التي تتمتع بحق إستخدام تلم العلامة بشرط أن تكون البضائع و المنتجات من نفس الصنف ، لذا يعد مرتكبا لهذه الجريمة من قام بنزع العلامة الحقيقية أو البضائع الملصقة على المنتجات و وضعها التي تميزها العلامة الأصلية .

-فالمشرع الجزائري يعاقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الاشياء التابعة لتجارتهم علامة هي ملك غيرهم <sup>(1)</sup> فيتعلق الأمر مثلا بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة لمأها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك .  
و هذه العملية ليست تقليد العلامة الغير بل هي وضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة من صاحب تلك العلامة الأصلية .

**القصد الجنائي :** تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية ، و التي يفترض فيها أن الجاني يعلم بأنه يقوم بإستعمال علامة تجارية مملوكة للغير ، و يلزم لقيامها أن ترتكب سوء نية أو سوء قصد أو بقصد الغش ، أي أن نتيجة نية الجاني إلى إستعمال العلامة على منتجات لتضليل المستهلك حول مصدر الذي يحمل علامة بدون حق ، و بذلك فإن القصد المتطلب في هذه الجريمة هو العقد الخاص أضافه إلى العقد العام .  
-و لكن بالرجوع إلى المشرع الجزائري فلم يتطلب في هذه الجحة توافر عنصر القصد نظرا لعمومية النص القانوني (2)

-فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها ، فلا يجب على المدعى أو على النيابة العامة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الإستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية .

1\_ بالرجوع إلى المادتين 32،26 من الأمر رقم 03-06- سابق الذكر

2\_ بالرجوع إلى نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 سالف الذكر

## لفصل الأول

### مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

-أما الفقه المصري فإنه يشترط لقيام هذه الجريمة أن يتوفر لدى الجاني سوء النية ، أي يقصد بإستعماله علامة غيره تضليل المستهلك و الإفادة من الشهرة التي تتمتع بها العلامة الحقيقية و من ثم لا جريمة إذا تم إستعمال علامة الغير لأغراض شخصية  
-و يمكن إلى هذا الرأي لأن مجرد وضع العلامة التجارية لا يعد قرينة على سوء النية ، لذلك يجب إثبات هذا القصد ، و بالتالي فإنه يحق للجاني نفي القصد السيء و ذلك عن طريق إثبات حسن النية بعدم علمه بملكية العلامة للغير أو أنه إستعمل العلامة بموافقة مالکها و يدخل تقدير توافر سوء النية في إختصاص محكمة الموضوع التي تستخلصه من ظروف و قائع الدعوى . (1)

### الفرع الثاني : جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك :

-تتكون هذه الجريمة من ركنين ، ركن مادي و هو الفعل المعاقب عليه و يتدقق بفعل من أفعال البيع أو العرض للتداول أو الحيازة بقصد البيع ، ويكون محل الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير ، و ركن معنوي و هو القصد الجنائي .

### الركن المادي :

تقع هذه الجريمة في حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون حق أو سبب مشروع و يشمل جميع صور البيع ، و لا فرق في ذلك إذا كان البيع مقابل نقدي أم لا ، و بين ما إذا نتج عن البيع ربح أو خسارة ، أو كان لمرة واحدة أو متكررة ، وكذلك تقع عن طريق وضعها في واجهة المحل التجاري أو إحدى الفروع التابعة له أو بإرسال نشرات إلى العملاء ، و كذلك للاحيازة المنتجات بقصد بيعها كأن يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص إذا وجدت قوائم تدل على أنها تستخدم كمخازن أو مستودعات توضع فيها المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق و يجب أن تحمل هذه المنتجات علامة مملوكة للغير البائع أو العارض أو الحائز أو المتداول و أن تكون المنتجات من ذات النوع أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية .

1\_د/أمنة صامت : المرجع نفسه ، نفسه ص 171،172،173

## الفصل الأول

### مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

القصد الجنائي (الركن المعنوي) :

يلزم لقيام هذه الجريمة توافر القصد الجنائي العام ، إذا تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية ، و بذلك يجب أن تتصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول ، أو يجوز بقصد البيع منتجات تحمل بدون حق علامة مملوكة للغير ، بمعنى أنه يعلم بأن هذه العلامة موضوعة لا تخص صاحب المنتجات التي يبيعه بل تخص شخصا آخر .

-و قد ذهب المشرع المصري إلى عدم اشتراط توافر سوء القصد أو الغش لقيام هذه الجريمة و إنما إكتفى بتوافر العلم لدى الجاني بأنه يعلم أن يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول أو يحوز بضاعة تحمل علامة تجارية مملوكة لغيره (1) .

-و نميل إلى ما ذهب إليه الفقه المصري الذي رأي وجوب توافر القصد الجنائي الخاص لقيام هذه الجريمة ، و المتمثل بنية تضليل و خداع المستهلك في أن البضاعة التي تقوم ببيعها أو بعرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع تحمل لعلامة الحقيقية التي تتمتع بثقة معينة و بالتالي إقبال المستهلكين عليها ، كما أن الجريمة لا تقع في حال إستعمال العلامة المملوكة للغير لأغراض شخصية ، لانتفاء علة النص التجريمي لكونه لا يقصد من هذا الإستعمال تضليل المستهلك (2) .

-أما بالنسبة للتشريعين الجزائري و الفرنسي فقد أغفلا تجريم الحيازة ، حيث كان من الأصوب إلى سلك مسلك المشرع المصري في هذا ، وهذا حتى يتم تحقيق حماية قصوى للعلامة التجارية و إقبال على كل من تسول له نفسه الإعتداء على العلامة بأي شكل الأشكال ثم يتملص من العقار و يلاحظ كقاعدة عامة تقريبا بأن المشرع الفرنسي قد قرر عقوبات لهذه الجرائم مماثلة للعقوبات المقررة لجريمة الخداع .

1\_ بالإطلاع على المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري

2\_د/أمنة صامت المرجع نفسه ، ص 175

## الفصل الأول

### مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

-و لقد إتجه بعض الفقه في مجال القانون التجاري إلى أنه على الرغم من أن المشرع المصري لم يذكر صراحة شرط التسجيل إلا في البند رقم (1) بشأن تزوير أو تقليد العلامة التجارية ، ولم يكرر هذا الشرط في البنود الأخرى ، أي أن المشرع لم يقصد إلى حماية العلامات المسجلة ، ولم يشأ أن يذكر هذا الشرط في كل جريمة على حده منعا للتكرار ، وبالتالي فإن بقية الجرائم الأخرى غير التزوير أو التقليد يشترط فيها أن تقع على علامة مسجلة .

- و مع ذلك فإنه لا يمكن التقاضي عن هذا العيب في الصياغة ، وخاصة إنني بعدد صياغة نص جنائي يتضمن تحديد جرائم متعددة و الجزاءات المقررة لها ، فكان لزاما على المشرع أن يأتي بهذا النص من الوضوح و الدقة نزولا على مقتضيات مبدأ شرعية الجرائم و العقوبات ، نهاية الأمران يبين أن المقصود بالعلامة التجارية في هذا النص هي التي تم تسجيلها ، و إن كان قصد المشرع من هذا الجانب قد جاء واضحا ، إلا أن ذلك لا يغني عن التردد بشأن مدى تطلب تسجيل العلامة التجارية في البنود الثلاثة الأخرى لتوافر الجرائم المنصوص عليها و خاصة أن التردد بشأن هذا الأمر قد يزداد إذا إستندنا إلى قواعد تفسير النصوص الجنائية ، و التي تأتي في مقدمتها قاعدة حظر القياس في تفسير نصوص التجريم ، إذا لا يمكن أن نقيس فعل تزوير أو تقليد علامة تجارية مملوكة للغير على منتجات أخر ، أو بيع أو عرض للبيع أو التداول أو حيازة بقصد البيع أو تداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة .

### المبحث الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية :

-لقد سبق تعريف العلامة بأنها إشارة تعد لتميز منتجات مصنع عن منتجات مصنع آخر، حتى يتعرف الجمهور على حقيقة البضائع التي يشتريها ، وهي بهذا تنشأ حقين ، حق لصاحب العلامة بإنفراده بإستعمالها و حق الجمهور بعدم غشها حتى لا يخدع في مصدر البضاعة التي يشتريها ألا تسبب له إعتداء على شعوره .

-و قد تدخل المشرع الجنائي لحماية الحقين إستنادا إلى قمع المنافسة غير مشروعة ، و لكن أساس تدخله لحماية حق صاحب العلامة يختلف عن أساس تدخله لحماية الحق الثاني .

-أما تدخل لحماية حق الجمهور فأساسه حماية هذا الحق مباشرة بغض النظر عن حماية صاحب العلامة ، لذلك نرى أن هذا الأخير يستفيد بطريق غير مباشر نتيجة هذه الحماية ، و نجد أنه في نواحي أخرى يضار من هذا التدخل .

## الفصل الأول

### مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

-و لم يذكر المشرع صراحة هذه الحماية إلا فيما يتعلق بإعتداء العلامة على شعور الجمهور أي عند مخالفتها للنظام العام أو الآداب العامة ، ولا شك في أن العلامة و قد أصبحت وسيلة من الوسائل المستعملة في السوق التجارية ، فهي كثيرة التداول و بالتالي يجب إحترامها بحيث لا يستعمل فيما يؤدي الشعور العام ، اما فيما يتعلق بإستعمالها وسيلة من وسائل الغش فلم يوضح المشرع بيان حمايتها من هذا الإستعمال السيء و لو انه ضمن نصوصه ذلك .  
-و إذا قلنا أن واقتي البيان التجاري غير المطابق للحقيقة و خداع المشتري في مصدر البضاعة هما وسيلتان من وسائل الغش التجاري ، وهذا الأخير هو عبارة عن إستعمال طرق إحتيالية .

-من شأنها الجمهور و تضليله في صفات المنتجات و البضائع أي أنه مظهر من التدليس .  
-و في هذا الصدد وضعت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية نصوصا تحظر و تمنع تسجيل علامات معينة ، إما لتعلقها بالنظام العام و الآداب العامة أو تتعلق بالرموز خاصة بالدولة، إضافة إلى أنها تدخلت بإيراد نصوص تتعلق ببيانات ضرورية و أساسية يشترط تعبئتها عند تسجيل العلامة التجارية ، و أي مخالفة لهذه الشروط و البيانات يعد جرما يستحق العقاب ، ولذلك تدخل المشرع و أسبغ الحماية الجنائية على العلامة التجارية بكافة جوانبها ، و ذلك الأبواب أما كل من تسول له نفسه الإعتداء على العلامة معتقد أن ليس لها الحق في الحماية، لهذا يعاقب على هذا الجرم لكونه يكاد بسبب ضررا للمستهلك نتيجة ترويج منتجات دون بيان صاحبها أو مصدرها ، و تأسيسا على ما تقدم يمكن القول بأن الجرح المنصوص عليها في مواد قانون الملكية الفكرية (1) .  
-و سأحاول في هذا المبحث توضيح الجرائم الملحقة بالعلامات التجارية بإعتبارها وسيلة من وسائل غش الجمهور ، بالإعتماد على التقسيم التالي :

#### المطلب الأول : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية في التشريع الجزائري:

- إن العلامة أهم وسيلة لتداول السلع و بالتالي فهي عنصر من العناصر الفعالة في السوق التجارية ، لذلك كان من اللازم حمايتها من أن تكون وسيلة من وسائل الإعتداء على الشعور العام .

و من أجل توفير الحماية اللازمة لهذه العلامة علينا ، لا التعرف على الجرائم الملحقة بهذه الأخير و الذي أوجدها المشرع الجزائري و لمعالجة هذا الموضوع أتت إلى تقسيم الأتي

1\_د/أمينة صامت : المرجع نفسه ص 175

2-المواد هي: المادة 33 من الأمر 06-03 – (L716-10) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي (م 114) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 .

## الفصل الأول

### مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

الفرع الأول : حماية العلامة من جريمة الخداع :

-لقد سار قانون العقوبات الجزائري على نهج قانون العقوبات الفرنسي في تجرمة للغش و قد نص على بعض جرائم الغش و من هذه الجرائم الجريمة المنصوص عليها في الباب الرابع الخاص بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية و الطبية .  
-و يوجد الكثير من مواد قانون العقوبات الجزائري (1) تنص على تجريم الغش منها المادة (429) و التي تعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 2000 إلى 100000دج أو بأحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أو خدع المتعاقد ، سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع .

-كما شدد المشرع الجزائري العقوبة إلى السجن حتى خمس سنوات إذا ارتكبت جريمة الخداع أو الشروع فيها بواسطة أي طريقة من الطرق المنصوص عليها في المادة (430) من ق.ع.ج (2) إحتيالية ، و لا شك أن العلامة المزورة أو المقلدة أو الموضوعية بغير حق هي إحدى الطرق الإحتيالية للتضليل عن المصدر الشخصي للمنتجات ، لذلك كانت واقفة تداول سلعة أو الشروع في تداولها و هي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعية بغير حق هي جريمة خداع طبقا لنص المادة الأولى من القانون رقم 281 لسنة 1994 الخاص و تتكون دراستنا لهذه الجريمة من خلال الحديث عن قيام الجريمة التامة و الشروع في جريمة الخداع مع الحديث عن العقوبة المقررة .

أولا : الجريمة التامة :

-يشترط لا عطاء وصف جريمة الخداع أن تتوافر فيها الأركان الآتية :

-أن تتوفر واقفة الخداع و هي لا تتوافر هنا إلا إذا كانت العلامة مزورة أو مقلدة أو موضوعية بين حق و أن يكون لغرض تداول بضائع مشروعة ، و أن يتوفر القصد الجنائي و ذلك بمجرد أن يسلم بضائع غير متفق عليها و هو يعلم بذلك .

1\_ أنظر مادتين 429 و 430 من قانون الع . إلخ أمر رقم 66-156 مؤرخ في 18 صفر عام 1986 الموافق 8 يونيو 1966 متضمن المعدل و المتمم .

2\_



## مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

### الفصل الأول

#### 1- أركان الجريمة العامة :-

الركن المادي :

هو فعل مادي يصدر من الجاني ، يهدف منه خداع المتعاقد معه أو التدليس عليه ، و لكي يتحقق التدليس و الخداع يتعين أن يصدر من الجاني سواء أكان بائع أو متعاملا مظاهر كاذبة حول صفة من صفات التي من شأنها خداع المستهلك .  
-فيتمثل الركن المادي في الأفعال الخادعة بشأن العلامة التجارية و يترتب على هذه الأفعال إيقاع المدلقي في اللبس و الخداع ، سواء تم ذلك عن طريق الكذب أو التضليل ، و وسيلة في ذلك الإعلان المضلل الذي من شأنه خداع المستهلك ، و التأثير على سلوكه الإتفاقي و بذلك يكون الخداع يكون سلوكا ماديا من قبل المعلن يتمثل في أكاذيب و حيل و تضليل .  
-القصد الجنائي :

-جريمة الخداع هي جريمة عمدية ، فمن ثم يلزم أن يتوافر فيها القصد الجنائي العام ، أي إنصراف إرادة الجاني إلى الواقعة مع العلم بتوافر أركانها في الواقع ، و أن يعلم بأن القانون يعاقب عليها .

- ومفاد هذا أن المشرع لا يكتفي لقيام هذه الجريمة ، بالقصد الجنائي العام ، ذلك بإنصراف إرادة الجاني إلى الواقعة مع العلم بتوافر أركانها في الوقائع ، و بأن القانون يعاقب عليها و إنما تطلب فوق ذلك قصدا خاصا و هو تعمد إدخال هذا الغش على المتعاقد الآخر .

ثانيا : الشروع في الخداع :

-إن المشروع كما هو معروف هو البدء في تنفيذ فعل بقصد ارتكاب جنائية أو جنحة إذا أوقف أو خاب أثره لأسباب خارجة عن إدارة الفاعل فيها ، و الأمل أن لا عقوبة على الشروع في جنحة بغير نص (1) .

-أركان المشروع في جريمة الخداع : يكون الشروع في هذه الأخيرة إلا عند البدء في الإثبات بطرق إحتيالية موجهة ضد شخص معين و معنى ذلك أنه يجب توافر شرط لإعتبار وجود حالة شروع معاقب عليها في حالة العلامة المغتصبة و هما :  
-حصول إغتصاب العلامة .

-أن تعرض العلامة المغتصبة مع البضاعة على شخص معين و بالتالي لهذا لم يكن هناك شخص معين بذات فليس هناك شروع لجريمة الخداع .

-و على ذلك مجرد عرض بضائع تحمل علامة مغتصبة في المحل لا تعتبر شروعا في جريمة الخداع إذا لا يوجد مجني عليه معين ، بل و يمكن القول بأنه لم يوجد بعد المجني عليه حتى يمكن القول بأن هناك شروعا في جريمة ما ، إنما يجوز إعتبار حالة العرض أعمال تحضيرية لجريمة الخداع .

1\_ بالرجوع إلى المادة 31 من قانون العقوبات الجزائري

## الفصل الأول مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

و على ذلك فالجريمة لا تبدأ إلا حيث يبدأ خداع المتعاقد و بالتالي فالشروع يعتبر قائماً إذا حدد هذا المتعاقد الذي سيخدع .

-كما يشترط ثبوت القصد الجنائي لدى المتهم ، وذلك بإنصراف إرادته إلى الواقعة مع العلم بتوافر أركانها في الوقائع و بأن القانون يعاقب عليها .

-أما المشرع المصري فقد إعتبر مجرد عرض البضاعة لا يعتبر شروعا لجريمة خداع في التشريع المصري الآن بل هي أعمال التحضيرية فالمشرع المصري لا يعتبر الشروع في الجناية أو الجنحة مجرد العزم على ارتكابها و الأعمال التحضيرية (1)

-أما العقوبة المقررة لجريمة الخداع أو الشروع فيه : فهي كالآتي

-العقوبة الأصلية : في التشريع الجزائري : حسب نص المادة 429 ق.ع.ج فهي الحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات و بغرامة من 2000 إلى 100000 دج أو بأحدى هاتين العقوبتين أما التشريع المصري : يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة و بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه و لا تجاوز عشرين ألف جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين .

-و التشريع الفرنسي :

تعاقب المادة (213-1) من قانون الإستهلاك الفرنسي بالحبس سنتين أو أكثر و بغرامة 37500 يورو أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خدع أو شرع في خداع المتعاقد بأي طريقة أو إجراء .  
أما العقوبات التكميلية :

و هي عقوبة يحكم بها بجانب العقوبة الأصلية و هي كالتالي :

-مصادر العلامة المقلدة أو المزورة ، نشر الحكم في جريدتين يوميتين ، إلغاء الترخيص أو غلق ... إلخ

-أما بتشديد العقوبة: فقد شدد و المشرع الجزائري العقوبة في نص المادة 430 (2) ق.ع.ج حيث رفع مدة الحبس إلى خمس سنوات و الغرامة إلى 500000 دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها .

### الفرع الثاني : جريمة الإدعاء بتسجيل العلامة التجارية

-لقد نص المشرع الجزائري في المادة (33) من الامر رقم 06.2003 على أنه :  
"يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة و بغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار أو بأحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص:.... الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 04 من نفس الامر و ذلك مع مراعاة الأحكام الإنتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر .

1\_ انظر المادة 45 من ق.ع.مصري

2\_ بالرجوع و مراجعة المادة 430 من ق.ع.ج

## الفصل الأول

### مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

-إن هذه الأحكام أمرة ، ولذا كان من المنطقي إخضاع كل من قام بخرقها لعقوبة جزائية .  
أولا : أركان الجريمة :

نستخلص أركان هذه الجريمة من نص المادة (33) من الأمر 06-03 و تتمثل في :  
الركن المادي :

إن الواقعة المادية تتمثل في وضع الأشخاص على سلعهم أو خدماتهم علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها بعد وفقا للمادة 04 من هذا الأمر (1) .  
الركن المعنوي : القصد الجنائي :

إن هذه الجريمة تتطلب توافر العنصر المعنوي ، اي سوء النية نظرا الإستعمال العبارة "وضعوا" في النص أي تعمد وضع العلامة غير المسجلة على البضائع أو السلع و هنا يتمتع قضاة الموضوع بسلطة واسعة في تقدير الوقائع .

ملاحظة : في التشريع المصري : فتمثل أركان هذه الجريمة المنصوص عليها في المادة 2014  
الركن المادي :

الواقعة المادية تتمثل في قيام شخص يملك علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان غير صحيح يوحي للمستهلك العادي بأن هذه العلامة مسجلة ، ولا فرق في ذلك بإستخدام ألفاظ صريحة أو صمّية مادامت تدل على وقوع التسجيل لتلك العلامة .  
أما القصد الجنائي :

فيشترط لقيام هذه الجريمة توافر سوء النية لدى مرتكبها ، إذا يكفي مجرد وقوع الفعل لإفتراس القصد الجنائي ، لأنه يفترض في كل تاجر عمله بحقيقة بضائعه و صحة البيانات التي يضعها عليها و ذلك يعني أن مجرد إثبات الركن المادي لهذه الجريمة يكفي لثبوت سوء نية الفاعل .

#### المطلب الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية في التشريع المقارن

-لقد تطرقنا في المطلب السابق إلى الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية في التشريع الجزائري و التي تتمثل في جريمتي الخداع و الإدعاء بتسجيل علامة تجارية و إضافة إلى هاتين الجريمتين التي تحدثت عليها التشريعات المقارنة هناك نوعين من الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية ، الأمر الذي دفعني أن أعتمد التقسيم التالي :

1\_ أنظر المادة 04 من الأمر 06-03 لا يمكن إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة .

الفرع الأول : إستعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة :

-تنص المادة 114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على أنه "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد في أي قانون آخر ، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر و بغرامة لا تقل عن ألفي جنيه و لا تجاوز عشرة آلاف جنيه أو بأحدى هاتين العقوبتين .

1-كل من وضع بيانا تجاريا غير مطابق للحقيقة على منتجاته أو مجاله أو مخازنه أو بها أو على المنتجات على الجمهور .

2-كل من ذكر بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بيانا يؤدي إلى الإعتقاد بحصول تسجيلها .

3-كل من إستعمل علامة غير مسجلة في الأحوال المنصوص عليها في الفقرات (2،3،5،7،8) من المادة (67) من هذا القانون ...

" و هنا سنتحدث عن ماهية البيان التجاري و على أركان جريمة العلامة كبيان تجاري غير مطابق للحقيقة

أولا : ماهية البيان التجاري و علاقته بالعلامة :

-عرفت المادة 100 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري البيان التجاري بأنه أي إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بأية صفة تلحق بالمنتجات ، لذلك كان البيان التجاري عبارة عن وصف أو بيان يتعلق بالذات أو بالوساطة ككلمة أو عبارة أو رموز أو تصوير لهذه الصفات .

- وتقع الجريمة متى كان البيان التجاري مخالفا للحقيقة لأن العبرة بالمطابقة للحقيقة و ليس غير ذلك .

و- حرصا من المشرع الفرنسي على حماية المستهلكين من هذا التضليل فقد عاقب الذين يقومون بتغيير البيانات الحقيقية الموضوعية على المنتج للإيحاء بأنها من مصدر مخالف للحقيقة (1) .

و- إذا كان النص الفرنسي يضاهاى النص المصري في هذه الأحوال إلا أن النص الفرنسي قد عدد أساليب تغيير البيانات الحقيقية الموضوعية على المنتج و لكنه لم يشترط وضع البيانات غير الحقيقية على المنتجات ذاتها ، حيث قرر أن البيانات يمكن تغييرها بواسطة إعلانات أو منشورات أو ملصقات أو بإظهار فواتير أو شهادات بأصل كاذب أو حتى بواسطة تقرير شفوي على عبارة "أو بأي وسيلة أخرى" ، ولكن المشرع الفرنسي إشتراط أن يكون هذا التغيير لحمل المستهلكين على الإعتقاد و أن هذه المنتجات من أصل مخالف لأصلها الحقيقي .

1\_د/آمنة صامت : مرجع سابق ، ص 179 إلى 182

## الفصل الأول مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

ثانيا : أركان جريمة البيان التجاري غير مطابق للحقيقة :

-تعتبر العلامة بيان تجاريا في حمايتها لحكم المادة 114 ف 01 من ق رقم 2002/82 الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري ، و بنيت هذه الفقرة أركان جريمة البيان التجاري .

الركن المادي : تتمثل الواقعة المادية في وضع التاجر أو الصانع بيان تجاري غير مطابق للحقيقة على منتجاته أو محله أو مخازنه أو بها أو على عناوينها أو على الأغلفة أو الفواتير أو المكاتبات أو رسائل الإعلام أو غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور .  
-و هذا بعض أنه يجب أن يكون البيان التجاري مطابقا للحقيقة من جميع الوجود سواء كان موضوعا على ذات المنتجات أو على الأغلفة أو الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلان أو غير موضوعا ... و هذا فحوى المادة 101 من القانون ذاته .  
-الركن الثاني : القصد الجنائي :

تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يجب أن يتوفر فيها القصد الجنائي ، أي ركن العمدي تضليل الجمهور عن حقيقة البيان .

-و أما أثبات القصد الجنائي فإن المشرع لم ينص عليه صراحة ، مما دفع البعض إلى القول بأن المشرع لم يشترط إثبات سوء القصد لدى التاجر الذي يضع على منتجاته أو محلاته ، كما أنه لم يشترط إثبات علمه بكذب البيان و ليس معنى ذلك إشتراط القصد الجنائي من الجريمة و إنما يفترض المشرع في كل تاجر العلم بحقيقة سلعة ، فأقام قرينة على علمه بكذب البيان و ألفتى على عاتقه عبء تفويض هذه القرينة بإثبات عكسها .

الفرع الثاني : حاية العلامة من إستعمالها بما يخالف النظام العام و الآداب العامة :

-لقد قضت المادة 67 ف 02 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري على منع تسجيل العلامة أو كعنصر منها العلامات المخلة بالنظام العامة ، ثم نصت المادة 114 من القانون ذاته على معاقبة كل من إستعمل علامة في الحالة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة 67 من هذا القانون

-أركان جريمة مخالفة العلامة للنظام العام أو الآداب العامة :

-تتكون هذه الجريمة كغيرها من الجرائم السابقة الذكر من أركان و هي : إستعمال علامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة ، مع توفر القصد الجنائي لدى الجاني .

الركن المادي :

-يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة باختلاف صور إستخدام العلامات المحظورة ، ويمكن إجمالها على النحو الآتي :

-إستخدام العلامة المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة : و يتمثل الركن المادي في هذه الصورة بأن يقوم الجاني بإستخدام علامة معينة تخل بالنظام العام أو الآداب العامة ، كأن يقوم بوضع امرأة عارية على منتجات معينة . فإن الفعل يعد مخالفا للآداب العامة في تلك الدولة و إن هذه المسألة هي تقديرية و تخضع للصرف السائد في الدول و يستخلصها قاضي الموضوع من ظروف و وقائع الدعوى .

-إستخدام الشعارات العامة و أعلام الدولة و رموزها و أعلام الدول الأخرى و رموزها ، و إستخدام أعلام المنظمات الإقليمية و رموزها ، ويتمثل الركن المادي في هذه الصورة بأن يقوم الجاني بإستخدام الشعارات العامة و الإعلام و الرموز سواء كانت للدولة المقيم فيها أو الدول أخرى أو حتى المنظمات الإقليمية .

-إستخدام البيانات الخاصة بدرجات الشرف ، و يتمثل الركن المادي هنا في أن يقوم الجاني بإستعمال بيانات مخصصة لدرجات الشرف سواء كانت تلك البيانات تعود له أو لشخص آخر ، و أن يستخدم مثل هذه البيانات على بضائع أو منتجات معينة .

-إستخدام رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة ، إذا يتمثل الركن المادي في أن يتم إستخدام رمز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر حتى و لو كان مقلدا على بضائع أو منتجات .

-و الواضح أن المشرع لم يقضي صراحة بالعقل على من إستعمل العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة البحتة بالرغم من خطورة هذا الإستعمال ، و ضرورة هذا الحظر و لو أنه منع تسجيله ، ولعله تعمد منع الحظر و ترك تكييف كل حالة لظروفها ، ومعيار مدى مخالفتها للنظام العام بالنظر للمنتجات التي تحملها ، إذا مما لا شك فيه ان إستعمال صورة الكعبة أو جامع كعلامة لمنتجات لا يأبى الدين الإسلامي إستعمالها و تداولها كالروائح الشرقية .

لا تعتبر أخلال بالنظام العام بينما إستعمال هذه الصور على مشروبات روحية يعتبر إخلال بذلك و بالعكس إستعمال صورة صليب كعلامة للخمور لا يعتبر أخلال لا بالنظام العام .

-و أخيرا يمكن القول أنه حتى يتكون الركن المادي لهذه الجريمة و خداعهم و لقد حثت المادة (118) السابقة الذكر على معاقبة كل من إستعمل علامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة

-و الهدف الذي يرمي إليه المشرع من وضع عقوبات لهذه الجريمة هو حماية المستهلك و كذلك الحماية العلامة من أن تكون وسيلة من وسائل الإعتداء على الشعور العام سواء لمخالفتها النظام العام أو الآداب العامة .

الركن المعنوي : تعتبر جرائم إستخدام علامة تجارية ممنوعة قانونا من الجرائم العمدية التي يشترط لتحقيقها توافر القصد الجنائي لدى الجاني .

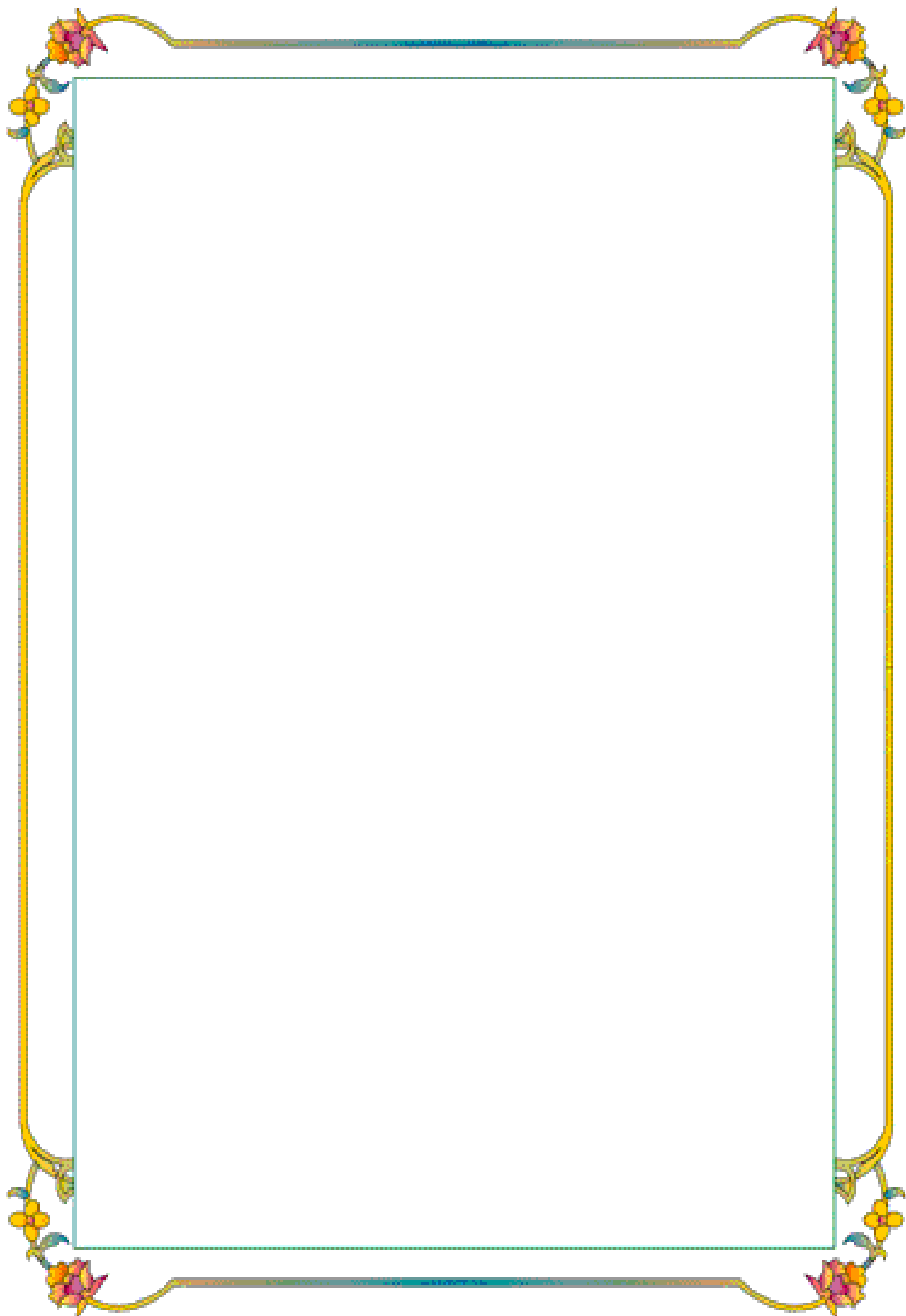
-و ذلك لإعتقادنا أن الركن المعنوي في هذه الجريمة يتمثل في علم الجاني أنه يستعمل علامة حظر المشرع تسجيلها كعلامة تجارية أو حتى كعنصر منها و رغم ذلك يقوم بإستخدامها ، و بذلك فإنه يكتفي بالقصد الجنائي في مثل هذه الجرائم مفترض لدى مرتكب الفعل ، لكون القاعدة العامة تقضي بإفتراض العلم بأحكام القانون لدى الكافة .

-و لكن لما كان معيار النظام العام أو الآداب العامة معيار أمرنا لا ضابط له ، تلك وجب أن يكون عبء إثبات هذا القصد على المدعى (نيابة العامة) ، والمتهم نفيه بإشارات حسن نيته إذا رفض تسجيل هذه العلامة لمخالفتها للنظام العام أو الآداب العامة ، أو لمطابقتها للشعارات العامة أو الإعلام أو الدمغات أو الرموز الصليب الأحمر .

ملاحظة : و في هذا المقام نوصى المشرع الجزائري بأن يسلك مسلك المشرع المصري ، و تدعوه إلى أن يستحدث نصابا يعاقب فيه على إستخدام العلامات الممنوعة قانونا ، حيث أنه قد حظر تسجيل بعض أنواع العلامات كعلامات تجارية إلا أنه قد أغفل النص على التجريم من يستخدم هذه العلامات (1) .

---

1\_د/آمنة صامت : مرجع سابق ، ص 200 إلى 202





# الفصل الثاني

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

### الفصل الثاني : نطاق المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية :

-بعد أن تم تناول الطبيعة القانونية لجرائم التعدي على العلامة التجارية من خلال البحث في النموذج القانوني لتلك الجرائم ، و تطبيق ذلك على صور الإعتداء على العلامة التجارية لا بد من تناول نطاق المسؤولية الجنائية الناشئة عن تلك الجرائم ، على إعتبار أنه من أهم المواضيع و أدقها ، إن المسؤولية الجنائية بإعتبارها مسؤولية قانونية يقصد بها ثبوت الجريمة إلى الشخص الذي ارتكب فعلا غير مشروع ، يصبح بمقتضاه مستحقا للعقوبة التي قررها القانون و بإعتبار أن المسؤولية الجنائية من أهم المسائل الأساسية في قانون العقوبات ، ذلك أنها تحدد مدى أهلية الشخص لتحمل الجزاء ، وبعد التحقق من قدرة الشخص على تحمل المسؤولية الجنائية لا بد من إيقاع الجزاء المقرر قانونا و الذي يتناسب مع الجرم الذي ارتكبه دون أن ننسى الحديث عن السياسة العقابية في إطار جرائم العلامة التجارية و ذلك بالوقوف على مدى تحقق الحماية الجنائية لهذه العلامة أمام التطور الهائل في هذا المجال . و عليه ستتم دراستي لهذا الفصل على النحو الآتي : أولا سيتم الحديث عن أحكام المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وثانيا العقوبة المقررة

### المبحث الأول : أحكام المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية :

-الأصل أن المسؤولية الجنائية شخصية لا يسأل عنها إلا من ارتكب الفعل الإجرامي ، إلا أن بعض التشريعات في مجال حماية العلامة التجارية خرجت عن الأحكام الواردة في التشريع العام، إذا قررت هذه التشريعات إعتبار بعض صور المساهمة الجنائية جرائم مستقلة بحد ذاتها

-و من المسائل التي أثارت خلافا في الفقه و لم يستقر وضعها في التشريع بصفة حاسمة ، مسألة إسناد الجريمة إلى الشخص المعنوي كالشركات و الجمعيات و النوادي و المؤسسات و النقابات و ما إلى ذلك من الهيئات التي يسبغ عليها القانون شخصية مستقلة عن الأفراد المكونيين لها (1).

1\_ د/آمنة صامت ، مرجع نفسه ، ص 204،205

**الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية**  
و باعتبار أن مسؤولية الشخص المعنوي تعتبر من المسائل التي لا زالت محل خلاف كبير في الفقه و لم يستقر عليها التشريع في بعض الدول ، و التي ستكون إحدى محاور هذه الدراسة و ذلك للوقوف على مدى لصور المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في إطار جرائم التعدي على العلامة التجارية من خلال التطرق إلى أصل المسؤولية الجنائية للشخص في جرائم العلامة التجارية ثم الحديث في مدى تحقق مسؤولية ، الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامة التجارية .

### **المطلب الأول : أصل المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي في جرائم التعدي على العلامة**

-المسؤولية تعني بشكل عام تحمل الشخص تبعه عمله و عقابه على أساسه و لكي يسأل الشخص جنائياً من جريمة إرتكبها لا بد من أن يكون أهلاً لتحمل المسؤولية الجنائية بشرطها الإدراك أو التمييز و حرية الإختيار أو الإرادة ، وهذا أن الشرطان لا يتوافران إلا في الشخص الطبيعي (إنسان) و يشترط لقيام المسؤولية أن يكون القانون قد جرم سلوكاً معيناً ، و أن يرتكب الجاني هذا السلوك مختاراً ، و أن يكون شخصاً صالحاً لإستحقاق الجزاء ، و باعتبار أن مجال الدراسة هو المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية ، فإن الدراسة تقتضي تناول أساس هذه المسؤولية تم التطرق إلى مناط هذه المسؤولية في جرائم العلامة التجارية و ذلك على النحو التالي :

### **الفرع الأول : أساس المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية:**

يعتبر تحديد أساس المسؤولية مسألة أولية لا غنى عنها لضبط مفهوم المسؤولية و بيان حدودها ، و يمكن صياغة مشكلة تحديد أساس المسؤولية الجنائية في السؤال الآتي :  
-لماذا يسأل الشخص جنائياً ؟ و للإجابة على هذه السؤال أنقسم الفقه في ذلك إلى مذاهب و لكل من هذه المدارس الفقهية الجنائية أفكار حيث تشكل كل فكرة منها إطار فلسفياً لتحديد أساس المسؤولية الجنائية ، و على هذا بنى كل مدرسة سياستها الجنائية و هي :

#### **أولاً : مذهب حرية الإختيار :**

-الإتجاه التقليدي في الفقه الجنائي يقيم المسؤولية الجنائية على حرية الإختيار ، و مؤداها أن مرتكب الجريمة قد إختار بإرادته الحرة سلوك الطريق المخالف للقانون .  
-بمعنى آخر أن مناط المسؤولية هو حرية الإنسان في توجيه إرادته نحو السلوك الإجرامي  
-فالإنسان لا يسأل جنائياً إلا في حدود القدر من الحرية إلى توافر له وقت التصرف ، والذي وجه إرادته إلى السلوك المخالف للقانون .  
-و يستند أنصار هذا المذهب إلى حجة رئيسية ، مفادها أن حرية الإختيار هي الأساس الوحيد الذي يمكن تصوره للمسؤولية الأخلاقية أو القانونية ، وبدون هذه الحرية لن يكون للمسؤولية معنى ، ولا يمكن أن تستند إلى الأساس آخر يدعمه المنطق .  
-**النقد :** -وجه إليه النقد حول أنه يبني المسؤولية على فرض وهمي لا على حقيقة ثانية .

**الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية**  
فليس هناك دليل قاطع على الحرية في الإختيار ، و كذلك تجاهل أصحاب هذا الرأي تأثير العوامل النفسية و العضوية للمجرم ، إضافة إلى أنه إذا كانت حرية الإختيار تصلح أساسا المسؤولية الجنائية في الجرائم العقدية فإنها لا تصلح أساسا لتفسير الجرائم غير القصدية .

**ثانيا : مذهب الجبرية :**

-يرى أنصار هذا المذهب إلى الأفعال الإنسانية ما هي إلا نتيجة حتمية لأسباب مؤدية إليها ، فقوانين السببية هي التي تسيطر على كل ظواهر الكون و تجعل من أحداثه منذ البداية سلسلة متصلة الحلقات ، كما يرى أنصار هذا أن الكون في ظواهره أيا كانت إنما يسير وفقا لقوانين و قواعد ثابتة و لا يقتصر الأمر على الظواهر الطبيعية بل يتعداه إلى الظواهر الإجتماعية منها الجبرية فهي ككل الظواهر ترجع إلى عوامل مختلفة و متى إجتمعت حملت المجرم حتما على أتيان الجرم و بالتالي فإن الإنسان مسير لا محير .

-و ذهب أنصار هذا الرأي إلى أن نفي حرية الإختيار كأساس المسؤولية الجنائية لا يعني عدم مساءلة مرتكب الجريمة ، و إنما معناه ضرورة البحث عن أساس آخر للمسؤولية تدعمه الحقائق العلمية و قد وجد أنصار هذا المذهب الحتمي ضالتهم المنشودة في فكرة الخطورة الإجرامية  
**النقد :**

النقد الموجه لهذا الإتجاه في كونه يجعل المجرم مجرد آلة بين الظروف و العوامل المختلفة، و أن إرادته كانت مسيرة بدون أن يكون لها أدنى دخل فيما يحدث ، ودون أن يكون لها أي قدرة على المقاومة قوة لا يمكن التسليم به ، و أن هذا المذهب يغفل شعور الناس بضرورة إقامة العدل و مجازاة الجاني ، و أن يهتم فقط بإجراءات وقائية تحمي المجتمع .  
**ثالثا : التوفيق بين حرية الإختيار و الحتمية :**

-نتيجة للإشعارات التي وجهت إلى مذهبي حرية الإختيار و الحتمية توجه بعض الفقه إلى إقامة المسؤولية الجنائية على أساس مذهب ترفيهي يأخذ بحسنات كل مذهب و تفادي عيوبه ، دون التخلي عن المبادئ الأساسية في المسؤولية الأخلاقية القائمة على أساس حرية الإختيار و التمييز بالإضافة إلى الإهتمام بالظروف الداخلية و العوامل الشخصية أو الخارجية أو الإجتماعية (1) .

**رابعا : موقف التشريعات من أساس المسؤولية الجنائية للعلامة التجارية:**

-جاءت تشريعات العلامة التجارية المقارنة خالية من أي نصوص تتعلق بأساس المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ، الأمر الذي يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة الواردة في التشريع العام ، وذلك لتحديد المسؤولية الجنائية في هذه الجرائم فيما إذا كانت تقوم على أساس مذهب حرية الإختيار أو مذهب الجبرية أو المذهب التوفيفي .

1\_ د/أمينة صامت ، مرجع نفسه ، ص 206،207

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

-فقد أخذ كل من المشرعين المصري و الجزائري في التشريع العام بالمذهب التقليدي و الذي يعتمد على حرية الإختيار كأساس للمسؤولية الجزائية ومناطق هذه المسؤولية الإدراك و الإختيار ، فإذا توافر الأمر لدى شخص كان مسؤولاً جنائياً و يتعين عقابه عما يقع عنه من جرائم و لم ينص قانون العقوبات صراحة على المناطق ، فقد نص المشرع الجزائري في المادة 47 من ق.ع.ج لا عقوبة على من كان في حالة جنون وقت ارتكاب الجريمة .

-و قد أخذ به أيضاً المشرع الفرنسي في المادة (1-122) من قانون العقوبات الفرنسي التي تنص على أن فاقد الوعي و الإدراك ال يسأل جزائياً .

-و تأسيساً على ما تقدم فإن أساس المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجاري وفق المشرع في مصر و الجزائر تقوم على أساس حرية الإختيار و التي مناطها الوعي الإدراك ، فإذا أنتهى هذين شرطين يترتب عن ذلك الإهتمام أو إنتقاء المسؤولية الجنائية .

### الفرع الثاني : مناط المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية

-رأينا أن أساس المسؤولية الجنائية هو حرية الإختيار هذه الحري تفترض توافر التمييز و الأدوات بمعنى آخر أنه لقيام المسؤولية الجنائية يجب توافر شرطها و هما التمييز و الإدراك ، فإن إنتقى هذين شرطين يترتب عن ذلك إمتناع أو إنتقاء المسؤولية الجنائية (موانع المسؤولية) .

-بإستقراء تشريعات العلامات التجارية التي تناولت نصوص التجريم في حال الإعتداء على علامة تجارية، فإنه لم يرد فيها ما يتعلق لمناطق المسؤولية الجنائية في هذه الجرائم مما يقتضي الرجوع سواء إلى القواعد العامة في التشريع العام أو الرجوع إلى مواقف الفقه في هذه المسألة ، لذلك لا بد التطرق إلى مناط المسؤولية من خلال التعرض إلى عنصر التمييز و حرية الإختيار .

أولاً : التمييز :

-تتعدد المصطلحات التي يستخدمها الفقه المعاصر في هذا المجال و هي التمييز، الإدراك ، الشعور و يعتبرها الفقهاء مترادفات ، ويقصد بها الإنسان ليفرق بها هو خير و ما هو شر . وبذلك يعد التمييز صفة عقلية و نفسية يصعب الإستدلال عليها فيه جميع الأشخاص لتعاون قدراتهم على الإدراك في مراحل متبانية ، لذلك لجأ المشرع في الدول إلى وضع معيار موضوعي محدد يمكن الرجوع إليه كمعيار للتمييز (1) .

ثانياً : حرية الإختيار :

يقصد بحرية الإختيار قدرة المكلف على توجيه إرادة مستقلة لحق الإختيار بين بواعث الأقدام على ارتكاب الجريمة و بواعث الأحجام عن ارتكابها ، و لا تتحقق هذه القدرة إلا إذا سبقها إدراك المكلف لهذه البواعث فيحاط علماً بها ويقف على ماهية كل باعث منها و يقدر عاقبته ، إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة بل مقيدة ، و قيودها قسماً : الأول خارجي .

1\_د/آمنة صامت ، مرجع نفسه ، ص 208.216

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

-و يتمثل في الظروف الخارجية التي تتحكم في تحديد البدائل الممكنة أو تدفع الإنسان إلى إختيار بدليل بعينه من البدائل المتاحة ، أما الثاني فينبع من طبيعة الإنسان و ميوله و هذه القيود توجه إلى الإنسان عند إختياره فتجعل بعض البدائل أحب إلى نفسه ، و أشد إغراء ، و بذلك يختلف الناس فيما بينهم من حيث مدى حرية الإختيار المتاحة لكل منهم ، بل أن مدى هذه الحرية يختلف بالنسبة للشخص الواحد تبعا لإختلاف ظروفه و أحواله .

-و بتطبيق مناط المسؤولية الجنائية الواردة في الأحكام العامة للتشريع العام على جرائم العلامة التجارية ، فإنه و حتى تتحقق المسؤولية الجنائية و بالتالي يكون الشخص أهلا لتحمل هذه المسؤولية ، و بالتالي إستحقاقه الجزاء المقرر قانونا يجب أن يقدم الجاني على الإعتداء على العلامة التجارية سواء بالتقليد أو الإستعمال الباطل لها أو إقتناءها بقصد البيع و هو مدرك و مميز ، فإذا قدم شخص على تقليد علامة تجارية و هو في سن السابعة من العمر ، فإنه لا يسأل جنائيا كونه فاقدا العنصر التمييز و بالتالي يعتبر فاقدا للأهلية .

ملاحظة : إن الإدراك و حرية الإختيار هما أساس المسؤولية الجنائية و بدونهما أو بدون أحدهما لا يكون الشخص أهلا لهذه المسؤولية ، و لكن لقيام هذه الأخيرة لا بد من تحقق سببها و هو الخطأ و أيا كان الخطأ الذي يصدر عن الإنسان فإما يكون قصديا أو غير قصدي ، و من المتفق عليه فقها أن الأصل في الجرائم هي الصورة القصدية أما الإستثناء فهو الخطأ (1) .

و عقوبة الجريمة غير عمدية (2) عند تعادلها في الوصف و النوع إن المشرع إذا جرم فعلا أو واقعة دون أن يرى الركن المعنوي اللازم لتحقيق المسؤولية الجنائية في هذا الفعل فإنها تكون قصدية ، أما إذا أراد المشرع أن يقيم المسؤولية الجنائية على صورة غير القصد لزم أن يكون ذلك بنص صريح يبين ذلك لأن إتباع الأصل لا يحتاج إلى تصريح ، أما الخروج عليه فهو الذي يحتاج إلى ذلك .

1\_ أظر المواد : 350 و ما بعدها ، 288،254 من قانون العقوبات الجزائري

2\_ من الأمثلة على الجريمة غير العمدية في قانون العقوبات الجزائري نذكر المواد 462،463،460،459،445،442،405،290،66

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

### المطلب الثاني : مدى تحقق مسؤولية الشخص في مجال جرائم العلامات التجارية

-إذا كان من السهل تحديد الشخص المعنوي بأنه مجموعة من الأشخاص الطبيعيين ، وقدر من الأموال يسمح بقيام ذمة مالية مستقلة تتخص لتحقيق غرض معين ، يتمتع من أجلها الكيان المعنوي بالشخصية القانونية التي تجعله أهلاً لتحمل الإلتزامات و أداء الواجبات و إكتساب حقوق (1) إلا أنه من العنصرية بمكان مسائلة ذلك الشخص المعنوي جنائياً و لقد حاز هذا الموضوع أهتمام العديد من الفقهاء و المشرعين و كان محلاً لخلاف لا يزال قائماً حتى يومنا هذا مما جعل فكرة المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية تخضع لجدل فقهي و تردد تشريعي و قضائي بين قبول تلك المسؤولية أو رفضها .

-و لتحقق الغاية من هذه الدراسة و معرفة إذا ما تتحقق المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي ثم بعد ذلك إستقراء تشريعات العلامة التجارية لمعرفة إمكانية إسناد جريمة التعدي على العلامة التجارية للشخص المعنوي

### الفرع الأول : : مسؤولية الشخص المعنوي في الأحكام العامة :

-سنتعرض فيمايلي لإتجاه كل من الفقه و التشريع :

-أولا إتجاه الفقه :

تعد المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية من أهم الموضوعات التي ينقسم بصدها الفقه إلى إتجاهين متعارضين ، إتجاه يعارض قبول تلك المسؤولية و إتجاه مبررات أهمها :

1-إن الشخص المعنوي مجرد فرض قانوني ، لا تتوفر فيه الشروط اللازمة لقيام المسؤولية الجنائية أي كيان يخلو من كل إرادة و إدراك إخلاء لا يمكن توجيه إتهام و لا عقاب

2-تعارض قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ شخصية العقوبات (2)

3-عدم صلاحية الجزاءات الجنائية للتطبيق على الأشخاص المعنوية ، وخاصة العقوبات السالبة الحرية ، كما أن تطبيق عقوبات أخرى كالغرامة أو المصادرة أو إغلاق المنشأة يؤدي إلى الإخلال بمبدأ شخصية العقوبات عندما يمتد أثر تلك العقوبات إلى الأعضاء الأبرياء .

4-تعارض فكرة المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ التخصيص ، فحين يسمح القانون بوجود شخص معنوي و يمنحه الشخصية القانونية .

-هذا عن أهم المبررات التي قام بهاالفقه المعارض المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، و رغم أن لبعض تلك المبررات و جاهها من الناحية القانونية البحتة ، إلا أن هذا لم يمنع كثير من الفقهاء من رفض تلك المبررات ، و ذلك تأسيس على ما تستوجبه الضرورات العلمية من قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية التي زاد نموها و تطورها و توغلها في شتى مجالات الحياة و خاصة في مجال السوق و الأسعار و العمل و البيئة ....

**الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية**  
-و نحضى المؤيدون لقبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية حجج الراضين لتلك المسؤولية على الوجه التالي :

1-فإعتبار الشخص المعنوي فرضا قانونيا ، لا تتوفر فيها الشروط اللازمة للمسؤولية الجنائية ، مردود عليه بأن وجود الشخص المعنوي حقيقة لا يمكن إنكارها ، حيث يتمثل في تدرج و هيكل و كيان حقيقي يؤكد المشرع وجوده و ينظم نشاطه الذي يعد ترجمة لإدارة جماعة حقيقية تتميز عن إرادات الأعضاء و هذا ما يؤكد مسائلة الشخص المعنوي مدنيا و عليه فإن كان مسموحا بالمسؤولية المدنية للشخص المعنوي كما يصد منه من أفعال ، فلم يسمح بمسؤوليته الجنائية و خاصة أن الشخص المعنوي يستطيع أن يحقق الركن المادي لبعض الجرائم و بصفة خاصة جرائم التقليد أو جرائم التزوير .

2-أما بالنسبة لتعارض قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ شخصية العقوبات لأن الجزاء الجنائي المفروض على الشخص المعنوي سيؤدي إلى نقصان في الذمة المالية للمساهمين الذين لم يكن لهم دور في ارتكاب الفعل المسند إلى المتهمين ، فمردود عليه بأن ذلك يكون نتيجة لواقعة و ليس نتيجة قانونية لحكم .

3-أما القول بعدم قابلية الجزاءات الجنائية للتطبيق على الأشخاص المعنوية ، فصحيح بالنسبة للعقوبات السلبية للحرية التي لا يمكن تطبيقها إلا على الأفراد، ولكن هذا لا يمنع من قابلية الجزاءات الجنائية الأخرى للتطبيق على الشخص المعنوي ، كالغرامة و المصادرة و الحل ، و كذلك الإغلاق المؤقت أو النهائي للمنشأة، وهكذا فأغلب الجزاءات الجنائية تتفق و مسؤولية الأشخاص المعنوية جنائية (1) .

4-أما بالنسبة لتعارض قبول المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية مع مبدأ التخصيص ، فيمكن القول بأنه لا يشترط دائما أن يلتزم الشخص المعنوي بالأهداف التي خصصها له القانون ، حيث يمكن أن يقع منه فعل ما يخالف للقانون و بالتالي يعد مسؤولا عنه ، فضلا عن ذلك فإنه إذا قبلنا القول بمبدأ التخصيص لتبرير عدم . المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية بإرتكاب الجرائم دون عقاب .

-أن مبدأ المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية على الرغم من معارضة جانب من الفقه له لقد لقي تأييد جانب كبير من الفقه - خاصة بعد أن تم التأكيد عليه بواسطة المؤتمرات المختلفة في "بوخارست" 1928 و "روما" 1953 بودابست 1968 ، فضلا عن تبني بعض التشريعات صراحة لمسؤولية الأشخاص المعنوية جنائيا و خاصة التشريعات الأنجلو أمريكية .

**ثانيا : موقف التشريع :**

تتردد التشريعات المختلفة بأن المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية بين قبول تلك المسؤولية بصفة عامة كما في إنجلترا و الوم.أ و عدم قبول تلك المسؤولية كالتشريع الألماني



## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

-بعد صدور قانون العقوبات الفرنسي الجديد في 16 ديسمبر 1992 و الذي دخل حيز التطبيق 01 مارس 1994 ، أصبحت القاعدة العامة في تقرير المسؤولية الجنائية الأشخاص المعنوية .

-أما القانون العقوبات المصري فمبدأ هو عدم إقرار المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، فلا يوجد نص يقرر تلك المسؤولية بصفة عامة ، وهذا لم يمنع تقرير المسؤولية التضامنية للأشخاص المعنوية في دفع الغرامات المفروضة على الشخص الطبيعي مرتكب الجريمة ، إذا ارتكبها بإسم الشخص المعنوي أو بأحد وسائله ، و يعد ذلك نوعا من المسؤولية غير مباشرة للشخص المعنوي ، ومن ذلك المادة 16 من القانون رقم 97 سنة 1976 بشأن تنظيم التعامل بالنقد الأجنبي ، و لهذه القاعدة إستثناء فقد نص المشرع المصري صراحة على المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية في حالات محددة ، وهذا ما يطلق عليه المسؤولية المباشرة للأشخاص المعنوية

-وقد أقر القانون الجزائري رقم 15/04 المؤرخ في 2004/11/10 المعدل و المتمم لقانون العقوبات المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي و كرسها في المادة 51 مكرر منه ، و لقد جاء هذا التكريس تنويجا لما توصلت إليه مختلف اللجان التي سبق أن عهد إليها بإعداد مشروع تعديل قانون العقوبات منذ سنة 1997 و لما وصلت به لجنة إصلاح العدالة في تقرير سنة 2000 (1) .

1\_د/عمر سالم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وفق قانون العقوبات الفرنسي ، ص 1 ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1995 ، ص 13 و ما بعدها

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

### ثالثا : شروط مسؤولية الشخص المعنوي:

-إذا كانت التشريعات قد أقرت مبدأ المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية فإنها أقرتها

شروط معينة يلزم توافرها وفقا للحالات التي نص عليها القانون و هذه الشروط تتمثل في :

1-إرتكاب الفعل المكون للجريمة من مدير الشخص المعنوي أو ممثله القانوني ، أما إذا إرتكبت بواسطة موظف عادي يعمل لديه فإنه لا يسأل جزئيا و في هذه الحالة يسأل مرتكب الجريمة وحده .

-وقد حصرت المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري (1) مجال المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي و قصرتها على الشخص المعنوي من القانون الخاص ، حيث إستنتجت منها الدولة و الجماعات المحلية و الأشخاص المعنوية من قانون العلم (2)

2-وقوع الفعل المكون للجريمة لحساب الشخص المعنوي و يقصد بذلك أن تكون الجريمة قد إرتكبت بهدف تحقيق مصلحة للشخص المعنوي .

3-يجب أن لا يكون العضو المسؤول وهو يعمل قد خرج عند دائرة إختصاصه تعد الجريمة التي وقعت منه بمثابة تعسفا في الإستعمال .

-و هكذا يسأل جزائيا الشخص المعنوي في القانون الفرنسي عن كافة الجرائم ضد الاموال و القتل العمدي و كل جرائم العنف غير العمد ، جرائم الإرهاب و الرشوة و تزيف النقود و جرائم المنافسة و البيئة و تبيض الأموال و هو نفس النهج الذي سلكه المشرع الجزائري (3)

### الفرع الثاني : مسؤولية الشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية :

-نظرا للتطور في العلاقات الإقتصادية و الإجتماعية ، وما صاحبه من تزايد في النشاط

التجاري ، وبعد أن كان الإقتصاد يقوم على النشاط الفردي للأشخاص الطبيعيين أصبح يرتكز على تجمع من الأفراد و الثروات في شكل شركات و مؤسسات ، مما أدى إلى تعاظم دور الأشخاص المعنوية في مجال الإنتاج و التوزيع و الإستهلاك ، فقد إتجهت بعض التشريعات الجنائية إلى قبول فكرة مسؤولية الشخص المعنوي جنائيا عن الجرائم التي يرتكبها على نحو مؤسسي و ليس فرديا ، وقد يسعى الفقه إلى ضرورة تقرير هذه المسؤولية لضمان نجاح السياسة الإقتصادية و حماية المستهلك ، نظرا للإرتباط مصالحه .

1\_ بالرجوع إلى المادة 51 مكرر من ق.ع.ج نجدتها تنص ذ".... يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزئيا عن جرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزة أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك ، و هذا النص مقتبس من المادة (121-2) ق.ع.الفرنسي

2\_ لمزيد من التفاصيل عن الأشخاص المعنوية العامة راجع المؤلف : ناصر لباد ، قانون الإداري ن النشاط الإداري ، ط.1، ج.2014، 2.

3-د/حسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائري العام .

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

-بهذه السياسة ، ذلك أن أغلب الجرائم الإقتصادية بقصد الكسب ، و لا يستفيد من ذلك شخص بعينه بل كل شخص له حق في مال الشخص المعنوي ، و من العدالة أن تصيب العقوبة الشخص المعنوي في ماله ، إضافة إلى أن الأشخاص المعنوية تملك من الوسائل العديدة ما يجعلها مصدر إعتداءات جسيمة على النظام الإقتصادي و الإجتماعي للدولة ، مما يترتب عليه أضرار جسيمة في تلك المجالات و لذلك فالقول بعدم مسؤوليتها فيه مجافاة العدالة

-و بإستقراء نصوص تشريعات العلامة التجارية ، فإنه لم يرد فيها نص صريح يقرر المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، في حال ارتكاب جريمة من جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وكذلك لم يرد فيها نص يمنع من تحقق المسؤولية على الأشخاص المعنوية ، لذلك و لما الأشخاص المعنوية من دور فعال في الإقتصاد ، ونظرا للتطور في المجالات الإقتصادية و التجارية ، ولما تؤديه العلامة التجارية من أهمية في الحياة التجارية فإنه يمكن الرجوع إلى القواعد العامة المقررة في قانون العقوبات ، فيما يخص مسؤولية الشخص المعنوي في الجرائم الواقعة على العلامة التجارية ، و بالرجوع إلى نماذج الجرائم الواردة في تشريعات العلامات التجارية ، و ذلك أن تتم هذه الجرائم بواسطة أشخاص معنوية أو لحسابها ، ومثال ذلك أن تقوم إحدى الشركات بتقليد إحدى الشركات بتقليد علامة تجارية أو وضع علامة تجارية مقلدة على بضائعها تؤدي إلى تضليل الجمهور و خداعه ، والقول بغير ذلك يفتح المجال للإعتداء على العلامة التجارية بحجة مفادها عدم وجود نص يجرم أفعال الأشخاص المعنوية .

-إلا أننا نعتقد حتى تتوفر حماية أكبر للعلامة التجارية يجب أن يعار إلى النص صراحة في تشريعات العلامات التجارية على مسؤولية الأشخاص المعنوية في حل الإعتداء على العلامة التجارية ، و أن يتضمن هذا النص جزاء أشد من ذلك الوارد في الأحكام العامة ، بحيث يتناسب هذا الجزاء مع أهمية و دور العلامة التجارية في المجال الإقتصادي و التجاري (1)

1\_د/آمنة صامت : مرجع نفسه ، ص

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

### المبحث الثاني: العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة التجارية

-العقوبة هي الجزاء الذي يقرره القانون لمصلحة المجتمع على كل من ارتكب فعلا أو إمتناعا يعد القانون جريمة ، و تتمثل العقوبة في الألم الذي يتحملة من يثبت ارتكابه للجريمة ، بهدف تقويمه و منع غيره من الإقتداء به ، و العفوية التي يقررها القانون تنقسم إلى أنواع مختلفة تبعا لإختلاف وجهات النظر فيها ، فهي تنقسم بالنظر إلى حسامتها أو إستقلالها بذاتها أو طبيعتها أو مداها أو نوع الحق الذي تمس به ، و أهم التقسيمات التي يمكن تصورهما للعقوبات وتقسيمها بحسب حسامتها إلى عقوبات جنائيات و عقوبات جنح و اخيرا مخالقات ، وتقسيمها من حيث إستغلالها بذاتها أو تبعيتها إلى عقوبات أصلية و غير أصلية ، وتقسيمها بالنظر إلى الحق الذي تمس به إلى عقوبات بدنية و ماسة بالحرية و مالية و ماسة بالإعتبار و أخيرا تقسيمها من حيث مدتها إلى عقوبات مؤبدة و مؤقتة .

-و تشمل العقوبات بحق مرتكبي جرائم الإعتداء على العلامة التجارية نوعين من العقوبات هما الأصلية و التكميلية ، لذا سيتم تناول العقوبات الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية أولا و العقوبات التكميلية و التبعية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية ثانيا ، وذلك للوقوف على مدى توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية من خلال العقوبات (1) .

#### المطلب الأول :

-العقوبة الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية  
-يقصد بالعقوبة الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع و قدرت للجريمة ، ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه و حدد نوعها و مقدارها .  
-و العقوبات المقررة لجرائم الإعتداء على العلامة التجارية حسب ما قرره التشريعات المقارنة و الأمر الجزائري رقم 03-06 تشمل عقوبتي الحبس و الغرامة (2) و لمعرفة مدى نجاعة هاتين العقوبتين في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية فإنه سيتم تناولهما على النحو الآتي :

1\_ د/آمنة صامت : مرجع نفسه ، ص 246،247

2\_ شربين شريقي ، مرجع نفسه ، ص 161 ومايلها

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

### الفرع الأول : الحبس :

الحبس عقوبة مؤقتة سالبة للحرية تكرم المحكوم عليه أحيانا بالعمل خلال المدة المحكوم بها عليه ، أو تعفيه من هذا التزام .

و قد اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضه على مرتكب أي جريمة من جرائم الإعتداء على العلامة التجارية و هذا الإختلاف يكون بحسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة .

### موقف التشريعات :

لقد جاءت مواقف التشريعات للعلامة التجارية متغايرة فيما بينها بالأخذ بعقوبة الحبس كجزء لجرائم التعدي على العلامة التجارية ، حيث ذهب غالبية التشريعات إلى الأخذ بهذه العقوبة ، في حين أن بعض التشريعات قد اختلفت فيما بينها في مدة الحبس كعقوبة أصلية في حال الإعتداء على العلامة ، كما اختلفت أيضا في إقتران هذه العقوبة بعقوبة الغرامة -فقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 03-06 إلى النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب الشخص لأي صورة من الصور التعدي على العلامة التجارية ، حيث جعل عقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين و أقرتها بعقوبة الغرامة من 2500000 دج إلى 1000000 دج و كذلك أجاز للمشرع للقاضي في ذات المادة أن الحكم بهاتين العقوبتين (1) .

-أما المشرع الفرنسي فقد تدخل مؤخرا من أجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكب جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وبالتالي أصبحت عقوبة الحبس ثلاث سنوات و إرتفعت الغرامة إلى 300000 يورو كما جاء المشرع الفرنسي خاصة في حالة ارتكاب جنح التقليد من قبل عصابة منظمة ، إذا تصبح عقوبة الحبس خمس سنوات و الغرامة 500000 يورو - وذهب المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري إلى النص على عقوبة الحبس بإعتبارها عقوبة أصلية و التي لا تقل مدتها عن شهرين إلى جانب الغرامة التي لا تقل عن خمسة آلاف جنيه و لا تتجاوز عشرين ألف جنيه ، كما يمكن للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين (2) .

1\_ فرحة زاوي صالح ، مرجع نفسه ، ص258

2\_ آمنة صامت ، مرجع نفسه ، ص248

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

-و أما بالنسبة للتشريع الجزائري ، و بمقارنة هذه الأحكام مع منصوصا عليه في التشريع السابق (1) يلاحظ أن المشرع قام برفع الغرامة (2) إلا أنه قام بتخفيف عقوبة الحبس (3) .

-أما في حالة مقارنة الأحكام التي جاء بها المشرع الفرنسي مع ما جاء به المشرع الجزائري يلاحظ أنه أكثر صرامة ، كما نلاحظ أن موقف المشرع الجزائري قد جاء أكثر تشددا من المشرع المصري ، حيث أن المشرع الجزائري قد حدد الحد الأدنى للعقوبة الحبس بمدة لا تقل عن ستة أشهر ، بينما حددها المشرع المصري بمدة لا تقل عن شهرين ، وقد أقرنت هذه التشريعات عقوبة الحبس بعقوبة الغرامة و منحت كذلك محكمة الموضوع سلطة تقديرية تحولها جواز الحكم بالحبس أو الغرامة أو الجميع بينهما .

-كما تجدر الإشارة إلى أن المشرع المصري قد أنفرد بحكم يوجب على المحكمة في حالة الصور أن يكون الحكم هو الحبس مقترنا بالغرامة ، أما التشريعات المقارنة و التشريع الجزائري فلم يرد أي نص بخصوص تشديد العقوبة في حالة العود .

### الفرع الثاني : الغرامة :

-عقوبة الغرامة من العقوبات المالية التي يراد بها إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم ، و تتوفر فيها كل مقومات و خصائص العقوبة الجنائية باعتبار أنها أيلام مقصود ينال من الحقوق المالية للفرد المحكوم عليه بها ، و يقرر المشرع الغرامة بوصفها عقوبة أصلية في الجرح و المخالفات ، و قد يقررها إستثناء في الجنايات (4)

1\_ أنظر المادة 28 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامة التجارية الجزائري  
2\_ تان الحد الأقصى للغرامة 20.000 دج و أصبح 10.000.000 دج أي هناك مفارقة كبيرة بين المبلغين  
3\_ أصبح الحد الأقصى لعقوبة الحبس سنتين بدلا من ثلاث سنوات  
4\_ د/أمنة صامت ، مرجع نفسه ص251

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

عصابة منظمة تصبح الغرامة 500.000 يورو و بمقارنة الأحكام التي جاء بها المشرع الفرنسي مع ما جاء به كل من المشرعين الجزائري و المصري فيلاحظ أنها أكثر صرامة (1) . -لقد تناولت التشريعات في غالبيتها عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامة ، و تختلف قيمة الغرامة التي أوردتها تلك التشريعات باختلاف الدول .

-فقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 إلى إعتبار الغرامة في جرائم التعدي على العلامة عقوبة تنخييرية و هذا يتضح من خلال إستخدامه لعبارة : " ... أو بأحدى هاتين العقوبتين ... " و هذا يعني أنه منح للقاضي السلطة التقديرية في إختيار العقوبة التي يرى أنها تتلائم مع الجرم المسند للمشتكى عليه ، بحيث تتراوح قيمة الغرامة من مليونين و خمسمائة ألف إلى عشرة ملايين دينار ، أما المشرع المصري فقد حدد غرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه و لا تجاوز عشرين ألف جنيه ، كما سلك المشرع المصري نفس مسلك نظيره الجزائري حيث إستخدم هو الآخر نفس العبارة و ذلك في نص المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

أما المشرع الفرنسي فقد جعل الغرامة المطبقة على مرتكبي جنح التقليد 300.000 يورو و في حالة إرتكاب جنح التقليد من قبل

### المطلب الثاني :

-العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية إلى جانب العقوبات الأصلية فقد نصت تشريعات العلامة التجارية على عقوبات تكميلية في حالة التعدي على العلامة التجارية .

-فالعقوبات التكميلية هي تلك التي لا يجوز الحكم بها مستقلة عن عقوبة أصلية ، فيما عدا الحالات التي ينص عليها القانون صراحة ، و هي إما إجبارية أو إختيارية

1\_د/آمنة صامت ، مرجع نفسه ص252

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

أختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية فيما يخص العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية حيث تتمثل هذه العقوبات في المصادرة ، الإلتلاف و الأغلاف .

### الفرع الأول : المصادرة و الإلتلاف

#### أولا : المصادرة :

المصادرة هي جزاء مالي ، مضمونة نقل ملكية مال له علاقة بجريمة وقعت أو يخشى وقوعها إلى الدولة ، التي تحل محل المحكوم عليه في ملكية المال من دون مقابل(1) و يحكم القاضي بعقوبة المصادرة (2) إلى جانب عقوبة الحبس أو الغرامة و يحكم القاضي بمصادرة المنتجات و الأدوات التي تكون موضوع إرتكاب الجنحة (3) و لتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد إرتكبت و أثبتت ، فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم بالمصادرة ، لكونها إختيارية نظرا الإستعمال العبارة "يجوز" في نص المادة 36 من الأمر رقم 57-66 ، فالأمر يختلف في الأحكام الراهنة ، إذا جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس أو بغرامة مع مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي إستعملت في إرتكاب الجنحة ، فلا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية (4) .

#### ثانيا : الإلتلاف :

زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإلتلاف الأختام و نماذج العلامة ، أي الأشياء و الأدوات التي إستعملت لإرتكاب الجنحة و بالرغم من إلغاء عبارة في جميع الحالات مادة 35 من الأمر رقم 57-66 ، فإنه يجب إعتبار أن الحكم بالإلتلاف يعد في التشريع الجزائري و على خلاف التشريع الفرنسي أمر إلزاميا نظرا الصياغة النص القانوني حسب ما جاء في المادة 32 من الأمر رقم 06-03 (5) .

1\_ د/آمنة صامت ، مرجع نفسه ، ص 253

2\_ لا يمكن الحكم ببعض العقوبات التكميلية كالمصادرة الأشياء التي إستعملت في تنفيذ الجنحة إلا إذا نص القانون صراحة على ذلك و ذلك حسب المادة 15 فقرة 03 ق.ع.ج

3\_ أنظر المادة 32 من الأمر رقم 06-03

4\_ أنظر المادة 32 من نفس الأمر

5\_ د/فرحة زاوي صالح ، مرجع نفسه ، 281،282



## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

### الفرع الثاني : الغلق و نشر الحكم الصادر بالإدانة أولا : الإغلاق :

-يتمثل غلق المنشأة في المنع إستمرار إستغلال تلك المنشأة عندما تكون محلا أو أداة أفعال تشكل خطرا على النظام العام (1) .  
-و قد نص المشرع الجزائري على عقوبة تكميلية أخرى و تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة (2) و في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية ، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي إستعملت لتنفيذ الجنحة ، ويعد هذا القرار إختياريا في التشريع الفرنسي ، لكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتا كان أو نهائيا ، كما يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت (3) .  
-و بالرغم من أن غلق المنشأة يصيب المخالف في ذمته المالية ، إذا تنقطع إيراداته إلا أن غلق المنشأة ينصب في جانبه الأكبر على تقييد أو منع حق الفرد في إستغلال المنشأة من أجل تحقيق الأهداف التي يسعى إليها .  
و يشبه الغلق المصادرة في أنه يمنع الإستغلال التجاري للمؤسسة و مع ذلك يظل غلق المنشأة مختلفا دون المصادرة ، إذا أن المنشأة المغلقة لا تباع لحساب الدولة بل تظل دائما ملكا لصالحها حتى و لو في حالة الغلق النهائي (4) .

### ثانيا : نشر الحكم الصادر بالإدانة :

-يتم نشر الحكم الصادر بالإدانة سواء بالشهر على واجهة المحلات أو بالنشر في الصحف ، ويقضي غالبا بالشهر الأحكام الصادرة بالإدانة في المجال الإقتصادي و الإجتماعي و التجاري ، وذلك بالصاق صررة من الحكم أو الملخص له على الأماكن التي يحددها القانون (5) .

1\_د/أمنة صامت : مرجع نفسه ، ص 257

2\_أنظر المادة 32 من الأمر رقم 06-03

3 prop 31 : pour plus de precisions v.Art .L716-11-1CF

4\_فرحة زاوي صالح : مرجع نفسه ، ص 282،283

5\_د/أمنة صامت : مرجع نفسه ،ص259

## الفصل الثاني نطاق المسؤولية الجنائية جرائم التعدي جرائم التعدي على العلامة التجارية

-وقد كان التشريع الجزائري السابق ينص على عقوبة الإعلان بحيث كان يجوز للمحكمة أن تأمر بالصفاف نص الحكم في الأماكن التي تحددها و نشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعنيها و ذلك كله على نفقة المحكوم عليه (1) و يجوز الحكم بهذه العقوبة إما لصالح الطرف المدني قانوني ، أو إذا كانت الإجراءات مضايقة ، غير أن الأحكام الراهنة لا تتضمن ذكر إعلان الحكم كعقوبة تكميلية ، فهل يسمح للقاضي النطق بها رغم وجود نص صريح ؟ أو تعليقة في أماكن معينة إلا في الحالات التي يحددها القانون (2) .  
-تأسيسا على هذا يجب إعتبار أن عقوبة الإعلان أصبحت غير قابلة للتطبيق على جرائم التعدي على العلامة التجارية (3) .

-و في هذا الشأن نعتقد ضرورة وجود عقوبة نشر الحكم الصادرة بالإدانة في جرائم العلامة التجارية لما ينطوي عليه من فوائد أهمها كشف أمر المتهم للجمهور و تهديره من التعامل مع مرتكب الجريمة ، كما أن النشر يتطوي على تعويض معنوي لمالك العلامة من الأضرار الأدبية التي نالت شهرة العلامة التجارية ، لذا من الأحسن أن ينص المشرع الجزائري على درجات الحماية الجنائية للعلامة التجارية . (4)

---

1\_ أنظر المادة 34 فقرة 02 من الأمر رقم 57-66 سالف الذكر

2\_ أنظر المادة 18 من ق.ع.ج

3\_ فرحة زاوي صالح : مرجع سابق ، ص 282 .

4\_ د/أمينة صامت : مرجع نفسه ، ص 261

خاتمة

تعرضنا من خلال صفحات هذا البحث لموضوع الحماية الجنائية التي تتمتع بها العلامات التجارية ورأينا أن هذه الحماية التشريعية تتمثل في حماية جزائية بمقتضاها يتم توقيع عقوبات على كل من يقوم بتزوير أو تقليد أو اغتصاب أو استعمال علامة تجارية مسجلة و مملوكة للغير، و حماية أخرى تتمتع بها أي علامة تجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة و تتمثل في اعتراف المشروع لمالك العلامة التجارية بالحق في مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة و تسمى بالحماية المدنية. فضلا عن ذلك يجوز للمحكمة في كل الأحوال الحكم باتخاذ إجراءات تحفظية لمنع تداول السلع أو البضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مزورة في الأسواق. ويشترط في العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية أن تتخذ شكلا مميزا، لأنه لا يجوز تقرير حق خاص على العلامة و إحاطته بالحماية القانونية إلا إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة و صفة متميزة حتى يمكن تعيين محل الحق و رسم حدوده على وجه دقة.

ومن المقرر أن المصلحة العامة أسمى من المصلحة الشخصية لمالك العلامة التجارية، وبناء على ذلك لا يجوز تسجيل علامة تجارية تخالف الآداب العامة أو النظام العام، و الهدف من ذلك هو الحفاظ على القيم الاجتماعية و الدينية و الدولية.

كذلك حرص المشرعون في معظم الدول على حظر العلامات التي يكون من شأنها تضليل الجمهور أو المستهلكين، و الحقيقة ان تحرير الخدمات و حماية حقوق الملكية الفكرية ليس في صالح الدول العربية بوجه عام ، و مناقشة الملكية الفكرية في إطار اتفاقية الجات لم تكن إلا محاولة جديدة من الدول الكبرى من اجل حماية ابتكاراتهم و إختراعاتهم العلمية و الاستنثار باستغلالها لأطول مدة ممكنة و الحصول على عائد مادي كبير ، بينما ترى الدول النامية إن عمليات تقليد السلع و البضائع في مجال الملكية الفكرية من شأنها خلق أنشطة اقتصادية ، إقامة صناعات جديدة و فرص عمل للحد من البطالة ، و بالتالي فهي لاتسعى لاتخاذ إجراءات معينة للحد من هذه العمليات ، ولذلك فإن هذا الموضوع يعد من أهم الموضوعات ، بل وأكثرها إلحاحا في الوقت الحاضر.

-وتبعاً لما سبق بيانه، فقد خلصت هذه الدراسة إلى بعض النتائج وهي كالاتي:

1-إن الحماية الجنائية للعلامة التجارية كانت ثمرة تطور تشريعي مر بمراحل مختلفة، و كان ذلك نتيجة تطور في الحياة الاقتصادية .

2-لقد اخذ المشرع الجزائري بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، من خلال تحديد أشكالها و العناصر التي يمكن أن تتكون منها تلك العلامة و نتيجة لذلك تم إسباغ الحماية الجنائية على العلامة التجارية بكافة صورها و أشكالها

3-ذهب كل من التشريع الجزائري و التشريعات المقارنة إلى حسم مسألة تمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية، حيث أوردت نصوصا صريحة إستوجبت أن تكون العلامة التجارية قد تم تسجيلها طبقاً للقانون .

4-المصلحة التي يهدف إليها المشرع في الحماية الجنائية للعلامات التجارية لا تقتصر على حماية صاحب الحق في ملكية العلامة التجارية ، وإنما تمتد لتشمل حق المستهلك في عدم استعمال العلامة في ما يؤدي إلى غشه و خداعه في مجال التعامل التجاري .

-بعض الاقتراحات التي توصلت إليها من الدراسة :

1-على الجزائر أن تضع تشريعات دقيقة من جهة، و الإسراع بالانضمام إلى أهم الاتفاقيات الدولية خاصة اتفاقيات دولية خاصة اتفاقية تريبس

2-على المشرع الجزائري أن يستحدث نصا يعاقب على استخدام العلامات الممنوعة قانونا، كما عليه بإتباع سياسة جنائية رشيدة لمواجهة جرائم الاعتداء على العلامات التجارية تركز على محورين أولهما محور علاجي و ثانيها محور وقائي.

3-ندعو المشرع الجزائري أن يتدخل بإضافة نص إلى المادة (32) من الأمر رقم 06-03 يتضمن أنه لا يجوز إستبدال عقوبة الحبس بالغرامة، لأننا نعتقد انه و حتى تكون العقوبة الحبس رادعة و بالتالي توفير الحماية للعلامة أن يضاف عبارة أو فقرة تتضمن عدم جواز استبدال عقوبة الحبس بالغرامة، عن ثلاث سنوات و الغرامة التي لا تقل عن عشرة ملايين دينار، نقترح أن ينص المشرع الجزائري على عقوبة نشر الحكم الصادر بالإدانة في نص المادة (32) من الأمر رقم 06-03، وذلك لما له من أثر فعال في مكافحة الجريمة الاقتصادية، فهو يصيب المحكوم من عليه في اعتباره لدى زبائنه الذين يعتمد عليهم في كسب عيشه و تنمية دخله، و ليس أفسى عليه من أن يسمع عنه هؤلاء من الصحافة و غيرها من وسائل الإعلام أنه ليس محلا للثقة، و من لم تسمح له الفرصة لمعرفة ذلك عنه فسيجد الحكم معلقا على واجهة المنشأة.

\*وفي الختام فإني أدعو الله سبحانه و تعالى أن يحقق الهدف من هذه الدراسة، و إذا كنت قد حاولت من خلال هذه الدراسة وضع إطار للحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية يجمع شتاتها المتناثر في جميع أفرع القانون الجنائي و القوانين الأخرى، فإن هذا جاء وفق قدرتي البشرية الناقصة فإن أخطأت فمن نفسي و إن أصبت فمن الله، و ندعو الله أن يوفقنا لما يحب و يرضى.

# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب القانونية:

- 1- أحسن بوسقيعة ،الوجيز في القانون الجزائري العام ،الديوان الوطني للأشغال التربوية،ط2002،1،الجزائر .
- 2- آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، دراسة مقارنة ط1، ريم للنشر، الجزائر. 2011.
- 3-جلال وفاء محمدين،الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية بالتجارة من حقوق الفكرية (تريس) ،دار الجامعة الجديدة ،إسكندرية ،. 2004.
- 4-حسام الدين عبد الغاني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، إسكندرية. 2004.
- 5-حمادي زبير ،الحماية القانونية للعلامات التجارية ،ط1،منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان، 2012.
- 6-عامر محمود الكسواني،في التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية ،ط1،الأردن، 2010.
- 7-عدنان غسان برانيو،التنظيم القانوني للعلامة التجارية ،ط1،منشورات حلبي الحقوقية ،لبنان، 2012.
- 8-عبد الله حسين الخشروم،الوجيز في الحقوق الملكية الصناعية و التجارية ،بدون طبعة الأردن. 2008.
- 9-فرحة زاوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية (حقوق الملكية الصناعية و التجارية) حقوق الملكية الأدبية و الفنية.
- 10-فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج1، ط1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، بيروت، لبنان، 2006.
- 11-فاضلي إدريس ،المدخل الى الملكية الفكرية ،الملكية الأدبية و الفنية و الصناعية ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الساحة المركزية -بن عكنون -الجزائر. 2007.
- 12-شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر ،إسكندرية ،. 2007.
- 13-صلاح زين الدين، العلامات التجارية ووطنيا و دوليا، دار النشر و التوزيع، عمان، 2005.

- 14-نسرين شريفي ،حقوق الملكية الفكرية ،حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة ،حقوق الملكية الصناعية ،دار بلقيس للنشر ،الجزائر، 2014.
- 15-نعيم مغيب الماركات الصناعية و التجارية -دراسة في القانون المقارن ،ط1،لبنان 2005.
- ثانيا:النصوص القانونية و التنظيمية:
- ا-النصوص القانونية:
- 1-الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات الصنع و العلامات التجارية المؤرخ في 19/03/1966 الجريدة الرسمية لسنة 1966.
- 2-أمر رقم 66-156 مؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم.
- 3-الأمر رقم 66-86 المؤرخ في 28 ابريل 1966 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية جريدة الرسمية، العدد.35
- 4-الأمر رقم 65/76 المؤرخ في يوليو 1976 المتعلق بتسمية المنشأ، الجريدة الرسمية لعدد.59
- 5-الأمر رقم 75-59 مؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون التجاري المعدل و المتمم بالأمر رقم
- 96-27 المؤرخ في 09/09/1996 و القانون رقم 02/05 المؤرخ في 06/02/2005.
- 6-الأمر 48/66 المؤرخ في 25/02/1966 المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883.
- 7-الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات ،الجريدة الرسمية لسنة 2003 العدد.44
- 8-القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجريدة الرسمية لسنة 2004،العدد.41.



- 1-المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 1998/02/21 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و يحدد قانونه الأساسي، جريدة رسمية لسنة 1998، العدد 11.
- 2-المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 2005/08/02 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها،الجريدة الرسمية لسنة 2005 عدد 54.

ثالثا:المذكرات:

- 1-بن قريت أمينة،بن قريت مريم،قاسم مليكة،العلامة التجارية،مذكرة ليسانس،قسم حقوق،جامعة دكتور مولاي طاهر-سعيدة-2010/2009
- 2-ملال فضيلة،الهاشمي فاطيمة الزهراء،الحماية القانونية للعلامة التجارية،مذكرة ليسانس،قسم حقوق،جامعة الدكتور مولاي طاهر -سعيدة-2011-2012

رابعا:المجلات القضائية:

- 1-المجلة القضائية للمحكمة العليا،سنة 1966،العدد الأول.
- 2-المجلة القضائية للمحكمة العليا،سنة2003،العدد الأول.

# الفهرس

## الفهرس :

- 01 ..... إهداء
- 02 ..... الشكر
- أ ..... مقدمة
- I - الفصل التمهيدي : مفهوم العلامة التجارية و نطاق حمايتها جنائيا ..... 05
- المبحث الأول : تحديد العلامة التجارية محل الحماية القانونية ..... 05
- المطلب الأول : مفاهيم أولية مرتبطة بالعلامة التجارية ..... 05
- الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية و تمييزها عن المصطلحات المشابهة لها .. 05
- الفرع الثاني : أشكال و صور العلامة التجارية ..... 10
- الفرع الثالث : وظائفها ..... 13
- المطلب الثاني : أساليب حماية العلامة التجارية ..... 14
- الفرع الأول : الحماية الدولية للعلامة التجارية ..... 14
- الفرع الثاني : الحماية الداخلية للعلامة التجارية ..... 16
- المبحث الثاني : نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية ..... 18
- المطلب الأول : النظام القانوني للعلامة التجارية ..... 18
- الفرع الأول : شروط حماية العلامة ..... 18
- الفرع الثاني : نشوء الحق في العلامة التجارية ..... 25
- المطلب الثاني : التكامل بين قانون العقوبات و التشريعات الخاصة ..... 28
- الفرع الأول : تجدد قانون العقوبات من تقرير الحماية الجنائية للعلامة التجارية ..... 28
- الفرع الثاني : دور التشريعات الخاصة في توفير الحماية الجنائية بالعلامة التجارية .. 30
- II-الفصل الأول : مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية ..... 33
- المبحث الأول : صور الإعتداء على العلامة التجارية ..... 33
- المطلب الأول : جرائم الإعتداء على ذاتية العلامة التجارية ..... 33
- الفرع الأول : جريمة تقليد العلامة ..... 33
- الفرع الثاني : جريمة التقليد التديليسي ..... 34
- المطلب الثاني : جرائم الإعتداء على ملكية العلامة التجارية ..... 37

- الفرع الأول : جريمة وضع يسوء قصد على منتجات العلامة التجارية المملوكة للغير.. 37
- الفرع الثاني : جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك . ..... 38
- المبحث الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية ..... 40
- المطلب الأول : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية في التشريع الجزائري ..... 41
- الفرع الأول : جريمة الخداع ..... 42
- الفرع الثاني : جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية ..... 44
- المطلب الثاني : الجرائم الملحقة بالعلامة التجارية في التشريع المقارن ..... 45
- الفرع الأول : إستعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة ..... 46
- الفرع الثاني : حماية العلامة من إستعمالها بما يخالف النظام العام و الآداب العامة ..... 47
- الفصل الثاني : نطاق المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ..... 50
- المبحث الأول : أحكام المسؤولية الجنائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ..... 50
- المطلب الأول : أصل المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي في جرائم التعدي على العلامة ..... 51
- الفرع الأول : أساس المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية ..... 51
- الفرع الثاني : مناهج المسؤولية الجنائية في جرائم العلامة التجارية ..... 53
- المطلب الثاني : مدي تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامات التجارية ..... 55
- الفرع الأول : مسؤولية الشخص المعنوي في الأحكام العامة ..... 55
- الفرع الثاني : مناهج المسؤولية الجنائية في جرائم العلامات التجارية ..... 58
- المبحث الثاني : العقوبات المقررة للجرائم التي تقع على العلامة التجارية ..... 60
- المطلب الأول : العقوبة الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية ..... 60
- الفرع الأول : الحبس ..... 61
- الفرع الثاني : الغرامة ..... 62
- المطلب الثاني : العقوبات التكميلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية ..... 63
- الفرع الأول : المصادرة و الإتلاف ..... 64
- الفرع الثاني : الغلق و نشر الحكم الصادر بالإدانة ..... 65
- الخاتمة ..... 66
- قائمة المراجع ..... 70
- الفهرس ..... 74

