

حول ضمانات حماية المستهلك من العلامات التضليلية

زويبر حمادي

أستاذ مساعد (أ)، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية

مقدمة

أدى التفتح الاقتصادي إلى إمكانية المؤسسات ومختلف الأعوان الاقتصاديين أشخاصا طبيعية أم معنوية كانوا بأن يستثمروا في مختلف المجالات الاقتصادية. ونتيجة لذلك أصبحت السوق الجزائرية تتميز بكثرة المنتجات والخدمات وتعدد استراتيجيات التسويق في إطار جو تنافسي حاد انجر عنه التذبذب وعدم التوازن في العملاء.

وأمام هذا الوضع سيسعى كل عون اقتصادي إلى اجتذاب العملاء إلى منتجاته وإغرائهم بتفضيلها على منتجات الأعوان المنافسة، ويضمن بذلك مركزا تنافسيا متميزا يحقق له ميزة تنافسية يتقدم بها على غيره من المتدخلين في السوق¹. ولعل من بين الوسائل الفعالة التي تضمن للعون الاقتصادي مركزا تنافسيا متفوقا استعماله لعلامة لتمييز منتجاته وخدماته عن غيرها من منتجات الأعوان الأخرى المماثلة أو المشابهة في السوق.

غير أنّ استعمال العلامة من الأعوان الاقتصاديين لم يعد أمرا اختياريًا، وإنّما حرصا من المشرع على حماية المستهلك والتعريف بالمنتجات أصبح استعمال

1 - د. أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، دون دار النشر، 1994، ص 41.

العلامة التزاما يقع على عاتق كل عون اقتصادي²، لكن في الوقت ذاته أجاز لهم القانون اختيار الرمز الذي يروونه مناسباً لذلك³.

وطالما كانت العلامة معبرة عن حقيقة المنتجات والخدمات، فلا تطرح أي إشكال وإنما الخطر يدق حينما يتم استعمال علامات خادعة حيث لا تعبر عن حقيقة المنتجات والخدمات وتضلل بذلك جمهور المستهلكين وتخدعهم.

وأمام هذه الفرضية فإنه من حقنا التساؤل عن الضمانات التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من هذا الصنف من العلامات ؟

إنّ البحث عن هذه الضمانات يقتضي أولاً التحقق فيما إذا كانت الأحكام القانونية الجزائرية الخاصة بالعلامات لا تجيز تسجيل العلامات التضليلية (I). غير أنّه لا يكفي أن تتضمن الأحكام القانونية ما يمنع تسجيل مثل هذه العلامات، وإنما زيادة على ذلك لا بد أن تتضمن هذه الأحكام ما يخضع العلامة لفحص سابق قبل التسجيل، وهذا لن يتأتى إلاّ إذا حُوّلت للإدارة الجزائرية المكلفة بالتسجيل⁴ سلطة فحص العلامات من الناحية الموضوعية (II). لكن قد لا يكفي الفحص السابق عن الوفاء بالمطلوب، إذ قد لا تتمكن الإدارة المكلفة بالتسجيل أثناء عملية الفحص من اكتشاف الطابع التضليلي للعلامة، ومن ثمة كان من الضروري أن يجيز القانون بطلانها بعد التسجيل (III).

2 - أنظر المادة 3 من الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44، والمادة 5 من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، معدل ومتمم بالقانون رقم 06-10 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 48. وأنظر أيضاً المادة 1/17 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15.

3 - يمكن للعون الاقتصادي أن يستعمل اسمه الشخصي كإسم «فورد» على نوع من السيارات مثلاً، أو أن يستعمل تسميات مبتكرة كميراندا وكوكا كولا لتمييز نوع معين من المشروبات الغازية، أو أن يستعمل الأحرف مثل علامة «S.V.P.» للخدمات من كل نوع أو أن يستعمل الأرقام مثل علامة «501» بالنسبة لنوع معين من الملابس أو أن يستعمل الحروف والأرقام معاً مثل العلامة «GHIH 582» للعطر المسمى بذلك والجعة المعروفة بـ «33 EXPORT». كما يجيز القانون أيضاً استعمال الرسومات كرسم مدفع أو مشعل لتمييز نوع من عيدان الثقاب أو رسم حشرة لتمييز نوع من مبيدات الحشرات أو أن يستعمل الصورة كصورة الرجل فوق الحصان المعروف بـ «Marlboro»، أو استعمال الألوان بمفردها أو مركبة.

4 - تتمثل الإدارة المكلفة بالتسجيل في الجزائر في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي يخضع للمرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي ج ر ع 11 ل 1 مارس 1998.

(I) - مدى حظر العلامات التضليلية في القانون الجزائري

نظم المشرع الجزائري العلامات بموجب الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، ولقد حددت المادة 7 منه الرموز المستثناة من التسجيل، غير أنه لا يمكن إدراك فيما إذا كانت العلامات التضليلية ضمن الرموز المستثناة من التسجيل إلا إذا حددنا في مرحلة أولى مفهوم العلامة التضليلية (أولاً)، ثم نقارن في مرحلة ثانية هذا المفهوم بالحالات المستثناة من التسجيل (ثانياً)، وبمعالجة هاتين النقطتين سيتحدد موقف المشرع الجزائري، ومن ثمة لابد من تبرير لهذا الموقف (ثالثاً).

أولاً- مفهوم العلامة التضليلية

باستقراء مواد الأمر رقم 03-06 المشار إليه أعلاه يتضح أنّ المشرع الجزائري قد خصص المادة 2 من الأمر السالف الذكر لتحديد معنى بعض المفاهيم من بينها مفهوم العلامة، غير أنّ هذه المادة لا تتضمن مفهوماً خاصاً بالعلامة التضليلية. لكن الفقه يتفق على أنّ العلامة التضليلية هي تلك العلامة التي يقصد العون الاقتصادي من وراءها إيقاع جمهور المستهلكين في غلط حول طبيعة المنتج ونوعيته أو حول أصل المنتج و مصدر⁵.

وبهذا المعنى فإنّ العلامة التضليلية تختلف عن العلامة المشابهة التي يرمي العون الاقتصادي من وراءها إلى كسب زبائن الغير إليه بزعر شكوك وأوهام في ذهن المستهلك⁶.

وبناء على ذلك، فإنّ العلامة التضليلية ترمي بالدرجة الأولى وبشكل مباشر إلى الإضرار بالمستهلك، وذلك بخداعه حول المنتج كما هو الحال في وضع كلمة (Cobra) على حزام لم يصنع بجلد الأفعى، أو كاستعمال علامة (Mokalux) لتمييز نوع من القهوة من النوعية الثانية⁷. أمّا العلامة المشابهة حتى وإن كانت هي الأخرى بصفة غير مباشرة تمس بمصلحة المستهلك إلا أنّها ترمي بشكل مباشر إلى

5 - د. نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية (الملكية الصناعية)، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص 297. وانظر كذلك : أسامة نائل المحيسن، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 43.

6 - حول هذا الموضوع راجع : حمادي زوبير: « الضوابط القضائية لتقدير جريمة تزيف أو تشبيه العلامات المميزة »، نشرة المحامي، عدد 11، منظمة المحامين سطيف، سنة 2010، ص 34.

7 - لأنّ كلمة (Lux) قد توحي أنّ القهوة من الدرجة الأولى إلا أنّ الحقيقة هي على غير ذلك.

الإضرار بالعون الاقتصادي المنافس⁸.

ثانياً- مقارنة مفهوم العلامة التضليلية بالرموز المستثناة من التسجيل

بالرجوع إلى نص المادة 7 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التي استثنت بعض الرموز من التسجيل، نجد أنّ الصورة الواردة في الفقرة السادسة مطابقة تماماً للمفهوم الذي قدمه الفقه حول العلامة التضليلية، إذ جاء فيها أنّه : « تستثنى من التسجيل :... الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة به ».

ومن ثم يمكن القول في الأخير أنّ المشرع الجزائري قد تصدى للعلامات التضليلية بالمستهلك ولم يجيز تسجيلها⁹. وفي الحقيقة هذا الموقف كانت قد أجمعت عليه الدول حينما أبرمت أقدم وثيقة دولية تتعلق بالعلامات، ويتعلق الأمر باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة بتاريخ 20 مارس 1883¹⁰، إذ أجازت هذه الاتفاقية للدول الأعضاء أن تبطل أو ترفض تسجيل كل العلامات التي تكون من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور، فجاء في الفقرة الفرعية (3) من الفقرة (ب) من المادة 6 (خامسا) منها أنّه : « لا يجوز رفض تسجيل العلامات الصناعية أو التجارية التي تشملها هذه المادة أو إبطالها إلا في الحالات التالية... إذا كانت مخالفة للأداب أو النظام العام ولاسيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور ... ».

كما أضافت المادة 10 (ثانياً) منها أنّه : يكون محظورا بصفة خاصة البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.

ولم تكتف الدول بحظر تسجيل العلامات التضليلية بموجب اتفاقية باريس فحسب وإنما زيادة على ذلك كرسّت هذا الحظر في تشريعاتها الداخلية، فعلى سبيل المثال يؤكد التشريع الفرنسي في المادة 711-3 من تقنين الملكية الفكرية أنّه لا تعتبر

8 - راجع المادة 27 من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

9 - هذا الحكم يسري أيضا على العلامات الجماعية، أنظر المادة 25 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر، ويلاحظ أنّ عبارة (الذي يعنيه الآخر) وردت خطأ في الجريدة الرسمية بدلاً من عبارة (الذي يعنيه الأمر) فالعبارة الأخيرة هي الصحيحة إذ ورد في النسخة الفرنسية عبارة (un tiers intéressé).

10 - انضمت إليها الجزائر بموجب الأمر رقم 48/66 المؤرخ في 1966/03/25، المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس للملكية الصناعية ج ر ع 16 لسنة 1966، وصادقت عليها بموجب الأمر رقم 02/75 المؤرخ في 1975/01/09 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس للملكية الصناعية، ج ر ع 10 لـ 1975/02/10.

علامة أو عنصر من علامة تلك الرموز التي من طبيعتها تضليل الجمهور، لاسيما فيما يخص طبيعة، وجودة أو المصدر الجغرافي للمنتجات والخدمات¹¹. كما يؤكد التشريع المصري أنه لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو تحدث لبسا لديه أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي¹². وهذا الموقف تبناه أيضا التشريع الأردني¹³.

ثالثاً- تبرير حظر العلامة التضليلية

لا يمكن إدراك خلفية حظر العلامات التضليلية إلا إذا بينا خطورتها على المستهلك، غير أنّ هذه الخطورة لا تتضح إلا إذا شرعنا مسبقاً في إبراز علاقة العلامة بالمستهلك، إذ أنّ خطورة العلامة التضليلية على المستهلك ترجع أساساً إلى سهولة انخداع هذا الأخير بالعلامة متى خرجت عن وظيفتها العادية واستعملت كوسيلة للغش والتضليل.

1- علاقة العلامة بالمستهلك

تعبيراً عن الترابط الوثيق بين العلامة والمستهلك يقول «FRED PONNER» إنه : « يجب على علامتكم أن تصبح رفيقة لعملائكم »¹⁴. ومعنى هذه المقولة أنّه يتعين على أصحاب العلامات أن يحافظوا على العلاقة القائمة بين عملائهم وعلاماتهم، وذلك بالحفاظ على جودة المنتجات والخدمات التي يقدمونها

11 - L'article L.711-3 (C) du Code de la propriété intellectuelle français dispose que : « Ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe : de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service ».

12 - المادة 67 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المؤرخ في 2002/06/02، المتعلق بحماية الملكية الفكرية، ج ر عدد 22 مكرر لسنة 2002.

13 - المادة 8 من القانون الأردني رقم 33 لسنة 1952 المؤرخ في 1952/05/20، المتضمن قانون العلامات التجارية، ج ر عدد 1110.

14 - « Il faut que votre marque devienne une amie de vos clients », cité in NUSS Pierre, « Le consommateur et la marque à la veille de l'an 2000 », Gazette du Palais, n°143 à 147, 1993, p. 3.

إلى المستهلكين.

فمن المنفق عليه أنّ العلامة في وقتنا الحالي لم تعد تستعمل لتمييز المنتجات والخدمات فحسب¹⁵، وإنما أضحت رمزاً لمصدر المنتجات ووسيلة لضمان صفة هذه المنتجات، وهذا يعني أنّ العون الاقتصادي يسعى إلى اجتذاب العملاء إلى منتجاته وإغرائهم بتفضيلها على منتجات الأعوان المنافسة عن طريق إتقان الصنع، بمعنى ضمان الجودة والإتقان، وعن طريق الدعاية واستخدام وسائل الإعلان المتعددة تثبيت العلامة في ذاكرة المستهلك، بحيث يكفي أن يذكر المشتري اسم العلامة حتى يتعين المبيع دون حاجة لإيضاح أو ذكر أوصاف الشيء المبيع، لأنّ وجود تلك العلامة يوحي بالثقة وضمان الجودة. ويظهر ذلك أيضاً حين يقارن المستهلك بين سلعة لا تحمل علامة وسلعة مثيلة تحمل علامة، إذ عادة ما يفضل المستهلك السلعة الثانية لوجود تلك العلامة¹⁶.

2- خطورة العلامة التفضيلية على المستهلك

طالما يلتزم الأعوان الاقتصاديون من تجار وصناع ومقدمي خدمات على أنّ تعبر علاماتهم عن حقيقة المنتجات والخدمات التي يعرضونها في السوق، فإنّ العلامة تظل وسيلة للضمان والثقة. غير أنّ هؤلاء الأعوان الاقتصاديين خاصة ذوي النفوس الضعيفة منهم قد يلجئوا في سبيل ترويج منتجاتهم وخدماتهم إلى الغش والاحتيال عن طريق استعمال علامات تظهر تلك المنتجات والخدمات على

15 - إلا أنّ استعمال العلامة من قبل التجار والصناع يرجع إلى أمد بعيد. والرومانيون هم أول من استعمل العلامة التجارية، إلا أنّ استعمالها لم يعد مقصوراً عليهم فحسب، بل اقتبسه الإيطاليون والفرنسيون فيما بعد، وذلك ابتداء من القرن الخامس عشر، إذ ساد نظام الطوائف الذي فرض استخدام علامات الصناعة في القرون الوسطى لتمييز أصحاب التجارة والصناعة لسلعهم ومنتجاتهم عن مثيلاتها من السلع والمنتجات الأخرى. حيث تعتبر العلامة في هذه الفترة دليلاً على أنّ الطائفة قد قامت بمعاينة هذه السلعة أو تلك المنتجات، كما تعتبر دليلاً على دفع الرسوم المفروضة عليها من قبل الطائفة. وإذا كانت السلع والمنتجات لا تحمل علامة معينة تتلف من قبل الجهة المختصة. راجع في ذلك : عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الثامن، حق الملكية، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1998، ص 465. وأنظر أيضاً صلاح سلمان الأسمر، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، 1986، ص 12.

16 - إن أداء وظيفة العلامة كرمز للثقة قد تحجبها الظروف الاستثنائية كالحروب التي قد تؤدي إلى نقص المواد الأولية، غير أنه عادة ما يوضع على تلك العلامة رمز يشير إلى تلك الظروف مثل «Palmolive 1944»، وذلك خلال الحرب العالمية الثانية، إلا أنّ الفقه يتجه إلى ضرورة رقابة الدولة عن طريق وضع علامة إلى جانب العلامة التجارية تسمى بعلامة الرقابة. انظر: حسنين محمد، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 91.

غير حقيقتها¹⁷. ومن ثمة تتحول العلامة كرمز للضمان والثقة إلى وسيلة للخيانة والخداع. ولهذا ترى من السهل خداع المستهلك باستعمال علامة تعرف منتجاتها بأنها ذات جودة عالية لتعيين منتجات رديئة. وكثيرا ما يكون اقتناء منتجات ضارة بصحة المستهلك ومصلحته الاقتصادية، سببه وجود تلك العلامة التضليلية.

وتظهر خطورة العلامة التضليلية حينما ينطوي الغش على الأدوية والمواد الصيدلانية والمواد الغذائية والمواد الكهرومنزلية وقطاع الغيار والتي تكون نتائجها وخيمة، فترى كثرة الحوادث وكثرة الموتى والجرحى والتي يكون السبب الرئيسي فيها رداءة المنتجات. وخير دليل على ذلك ما يعرف بقضية (Textron v Aviation Sales Bell Helicopter Division of) وهي قضية تتعلق بتصنيع قطع غيار طائرات هليكوبتر رديئة وضعت عليها علامة مسجلة لشركة (Textron, Inc)، مما أدى إلى المساس بأمن وسلامة الطيران وضياع الأرواح، فقد وجد القضاء أنّ السبب الرئيسي للحوادث التي وقعت للعديد من طائرات هليكوبتر كان لعيوب في قطاع الغيار مما أدى إلى حالات الوفاة والإصابات البدنية الجسيمة¹⁸.

وعليه يمكن القول في الأخير أنّ حظر العلامات التضليلية لم يأت لمصلحة الأعراف الاقتصادية وإنما جاء تقريراً لحماية جمهور المستهلكين¹⁹.

(II) - مدى تمتع الإدارة المكلفة بالتسجيل بسلطة فحص العلامات

عرفت الإدارة المكلفة بالتسجيل في الجزائر تطورا تاريخيا، قبل أن تتحول تسميتها إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتتفرد بكل الاختصاصات الخاصة بالملكية الصناعية ومن بينها تسجيل العلامات²⁰.

17 - عبد الله حميد سليمان الغويري، (العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) (TRIPS) وقانون العلامات التجارية الأردني)، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، مصر، 2005-2006، ص 56.

18 - عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 144.

19 - GALLOUX (J.-Ch.), Droit de la propriété industrielle, 2ème édition, Dalloz, Paris, 2003, p. 425. Voir aussi CHAVANNE (A.) et BURST (J.-J.), Droit de la propriété industrielle, 5ème édition, Dalloz, Paris, 1998, p. 540.

20 - للمزيد من التفاصيل حول التطور التاريخي للإدارة المكلفة بالتسجيل في الجزائر، راجع: حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012، ص 75.

غير أنّ السؤال الذي يتبادر إلى الذهن هنا خاص بمدى تمتع هذا المعهد بسلطة فحص العلامات قبل أن يمنح عنها شهادات التسجيل، بمعنى هل يقتصر دوره على تسجيل العلامات بصورة آلية بناء على طلبات أصحابها دون أن يجري في ذلك أي فحص سوى تفحص ملف الإيداع أم أنّ القانون خول للمعهد سلطة فحص العلامة من الناحية الموضوعية؟

في الحقيقة بالرجوع إلى الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، نجد أنّ الباب الثالث منه قد جاء تحت عنوان « إيداع العلامة وفحصها وتسجيلها ونشرها»، وقد أحالت المادة 13 منه فيما يخص إجراءات الفحص والتسجيل إلى التنظيم²¹. وفعلا فقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بتحديد كفاءات إيداع العلامات وتسجيله²² الذي خصص الباب الثاني منه لإيداع العلامة وفحصها وتسجيلها، وتضمن هذا الباب ثلاثة أقسام بحيث خصص القسم الثاني منه للفحص من حيث الشكل والقسم الثالث للفحص من حيث المضمون.

وبناء على هذا التوبيخ والتقسيم يتضح أنّ المشرع خول للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية سلطات واسعة، بحيث أنّ العلامة تخضع إلى فحص شكلي وفحص موضوعي.

1 - فحص الطلب من الناحية الشكلية

يتعين على المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أن يفحص مدى استيفاء طلب تسجيل علامة لكافة الشروط الشكلية المحددة قانونا كأن يقدم الطلب في الاستمارة الرسمية التي يمنحها المعهد محتويا على اسم المودع وعنوانه إلى جانب قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات ووصل يثبت دفع الرسوم المستحقة إلى جانب غيرها من الشروط الشكلية²³.

21 - جاء في المادة 13 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر أنّه : « تحدد شكليات إيداع العلامة وكفاءات وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة، عن طريق التنظيم».

22 - يتمثل هذا النص التنظيمي في المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02/08/2005، المتعلق بتحديد كفاءات إيداع العلامات وتسجيلها، ج ر عدد 54. المعدل والمتمم بالرسوم التنفيذية رقم 08-346 المؤرخ في 26/10/2008، ج ر عدد 63.

23 - أنظر المادة 10/1 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المشار إليه أعلاه التي جاء فيها أنّه : « تفحص المصلحة المختصة ما إذا كان الإيداع يستوفي الشروط المحددة في المواد من 4 إلى 7 أعلاه ». وانظر بالنسبة للشروط الشكلية: المواد من 4 إلى 7 من نفس المرسوم التنفيذي.

غير أنّ المعهد لا يرفض الطلب إذا لم يستوف كافة الشروط الشكلية، وإنّما يمنح للمودع مهلة شهرين لاستكمال ملفه، كما يجوز للمودع نفسه عند الاقتضاء أن يطلب تمديد الأجل لنفس المدة بناء على طلب معلل يوجهه إلى المعهد. لكن في حالة انقضاء الأجل ولم يبادر المودع إلى تصحيح طلبه أو استكمال ملفه يقوم المعهد برفض الطلب، ولا يحق عندئذ للمودع أن يسترد الرسوم التي قام بدفعها²⁴.

2- فحص الطلب من الناحية الموضوعية (فحص العلامة)

تنص المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بتحديد كفاءات إيداع العلامات وتسجيلها أنه : «إذا تبين من الفحص الشكلي أن الإيداع استوفى الشروط المطلوبة في المواد من 4 إلى 7 أعلاه، تبحث المصلحة المختصة عما إذا لم تكن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمذكور أعلاه».

وتضيف المادة 1/12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المذكور أعلاه أنه : «تسجل المصلحة المختصة العلامة بعد التأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمذكور أعلاه، وبصفة عامة إذا تبين للمصلحة المختصة أن الإيداع يستوفي شكلا ومضمونا الشروط المحددة في هذا الأمر والنصوص المتخذة لتطبيقه».

وهكذا يتضح من خلال مضمون المادتين 11 و12 السالفتين أنّ المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ملزم قبل أن يتولى تسجيل العلامة أن يقوم بإجراء فحص طلب تسجيلها من الناحية الموضوعية والتحقق من أنّ العلامة المودعة تتوافر على الشروط الموضوعية²⁵ وأنّها لا تدخل ضمن الحالات المستثناة من التسجيل بموجب المادة 7 من الامر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

24 - جاء في المادة 2/10 من نفس المرسوم التنفيذي أنه : «عند عدم استيفاء الإيداع لهذه الشروط، تطلب المصلحة المختصة من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين، ويمكن تمديد هذا الأجل، عند الاقتضاء، لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب الطلب». وتضيف ذات المادة في الفقرتين الثالثة والرابعة أنه : «في حالة عدم التسوية في الأجل المحددة، ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل. وفي حالة رفض الطلب لا تسترد الرسوم المدفوعة».

25 - تتمثل الشروط الموضوعية لصحة العلامة في : الجدة والقدرة على التمييز والمشروعية. للمزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع راجع : حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 61 وما يليها.

ليس لها طابع تضليلي قبل أن يتولى تسجيلها. وبناء على ذلك يمكن للمعهد أن يرفض تسجيل العلامة متى تبين له من خلال الفحص الموضوعي أنَّ العلامة ذو طابع تضليلي.

(III) - مدى إمكانية بطلان العلامات التضليلية

قد لا يكتشف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الطابع التضليلي للعلامة أثناء عملية الفحص، ومن ثم قد يصدر تسجيل علامة تضليلية، وهذه الأخيرة من شأنها أن تلحق الأذى بجمهور المستهلكين إن تركت على حالها، ومن ثم كان لا بد أن يتيح القانون إمكانية بطلان شهادات تسجيل مثل هذه العلامات.

وبالفعل فإنَّه بمجرد العودة إلى أحكام الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، نجد أنَّ المادة 20 منه تجيز للقاضي أن يبطل العلامات المخالفة لأحكام المادة 7 من ذات الأمر.

ويلاحظ أنَّ المادة 20 هذه لم تستثني أية حالة من الحالات المستثناة بموجب المادة 7 المشار إليها أعلاه، وإنَّما قررت الإبطال على كل الرموز المستثناة من التسجيل، فحين نجد المادة 21 بدورها جاءت بفكرة الإلغاء، لكن هذا الجزء لا يشمل سوى الحالات الواردة في الفقرات 3 و 5 إلى 7 من المادة 7 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات.

وهكذا يتضح أنَّ هناك تداخل وتقاطع بين المادة 20 والمادة 21 في الحالات الواردة في الفقرات 3 و 5 إلى 7. ونحن نعلم أنَّ العلامات التضليلية قد استثنيت من التسجيل بموجب الفقرة 6 من المادة 7 السالفة الذكر. ونتيجة لذلك كان من حقنا التساؤل عن جزاء العلامة التضليلية هل هو إبطال أم إلغاء، والإجابة عن هذا التساؤل ستكون بمثابة إجابة لتساؤل آخر يتعلق بالمادة الواجبة التطبيق (أولاً).

لكن بغض النظر عن التساؤل الأول فإنه يبدو واضحا من الأحكام القانونية أنَّ الجزاء لا ينطق به إلا القاضي، وهذا لا يكون إلا بناء على دعوى قضائية يرفعها صاحب الشأن، لكن هذا الأخير قبل أن يبادر إلى رفع هذه الدعوى عليه أولاً أن يتأكد من الطابع التضليلي للعلامة محل الدعوى وإلا لا أساس لدعواه (ثانياً)، كما يتعين عليه أيضاً أن يرفع دعواه إلى الجهة القضائية المختصة وإلا لم تقبل دعواه (ثالثاً).

أولاً- جزاء العلامة التضليلية

في حقيقة الأمر لن نتوصل إلى تحديد طبيعة الجزاء المترتب على العلامات التضليلية إلا إذا شرعنا أولاً في تحليل مصطلحي (الإبطال) و(الإلغاء) الواردين في المادتين 20 و21 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات ثم نشرع ثانياً في تحليل الحكم الذي يستثني العلامات التضليلية من التسجيل، والوقوف عما إذا كان من قبيل الأحكام المتعلقة بالنظام العام أم لا.

تحليل مصطلحي (الإبطال) و(الإلغاء)

ما يميز القانون الجزائري في هذا المجال هو الخلط في المصطلحات القانونية، فمن جهة، يلاحظ أنّ المشرع الجزائري قد استعمل مصطلح «الإبطال» في المادة 20 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر، والإبطال في القواعد العامة يوظف للتعبير عن البطلان النسبي أو القابلية للبطلان، ويقابله باللغة الفرنسية مصطلح (Annulabilité)، لكن بالرجوع إلى النسخة الفرنسية لنص المادة 20 أعلاه نجد أنّ المشرع قد قابل الإبطال بمصطلح (Annulation)، وهي كلمة غير موفقة على أساس أنّ المصطلحين القانونيين الأقرب إليها باللغة العربية هما البطلان و الإلغاء.

وعليه وبناء على أنّ العبرة بالنص العربي وليس بالنص الفرنسي، فإنّه يفترض أن يكون مصطلح (Annulabilité) هو الذي يقابل مصطلح الإبطال وليس مصطلح (Annulation). لذا يتعين على المشرع أن يصحح النص باللغة الفرنسية.

ومن جهة ثانية، فإنّ مصطلح الإلغاء الذي جاء في المادة 21 السالفة الذكر هو مصطلح أسّي اختياري، إذ يوحي وكأنّ شهادة تسجيل العلامة هي قرار إداري، وهذا غير صحيح لأنّ بطلان العلامات يكون من اختصاص القضاء العادي وليس من اختصاص القضاء الإداري²⁶. وزيادة إلى ذلك، فإنّه بالرجوع إلى القواعد العامة فإنّ الإلغاء عادة ما يوظف في القانون الإداري، لذا يستحسن على المشرع أن يستبدله بمصطلح (البطلان) الذي يستعمل للتعبير عن البطلان المطلق.

كما أنّه بالرجوع إلى النسخة الفرنسية لنص المادة 21 من الأمر رقم 03-06

26 - راجع في ذلك : حمادي زويبر: « مسألة الاختصاص القضائي في دعوى البطلان المتعلقة بالملكية الصناعية على ضوء أحكام قانون الإجراءات المدنية والإدارية وقوانين الملكية الصناعية»، المجلة القضائية، عدد 01 لسنة 2011، ص 71-44.

السالف الذكر، نجد أنّ المشرع قد قابل الإلغاء بمصطلح (Révocation)، وهذا الأخير حتى وإن كان من الممكن أن يستعمل للتعبير عن الإلغاء إلا أنّ المشرع الجزائري في القواعد العامة يستعمله للتعبير عن العدول أو العزل²⁷. لذا يستحسن على المشرع أن يوظف مصطلح (Annulation) بدلاً من مصطلح (Révocation). وذلك توحيداً للمصطلحات القانونية.

مدى تعلق حظر العلامات التضليلية بالنظام العام

تعتبر فكرة النظام العام من الأفكار القانونية الصعبة التي لم يجرؤ أي مشرع على تعريفها، وقد أثارت الكثير من الجدل بين رجال القانون، واختلافاً بيناً في آراءهم التي لم تتفق على مداه²⁸. لكن عندما نعود إلى موضوع الحال نجد أنّ اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية قد عالجت الإشكالية وحسمت الموقف، إذ أكدت بصريح العبارة أنّ العلامات التضليلية صورة من صور العلامات المخالفة للنظام العام، حيث نصت الاتفاقية في الفقرة الفرعية (3) من الفقرة (ب) من مادتها 6 (خامساً) على أنّه : « لا يجوز رفض تسجيل العلامات الصناعية أو التجارية التي تشملها هذه المادة أو إبطالها إلا في الحالات التالية... إذا كانت مخالفة للأداب أو النظام العام ولاسيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور ... ».

ومن المتفق عليه فقهاً وقضاً أنّ تعلق قاعدة معينة بالنظام العام يترتب عنه نتائج جدّ مهمة، بحيث تنعدم إرادة الأفراد إزاء ما تتضمنه من أحكام، ويكون كل ما يخالفها باطلاً بطلاناً مطلقاً. وأنّ هذا البطلان لا يزول بمرور الوقت، ويجوز التمسك به من كل ذي مصلحة، وهذا خلافاً للقاعدة التي لا تتعلق بالنظام العام حيث يترتب على مخالفتها الإبطال أو البطلان النسبي، لذا لا يجوز التمسك به سوى من الشخص الذي تقرر لمصلحته كما أنّ الإبطال يزول بمرور الوقت²⁹.

وبناء على ذلك، فإنّه من المفروض أن يترتب على تسجيل علامة تضليلية البطلان المطلق، ويترتب عن ذلك جواز التمسك ببطلانها من كل ذي مصلحة وعدم

27 - أنظر على سبيل المثال هذا المعنى في المادتين 586 و 587 من الامر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78.

28 - يقول أحد الكتاب أنّ : « النظام العام يستمد عظمته من ذلك الغموض الذي يحيط به، ومن ضمن مظاهر سموه أنّه ظل متعالياً على كل الجهود التي بذلها الفقه والقضاء لتعريفه ». أنظر في ذلك : ناصر عبد الحافظ محمد، ضوابط الحماية القانونية للحقوق الذهنية، رسالة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر، 2004، ص 197.

29 - للمزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع راجع : د. مصطفى محمد الجمال وعبد الحميد محمد الجمال، النظرية العامة للقانون، الدار الجامعية، بيروت، 1987، ص 56.

زوال هذا البطلان بالتقادم.

وفعلاً فبالرجوع إلى المادتين 20 و 21 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أنهما تجيزان رفع الدعوى لأي شخص يعنيه الأمر أو للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية. وعليه فإنّ دعوى البطلان يجوز رفعها من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية باعتباره مصدر شهادة التسجيل³⁰ أو من المستهلك باعتباره المتضرر من العلامة أو ترفع من طرف جمعية حماية المستهلكين³¹. إلاّ أنّه في الواقع جمعيات المستهلكين في الجزائر لم تلعب أي دور في الدفاع عن مصالح المستهلكين³².

أمّا بشأن عدم زوال بطلان العلامة التضليلية بالتقادم، فإنّ الغرفة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية في قرار صادر عنها بتاريخ 17 سبتمبر 1999 أكدت أنّ الطابع التضليلي لا يزول بالاستعمال كما هو الحال بالنسبة للطابع غير المميز³³.

وأما بالنسبة للقانون الجزائري فإنّ المادة 20 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر قد أقرت بسقوط دعوى الإبطال بالتقادم إذا مرت خمس (5) سنوات من تاريخ تسجيل العلامة. وهذا الحكم يتعارض مع مقتضيات القواعد المتعلقة بالنظام العام، فحين لا نجد مثل هذا التقادم في المادة 21 السالفة الذكر. وبناء على ما تقدم يمكن الجزم إذن بأنّ المادة 21 هي الواجبة التطبيق وليس المادة 20 وأنّ البطلان المطلق هو الجزاء المترتب على تسجيل علامة تضليلية حتى ولو سماه المشرع بالإلغاء،

30 - لم نسجل أي بطلان قضائي للعلامة بطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

31 - يجيز القانون لهذه الجمعيات أن تمثل المستهلكين، وأن تتأسس كطرف مدني إذا تعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك. انظر في ذلك: المادتين 21 و 23 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق. وانظر كذلك المادة 65 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

32 - إنّ حماية المستهلك ما زالت لم تبلغ بعد الهدف المحدد لها، خاصة بعد أن تزامنت السوق الجزائرية بالمنتجات المحلية والأجنبية المستوردة وظهور أساليب التقليد والغش في المنتجات وانعدام مطابقتها للموصفات القانونية والتنظيمية. كما نسجل غياب جمعيات متخصصة في مجال الملكية الصناعية في الجزائر، فجدد مثلاً الجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية تلعب دوراً فعالاً في التنسيق بين الأعضاء وتقديم الاقتراحات والحلول بشأن منازعات ناشئة عن حقوق الملكية الصناعية بالطرق الودية. أنظر في ذلك :

WAGRET Jean-Michel, Brevet d'invention et propriété industrielle, 4ème éd., Que sais-je ?, PUF, 1992, p. 16.

33 - « L'usage est impuissant à faire disparaître le vice de déceptivité affectant à la marque », Arrêt de la Cours de Cassation, Chambre commerciale du 17 septembre 1999, PIBD, 2000, III, p. 17.

لأن الطابع التضليلي لا يزول بالاستعمال.

ويلاحظ أنّ المشرع الجزائري في المادة 20 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، قد اعترف بإمكانية اكتساب العلامة للطابع المميز بعد التسجيل³⁴. لكن الغريب في الأمر أنّ المشرع أعاد تكرار هذا الحكم في المادة 21 من الأمر السالف الذكر، ونحن نعلم أنّ هذه الحالة مستثناة بموجب الفقرة 2 من المادة 7 وأنّ المادة 21 لا تشمل هذه الفقرة، مما يعنى أنّ الاعتراف باكتساب العلامة للطابع المميز بمرور الوقت ضمن هذه المادة لا معنى له.

وعليه فإنّ الكيفية الوحيدة التي تجعل المادتين 20 و 21 محل الدراسة تتماشيان مع أبجديات القانون ويسودهما الانسجام والتناسق هو صياغتهما بهذه الكيفية، بحيث تأتي المادة 20 على النحو الآتي: « يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع بناء على ما يأتي :

1- طلب من الغير عندما يتبين بأنه تم تسجيل علامة كان لا ينبغي تسجيلها لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 3 و 8 و 9 من المادة 7 من الأمر. غير أنّه إذا كان سبب الإبطال ناتجا من المادة 7 (الفقرة 2) فإنّه لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها، وتتقدم هذه الدعوى بخمس (5) سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء نية.

2- طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا للمادة 11 أعلاه».

فحين يكون نص المادة 21 كما يلي: « تبطل الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة إذا نشأ بعد تسجيلها سبب من الأسباب المذكورة في الفقرات من 4 إلى 7 من المادة 7 من هذا الأمر. وذلك بناء على طلب من المصلحة المختصة أو من كل ذي مصلحة».

ثانياً- التأكد من الطابع التضليلي للعلامة

يتعين على الشخص الذي يريد أن يرفع دعوى قضائية من أجل بطلان تسجيل علامة نتيجة لطابعها التضليلي التحقق أولاً من وجود الطابع التضليلي في العلامة،

34 - تتقدم دعوى إبطال العلامة نظرا لانعدام الطابع المميز بمرور خمس سنوات، غير أنّ هذا التقدم لا يعتد به إذا كان صاحب العلامة سيئ النية .

والأ اعتبررت دعواه غير مؤسسة.

ويرجع تقدير الطابع التضليلي في العلامة لقاضي الموضوع، الذي يملك سلطة واسعة في ذلك، وهذا ما أكدته القضاء الفرنسي، إذ جاء في قرار صادر عن الغرفة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية بتاريخ 03 ماي 1983 أن القاضي يتمتع بسلطات واسعة في تقدير الطابع المضلل للعلامة³⁵.

وعلى هذا الأساس فقد توصل القضاء الفرنسي إلى وضع معيارين لتقدير الطابع التضليلي للعلامة، وتتمثل هذه المعايير في :

1- أخذ مصطلح الجمهور بالمعنى الواسع

أكد القضاء الفرنسي في العديد من المناسبات أن مصطلح الجمهور يجب أن يؤخذ بالمعنى الواسع والعام، وفي هذا الصدد أكد مجلس استئناف باريس بتاريخ 25 فيفري 1987 أن مفهوم المستهلك لا بد أن ينظر إليه بشكل عام³⁶، كما ذهبت الغرفة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية في قرار صادر عنها بتاريخ 04 أكتوبر 1988 إلى أن مصطلح المستهلك لا يشمل فقط المستهلكين الحرفيين الذين لهم إطلاع بحكم وظيفتهم أو لمعرفة الشخصية للمنتجات والعلامات، بل أيضا المستهلكين بكافة مستوياتهم، وخصوصا المستهلك العادي من عامة الناس³⁷.

2- مقارنة العلامة بالمنتجات والخدمات التي تعينها

ذهب القضاء الفرنسي في العديد من القضايا إلى التأكيد بأن تقدير الطابع التضليلي للعلامة يقتضي المقارنة بين هذه العلامة والمنتجات والخدمات المعلمة بها، ونتيجة لذلك رؤوا أن الطابع التضليلي للعلامة قد ينطوي على طبيعة المنتج والخدمة كما هو الشأن في استعمال علامة (Servi frais) لتعيين منتجات مجمدة³⁸، واستعمال

35 - Arrêt de la Cour de Cassation, Chambre commerciale du 03 mai 1983 cité par : SCHMIDT-SZALEWSKI (J.) et PIERRE (J.-L.), Droit de la propriété industrielle, Litec, Paris, 1996, p. 198.

36 - Cour d'appel de Paris, le 25 février 1987, PIBD, 1987, III, p. 364.

37 - Cour de Cassation, Chambre commerciale du 04 octobre 1988, PIBD, 1989, III, p. 113.

38 - Paris, le 12 février 1981, PIBD, 1981, III, p. 76.

تسميات (Lavablaine) و (Lainé) لتعيين منتجات لا تحتوي على الصوف³⁹. فمثل هذه العلامات تضلل المستهلك لأنها لا تعبر عن حقيقة المنتجات.

كما أن الغش قد ينطوي على جودة المنتجات والخدمات كما هو الشأن في علامة (Oscar de la Santé)، إذ أن هذه التسمية توحي بأن المنتج قد تحصل على جائزة الأوسكار التي تمنح عن الأعمال السينمائية⁴⁰. وكذلك الحال بالنسبة لتسمية (France) التي توحي بأن المنتجات والخدمات تابعة للجهات الفرنسية الرسمية⁴¹. وأخيرا قد ينطوي الغش على مصدر المنتجات والخدمات كما هو الحال في تسمية (Havane) و (Cubainitas) لتعيين نوع من السجائر غير مصنوعة في كوبا⁴².

ويعتبر القضاء الفرنسي علامات تضليلية أيضاً تلك التسميات الخيالية التي لا تعبر على حقيقة المنتج أو الخدمات كأن يستعمل العون الاقتصادي ألفاظاً قصد التعريف بوظيفة المنتج والحقيقة هي على غير ذلك، ومن أمثلة ذلك استعمال تسمية (L'essentiel)⁴³ أو تسمية (Grand)⁴⁴ لتعيين القواميس، حيث أن هذه التسميات تضلل المستهلك وتجعله يعتقد أن هذا النوع من القواميس يحتوي على كل المعلومات والمصطلحات⁴⁵.

ثالثاً- الجهة القضائية المختصة

بالرجوع إلى قانون الإجراءات المدنية والإدارية⁴⁶، نجد أن المشرع الجزائري خلافاً لما كان عليه الوضع في ظل قانون الإجراءات المدنية الملغى⁴⁷، قد استحدث جهات جديدة مختصة نوعياً للنظر في بعض القضايا ذات الطابع الخصوصي،

39 - Arrêt de la Cour de Cassation, Chambre commerciale du 19 décembre 1956. In GALLOUX (J.-Ch.), op. cit., p. 425.

40 - Cour d'appel de Paris, le 05 mars 1990, PIBD, 1990, III, p. 266.

41 - Paris, le 15 mars 1988, PIBD, 1988, III, p. 371.

42 - Paris, le 04 juillet 1985. In SCHMIDT-SZALEWSKI (J.) et PIERRE (J.-L.), op. cit., p. 198. Cité aussi par CHAVANNE (A.) et BURST (J.-J.), op. cit., p. 542.

43 - T.G.I. Paris, 16 décembre 1993, PIBD, 1994, III, p. 218.

44 - Paris, 23 février 2000, PIBD, 1997, III, p. 340.

45 - لقد تم منع استغلال علامة «Express» لشركة إنتاج وسائل التلحيم من طرف القضاء الفرنسي. انظر : T.G.I. Paris. 21 février 1990, PIBD, 1990, III. 434. n°481.

46 - القانون رقم 09/08 المؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية ج ر عدد 21.

47 - أنظر: الأمر رقم 66-154 المؤرخ في 08/06/1966، المتضمن قانون الإجراءات المدنية، ج ر عدد 47.

تسمى بالأقطاب المتخصصة، ومن بين هذه الأقطاب نجد قطب خاص بالفصل في قضايا الملكية الفكرية⁴⁸. كما أنه خلافاً للقاعدة العامة في الاختصاص الإقليمي التي تقضي باختصاص محكمة موطن المدعى عليه، فإنّ الأقطاب المتخصصة لا تنشأ إلاّ على مستوى محاكم مقر المجلس⁴⁹.

وتفيد أحكام قانون الإجراءات المدنية والإدارية أنّ اختصاص هذه الأقطاب ومن بينها القطب الخاص بالملكية الفكرية هو اختصاص جامع ومانع، ومعنى ذلك أنّ الاختصاص القضائي في منازعات الملكية الفكرية بنوعيه (النوعي والإقليمي) يعد من النظام العام⁵⁰.

ويتربت على ذلك، عدم جواز الاتفاق على مخالفتها كما هو الحال بالنسبة لاختصاص الأقسام التي يمكن أن تتشكل منها المحكمة، أي لا يجوز رفع دعوى بطلان العلامة باعتبار هذه الأخيرة من مواضيع الملكية الصناعية إلى قسم آخر غير القطب المختص بالنظر في الملكية الفكرية المنعقد في مقر المجلس القضائي المتواجد في دائرة اختصاصه موطن المدعى عليه. وعليه إذا ما رفعت دعوى قضائية إلى جهة أخرى غير القطب المختص نوعياً وإقليمياً ترفض الدعوى لعدم الاختصاص ويجوز لأي شخص التمسك بهذا الدفع وإثارته في أية مرحلة تكون عليها الدعوى⁵¹.

واستناداً إلى ما تقدم أعلاه يتعين على المحكمة مراعاة سلامة تطبيق قواعد الاختصاص في مادة الملكية الفكرية وإلاّ اعتبر ذلك وجهاً من أوجه الطعن بالنقض

48 - أنظر: المادة 32 من القانون رقم 09/08، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، مرجع سابق.
49 - الأصل أنّ الاختصاص الإقليمي يؤول للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه، واستثناء يمكن للقانون أن ينص على خلاف هذا الأصل. أنظر هذا المعنى في المادة 37 من القانون رقم 09/08 المتعلق بقانون الإجراءات المدنية والإدارية، السالف الذكر.

50 - هذا ما يفهم من خلال المادتين 32 و40 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وللمزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع راجع: حمادي زوبرير: « طبيعة قواعد الاختصاص القضائي المتعلقة بالملكية الفكرية في ظل القانون رقم 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية »، نشرة المحامي، عدد 09، منظمة المحامين سطيف، ماي 2009، ص 29 إلى 32.

51 - المادة 36 من القانون رقم 09/08 السالف الذكر حين نصت على أنه: « عدم الاختصاص النوعي من النظام العام، تقضي به الجهة القضائية في أية مرحلة كانت عليها الدعوى »..

أمام المحكمة العليا⁵²، بل يجوز لهذه الأخيرة أن تنثير ذلك من تلقاء نفسها⁵³.

وتجدر الإشارة إلى أنّ المشرع الجزائري لأول مرة وضع المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية موضع الجد من حيث الجهة القضائية المختصة، إذ تعتبر هذالحقوق من ركائز التقدم والازدهار في الدولة، فهي ذات صلة وثيقة بالتطور العلمي والتكنولوجي، لهذا يكون المشرع قد أحسن صنعا باستحداث أقطاب متخصصة للفصل في المنازعات الناشئة عن هذه الحقوق. فإنشاء هذه الأقطاب من شأنه أن يجعل القضاة متخصصين، مما سيؤدي حتما إلى تفعيل الحماية القضائية للملكية الفكرية بصفة عامة وحماية العلامات بصورة خاصة، وهذه الحماية بدورها أكيد أنّها ستحفز المستثمرين المبدعين والمخترعين في استغلال اختراعاتهم وعلاماتهم وإبداعاتهم على أحسن وجه، كما سيبعث الطمأنينة في نفوسهم⁵⁴.

52 - إذ نصت المادة 3/358 من القانون رقم 09/08 السالف الذكر على أنّه : « لا ينبغي الطعن بالنقض إلا على وجه واحد أو أكثر من الأوجه الآتية: ... عدم الاختصاص».

53 - المادة 360 من نفس القانون، إذ قضت بأنّه : « يجوز للمحكمة العليا أن تنثير من تلقاء نفسها وجهها أو عدة أوجه للنقض».

54 - حمادي زوبير، « طبيعة قواعد الاختصاص القضائي المتعلقة بالملكية الفكرية في ظل القانون رقم 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية »، مرجع سابق، ص 31.

خاتمة

يتضح من خلال هذه الدراسة أنه حمايةً لجمهور المستهلكين، فإنّ المشرع الجزائري على غرار اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، وكذا التشريعات المقارنة قد منع تسجيل العلامات التي من شأنها أن تضلل المستهلك أو تخدعه حول طبيعة المنتج أو نوعيته.

ولم يكتف المشرع الجزائري بالنص على حظر العلامات التضليلية، وإنما زيادة على ذلك منح للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية باعتبارها الجهة المكلفة بالتسجيل في الجزائر صلاحيات واسعة في الفحص قبل التسجيل، وبناء على ذلك يحق له أن يرفض تسجيل أية علامة متى تبين له من خلال الفحص أنها تضلل المستهلك.

وأخيرا فإنّ المشرع الجزائري تحسبا لعدم اكتشاف الطابع التضليلي للعلامة من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية رغم عملية الفحص السابق، خول للقضاء سلطة بطلان العلامات المسجلة متى تبين له أنها ذو طبيعة تضليلية.

غير أنه بالرغم من أنّ القانون الجزائري قد أحاط المستهلك بضمانات كافية تحميه من العلامات التضليلية، إلا أنّ هذا لا يعني أنّه لا يخلو من نقائص، إذ أثبتت الدراسة السابقة أنّ هناك تداخل وعدم التناسق بين أحكام المادتين 20 و 21 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات بشكل يوحي وكأنّها لم تصغ من مشرع واحد، كما أثبتت الدراسة أيضاً أنّ المشرع الجزائري لم يحسن اختيار المصطلحات القانونية، وإنما هناك خلط فيها وكأنّ الناطق بلسان أعجمي لا عربي.

وعليه يتعين على المشرع الجزائري أن يتدخل لإزالة هذه النقائص وذلك بإعادة صياغة المادتين 20 و 21 على النحو الذي اقترحنه في متن الدراسة.