

حماية المستهلك من تقليد العلامة التجارية

Protection of the consumer from counterfeiting the trademark

1- صراح خوالف*.

Sarah khoualef

كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة سيدي بلعباس

Faculty of law and political Science, university of sidi Bel Abbes

laboratory of the real estate activity.

Sarah.khoualef@univ-sba.dz

ملخص:

إن سلبات تقليد العلامات التجارية لا تقتصر فقط على الاقتصاد الوطني، أو على حقوق الملكية الفكرية، وإنما تتعداها لتأثر على المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية التي يكون محلها السلع المقلدة، و رغبة من المشرع في حماية هذا الأخير جسّد العديد من الأجهزة الإدارية التي من شأنها منع كل عمليات التقليد الواقعة على العلامات، و حظر استيرادها و تصديرها و ترويجها.

كلمات مفتاحية: العلامات التجارية؛ حقوق الملكية الفكرية؛ المستهلك؛ السلع المقلدة، الأجهزة الإدارية.

ABSTRACT:

The negatives of trademarks's limitation are not limited to the national economy or intellectual property rights, but rather to affect the consumer as the weak party in the consumer relation whos place is counterfeit goods, and the desire of the legislator for save this consumer put it many administrative organs that it would prevent all counterfeiting operations occurring on the marks, and the risk of their import export and promotion.

Keywords: trademarks; intellectual property rights; consumer; counterfeit goods; administrative organs.

*المؤلف المرسل: خوالف صراح.



مقدمة:

يتميز الواقع المعاصر بأنه واقع استهلاكي في الأساس و هذا الإستهلاك المفرط و الذي بلغ حدا لم تصل إليه البشرية من قبل تولد عنه اهتمام متزايد بالعلامات و التي هي أداة للتمييز بين السلع و الخدمات، فالعلامة دور مهم في بعث الثقة في نفس المستهلك، و ضمان حمايته من ضروب الغش و التحايل؛ لذا فإن المساس بالعلامة التجارية بأي شكل من الأشكال لا يضر بحقوق صاحب العلامة و فقط باعتبار هذه العلامة وسيلته في المنافسة و دخول الأسواق، و إنما أيضا فيها مساس بحقوق المستهلك باعتبار أن العلامة هي وسيلته للتعرف على المنتجات و الخدمات التي تشكل بالنسبة إليه رمز للثقة و الجودة، و هذا يؤدي إلى الإضرار بمصالح المستهلك و صحته¹.

ونظرا لخطورة الجرائم المرتكبة على العلامة التجارية، تدخل المشرع الجزائري من خلال نصه على مختلف الأشخاص و الهيئات الإدارية التي يمكنها التدخل للحد من الجرائم المرتكبة ضدّ العلامات التجارية، و ذلك بالمعينة إلى المتابعة، سواء تمت هذه العمليات داخل الوطن أو خارجه من خلال منع تصديرها أو استردادها².

إنّ لموضوع حماية المستهلك من الجرائم المرتكبة ضدّ العلامات التجارية أهمية بالغة، باعتبار انه من المواضيع التي تجسد الإجراءات الوقائية و العلاجية و الردعية لحفظ المستهلك و الصحة العامة و التي بدورها تمثل محورا من محاور النظام العام، بحيث يعتقد البعض أنّ موضوع العلامة و حماية المستهلك هو بحث سهل المنال ميسور الدراسة على اعتبار أنه موضوع تناولته بعض الدراسات في جوانبه المختلفة غير أن الحقيقة غير ذلك فالمتعمق فيه وحده الذي يستطيع أن يدرك حساسية و صعوبته خاصة و أن له علاقة وطيدة بحماية المستهلك باعتباره

1- عجة الجيلالي، مدخل العلوم القانونية، الجزء الثاني، برتي للنشر، الجزائر، 2009، ص 1028.

2- لشخم رضوان، العلامة و حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في فرع حماية المستهلك و قانون المافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2013/2014، ص 7.

الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية و التي يسعى دائما المشرع فيها إلى إعادة التوازن العقدي في عقد الاستهلاك بينه و بين المهني.

من خلال ما سبق نطرح الإشكال الآتي: ما المقصود بتقليد العلامات التجارية و ما مدى تأثيرها على المستهلك؟ و ما هي الآليات المعتمدة من قبل المشرع الجزائري لحماية المستهلك من تقليد العلامات التجارية؟

سنعتمد في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي؛ فالمنهج الوصفي في الدراسة سيكون من أجل وصف الجرائم المرتكبة ضد العلامات التجارية و الآليات المتبعة من قبل المشرع من أجل إحاطة المستهلك بالحماية اللازمة، أما التحليلي فيكون من أجل تحليل النصوص القانونية المعتمدة في هذه الدراسة.

و للإجابة على الإشكالية السابقة سنعمل على تقسيم دراستنا هذه إلى فرعين رئيسيين أولهما يتضمن تقليد العلامات التجارية و تأثيره على المستهلك، أما الثاني فيتضمن الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك من تقليد العلامات التجارية.

المبحث الأول: تقليد العلامات التجارية و تأثيره على المستهلك

إذا كان العصر الحديث قد عرف بكثرة السلع و المنتجات و كثرة الاسواق فإن الحاجة كانت ملحة لاستخدام العلامات للتعريف بالسلع و الخدمات مثلما يتم استعمال الأسماء للتعريف بالأشخاص؛ فهي عبارة عن وظيفة كلاسيكية، حيث لم تعد العلامة مجرد أداة لتمييز البضائع، بل أضحت ترمز لصفاتها و خصائصها و ملائمتها، و بازدياد أهمية العلامة ازدادت الاعتداءات عليها من خلال عمليات التقليد، إذ يقوم المقلد بتقليد العلامات التجارية بدون الحصول على رخصة من صاحبها، غير أن التقليد الذي كان سابقا كعملية قرصنة تقليدية تغير و تطور حتى أصبح يمارس من قبل مؤسسات متخصصة¹.

ولا شك أن التقليد يسبب ضررا جسيما لصاحب العلامة من جهة و المستهلك من جهة أخرى، و ذلك راجع لعجز المستهلك في التفريق بين كل من السلعة التابعة للعلامة الأصلية و السلعة المقلدة؛ باعتبار أنه ضعيف من الناحية

1- سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري و القانون المقارن، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق، الجزائر 1، الجزائر، 2016/2017، ص 6.

العملية عكس المهني المقلد الذي يكون ذو خبرة و كفاءة في مجال السلعة المقلدة المروجة في الأسواق، و بالتالي يتمكن هذا الأخير من السيطرة على سلوك و إرادة المستهلك خاصة و إذا كان يبيعها بثمن أقل من ثمن السلعة الأصلية، فمن أجل فهم أكثر لتقليد العلامة التجارية كان لابدّ علينا من التطرق إلى كل مفهوم العلامة التجارية في مطلب أول، ثم نتطرق بعد ذلك تأثير تقليد العلامة التجارية على المستهلك.

المطلب الأول: مفهوم تقليد العلامة التجارية

إنّ تحديد مفهوم تقليد العلامة التجارية يتطلب منا التطرق إلى تعريف التقليد العلامة التجارية في فرع أول، و تبين صوره في فرع ثان، و من ثمّ توضيح كيفية إثبات تقليد العلامة التجارية في فرع ثالث.

الفرع الأول: تعريف تقليد العلامة التجارية

سننتظر في هذا الفرع إلى مختلف التعاريف التي جاء بها الفقه في تعريفه لتقليد العلامة التجارية (البند الأول)، و قد جاء النص عليه في العديد من القوانين كقانون العلامات و قانون الممارسات التجارية و قانون الجمارك (البند الثاني).

البند الأول: التعريف الفقهي لتقليد العلامة التجارية

يعرّف التقليد على أنه اتباع إنسان فيما يقول أو يفعل معتمدا الحقيقة فيه من غير نظر أو تأمل و قلد الشيء يعني نسخه و أوجده ثانية بطريقة احتيالية قصد التحريف أو نقل الشيء بطريق الخدعة و المكر قصد الغش بصورة تدليسية قصد التبديل¹.

أما تقليد العلامة التجارية فقد عرّفه الأستاذ "روبير" التقليد بأنه " إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي و المميز له الاصطناع الكامل و الحرفي للعلامة و تكون الجريمة مرتكبة من خلال التصنيع المادي للعلامة"².

1- زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد و القرصنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2005، ص11.

2- بيوت نذير، مساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية، المجلة القضائية العدد الثاني، 2002، ص 61.

و هناك من يعرف تقليد العلامة التجارية على " أنه نقل لعلامة مسجلة أو نقل الأجزاء الأساسية للعلامة الأصلية أو وضع علامة تشبه في مجموعها العلامة المصطنعة بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك و تجر به ظنا منه أنها العلامة الأصلية " ¹.

كما يطلق جانب من الفقه² على جميع صور التعدي على العلامة لفظ جرائم التقليد، كما أنه تم تعريف التقليد على أنه تقليد اصطناع العلامة التجارية نفسها أي النقل الحرفي للعلامة نقلا كاملا أو للأجزاء الرئيسة منها إلى درجة أن يصعب التفرقة بين كل منهما³.

البند الثاني: التعريف القانوني لتقليد العلامة التجارية

تنص المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات⁴ على ما يلي: "... تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة...".

من خلال هذا النص يتضح أنّ المشرع الجزائري قد تبنى المفهوم الواسع للتقليد إذ يقصد به عامة كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهدار لحقوق صاحب الحق في العلامة أو ما يمس بالحقوق الإستثنائية للعلامة أي كل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه الشرعية.

فلم يعد بهذا جرم التقليد مقتصرًا على صنع علامة مشابهة، و لم يعد جرم التزييف يدل على الإحتيال الذي يقوم به المجرم ليصنع علامة مطابقة بشكل كبير للعلامة الأصلية، و لا جرم التزوير الذي يقوم به الفاعل بمحاكاة عناصر أساسية

1- فرحة صالح زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، دار ابن خلدون، 2003، ص260.

2- للمزيد من المعلومات عن الفقه صاحب هذا الرأي راجع زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد و القرصنة، المرجع السابق، ص9.

3 - بلمهدي عبد الحفيظ، التقليد في العلامة التجارية أشكاله و طرق حمايته، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، ص 67.

4- الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات، ج.ر.ج.ج، العدد 44، الصادرة سنة 2003.

في علامة معنية مع إضافات فرعية جانبية من خداع المستهلك، فكل تلك الأفعال جعلها المشرع تخضع لتكييف واحد و هو جنحة التقليد¹.

و يعتبر من قام بتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة مالكا لها، و له وحده دون سواه أن يستعملها على السلع و الخدمات التي يعينها لها، طيلة المدة القانونية المحددة بعشر (10) سنوات القابلة للتجديد لفترات متتالية، و هذا بنص المادة 5 من القانون 06/03 المتعلق بالعلامات، و لذلك فإن حق احتكار العلامة يعتبر حقا احتكاريا لفترات قابلة للتجديد و لمرات غير محددة.

و لقد كانت نية المشرع الجزائري من خلال هذا الأمر توسيع دائرة تجريم الأفعال الماسة بالعلامة من أجل إضفاء حماية جزائية اكبر، و ردع كل من يتهدد على حقوق أصحاب العلامات، لأنه في الأخير ما هو إلا حماية للاقتصاد الوطني من الكساد و نفور المستثمرين الأجانب من الاستثمار في الأسواق الوطنية التي تغرقها العلامات المقلدة².

الفرع الثاني: صور تقليد العلامة التجارية

قد يكتسي الاعتداء على العلامة التجارية أشكالا مختلفا، بعضها يكون اعتداء مباشر كونه يمس موضوع الحماية، و يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة التجارية بالتقليد (البند الأول)، و البعض الآخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة التجارية (البند الثاني)، و هو اعتداء غير مباشر³. هو ما سنتناوله على التوالي.

البند الأول: الاعتداء على الحق في العلامة التجارية بالتقليد

تشمل عملية تقليد العلامة التجارية؛ كل من تقليد العلامة التجارية بالنقل (أولا) و تقليد العلامة التجارية بالتشبيه (ثانيا)، و هذا ما سنوضحه على التوالي:

1- حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامة التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 94.

2 - كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، محمد خيضر، الجزائر، بسكرة، العدد الحادي عشر، 480.

3 - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر و التوزيع، الجزائر، 2003، ص 257.

أولاً: تقليد العلامة التجارية بالنقل

يقصد بتقليد العلامة بمعناه الضيق، نقل العلامة نقلاً مطابقاً، أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية. فالتقليد بالنقل هو اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك و تجذبه إليها ظناً منه أنها العلامة الأصلية¹.

و إذا لم يكن النقل كلياً لعناصر العلامة، فيمكن أن يكون نقلاً لأهم العناصر الأساسية المميزة لها، و بالتالي يكون التقليد كذلك بإظهار العنصر الأساسي من علامة معنية و نقله إلى علامة جديدة، و العبرة في تقليد العناصر المحمية و التي تم إيداعها بشكل قانوني، و سواء كانت اسمية أو أشكال أو رموز، أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة، فلا مجال للقول بوجود التقليد².

ثانياً: تقليد العلامة التجارية بالتشبيه

يقصد بعملية التقليد بالتشبيه حسب جانب من الفقه الجزائري اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين³. أما جانب آخر من الفقه فلقد عرّف التقليد بالتشبيه على أنه: " وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه من العلامة الأصلية مما يؤدي إلى احتمال الخلط بين هاتين العلامتين"⁴.

و نعلم أن الأصل في العلامة أن تكون وسيلة لتمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها، لذا يجب أن تكون مختلفة و متباينة فيما بينها، حتى ترفع اللبس و لا يقع جمهور المستهلكين في الخلط و التضليل، فلا عبرة باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه العلامة الأخرى، بل العبرة

1- حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، المرجع السابق، ص 97.

2- زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد و القرصنة، المرجع السابق، 27.

3- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص 260.

4- صلاح سلمان الأسمر، العلامات التجارية في القانون الأردني و المصري، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1986، ص 91.

بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتركيب الصور و الحروف و الرموز مع بعضها، و الشكل الذي تبرز به في علامة أو أخرى، بغض النظر عن العناصر التي تركبت منها و عما إذا كانت الواحدة تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى¹.

و هنا يظهر الفرق بين العمليتين أي عملية التقليد عن طريف النقل و عملية التقليد عن طريق التشبيه، لكون الأولى تشترط النقل الكلي أو الجزئي للعلامة، أي أحد عناصرها المميزة و لا يهم إن كان من شأن ذلك إحداث خلط، أما الثانية فهي اصطناع علامة مشابهة للعلامة الأصلية من شأنها إثارة الخلط في ذهن المستهلك للاستفادة من سمعة العلامة الأصلية².

البند الثاني: الاعتداء على الحق في العلامة التجارية بالاستعمال

إذا كان المشرع قد جرم تقليد العلامة التجارية بصورة، فلم يتناسى احاطة استعمال العلامة بالتجريم، و لهذا العمل كذلك عدّة صور؛ فقد يكون استعمالا لعلامة مقلّدة (أولا) كذلك قد يكون استعمالا لعلامة الغير (ثانيا)، و هذا ما سنحاول تبينه من خلال النقاط التالية.

أولا: استعمال علامة مقلّدة

اعتبر المشرع الجزائري في التشريع السابق للعلامات أن فعل استعمال علامة مقلّدة جريمة يعاقب عليها القانون و لم ينص صراحة على ذلك في التشريع الراهن إلا أنه يعتبر فعل معاقب عليه قانونا، إذ من شأنه الإضرار بحقوق صاحب العلامة، و هذا ما نستخلصه من خلال نص المادّة 26 من قانون 06/03.

كما أن المشرع نصّ على أنّ تسجيل العلامة يخول صاحبها الحق في منع و متابعة الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع و خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، ما دام الهدف

1- معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش و التدليس و و تقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية و المدنية، الطبعة الخامسة، مطبعة الانتصار، مصر، الاسكندرية، سنة 2000 ، ص 457.

2- HAROUN M ALI, La protection de la marque au Maghreb, O.P.U, Alger, 1979, P, 155.

منها هو احدث لبس بين سلع و خدمات مطابقة أو مشابهة دون ترخيص المالك، و هذا ما جاء في المادّة 9 فقرة 2 و 3 من قانون 06/03.

و بناء على ذلك يعتبر مجرد استعمال العلامة جريمة قائمة بحد ذاتها معاقب عليها دون اشتراط أن يكون من قلّد هو نفسه من استعمال العلامة المقلّدة، كون أن الاستعمال و التقليد جريمتين مختلفتين، و الاستعمال المعاقب عليه الذي يهدف من ورائه تداول السلعة.

ثانيا: استعمال لعلامة الغير

لا يقتصر المنع على استعمال تلك العلامات المقلدة فحسب و إنما تعدّاهما ليشمل استعمال العلامات التي هي أصلية ملك للغير، لأن في ذلك مساس بحقوق العلامة، ألا و هي الحق الاستثنائي و الاحتكاري في استعمال العلامة على كل السلع و الخدمات المسجلة من أجلها، و ذلك إذا ما قام شخص ما باستعمالها على سلع و خدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، أو المشابهة و التي من شأنها أن تحدث لبسا في ذهن المستهلك، و هذا ما جاء في نص المادّة 07 فقرة 09 من الأمر 06/03.

و بناء على ذلك فإنه يعاقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون على سلعهم علامات هي ملك للغير، و تقوم هذه الجريمة ليس على اساس استعمال هذه العلامة في حد ذاتها، وإنما بسبب استعمال العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، فمن ينظر للعلامة ظاهرا لا يرى فيها أي غش، فهي علامة صحيحة، لكن السلع التي تحمل هذه العلامة لا تتوافق مع السلع الصحيحة الي كانت تلصق عليها اصلا، فقد يقوم مرتكب هذه الجريمة بوضع العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعملها العلامة الأصلية، أو أن يقوم باستبدال تلك السلع الأصلية بسلع أخرى و إبقاء العلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك¹.

و إلى جانب هذه الجنح السابق ذكرها، و التي تعتبر الأكثر انتشارا في ساحة المعاملات، توجد جنح أخرى، لم نتطرق لها و لكنها تدخل في نص التجريم

1 - نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية: دراسة في القانون المقارن، دون مكان النشر، السنة 2005، ص 190.

تحت جنحة التقليد، لأن المشرع الجزائري أراد من خلال عمومية النص، توفير أوسع نطاق ممكن لحماية العلامة جزائيا، و لذلك لم يعمد إلى تحديد الجنح المتعلقة بانتهاك الحق في العلامة.

الفرع الثالث: إثبات تقليد العلامة التجارية

لقد سخر المشرع الجزائري لصاحب العلامة التجارية إجراءات من أجل إثبات وقوع تقليد على هذه الأخيرة، و من بين هذه الإجراءات؛ الحجز التحفظي(البند الأول) و الحجز الجمركي (البند الثاني)، و هذا ما سنوضحه تباعا.

البند الأول: الإجراء التحفظي

لقد منح المشرع الجزائري لصاحب العلامة وسيلة تمكنه من إثبات جميع أفعال التعدي على العلامة قبل رفع دعوى التقليد.

و عليه يستطيع صاحب العلامة أن يطلب الحجز من المحكمة المختصة على السلع التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة و على الوسائل و الأدوات المستخدمة لإنتاجها إذا أثبت أن هناك اعتداء على حقه و أنه يخشى من اختفاء الأدلة، مع الإشارة أن الحجز هي وسيلة هامة تمكن المدعى من إثبات الاعتداء و إيقافه و عليه لا يعد إجراء إلزامي.

و يتم اتخاذ الإجراء بأمر من رئيس المحكمة و ذلك بتقديم طلب من قبل صاحب العلامة يكون مرفقا بما يثبت نشر تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو قام بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد و يتم إصدار الأمر على ذيل العريضة، و هذا ما جاء في المادّة 02/27 من القانون 06/03.

و لقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية إما بالطريق المدني أو الطريق الجزائي، و يكون في أجل شهر و إلا أصبح الحجز باطلا، دون أن يخسر حقه في اللجوء إلى دعوى التقليد أمام قاضي الموضوع، و هذا ما نصت عليه المادّة 35 من القانون سابق الذكر.

البند الثاني: الحجز الجمركي

بالرجوع إلى قانون الجمارك الجزائري فإن المشرع الجزائري قد نص من خلال المادّة 22 من قانون الجمارك¹ على حماية حقوق الملكية الفكرية، ولقد نص على حظر عند الاستيراد البضائع التي تحمل بيانات من شأنها أن توهي بأنها ذات منشأ جزائري، كما يحظر عند الاستيراد البضائع الجزائرية و الأجنبية المزيفة و إن كان الأمر يتعلق أكثر بالمنتجات الأجنبية المقلدة للعلامات المشهورة.

و نظرا لأهمية الحجز الجمركي في توفير الحماية للعلامات عبر الحدود و ذلك بوضع حدّ لجريمة التقليد فلقد نص المشرع على هذا الإجراء² ، حيث أجاز لصاحب العلامة المسجلة أن يقدم طلبا خطيا للمديرية العامة للجمارك، يلتبس فيه تدخل إدارة الجمارك إذا اعتبر أن السلع مشكوك فيها هي سلع مزيفة أي سلع تحمل علامة مقلدة و لذا يجب حجزها، إذ تنص المادّة 4 من القرار التطبيقي للمادّة 22 من قانون الجمارك الجزائري على ما يلي: " يمكن ملك الحق إيداع طلب خطّي لدى المديرية العامة للجمارك يلتبس فيه تدخل إدارة الجمارك عندما تكون السلع في إحدى الحالات المذكورة أعلاه ."

و عليه في حالة وجود سلع مزيفة طبقا للفقرة الأولى من المادة 2 من القرار التطبيقي المذكور أعلاه، فإن صاحب الحق يمكن له أن يقدم طلبا خطيا يلتبس فيه تدخل إدارة الجمارك لحجز تلك السلع، و يجب أن يتضمن الطلب على كل المعلومات اللازمة لتمكينها من القيام بذلك.

المطلب الثاني: تأثير تقليد العلامة التجارية على المستهلك

إنّ التأثيرات السلبية لانتشار السلع المقلدة ليست فقط اقتصادية، أو مجرد مخالفة لقانون حماية الملكية الفكرية، بل أن تأثيراتها السلبية تتعدى ذلك إلى ما هو أخطر و هو التأثير على صحة و سلامة المستهلك (الفرع الأول)، بالإضافة إلى تأثير التقليد على إرادة المستهلك من خلال تضليله (الفرع الثاني)، و هذا ما سنعمل على توضيحه من خلال ما هو آتي.

1- القانون رقم 10/98، المؤرخ في 22/08/1998، يتضمن قانون الجمارك، ج.ر. عدد 61، الصادرة بتاريخ 23/08/1998.

2- القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كليات تطبيق المادّة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، ج.ر. عدد 56، الصادرة في 18 أوت 2002.

الفرع الأول: تأثير تقليد العلامة التجارية على صحة و سلامة المستهلك

إنّ تجارة السلع المقلّدة في السوق تشهد إقبالا من الجمهور لرخص أسعارها و جذبها لشرائح كبيرة من ذوي الدخل المحدود الذين يجدون أسعار السلع الأصلية مبالغاً فيها جداً، بالإضافة إلى جشع بعض التجار الذين يجدون فيها مكاسب كبيرة دون النظر إلى ما تخلفه من آثار سلبية، خاصة عندما يتعلق الأمر بالإلكترونيات و قطع غيار السيارات و مواد البناء و الأدوية¹، و يعتبر هذا الأخير من أخطر عمليات التقليد الماسّة بصحة و سلامة المستهلك، لأنها تعني حياة الإنسان و تؤدي إلى الموت مباشرة، حيث أنه بخصوص الغش في المنتجات العادية يستطيع الشخص التمييز بين المقلّدة و الأصلية بالنظر، إلا أن الغش الدوائي يصعب كشفه من قبل الأشخاص العاديين، و تلجأ بعض الشركات إلى تقليد الأدوية، لكونها غالية الثمن و سهولة التصنيع و التحضير، و أكدت الدراسات أن التقليد يكثر في الأدوية التي لها علاقة بالأمراض المزمنة و الضعف الجنسي و البدانة و السمنة، التي تحمل مضاعفات خطيرة عند استخدامها، دون أن يكون الأمر ظاهراً من الوهلة الأولى، و لكنه قد يتسبب في الوفاة، أو تشوهات في الجلد قد تضطر صاحبها إلى دفع أضعاف من المال لإصلاح ما أفسدته تلك المنتجات².

الفرع الثاني: تأثير تقليد العلامة التجارية على إرادة المستهلك من خلال تضليله

إنّ جميع العقود قائمة على مبدأ الحرية التعاقدية التي من أهم عناصرها أن الفرد حرّ في اختيار من يتعاقد معه³، و بالتالي في حالة بيع السلع ذات علامة مقلّدة بسعر منخفض يودّي إلى منع المنافسة داخل السوق، فمثلاً إذا كانت أسعار السلع ذات العلامات الأصلية تباع بثمن أكبر من السلع ذات العلامات المقلّدة، فإن ذلك يودّي إلى توافد عدد كبير من المستهلكين على السلع ذات الثمن الأرخص، و يتبع ذلك نفور الأعوان الاقتصاديين و المستثمرين في السلع ذات الجودة

1- مالك حنوف، السلع المقلّدة خطر على صحة الإنسان و أمن المجتمع، منتدى إمرات اليوم، 30

ديسمبر 2015، . www.emaratlyoum-com.cdn.ampproject.org

2 - ناصر بن محمد الحميضي، البضائع المقلّدة و خطرها على المستهلك، منتدى الرياض، 7 يونيو

2014، . www.alriyadh.com/942127

3-Francois Terré, Phillippe Simler, Yves lequette : « Droit Civile , Les Obligation » , Dalloz, Paris, 1993, P24 .

و النوعية التي تحمل علامات أصلية، و نتيجة هذا النفور هو عدم تمكن المستهلك في اختيار و اقتناء سلع ذات جودة عالية و بالتالي التأثير على حريته التعاقدية في اختيار الشخص الذي يتعاقد معه.

و قد يحدث نفس الأمر في حالة ابتكار علامات تجارية ليست مشابهة 100 بالمائة للعلامة الأصلية المشهورة، و إنما يتم استعمال رموز و رسوم من شأنها جعل المستهلك يخلط بين العلامة الأصلية و المقلدة ، و هذا قد يدفعه إلى التعاقد و وقوعه في غلط جوهري يجعله يتوهم أنه يتعاقد على أساس أن السلعة تحمل علامة مشهورة و هي في الحقيقة ليست إلا سلع¹ مقلدة من شأنها التأثير على صحته و سلامته، و هذا فيه تأثير و خرق لإرادة المستهلك، حيث تنص المادة 7 فقرة 8 من قانون العلامات على منع تسجيل العلامات التي تحمل رموز مشابهة لتلك المعروفة بالشهرة في الجزائر و التي تهدف إلى التضليل.

المبحث الثاني: الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك من تقليد

العلامات التجارية

يعتبر موضوع حماية المستهلك من العلامات المقلدة من المواضيع المهمة التي لها صلة بالنظام العام، فمن أجل ذلك جسد المشرع الجزائري العديد من الأجهزة من أجل إحاطة المستهلك بالحماية اللازمة، منها ما هي أجهزة استشارية من أجل ضمان رقابة أولية (المطلب الأول)، بالموازاة مع الأجهزة القمعية التي تكفل الرقابة على المنتجات طيلة مدة عرضها للاستهلاك (المطلب الثاني)، دون أن ننسى دور جمعيات حماية المستهلك للحد من ظاهرة تقليد العلامات كنوع من الديمقراطية الإدارية (المطلب الثالث)².

المطلب الأول: الأجهزة الاستشارية

1 - راجع المادة 82 من الأمر 58/75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل و المتمم.

2- إن المشرع لم يخصص هيئات إدارية تتدخل لقمع و مراقبة تقليد العلامة فقط و إنما كل هيئة من الهيئات المذكورة تكلف أعوانها لمحاربة تقليد العلامة باعتبار أن اختصاصها العام هو محاربة الغش ككل.

تتمثل هذه الأجهزة في كل من المجلس الوطني لحماية المستهلكين و هو ما سنشرحه في الفرع الأول، بالإضافة إلى مخابر تحليل النوعية و هو ما سننتظر إليه في فرع ثان.

الفرع الأول: المجلس الوطني لحماية المستهلكين

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992¹، حيث تمّ الغاءه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/12 المؤرخ في 02 أكتوبر 2012²، و هذا الأخير يعمل على تحديد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين و اختصاصاته.

كذلك نستشف من نص المادة 24 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش³ دور المجلس المتمثل في تقديم الاستشارة و إبداء الرأي و اقتراح التدابير للأجهزة المكلفة بالتدخل في إطار حماية المستهلك في مجال تقليد العلامة و الوقاية منه.

و يتعين عليه ايضا تقديم اقتراحات لمشاريع القوانين و التنظيمات التي تمنع كل الأفعال التي من شأنها التأثير على الاستهلاك من بينها تقليد العلامات التجارية و كذا شروط تدبير هذه القوانين، و أيضا اعداد البرامج السنوية لمراقبة الجودة و قمع الغش إضافة إلى استراتيجية ترقية جودة المنتجات و حماية المستهلكين من السلع ذات العلامات المقلدة؛ و نشير في هذا الإطار أنه لا يمكن لمجلس حماية المستهلكين إصدار القرارات و إنما يقتصر دوره على إبداء الرأي و فقط⁴.

1 - الجريدة الرسمية، عدد 52، الصادرة بتاريخ 08 جويلية 1992.

2- الجريدة الرسمية، عدد 56، الصادرة بتاريخ 11 أكتوبر 2012.

3- قانون رقم 03/09، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2005، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج.ج، العدد 15، الصادرة ب 8 مارس 2009، المعدل و المتمم.

4- سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري و القانون المقارن، أطروحة لنيل درجة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق، الجزائر 1، الجزائر، 2016/2017، ص 102.

و لكن من الناحية العملية نجد العديد من المعوقات تثبط المجلس في تنفيذ مهامه، من بينها عدم توفره على الوسائل و الإمكانيات التي تسمح له بالتجسيد الفعّال للآراء التي يبديها بها و اقتراح التدابير و كذلك متابعتها ميدانيا، بالإضافة إلى جعل ميزانية سير المجلس من ميزانية الوزارة المكلفة بحماية المستهلك التي قد تؤثر على عمل المجلس خاصة في مجال جمع المعلومات الخاصة بمجال حماية المستهلكين و استغلالها و توزيعها.

الفرع الثاني: مخابر تحليل النوعية

تعتبر مخابر تحليل النوعية أجهزة استشارية تقنية تساعد أجهزة الرقابة في ممارسة مهامها التي تهدف إلى حماية المستهلك من كل أنواع الغش في المتوجات المعروضة للاستهلاك.

و تم إنشاء هذه المخابر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 192/91 المتعلق بمخابر تحليل النوعية¹، و هذا الأخير هو عبارة عن هيئة تقوم باختبار و فحص و تجربة و معايرة المادّة و المنتج و تركيبته أو تحديد بصفة أعم مواصفاته أو خصائصه و هذا كله تطبيقاً لنص المادّة 35 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش.

كما أقر المشرع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/96² على إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل الجودة و تتمثل مهام الشبكة فيما يلي:

1. تساهم في تنظيم مخابر التحاليل و مراقبة النوعية و في تطويرها.
2. تشارك في إعداد سياسة حماية الاقتصاد الوطني و البيئة و أمن المستهلك و في تنفيذها.
3. تطور كل عملية من شأنها أن ترقى نوعية السلع و الخدمات، و تحسين نوعية خدمات مخابر التجارب و تحاليل الجودة، تنظيم المنظومة المعلوماتية لنشاطات الشبكة و المخابر التابعة لها فهي تكلف بإنجاز كل أعمال الدراسة

1- مرسوم تنفيذي رقم 192/91، المؤرخ في 1991/06/01، يتعلق بمخابر تحليل النوعية، ج.ر. عدد 27، الصادرة بتاريخ 1991/06/02.

2- مرسوم تنفيذي رقم 355/96، المؤرخ في 1996/10/19، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية و سيرها، ج.ر. عدد 62، الصادرة بتاريخ 1996/10/20.

و البحث و الاستشارة و إجراء الخبرة و التجارب و المراقبة و كل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين و إعلامهم و تحسين نوعية المنتجات. و يكلف مجلس الشبكة بضمان التنسيق بين المخابر من أجل تحكم أفضل في تقنيات التحاليل و التجارب و يمكن أن يخطر الشبكة كل من : الوزراء المعنيين، الولاة، رؤساء المجالس الشعبية البلدية، الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة و غرف التجارة و الصناعة، جمعيات الدفاع عن المستهلك، و هذا ما جاءت به المادّة 09 من المرسوم سالف الذكر.

غير أنه و ما يكن قوله في هذا الصدد و خاصة في مجال الإخطار أنه على المشرع توسيع دائرة الإخطار لتشمل المستهلك و بصفة فردية حتى يتمكن من إخطار الشبكة على معاينة منتج ما، دون ترك ذلك لجمعيات حماية المستهلك التي في الغالب لا يعرفها المستهلك، كما يمكن أن تتقاعس الجمعية عن دورها في الإخطار.

المطلب الثاني: الأجهزة القمعية

تتمثل الأجهزة القمعية في كل من الأجهزة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بالرقابة (الفرع الأول)، المصالح الخارجية لوزارة التجارة (الفرع الثاني) و الأعوان المكلفين بمعاينة التقليد (الفرع الثالث)، و كل هذه الأجهزة سنعمل على توضيح دورها في حماية المستهلك من تقليد العلامة التجارية فيما يلي.

الفرع الأول: الأجهزة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بالرقابة

أولاً: الوزير

يتولى وزير التجارة عدّة مهام في مجال الرقابة و قمع الغش فهو يعمل وفق ما نص عليه المرسوم التنفيذي رقم 235/02¹ المتعلق بصلاحيات وزير التجارة و خاصة المادّة 06 منه على أن يقوم في مجال الرقابة الاقتصادية و قمع الغش على ما يلي:

1 - المرسوم التنفيذي رقم 235/02، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتعلق بصلاحيات وزير التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 22 ديسمبر 2002.

4. ينظم و يوجه و يضع حيز تنفيذ المراقبة و قمع الغش و مكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية و الممارسات المضادة للمنافسة و الغش المرتبط بالجودة و التقليد.
5. يساهم في التوجيه و التنسيق ما بين القطاعات لبرامج الرقابة الاقتصادية و قمع الغش.
6. ينجز كل تحقيق اقتصادي معمق و إخطار الهيئات القضائية عند الضرورة.
7. يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية و الهيئات المعنية شروط وضع السلع و الخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة و النظافة الصحية و الأمن.
8. يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات و حماية العلامات التجارية و التسميات الأصلية و متابعة تنفيذها.

ثانيا: المديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها:

أنشئت هذه المديرية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 454/02¹ المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، و هي تضطلع هذه المديرية بجميع النشاطات المرتبطة بجودة السلع و الخدمات و حماية المستهلكين و تنفيذ ذلك و تضم المديرية أربع مديريات².

و أهم مديرية في هذا المجال هي مديرية الجودة و الاستهلاك التي تعد نصوص ذات الطابع التشريعي و التنظيمي الخاصة بترقية الجودة و تنطوي تحتها أربع مديريات فرعية خاصة بتقييم المنتجات الغذائية، الصناعية و الخدماتية³.

1- المرسوم التنفيذي رقم 454/02، المؤرخ في 2002/12/21، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 2002/12/22، المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 266/08، المؤرخ في 2008/08/19، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 2008/08/24، و المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 04/11، المؤرخ في 2011/01/09، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 02، الصادرة بتاريخ 2011/01/12.

2- راجع المادة 03 من المرسوم التنفيذي 04/11، المرجع السابق.

3- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 266/08، المرجع السابق.

ثالثا: المديرية العامة للمراقبة الاقتصادية و قمع الغش

تشكل هذه الأخيرة إحدى الهياكل الجديدة التي تم إرساؤها بموجب المرسوم التنفيذي 454¹/02 و تقوم هذه الأخيرة بعدة أعمال نذكر أهمها:

- السهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية و قمع الغش و تنسيقها و تنفيذها.
- إنجاز كل الدراسات و اقتراح كل التدابير بغية تدعيم وضعية المراقبة و عصرنتها.
- تطوير علاقات التعاون الدولي في ميادين الرقابة الاقتصادية و قمع الغش.
- متابعة المنازعات في مجال مراقبة الجودة و قمع الغش و الممارسات التجارية.
- و كل هذه الصلاحيات تساهم في تفعيل الرقابة و مكافحة الممارسات التجارية و ذلك من أجل حماية المستهلك لاسيما من تقليد العلامة الذي اكتسح الأسواق الجزائرية.

رابعا: المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم و تنظيمه و عمله

- أنشأ هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 2318/03²، حيث نصت المادة الأولى منه على أنه مؤسسة ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، و يوضع تحت وصاية وزير التجارة، و يتمثل دور هذا المركز فيما يلي:
- المساهمة في حماية و صحة و أمن المستهلكين و مصالحهم المادية و المعنوية.

1- المرسوم التنفيذي رقم 454/02، المؤرخ في 2002/12/21، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 2002/12/22.

2- مرسوم تنفيذي رقم 147/89، المؤرخ في 1989/08/08، يتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية و الرزم و تنظيمه و عمله، ج.ر عدد 33 الصادرة بتاريخ 1989/08/09، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03، المؤرخ في 2003/09/30، ج.ر عدد 59 الصادرة بتاريخ 2003/10/05.

- ترقية نوعية الإنتاج الوطني للسلع و الخدمات.
- و نصت كذلك المادّة 04 من المرسوم 318/03، على تجسيد هذا المركز السلطة القمعية من خلال إجراء تحقيقات و أبحاث و القيام بإجراء التحاليل كما له دور في المشاركة في التكفل بأعمال وضع علامات الجودة و التصديق و الاعتماد كذلك القيام بكل الدراسات و التحقيقات المتعلقة بتقييم نوعية السلع و الخدمات كذلك له دور في إعداد النصوص التنظيمية و التشريعية.
- إن مراقبة نوعية المنتجات المعروضة للاستهلاك بواسطة المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم لا تحمي المستهلك فقط بل تحمي حتى الاقتصاد الوطني.

الفرع الثاني: المصالح الخارجية لوزارة التجارة

جاء المرسوم التنفيذي 109/11¹ المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة و صلاحيتها و عملها، و جاءت هذه المصالح في شكل مديريات ولائية للتجارة (بند أول) و مديريات جهوية للتجارة (بند ثاني).

البند الأول: المديريات الولائية للتجارة

تتمثل مهام هذه المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة المقررة في ميادين التجارة الخارجية و المنافسة و الجودة و حماية المستهلك و بتنظيم النشاطات التجارية و المهن المقننة و الرقابة الاقتصادية و قمع الغش كذلك تضطلع بوضع حيز تنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية و قمع الغش و اقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة².

البند الثاني: المديرية الجهوية للتجارة

حددت المادّة 10 من المرسوم السالف الذكر على أنه تتولى المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة مهام تأطير و تقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي و تنظيم و إنجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة و التجارة الخارجية و الجودة و حماية المستهلك و سلامة المنتوجات كما تقوم عند الضرورة و في مجال اختصاصها

1- المرسوم التنفيذي رقم 09/11، المؤرخ في 20/01/2011، المتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحيتها و عملها ، ج.ر عدد 04، الصادرة بتاريخ 23/01/2011.

2 - المادّة 03 من المرسوم 09/11.

الإقليمي كل التحقيقات المتخصصة المتعلقة بالمنافسة و الممارسات التجارية و الجودة و حماية المستهلك و سلامة المنتجات.

الفرع الثالث: الأعوان المكلفين بمعاينة التقليد

بالرجوع إلى نص المادّة 25 من قانون 03/09؛ نجد أن المشرع الجزائري

قسم الأعوان المكلفين بمعاينة التقليد إلى ثلاث فئات و هما كالآتي:

أولاً: ضباط الشرطة القضائية :

إن أعضاء الشرطة القضائية¹ موظفون يمنحهم القانون صفة الضبطية القضائية و خولهم بموجبها حقوق و فرض عليهم واجبات في إطار البحث عن جرائم التقليد و مرتكبيها و جمع الاستدلالات عنها فيبدأ دورهم بعد وقوع الجريمة و ينتهي عند فتح تحقيق قضائي أو إحالة المتهم إلى جهة الحكم.

ثانياً: أعوان الجمارك

يتمثل دور الجمارك في إطار محاربة السلع المقلدة فيما يلي:

- تعليق جمركة البضائع المشكوك فيها بأنها مقلدة سواء بطلب من مالك العلامة الأصلية عندما يتقدم هذا الأخير بطلب كتابي لدى المديرية العامة للجمارك يلتزم فيه التدخل لاتخاذ التدابير الضرورية إذا اتضح أن السلع مقلدة، أو من خلال التدخل التلقائي لإدارة الجمارك عند دخول سلع للإقليم الجمركي يتبين بأنها سلع مقلدة.

- توقيع العقوبات المكتملة المتمثلة في إتلاف البضائع المقلدة أو إيداعها خارج المبادلات التجارية.

- كذلك تتمتع إدارة الجمارك بسلطة توقيع الحجز بعدما كانت هذه السلطة حكراً على القضاء فقط.

و يبقى المهم في هذا المجال هو منح إدارة الجمارك سلطة التحرك التلقائي

لقمع جريمة التقليد بعدما كان في السابق رهين شكوى المتضرر².

1- راجع نص المادّة 15 من الأمر 155/66، المؤرخ في 8 يونيو 1966، يتضمن قانون

الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج.ج، العدد 48، الصادرة بتاريخ 1966/07/10، المعدل و المتمم.

2- راجع المواد 26 و 27 و 39 من قانون 06/03.

ثالثاً: الأعوان المؤهلون لإثبات المخالفات وفق قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية

يعمل هؤلاء الأعوان¹ في مجال محاربة تقليد العلامات التجارية على حجز السلع و تفتيش المحلات المهنية و تحرير محاضر تثبت المخالفات، كذلك يتدخل هؤلاء الأعوان في مجال الممارسات التجارية الغير النزيهة و التي من خلالها يقوم العون الاقتصادي بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد متوجه أو خدماته قصد كسب زبائن هذا العون كل ذلك بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك هذا الأخير الذي يجب حمايته².

المطلب الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك

تتخذ الجمعيات عدة أساليب من أجل حماية المستهلك من التقليد؛ فتلجأ الجمعيات إلى التحسيس و الإعلام، فيجب أن تسعى الجمعية إلى تحسيس المستهلك بالمخاطر التي تهدد أمنه و صحته و ذلك باستعمال شتى وسائل الإعلام المختلفة كالتلفزيون و حتى مواقع التواصل الاجتماعي التي لها دور كبير في الإعلام، فهذا التحسيس و الإعلام لا يخص المستهلكين فقط بل يجب أن يصل إلى أصحاب القرار عند وجود تقليد العلامة.

1- حددت المادة 49 من قانون رقم 02/04، المؤرخ في 23/06/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41، لسنة 2004، المعدل والمتمم، الأشخاص المكلفين بالتحقيق و معارضة المخالفة و هم علاوة أعوان و ضباط الشرطة القضائية المذكورين في قانون الاجراءات الجزائية: المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، الأعوان المعينون التابعون لمصلحة الإدارة الجبائية، أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعين لهذا الغرض.

2 - حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، سنة 2012، ص 56.

و كذلك يمكن للجمعية العمل على الدعاية المضادة بالاستعانة بوسائل الإعلام، و ذلك بالتحذير من عيوب المنتج المقلد و تكذيب كل ترويج له و توضيح الفروق بين العلامة الأصلية و المقلدة¹.

و من أهم الأساليب التي تتخذها الجمعية في حماية المستهلك من تقليد العلامة التجارية هي تمثيل المستهلكين للدفاع عن حقوقهم و مصالحهم فبالإضافة إلى تمثيل هذه الجمعيات في مختلف الهيئات و ذلك عن طريق ممثليها المعنيين أساسا بحماية المستهلك، نجد كذلك ممثلين للمستهلكين باسم الجمعيات على مستوى المجلس الوطني لحماية المستهلك و باقي الهيئات الأخرى².

إلا أنه في الواقع العملي لم تلعب هذه الجمعيات أي دور سواء في التحسيس أو في التوعية و لا في الدفاع عن مصالح المستهلكين، و إن كانت موجودة فهي بصورة محتشمة جدا.

الخاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع حماية المستهلك من تقليد العلامات التجارية تبين لنا أن المشرع الجزائري من خلال سنه لقانون العلامات عمل من خلاله على الحفاظ على جمهور المستهلكين من غش و تلاعب بعض الصناع و التجار في العلامات فإذا كان المشرع صارما في منع تقليد العلامات بصورة المختلفة فهو بذلك يحمي صحة و سلامة المستهلك من جهة و إرادته التعاقدية من جهة أخرى.

فمن بين النتائج المتوصل إليها من خلال دراستنا هذه ما يلي:

- لم يخص المشرع الجزائري تقليد العلامة التجارية بتعريف خاص، و إنما جمع جميع التصرفات التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة من تقليد و تزيف و تزوير تحت مسمى تقليد العلامة التجارية.
- عدّد المشرع الجزائري صور تقليد العلامة التجارية و ذلك من أجل توسيع دائرة الإجرام حماية للعلامة التجارية من التقليد و بالتالي حماية المستهلك، فقد

1 - عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك جراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، سنة 2011، ص 78.

2- حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، المرجع نفسه، ص 60.

يكون التقليد مباشرا ماسا بموضوع الحماية التي قد توفرها العلامة التجارية، هذا بالإضافة إلى تقليد غير مباشر ماسا بقيمة العلامة التجارية في حد ذاتها.

- و من بين النتائج المتوصل إليها أيضا من خلال هذه الدراسة، أنّ لتقليد العلامة التجارية نتائج سلبية لا تقتصر فقط على صاحب العلامة، وإنما تتعداه لدرجة إيداء المستهلك المقتني السلعة محل تقليد العلامة التجارية، فتشمل نتائج التقليد السلبية كل من إرادة المستهلك من خلال التأثير على حريته التعاقدية من جهة بدفعه إلى التعاقد مع متدخل مقلد العلامة التجارية من خلال إغرائه بعدة عوامل من شأنها التضيق على حريته في اختيار المتعاقد معه، بالإضافة إلى التأثير على رضائته من خلال إيقاعه في غلط جوهري بإيهامه أنه يتعاقد من أجل سلعة محل علامة مشهورة و لكن في الحقيقة هو يتعاقد من أجل سلعة محل علامة مقلدة، و من جهة أخرى قد يؤثر تقليد العلامة التجارية على صحة و سلامة المستهلك التي قد تؤدّي به إلى الموت و هي من أخطر النتائج السلبية.

- و نستخلص كذلك من هذه الدراسة أنّ المشرّع الجزائري لم يقف مكتوف الأيدي أمام مرتكبي جنحة تقليد العلامة التجارية، و إنما سخر العديد من الأجهزة من شأنها التصدي لتقليد العلامات التجارية حماية للمستهلك الضعيف الذي لا يستطيع كشف العلامات المقلدة عند إبرام العقد، و إنما يكتشفها عند استعمالها نتيجة الأضرار التي قد تسببها له، فقد قرّر المشرّع حماية للمستهلك من التقليد؛ من خلال آليات تمثلت في أجهزة و أشخاص و أعوان متنوعة، من شأنها توفير حماية قبلية أي تسبق عملية عرض السلعة للاستهلاك، من تخطيط و تقديم استشارات للأجهزة القمعية بالخطط التي من شأنها التصدي لتقليد العلامة التجارية، هذا بالإضافة إلى حماية تشمل طيلة مدة عرض السلعة للاستهلاك، عن طريق الأجهزة القمعية المتنوعة التي تعمل على البحث و التحري و مكافحة التقليد و إصدار عقوبات على مرتكبيه، هذا مع الدور الذي تلعبه في هذا مجال جمعية حماية المستهلك التي تعمل على التحسيس و إعلام المستهلك بشأن كشف التقليد و مخاطره، و كذلك الدعاية من خلال استغلال وسائل الإعلام، و تمثيلهم أمام القضاء للدفاع عن حقوقهم.

- و كمحاولة منّا من خلال هذه الدراسة في إيجاد بعض الحلول و تكملة لبعض النقصان قصد إعطاء مساحة أكبر لحماية المستهلك نقترح ما يلي:
- ضرورة تجميع المشرع الجزائري النصوص القانونية المشتتة في مجال حماية العلامة التجارية، باعتبار أنها مشتتة بين عدّة قوانين كالقانون المدني، و قانون الإجراءات الجزائية، و قانون الجمارك...
 - رغم تعدد الهيئات و المؤسسات المكلفة بالرقابة و المعاينة إلا أنه يتضح نقص التنسيق فيما بين هذه الهيئات مما يقلل من فعالية تحركاتها، و تعزيزها بالوسائل البشرية و المادية الكفيلة بقمع هذه الجناة مع ضمان التكوين الجيد للأعوان المكلفين بالرقابة بطريقة علمية تسمح للأعوان و الهيئات بالتفرقة بين المنتج الأصلي و المنتج المقلد.
 - ضرورة مواجهة الأسواق الموازية التي تعتبر أكبر مستقبل للسلع المقلدة التي تضر بالمستهلك.
 - تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك من خلال اعطائها السلطات و الصلاحيات التي تمكنها من ممارسة رقابتها و الخروج عن دورها التقليدي المنوط بها.
 - ضرورة الرقي بوعي المستهلك بكافة الوسائل حتى تكون له درجة من الوعي الاستهلاكي حتى يتفادى الوقوع في التلاعب بمصلحته، و اقتناء منتجات مقلدة بأثمان بخسة و هو يظن أنه نجح أو استفاد من العملية في حين يجهل أو يتجاهل كم الأضرار الوخيمة التي قد تنجم عن اختيار واقتناء هذه المنتجات المقلدة.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، 2012.

- معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش و التدليس و و تقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية و المدنية، مطبعة الانتصار، الطبعة الخامسة، الاسكندرية، مصر، سنة 2000 .
- نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية: دراسة في القانون المقارن، دون مكان النشر، السنة 2005.
- عجة الجيلالي، مدخل العلوم القانونية، الجزء الثاني، برتي للنشر، الجزائر، 2009.
- عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك جراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، سنة 2011.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر و التوزيع، الجزائر، 2003.
- فرحة صالح زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، دار ابن خلدون، 2003..
- صلاح سلمان الأسمر، العلامات التجارية في القانون الأردني و المصري، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1986.

المقالات:

- بيوت نذير، مساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية، المجلة القضائية، الجزائر، العدد الثاني، 2002، ص 61.
- بلمهدي عبد الحفيظ، التقليد في العلامة التجارية أشكاله و طرق حمايته، مجلة المحكمة العليا، الجزائر، عدد خاص، د.س.ن، ص 67.
- كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، الجزائر، العدد الحادي عشر، د.س.ن، 480.

النصوص القانونية:

- القانون رقم 10/98، المؤرخ في 1998/08/22، يتضمن قانون الجمارك، ج.ر عدد 61، الصادرة بتاريخ 1998/08/23، الجزائر.
- قانون رقم 02/04، المؤرخ في 2004/06/23، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41، لسنة 2004، الجزائر.

- قانون رقم 03/09، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2005، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج.ج، العدد 15، الصادرة ب 8 مارس 2009، الجزائر.
- الأمر 155/66، المؤرخ في 8 /07/ 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر عدد 48، الصادرة بتاريخ 1966/07/10، الجزائر.
- الأمر 58/75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر عدد 78، الصادرة بتاريخ 1975/09/30، الجزائر.
- المرسوم تنفيذي رقم 147/89، المؤرخ في 1989/08/08، يتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية و الرزم و تنظيمه و عمله، ج.ر عدد 33 الصادرة بتاريخ 1989/08/09، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03، المؤرخ في 2003/09/30، ج.ر عدد 59 الصادرة بتاريخ 2003/10/05، الجزائر.
- مرسوم تنفيذي رقم 192/91، المؤرخ في 1991/06/01، يتعلق بمخابر تحليل النوعية، ج.ر عدد 27، الصادرة بتاريخ 1991/06/02، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 /07/ 1992، ج.ر عدد 52، الصادرة بتاريخ 08 جويلية 1992، الجزائر.
- مرسوم تنفيذي رقم 355/96، المؤرخ في 1996/10/19، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية و سيرها، ج.ر عدد 62، الصادرة بتاريخ 1996/10/20، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي رقم 235/02، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتعلق بصلاحيات وزير التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 22 ديسمبر 2002، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي رقم 454/02، المؤرخ في 2002/12/21، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 2002/12/22، الجزائر.
- المرسوم التنفيذي رقم 454/02، المؤرخ في 2002/12/21، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 2002/12/22، المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 266/08، المؤرخ في 2008/08/19، المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 2008/08/24، و المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 04 /11، المؤرخ في

- 09/01/2011، المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 02،
الصادرة بتاريخ 12/01/2011، الجزائر .
- المرسوم التنفيذي رقم 09/11، المؤرخ في 20/01/2011، المتضمن المصالح
الخارجية في وزارة التجارة و صلاحيتها و عملها ، ج.ر عدد 04، الصادرة بتاريخ
23/01/2011، الجزائر .
- المرسوم التنفيذي رقم 355/12 المؤرخ في 02 /10/ 2012، ج.ر عدد 56،
الصادرة بتاريخ 11 أكتوبر 2012، الجزائر .
- القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002، الذي يحدد كفايات تطبيق المادة 22 من
قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، ج.ر عدد 56، الصادرة في 18 أوت
2002، الجزائر .

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

- HAROUN M ALI, La protection de la marque au Maghreb,
O.P.U, Alger, 1979, P, 155.
- Francois Terré, Phillippe Simler, Yves lequette : « Droit
Civile , Les Obligation » , Dalloz, Paris, 1993, P24 .

مواقع الانترنت

- ناصر بن محمد الحميضي، البضائع المقلدة و خطرها على المستهلك، المنشور
بتاريخ 07/07/2014، المطلاع عليه 11/01/2019،
(www.alriyadh.com/942127).
- مالك حنوف، السلع المقلدة خطر على صحة الإنسان و أمن المجتمع ، المنشور
بتاريخ 30/12/2015، المطلاع عليه بتاريخ 09/01/2019،
(www.emaratlyoum-com.cdn.ampproject.org)