

تقليد العلامة التجارية ووسائل مكافحته



الدكتورة/ سامية حساين

أستاذة بجامعة أمحمد بوقرة بومرداس الجزائر



ملخص:

يعد التقليد من أهم الممارسات غير المشروعة في مجال التجارة، واحدى الجرائم الواقعة على العلامة التجارية الذي تشكل تهديدا للاقتصاد وانتهاكا لسلامة المستهلك، ومساسا بمصلحة المؤسسة صاحبة العلامة الأصلية، لهذا فإن العديد من الدول سعت إلى إصدار قوانين لمحاربة كل أشكال التقليد وصوره، سواء كممارسة تجارية غير مشروعة أو كجريمة وهو حال المشرع الجزائري.

وضع المشرع الجزائري وسائل متنوعة لمكافحة التقليد بكل أشكاله من خلال ترسانة من النصوص القانونية، تضمنت العديد من الوسائل الردعية؛ الجنائية والمدنية، والوسائل الوقائية، كإنشاء أجهزة الرقابة وتخويل الجمعيات المدنية أحقية في رفع الدعاوى القضائية، وهذا بموجب كل من قانون العقوبات، وبموجب قواعد خاصة أخرى لاسيما قانون العلامات، قانون حماية المستهلك وقمع الغش... الخ. ومن خلال هذه الآليات مكّن المشرع كل متضرر من التقليد باللجوء إلى دعوى التقليد متى كلفت كجريمة ودعوى المنافسة غير المشروعة متى كلفت كممارسة تجارية للتعويض عن حقه المعتدى عليه.

Abstract:

Brand imitation is regarded as one of the most critical trade illegal practices and one of the crimes against the brand that threaten the economy, the consumer safety as well as the interests of the brand company. Therefore, several countries have sought to legislate against all kinds of imitation, whether as illegal commercial practice or as a crime, which is the case of the Algerian legislator.

Legislations in Algeria have set up diverse means to fight the different forms of imitation, including various deterrent criminal and civil disposals and legal means, such as the establishment of control bodies and allowing civil associations for filing lawsuits according to the penal code as well as under other special rules, mainly the trademark act, the consumer protection and fraud punishment act... etc. . Throughout these mechanisms, every victim

from imitation has been legally enabled to resort to an imitation case once it is regarded as a crime as well as an unfair competition case once it is regarded as a commercial practice to be compensated for the violated right.

مقدمة:

لم يمنع التطور في شتى المجالات من ظهور ممارسات يتزامن انتشارها مع عولمة الاقتصاد، هذه الممارسات غيرت من مشروعية المنافسة عن طريق ظهور ما يسمى بالاقتصاديات المزدوجة، وأدى هذا إلى المساس بسلامة المستهلك، فإذا دنست المنافسة بأعمال الغش والاحتيال وبأي عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة تضررت العديد من الأطراف المتدخلة سواء في عملية الإنتاج أو التوزيع أو الاستهلاك. وفي مقدمة هذه الأطراف المستهلك الذي يعد الطرف الضعيف في هذه المعادلة، فالمنافسون في عالم التجارة يتضاربون على تحقيق الربح ولا يعد المستهلك إلا الزر الذي يضغط عليه في كل جولة من المنافسة، لينتهي الأمر به متضررا، ولهذا لا بد من حمايته من كل أشكال الممارسات التجارية غير المشروعة.

يعد التقليد عموما أهم الممارسات غير المشروعة في مجال التجارة والتي تمس حقوق الملكية الفكرية فيما يعد من أكثر الجرائم الواقعة على العلامة التجارية، وقد عرفت انتشارا واسعا بفعل التطور التكنولوجي ودخول الأنترنت الذي وضع أساليب تقليد المنتجات في أيادي الجميع، ولم يقتصر تواجدها في الدول النامية وإنما المتقدمة أيضا، حيث نجد 70 % من الإنتاج المقلد يتركز في آسيا، و30 % في دول حوض المتوسط، وتحتل الصين المرتبة الأولى عالميا متبوعة بـ " كوريا " و " تيلاندا " و " هونكونغ "، أما من دول الحوض المتوسط فنجد إسبانيا والمغرب وإيطاليا⁽¹⁾. وقد عرفت السوق الجزائرية منذ تحرير التجارة الخارجية سنة 1991 تطورا لحركة المنتجات المقلدة، فالحلية بلغت 40% أما المستوردة بلغت 41 %، ومست عدة أنواع من المنتجات⁽²⁾.

بهذه الصورة أصبحت ظاهرة تقليد العلامات التجارية تشكل تهديدا لاقتصاد الدول وانتهاكا لسلامة المستهلك بسبب المخاطر الناجمة عنه، وعليه فإن العديد من الدول سعت إلى إصدار قوانين لمحاربة كل أشكال التقليد على العلامات التجارية، وهو ما قامت به الجزائر من خلال العديد من الخطوات التشريعية⁽³⁾ التي أثبتت سعي المشرع في التصدي لها والحد منها من خلال تجريمها ومعاقبة مرتكبيها، بل والمصادقة على الاتفاقيات الدولية التي تهدف إلى تطويقها في كل مكان.

تظهر أهمية تناول وسائل حماية المستهلك من التقليد بكل أشكاله على العلامات التجارية في كونه يلحق أضرارا على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، فاجتماعيا هي آثار تلحق بالفرد والمواطن أي المستهلك، واقتصاديا تمس المنتج أو المتدخل أو الصانع الذي يساهم في العملية الإنتاجية وتطوير الاقتصاد، وسياسيا تؤثر على الدور الذي لا بد أن تلعبه الدولة في إحقاق التوازن التنافسي بين الأطراف الفاعلة (المستهلك، المنتج، المنافس المقلد) ما يجعلنا نبحت في الوسائل القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من الآثار التي يتركها تقليد العلامات التجارية بكل أشكاله؟

من هذا المنطلق سنتناول أشكال تقليد العلامة التجارية التي تسبب في إحداث الآثار والتي هي محل مكافحة من المشرع الجزائري مع تبيان لكل هذه الآثار (المبحث الأول)، ثم نتناول ما هي الوسائل الكفيلة لحماية المستهلك خاصة من التقليد (المبحث الثاني).

المبحث الأول

أشكال وآثار التقليد

يعتبر التقليد في القانون الجزائري جنحة معاقب عليها وفقا للمادة 26 من قانون 03-06⁽⁴⁾ والتي تنص على أنه: (...) يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة⁽⁵⁾ وهو مفهوم واسع لجريمة التقليد يضم مختلف أشكال وصور التقليد التي يستدعي الأمر معرفتها وإدراجها ضمن هذا التجريم، ومهما كان شكله فهو يترك انعكاسات كثيرة وخطيرة ت طال صحة الإنسان وسلامة بدنه، وتمس بالدرجة الأولى سلامة المستهلك ومصلحة المنتج والاقتصاد برمته.

لهذا سنتناول مختلف أشكال تقليد العلامات التجارية والتي تكون موضوع جنحة يعاقب عليها (المطلب الأول) ثم نتعرض إلى الآثار السلبية التي يمكن أن يتركها تقليد العلامة التجارية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: أشكال تقليد العلامات التجارية

يطلق على الاعتداء الواقعة على الحق في ملكية العلامة التجارية بجرائم التقليد، وهي بذلك لا تشكل في مضمونها جريمة واحدة وإنما ترتكب عبر عدة أشكال تصب كلها في مفهوم التقليد، وتعتبر هذه الأشكال في نظر القضاء حالات قيام أفعال التقليد الواقعة على العلامة، ونظرا لما تؤديه العلامة التجارية من فائدة ووظائف في تحريك الاقتصاد وتطويره، فإن التركيز عليها بات أمرا محسوما بالنظر للذين يرغبون في الربح السريع، وذلك بمختلف أشكال التعدي المتاحة على العلامة التجارية.

تعتبر العلامة التجارية التي تتمتع بالجودة والضمان هي الأكثر تعرضا للتقليد وعلى اعتبار أن المشرع الجزائري توسع في تعريفه لجريمة تقليد العلامة، فهو توسع في ضم كل الأشكال التي يمكن أن يتحقق به. من الناحية القانونية لا يوجد أشكال واضحة المعالم يمكن تحديدها وتصنيفها، فكل تشريع يعطي أمثلة أو تعداد لأفعال التعدي على العلامة التجارية، فكل أشكال التقليد تكيف اعتداء على الحقوق الاستثنائية⁽⁶⁾ وهي خطر على المستهلك والمجتمع والاقتصاد، وكلها تدخل في نطاق الجريمة المعاقب عليها، وإذا بحثنا على تحديد هذه الصور لكانت كثيرة ومتعددة تتمثل في:

1- استنساخ العلامة التجارية:

ويسمى أيضا التقليد بالنسخ أو بحصر المعنى⁽⁷⁾، يكون هذا الفعل بتقليد العلامة دون موافقة مالك العلامة ويكون برفع العلامة بطريقة مطابقة وكلية أو بطريقة مماثلة للعلامة وشبيهة بشكل يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور وجذب المستهلك، حيث يعتبر نقل العلامة كعنصر مادي وحده كاف لوجود التقليد بغض النظر عن كل استعمال لها وبغض النظر عن العنصر المعنوي المتمثل في القصد، فالأحكام القانونية لا تتضمن عبارة التدليس، لأن التقليد قائم بموجب التصنيع المادي للعلامة.

2- التقليد بالنسخ وبالتشبيه:

ويكون محققا بمجرد نقل أجزاء أساسية للعلامة التجارية الأصلية تتحقق عملية الوهم من خلالها أي يخلق هذا الشبه ليس حقيقيا في ذهن المستهلك، وهي ما تسمى بالمحاكاة التدليسية حيث يؤخذ بعين الاعتبار في جنحة تشبيه العلامة التشبيهات الإجمالية التي تؤدي بالمستهلك العادي إلى الخلط بين العلامتين⁽⁸⁾ وتجدد الإشارة أن قانون العلامات 03-07 لم يميز حاليا بين الشككين أي بين التقليد التام والتشبيه واعتبرها جنحة بمفهومها الواسع فيما كان الأمر مختلفا في الأمر 57-66 وذلك بموجب المادة 29 منه.

3- التقليد باستعمال العلامة المقلدة أو الأصلية:

ويقصد باستعمال العلامة المقلدة بهذا الشكل؛ فكل شخص يستأثر من حقوق العلامة المقلدة من دون أن تكون له يد في تقليدها ولا يكون بالضرورة القائم بعملية التقليد وإنما مستفيد منها فقط، مع العلم أن كلا من الفعلين يشكلان جنحة مستقلة عن الأخرى، ويتخذ هذا الشكل من التقليد أيضا صورة التقليد باستعمال العلامة الأصلية للغير، حيث يضع العلامة الأصلية على سلع غير أصلية وغير تابعة في المنتج لتلك العلامة وهو ما يخلق لبسا في ذهن المستهلك⁽⁹⁾ ويسمى البعض بتقليد العلامة عن طريق النقل⁽¹⁰⁾.

4- بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو معرضة للبيع⁽¹¹⁾:

لم ينص المشرع الجزائري صراحة على هذا النوع من الاعتداءات في الأمر 03-06، مع العلم إن هناك من يفرق بين البيع والوضع⁽¹²⁾، وإن كان في كلا الحالتين لا تشتر فيهما توافر عنصر القصد ويظهر هذا الشكل خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمستورد الذي يحمل بضائع مقلدة فتعرض للبيع هل يتحمل البائع مسؤولية ذلك بوصفه مهمل ومتعاطف مع المقلد بصورة غير مباشرة يكسب من ورائه مال أم أنه يعد القناة الأسهل في تصريف المنتج المقلد؟

ما يلاحظ أن المشرع الجزائري لم ينص على هذا الوضع، إلا أنه تدارك الأمر في قانون الجمارك ولاسيما في المادة 22 فقرة 02 من القانون رقم 07/79، والتي جاء في مفهومها أنه تخضع للمصادرة البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة.

فيما تكون صور التقليد لكل شكل من الأشكال السابقة الذكر متنوعة⁽¹³⁾؛ حيث يتجسد التقليد بالاستنساخ والاستخدام، والتزوير والإلصاق واستعمال العلامة بصورة مطابقة أو مشابهة لتلك التي وردت أسماءهم في سجل العلامات دون إذن من المالك. كما يحدث التقليد بالزيادة أو بالنقصان في الحروف الخاصة بالعلامة أو استبدالها، وهي من الصور الأكثر انتشارا، حيث يختار المقلد صورة من التقليد كالاسم الموضوع في العلامة التجارية، فيقوم بتغيير بعض الحروف أو إضافة حرف لا يغير نطق الكلمة أو يغير ترتيب بعض الحروف مما يقوي مخاطر الالتباس وكمثال على ذلك نذكر ومن أمثلتها abibas بدلا من adidas و puna بدلا من puma إلى آخره.

في كل هذه الحالات يكون التقليد معتمد على نفس التركيب والبناء من ناحية الأشكال والألوان والرموز الداخلة في تركيب العلامة التجارية الأصلية، مما يحدث اللبس من الناحية النظرية فينشأ تقارب ذهني بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة، وهو الهدف الذي صنعه المقلد حيث اعتمد فيه على تحقيق هذه المحاكاة الذهنية من خلال جملة من الوسائل تتمثل

في المرادفات أو المتناقضات للكلمات⁽¹⁴⁾ وتكون لكل هذه الأشكال مهما تعددت أو اتحدت آثارا سلبية على المستهلك والمجتمع والمنتج بل الدولة.

المطلب الثاني: آثار التقليد

تعد جريمة التقليد من الجرائم التي تلقي بظلالها على النشاط الاقتصادي في أي مجتمع وتؤثر سلبا فيه حيث إن هذه الجريمة هي اعتداء على حق المنتج صاحب العلامة الأصلية وتسبب له ضررا ماديا ومعنويا واعتداء على حق المجتمع، فآثار التقليد تمس قطاع الأعمال والاقتصاد المحلي والنظام الاقتصادي العالمي وحركة التجارة العالمية. وعليه الفشل في مكافحة ظاهرة التقليد خاصة والتجارة غير الشرعية عامة يساعد على نمو الجريمة والفساد، ولا يشجع على نمو الاستثمار وتطور النشاط التجاري، ويهدد صحة وسلامة المستهلكين، ويفقد المواطنون ثقتهم في حكوماتهم، كما يكون له تأثير سلبي كبير على تحصيل عائدات الدولة.

وبالتأكيد فإن تطور هذه الظاهرة وتشعب ممارساتها ستتولد عنها آثار متعددة، يمكن أن نلخص مختلف النتائج المترتبة عن انتشار ظاهرة التقليد في "الخطر" ويمتد الخطر كأثر لظاهرة التقليد إلى ثلاثة أطراف أساسية؛ المستهلك (أولا) والمؤسسة الضحية أو المنشأة (ثانيا) والدولة (ثالثا).

أولا- بالنسبة للمستهلك:

يؤثر كل شكل من أشكال تقليد العلامة التجارية على المستهلك التي تدور به حلقة من المخاطر تمس كل حواسه وحياته المادية، وتعد أخطارا مباشرة عليه عندما لا يعرف ما إذا كانت تلك السلعة مقلدة، وتباع له على أنها أصلية، لافتاً إلى أن خطر السلعة هنا يكمن في أنها غير مضمونة على كل الأصعدة، فاحتمالات كبيرة تضرر بالمستهلك، فضلاً عن خسارته أمواله.

في كل الأحوال يقع المستهلك ضحية غش حينما يدفع ثمن سلعة مقلدة يعتقد أنها أصلية ويكون محل ضرر حتى ولو علم بالتقليد على أساس إن التقليد في كل أشكاله هو انتقاص لحقوق المستهلك مقابل ما يدفعه من قيمة السلعة التي تفتقر إلى النوعية والجودة والضمان المشروط لها.

يمتد الخطر على المستهلك بسبب تقليد العلامة التجارية إلى أمن وسلامة المستهلك البدنية والعقلية وحتى النفسية كما يلحق الضرر بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلك، ويرتبط هذا الخطر بالنظر للمنتج المقلد، فالمواد الصيدلانية المقلدة المصدر مثلا خطر للمستهلكين حينما يتم التلاعب بمكوناتها أو بمقادير صنعها، أو أن يتم الإفراط في وضع العناصر الفعالة، أو حتى استبدال هذه العناصر بمواد مختلفة تمنعه من الحصول على الدواء الفعال وتؤخر من شفائه مما قد يزيد من تأزم حالته. وتقليد النظارات الشمسية تشكل خطرا على حدقة العينين وقد تؤدي إلى فقدان البصر إذ ينصح أطباء العيون باستعمال النظارات الشمسية المانعة لمرور الأشعة ما فوق البنفسجية لاجتناب الضرر التي تلحقه الأشعة بالعين، وتكتسي النظارات الشمسية الحاملة للماركات العالمية المشهورة هذه الميزة، إلا أن النظارات المقلدة المستوردة لا تحتوي على هذه الميزة وتشكل خطرا على صحة المواطن.

يمثل تقليد قطع الغيار النسبة الكبيرة للتقليد والتي لا ينحصر في وضع علامة مشهورة عليها وإنما يصل إلى غاية إعادة صنع القطعة بمواد أقل جودة وبنفس الشكل والقياس وبدقة متناهية حتى أنه يستحيل لغير المختص أن يميز بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة التي لا تتطابق والمقاييس المعمول بها، مما يتسبب في حوادث مرور مميتة وخسائر مادية أخرى معتبرة. وخير مثال على ذلك ما سطره القضاء الأمريكي في قضية *Textron v. Aviation Sales* وهي تتعلق بتصنيع قطع غيار طائرات هليكوبتر رديئة وضعت عليها علامة تجارية مزورة، هي في الأصل علامة مسجلة مملوكة لشركة *Bell Helicopter Division of Textron, Inc.*، مما أدى إلى المساس بأمن وسلامة الطيران وضياع الأرواح، فقد وجدت المحكمة أن الحوادث التي وقعت لعدة طائرات هليكوبتر كانت بسبب قطع الغيار المعيبة التي صنعها وباعها المدعي عليهم وكانت تحمل العلامة التجارية المزورة مما أدى إلى حالات الوفاة والإصابات البدنية الجسيمة⁽¹⁵⁾.

وهو ذات الشأن بالنسبة لمواد التجميل حيث تنتشر في الأسواق مساحيق التجميل الرخيصة الثمن والتي تحمل أسماء الماركات العالمية، فإذا ما كانت المواد مقلدة تخلف الكثير من المشاكل الجلدية عند كل من استخدمها، بل وقد تؤدي إلى أمراض سرطانية لا يحمدها عقابها.

ثانياً - بالنسبة للمؤسسة الضحية:

قد ترتب المؤسسة المنتجة في صدارة القائمة المتعلقة بالمتضررين من التقليد - قبل المستهلك - على أساس أنها المعنية الأولى بانتهاك جهدها واغتصاب علامتها، وعلى أساس أنها صاحبة المصلحة الأولى، فحماية الشركات من تقليد السلع لا تقل أهمية عن حماية المستهلك، بل هي في صميم حماية المستهلك ذلك أن أصحاب الحقوق ملاك العلامات التجارية يعانون خسائر كبيرة في السمعة والمبيعات نتيجة التقليد ولا يصح الاعتقاد أن أي مالك لعلامة تجارية يرحب بالتقليد أو يشكل دعاية له بل على العكس فإن التقليد يسبب خسائر فادحة لأعماله.

يلحق بالمؤسسة صاحبة الحق المتعدي عليه أضراراً مالية من خلال ضياع حصص من السوق تأخذها الشركات المقلدة، وأضرار بسمعة العلامة والمؤسسة بسبب تسويق سلع مقلدة ذات نوعية أدنى، إلى جانب تحقيق أضرار بالموارد البشرية للمؤسسة⁽¹⁶⁾. حيث تتحمل الشركات عند إنتاجها لمختلف السلع تكاليف باهظة تخص الأبحاث والدراسات، أعمال الدعاية، الإشهار، التأمين، الضرائب وخدمات ما بعد البيع وعندما تقوم بإطلاق منتج جديد، تخصص ميزانية كبيرة لتلك الحملة، بعد ذلك وببساطة تجد تلك المؤسسات منتجاتها مقلدة في الأسواق تؤدي بها إلى خسائر كل كبيرة.

من جهة أخرى عندما تقرر المؤسسات المتضررة من التقليد مواجهة هذه الظاهرة فإنها، تضطر غالباً إلى دفع مصاريف المنازعات القضائية، ناهيك على مصاريف التسجيل والشهرة ونقل التراخيص، مع الإشارة إلى أنه ليس في متناول كل المؤسسات مواجهة هذه الظاهرة، فإذا كانت الشركات الكبرى تملك الوسائل اللازمة لذلك فإن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة تبقى عاجزة.

إلى جانب أن التقليد هو جنحة، يعد عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة يفقد المؤسسة حصتها في السوق، فانتشار السلع المقلدة الرخيصة الثمن يؤدي إلى انخفاض الطلب على المنتجات الأصلية وبالتالي انخفاض رقم أعمال المؤسسات المصنعة لمنتجات أصلية وارتفاع التكاليف الثابتة. كما يعتبر التقليد سرقة لحقوق الملكية الفكرية للمؤسسة

وتشويه لسمعتها، فالنوعية الرديئة للمنتجات المقلدة تؤثر سلباً على صورة العلامة خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتجات الكمالية الفاخرة.

ثالثاً - بالنسبة للدولة:

يعد التقليد ظاهرة خطيرة يتعدى ضررها إلى الدولة، فإلى جانب المستهلك والمؤسسة صاحبة الحق في الاستئثار في العلامة التجارية نجد الدولة أيضاً تعاني من الخسائر التي يربتها أصحاب التقليد سواء كان ذلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة؛ فتكون الأضرار بصورة مباشرة من خلال التأثير على الخزينة العمومية بسبب التهرب الضريبي⁽¹⁷⁾. ففي الكثير من الأحيان ينطوي التقليد على تهريب البضائع مما يشكل جريمة التهرب الجمركي وهذا إنما يترك انعكاس سلبي لعدم تحكم الحكومة في حدودها الجغرافية التي تحكمها.

من جانب آخر تؤدي جرائم التقليد إلى عدم استفادة الدولة من التحصيل السليم للضرائب، فتصنيع المنتجات المقلدة يتم عادة في الخفاء داخل ورشات غير مرخص لها قانوناً، لا يدفع أصحابها الضرائب ولا الرسوم ولا الاشتراطات الاجتماعية، وعليه فإن الدولة لا تستفيد من أي مساهمة من هذه الصناعة بل تضطر إلى تخصيص أموال معتبرة لقمعها. وتكون الإضرار الملحقمة بصورة غير مباشرة عندما تتحمل الدولة التكاليف التي يتحملها الاقتصاد العالمي والتي لم تؤخذ بعين الاعتبار مثل تكاليف المخاطر الصحية والبيئية. بالإضافة إلى تكاليف الخسائر غير المباشرة مثل طرد الاستثمارات الأجنبية في البلاد التي تنتشر فيها ظاهرة الغش التجاري والتقليد، فجريمة التقليد تؤدي إلى نتيجة حتمية إلى كبح الاستثمار، وخلق جو من المنافسة غير النزيهة؛ ولهذا يطلق على السلع المقلدة بالاقتصاد الأسود.

بالإضافة إلى أن هذه الآفة تمثل عائقاً في وجه كل محاولات التنمية الاقتصادية، وتحدث فوارق سعرية مصطنعة، فيه تؤثر على التوازن الاقتصادي وتتسبب في رفع نسبة البطالة من خلال الخسائر التي تلحق الشركات التي تتعرض لمنتجاتها للغش والتقليد، حيث أثبتت الدراسات إلى أن التقليد والغش التجاري عموماً يؤدي إلى فقدان عدد كبير من فرص العمل وإلى تشجيع العمالة في الخفاء وعمالة الأطفال⁽¹⁸⁾. ذلك أن صناعة المنتجات المقلدة غالباً ما تتم من طرف أطفال قصر في مستودعات تفتقد إلى شروط الأمن والسلامة مما يؤدي إلى وقوع حوادث تسبب إعاقات جسيمة وأمراض مزمنة تقع تكاليفها على عاتق الدولة.

كما يترتب عن التقليد في هذا الصدد تردد الشركات صاحبة العلامات التجارية عن الاستثمار في تلك الدول، ومن ثم التأثير على منحى الاستثمار والاستهلاك، ما يؤدي إلى انخفاض مكونات الطلب الكلي الفاعل في تحقيق مستوى أعلى للنتاج القومي⁽¹⁹⁾.

من جهة أخرى يعد التقليد سبباً في امتناع البنوك العالمية عن منح قروض للاقتصاد الوطني، فلا يمكن لتلك المؤسسات أن تثق من وجهة نظر مالية في دولة لا تراعي فيها حماية حقوق الملكية الفكرية، ولا تملك شبكة اجتماعية متينة خالية من انتهاكات لحقوق الإنسان لاسيما العمالة القاصرة التي تشارك في جريمة التقليد من دون وعي، وتفترض المؤسسات الأجنبية كذلك للاستثمار في دولة لا تبدي جدية في قمع ظاهرة التقليد إذ تخشى هذه المؤسسات التعرض إلى منافسة غير مشروعة.

مما سبق نلاحظ أن التأثير السلبي لجرائم التقليد تمس كل هذه الأطراف ويعد حجم الآثار بالنظر لكل واحد منها معتبر يحتاج فعلا التفكير في ضرورة الحد منها ومكافحتها.

المبحث الثاني

وسائل مكافحته

إن صدور قانون المنافسة ومنع الاحتكار وتطبيق مبدأ الاقتصاد الحر وفتح المجال للمؤسسات التجارية للتنافس في جميع المجالات التجارية والخدماتية يستدعي تكثيف الحملات الإعلامية لتوعية المستهلك حول الممارسات الاقتصادية السلبية وضرورة التزام المستهلك بالإبلاغ عن هذه الممارسات لدى الجهات المعنية والتأكيد على التنوع في وسائل حماية المستهلك. كما يستدعي الأمر مراجعة وتعديل التشريعات الخاصة بمكافحة الغش والتقليد ووضع عقوبات رادعة تجاه هذه الجرائم والوقوف على تنفيذها. ولأجل كل ذلك لابد من بناء وسائل حماية المستهلك من كل أنواع هذه الجرائم ومسايرة مختلف أشكال التعدي على العلامة التجارية، وقد عملت الحكومة الجزائرية على تكثيف هذه الوسائل وطنيا ودوليا وبمعية المجتمع المدني.

من أجل الوقوف عندها عملنا على تصنيف هذه الوسائل إلى وسائل حماية ردعية (المطلب الأول) ووسائل حماية وقائية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الحماية الردعية

إن أهم حماية يتلقاها المستهلك هي الحماية القانونية الردعية، وتتمثل في الحماية الجزائية والحماية المدنية تجسدت هذه الأخيرة في ترسانة من القوانين والقرارات أراد بها المشرع حماية المستهلك ومن ورائه الاقتصاد إذ تنص المادة 38 من الدستور الجزائري 1996 أن حرية الإبداع الفكري والفني والعلمي مضمون للمواطن وأن حقوق المؤلف يحميها القانون وهي مادة تكفي وحدها للحد من الحماية القانونية للملكية الفكرية عموما من جريمة التقليد، وقد عدلت بموجب المادة 44 من دستور 2016 التي تنص على أن "حقوق المؤلف يحميها القانون" (20).

تتجسد هذه الحماية في مجموع النصوص القانونية التي تضمنت الحماية المدنية والجنائية، وهذا في إطار الحماية الداخلية (أولا) إلى جانب منح المتضررين من التقليد نوعا آخر من الحماية تتجسد في الحماية الخارجية أو الدولية (ثانيا).

الفرع الأول: الحماية الداخلية (الوطنية)

على الرغم من أن قانون العقوبات هو القانون العام في التحريم والعقاب، إلا أنه تبين في بعض الأحوال عدم كفايته لمواجهة صور وأشكال الإجرام الجديدة في الوقت الذي نعيش فيه، ما أدى بالمشرع إلى صنع التلاؤم التشريعي العقابي للوسائل الجديدة للغش والتقليد عن طريق سن القواعد التي تحد من حجم هذه الجرائم (21) بموجب نصوص خاصة وفي القوانين المجاورة وذات الصلة.

يتمثل هذا التلاؤم التشريعي العقابي لتقليد العلامة التجارية في مختلف القوانين التي جرمت التقليد وجعلت منه جنحة أو جعلت منه خطأ يستدعي التعويض أو ممارسة غير نزيهة يستدعي محاربتها (أولا) هي ذات النصوص التي منحت الحماية للمتضرر ومنحت له وسائل للحماية وتتمثل في الحماية والحماية المدنية الجزائية (ثانيا).

أولاً - منظومة التشريع العقابية لتقليد العلامة التجارية:

تنص هذه القوانين كل في تخصصها⁽²²⁾ على تجريم التقليد أو اعتباره ممارسة غير نزيهة والمتمثلة في ما يلي:

1- في قانون العقوبات:

ضمن هذا النص العام لا نجد تجريم لجرمة التقليد بمفهوم التعدي على العلامة التجارية وإنما تقليد اختتام الدولة والدمغات والطوابع والعلامات...، إلا أنه وفي إطار الباب الرابع المعنون بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية⁽²³⁾، حيث نجد المادة 429 من قانون العقوبات تنص على المعاقبة بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات بالإضافة إلى غرامة مالية من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى العقوبتين، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نوعها أو مصدرها، وفي جميع الحالات التي يتم فيها ارتكاب المخالفة ويحصل على أرباح من دون وجه حق، يكون فيها التقليد متخذاً شكل التزوير أو عدم المطابقة للمواصفات أو إخفاء البضاعة من شأنه غش المشتري⁽²⁴⁾.

بالإضافة إلى ذلك عاقب المشرع في ذات القانون كل تقليد أو غش في المجال المعلوماتي وذلك بموجب المادة 394 من القانون 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات والتي تعاقب كل غش في كل أو جزء من منظومة المعالجة الآلية للمعطيات بعقوبة من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50000 دج إلى 100000 دج⁽²⁵⁾.

هذه النصوص تبقى قاصرة من زاوية الحماية في انتظار تشريع خاص يجرم التقليد بصورة أكثر دقة.

2- في قانون العلامات:

طبقاً للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ومن خلال المادة 26 منه نجد نص على تجريم جرمة التقليد واعتبرها جنحة كما سبق الذكر في بداية هذا البحث، وتمثل العقوبات المقررة لتقليد العلامات وطبقاً للمادة 32 منه في عقوبتين أصليتين وهي الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحداها، زيادة على ذلك فقد أقر المشرع عقوبات تكميلية وهي إما الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة وإما مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعمله في المخالفة⁽²⁶⁾.

3- في قانون حماية المستهلك وقمع الغش:

لم تكن المواد المذكورة شاملة لكل أشكال التعدي على العلامة التجارية لهذا جاءت القواعد الخاصة الممثلة في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽²⁷⁾ حيث يرخّص القانون لأعوان الرقابة ودون رخصة من السلطات القضائية السحب النهائي من التداول "للمنتوجات المقلدة"، مع إمكانية توقيف نشاط المؤسسات المسؤولة عن التقليد، وهذا وفقاً للمواد 62 و65 من القانون المذكور، إلى جانب اتلاف المنتوجات المقلدة المسحوبة نهائياً.

كما تم تجريم أفعال التقليد بموجب قانون العلامات بتجريم أعمال التقليد، بل وبتكييف فعل التقليد بالجنحة وذلك بنص صريح لا يدع للشك مقرر له جزاءات أصلية وأخرى تكميلية⁽²⁸⁾.

4- في قانون الجمارك:

بالإضافة إلى ذلك نجد المشرع قد نص في قانون الجمارك على حماية حقوق الملكية الفكرية المتمثل في حضر استيراد البضائع التي تحمل بيانات من شأنها إن توهي بأنها ذات منشأ جزائري. كما يحضر عند الاستيراد البضائع الجزائري والأجنبية المزيفة (29)، وهذا وفقا للمادة 22 من القانون 98-10 المؤرخ في 22/08/1998 المتضمن قانون الجمارك (30) وقد تم تدعيم تطبيق هذه المادة بقرار وزاري⁽³¹⁾، مع العلم انه تم تعديل هذه المادة بموجب قانون المالية لسنة 2008 ليتدارك المشرع الصياغة السابقة لمواد قانون الجمارك المتعلقة بالتقليد، حيث جاء في المادة 42 منه تعديل المادة 22 من قانون الجمارك لتصبح " تحضر من الاستيراد السلع المقلدة التي تمس الملكية الفكرية .. "، فيما نصت المادة 44 على تعديل يتضمن إتلاف البضائع المقلدة⁽³²⁾.

5- في قانون براءة الاختراع:

وفي هذا الصدد نجد المشرع أيضا قد تحدث عن جنحة التقليد في الأمر رقم 07/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق ببراءة الاختراع⁽³³⁾ حيث قام بموجب 61 و62 منه على معاقبة الأفعال التي تشكل جريمة التقليد، لاسيما إذا تعلق الأمر بإخفاء أشياء مقلدة أو يعرضها للبيع أو يدخلها للترباط الوطني وتكون العقوبة من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية، ولكن في هذه المرة نجده قد عدد الأفعال وحصرها وهو ما يتناقض والمفهوم الواسع الذي تبناه في قانون العلامات⁽³⁴⁾.

6- في قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية:

نص المشرع الجزائري في المادة 27 من القانون 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽³⁵⁾ على أنه تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة كل من تقليد لعلامة مميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتج أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك أو أوهايم في ذهن المستهلك ... وقد أدرج المشرع عقوبة الغرامات المالية للممارسين للتقليد مع إمكانية حجز البضائع إضافة إلى عقوبات أخرى تتمثل في ثلاثة (3) أشهر إلى سنة في حالة العود.

أما بالنسبة للعقوبات المقررة في إطار هذا القانون، فطبقا للمادة 27 منه تنص على أن تقليد (تشبيه) علامات تجارية تابعة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته تعد صورة من الممارسات التجارية غير النزيهة قرر لها عقوبات أساسية تتمثل في الغرامة وعقوبات إضافية تتمثل في الحجز. وأضافت المادة 39 منه أيضا المصادرة، الغلق الإداري، المنع من ممارسة النشاط، نشر الحكم بالإدانة في جريدة أو أكثر.

ثانيا- الحماية المدنية والجنائية للعلامة التجارية:

مما سبق نلاحظ جليا أن كل من قانون العقوبات وقانون العلامات وقانون براءة الاختراع وبقية القوانين والقواعد العامة قد شكلت أسسا قانونية توفر الحماية المدنية والجنائية للعلامة التجارية ويسمح من خلالها للمتضرر برفع دعوى قانونية لجبر الضرر ويتسنى ذلك إما؛ برفع دعوى التعويض، أو دعوى منافسة غير مشروعة، أو رفع دعوى التقليد.

بالنسبة لدعوى التعويض، تندرج هذه الدعوى في إطار الحماية المدنية حيث أنه وتأسيسا للقواعد العامة لاسيما المادة 124 من القانون المدني التي تنص على أن: " كل خطأ أيا كان يرتكبه المرء، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في

حدوثه بالتعويض ". والتي تعد دعوى عادية أساسها الفعل الضار، فيحق لكل من أصابه ضرر مادي أو معنوي لصاحب الحق بسبب الضرر أن يرفع دعوى يطلب فيها تعويضه عما أصابه من ضرر ضد كل من ساهم في إحداثه متى توافرت أركانها.

تكون الدعوى إما بالمطالبة بالتعويض طبقا لقواعد المسؤولية التعاقدية. (Responsabilité Contractuelle)، وإما بالمطالبة وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية الناشئة عن خطأ الغير (Délictuelle) وبالتالي تثبت المسؤولية المدنية في الحالتين وفقا للقواعد العامة وذلك بتوافر ثلاثة أركان: الخطأ، الضرر، العلاقة السببية. وقد عمل المشرع الجزائري على ضمان قيام هذا النوع المسؤولية بموجب نصوص تابعة للقواعد العامة ونصوص خاصة. ويتمثل حق المتضرر في هذه الحالة في التعويض العيني فقط، وهو يقوم على إعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب الخطأ الذي أدى إلى وقوع الضرر، وكذلك التعويض النقدي هو التعويض غير المباشر، يلجأ إليه عندما يتعذر إصلاح الضرر بالطريقة الأولى، وغالبا ما يتمثل في مبلغ من المال يقدره قاضي الموضوع عملا بأحكام المادة 182 من قانون الإجراءات المدنية.

أما بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة تدرج هذه الدعوى في اطار الحماية المدنية، حيث انه تؤسس على نص المادة 27 من القانون رقم 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث يسمح بحكم تكييف الأفعال الخاصة بالتقليد بالممارسات غير النزيهة برفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وهي ما تسمى بالحماية المدنية وهي وان كانت عند البعض إخلال في التكييف القانوني إلا أننا نعتقد في أن المشرع قد وضع هذه النصوص ليؤكد أنه منح طريقتين أمام المتضرر يمكن من خلالها الاختيار في اللجوء إليه، والمتمثلة في الحماية المدنية إلى جانب الحماية الجزائية التي سيتقدم الحديث عنها. وتتم بصفة أصلية أمام المحكمة المدنية في حالة وجود الممارسات السالفة الذكر، وكذا في حالة عدم توافر أركان جنحة التقليد، أو بصفة تبعية أمام المحكمة الجزائية التي تنظر دعوى التقليد، مع العلم أنه يمكن اللجوء إليها في كافة حقوق الملكية الصناعية.

مع العلم أن تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أيضا ان تؤسس على المادة 124 من القانون المدني⁽³⁶⁾ كما يمكن تأسيسها على المادة 10 ثانيا من اتفاقية باريس، والتي تعد الشريعة العامة في مجال الملكية الصناعية أو تأسيسها على المادة 27 من قانون 04 . 02 المتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أين نجد المشرع قد قرر من خلال هذا القانون عقوبات تضمن حق المتضرر.

أما بالنسبة لدعوى التقليد، فهي تدرج في إطار الحماية الجنائية، فهي تتحرك بالنظر لنصوص قانون العقوبات على أساس أنها جنحة لاسيما المادة 429 من قانون العقوبات تدعى هذه الدعوى بالحماية الجنائية، فمن خلال هذه النصوص تنشأ عن جريمة التقليد الدعوى الجزائية تختص بها النيابة العامة، وقد تتبعها دعوى مدنية يتولاها من لحقه ضرر إما بصورة تبعية للدعوى الجزائية، وإما بصورة مستقلة عنها، وعقوبات التقليد في الملكية الصناعية محددة قانونا، وهي تختلف بحسب طبيعة وجسامة الاعتداء، فمنها العقوبات الأصلية⁽³⁷⁾ التي يتم الحكم بها بمجرد توافر الركنين المادي والمعنوي، وتتمثل

هذه العقوبات في الحبس أو الغرامة أو كليهما معاً، ومنها عقوبات تكميلية تكمل العقوبات الأصلية، ويقصد منها تمكين الطرف المتضرر من الحصول على تعويض عادل وكاف، وإعادة الحالة إلى ما كان عليه.

مع العلم أن المتضرر يضمن حقه من خلال دعوى التقليد متى توافرت شروطها بالنظر للدعوى المدنية، أو دعوى المنافسة غير المشروعة.

الفرع الثاني: الحماية الخارجية (الدولية)

بهذا الكم الهائل من القوانين والنصوص تبدو الأساليب الداخلية التي استعملها المشرع كافية وكفيلة لضمان الحماية الفعالة للعلامة التجارية وحمايتها من التقليد، غير أنها في الحقيقة تعد غير كافية طالما أن الدولة الجزائرية سعت ولا زالت تسعى في حماية المستهلك عبر ضمان الحماية الدولية، خاصة وأن ظاهرة التقليد ليست جريمة داخلية وإنما دولية يشترك فيها غالباً عدة أطراف من جنسيات مختلفة، فتقليد عون اقتصادي جزائري لعلامة فرنسية في بلد مصر، يستدعي الأمر تضافر جهود دولية لمحاربتها على أساس أنها تعدت حدود دولة واحدة.

أثبت الواقع العملي إلى كثرة محاولات التقليد للعلامات التجارية المشهورة، على نطاق دولي يستدعي استعمال القانون الدولي لحمايتها، فعلى سبيل المثال: استخدام شعار (قناة الجزيرة) دون وجه حق على بعض واجهات مقاهي الانترنت وصالونات الحلاقة في بعض المدن العربية مما دفع القناة إلى التنويه مراراً " وتكراراً " بان شعارها هو علامة تجارية مسجلة والتحذير من إن تقليدها أو الاستيلاء عليها يعد انتهاكاً لحقوق الملكية الفكرية. لذلك فإن توسيع نطاق الحماية المقررة للعلامة المشهورة لتشمل استعمالها على سلع أو خدمات غير مماثلة يعد من أهم عوامل جذب الاستثمارات الأجنبية، فمتى ما اطمئن أصحاب رؤوس الأموال للحماية التي توفرها التشريعات الوطنية لدولة ما كلما توسعت وزادت أنشطتهم واستثماراتهم في تلك الدولة⁽³⁸⁾.

مبدئياً، يعتبر الحق على ملكية العلامة التجارية ذو مفعول إقليمي، بمعنى أن هذا الحق يتم اكتسابه في بلد معين ويتم الاعتراف به من قبل قوانين هذا البلد وعلى العكس من ذلك لا يكون له مفعول إذا كان الحق المكتسب على علامة تجارية في بلد آخر والمعتزف به من قبل هذا البلد الآخر وهو ما يسمى بوطنية قانون العلامات⁽³⁹⁾، والذي تقره الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالملكية الصناعية وتبني أحكامها عليه حيث يندرج ضمن مبدأ المعاملة الوطنية، وهي أحد المبادئ الأساسية التي تنص عليها هذه الاتفاقيات⁽⁴⁰⁾.

ولكن مع تطور الحياة التجارية والعلاقات الدولية وتشابكها وانفتاح الأسواق التجارية الوطنية على بعضها البعض بدأت تظهر علامات في دول معينة تحظى بشهرة واسعة تتجاوز حدود الإقليم أو الدولة التي نشأت وسجلت فيها تحت قانونها الوطني. أن الحماية التي تتمتع بها هذه العلامة في الدولة التي سجلت فيها لم تكن كافية لحماية هذه العلامة المشهورة في الدول الأخرى التي وصلت إليها شهرة العلامة قبل أن يتم تسجيلها فيها. وهنا بدأ قانون العلامات التجارية الذي تطور حتى تلك اللحظة ضمن الإطار الوطني حائلاً دون حماية هذه العلامة⁽⁴¹⁾.

اقتضى هذا الأمر أن يتقرر تولى حماية في البلدان التي لم تسجل علاماتها المشهورة استثناء على مبدأ وطنية قانون العلامات التجارية وهي حماية دولية استثنائية أدرجت في الاتفاقية الدولية لأول مرة ضمن اتفاقية باريس بوجوب المادة (6)

مكرراً التي قررت إعطاء العلامات المشهورة حماية في البلدان التي لم تسجل فيها بعد ، وذلك استثناء من مبدأ وطنية قانون العلامات التجارية والتي كانت نفس الاتفاقية قد كرسه في المادة رقم (6) السابقة، فنصت في المادة (6) مكرر 1 على:

(1) "تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا أجاز تشريعها ذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل ومنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلاً العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة. كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخاً لتلك العلامة المشهورة أو تقليداً لها من شأنه إيجاد لبس بها.

(2) يجب منح مهلة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ التسجيل للمطالبة بشطب مثل هذه العلامة. ويجوز لدول الاتحاد أن تحدد مهلة يجب المطالبة بمنع استعمال العلامة خلالها.

(3) لا يجوز تحديد أية مهلة للمطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية ". تعتبر إذن الحماية الدولية المتمثلة في إبرام الاتفاقيات من أساسيات الحفاظ على حقوق أصحاب العلامات التجارية، وتعتبر اتفاقية باريس المؤرخة في 1881/03/20 أول اتفاقية كرس حماية الملكية الصناعية بكل عناصرها، ولقد انبثق عنها إبرام العديد من الاتفاقيات الدولية الأخرى.

إلى جانب الاتفاقيات فإن إنشاء هيئات متخصصة في مجال مكافحة التقليد بكل أشكاله أمراً عزز من خلق جهاز إداري دولي يساهم في محاربة كافة أشكال الاعتداءات، وساعد الدول بمختلف مستوياتها في عصنة وتحديث تشريعاتها لتتوافق مع مستجدات العصر وأهم هذه الهيئات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (O.M.P.I) والمنظمة العالمية للتجارة (OMC) التي تسعى الجزائر للانضمام إليها.

المطلب الثاني: الحماية الوقائية

تعتبر السوق الجزائرية من الأسواق الاستهلاكية وينتج عن ذلك تدفق المنتجات إليها بكم هائل متنوع، أن جل المنتجات لا تتوفر على المواصفات القانونية والمقاييس التنظيمية المطلوبة، وهذا يستدعي حماية وقائية تقي المستهلك من خطر التلاعب به وبالسلع، فإلى جانب الحماية الردعية التي أولتها الدولة للمستهلك داخلياً ودولياً مدنياً وجنائياً، فإننا نجد المشرع الجزائري قد سعى لوضع سياسة وطنية في مجال مراقبة السوق ومدى حرية المنافسة ونزاهة الممارسات التجارية، فأنشأ أجهزة إدارية (أولاً) وفتح المجال للمجتمع المدني بتكريس هذه الحماية (ثانياً).

الفرع الأول: دور الدولة في فرض أجهزة المراقبة

وضع المشرع الجزائري جهاز الرقابة من أجل الحفاظ على صحة المستهلك وسلامته، بموجب المادة 25 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. كما نصت عليه المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية المعدلة بموجب قانون 02-15 حيث بموجبها يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية رؤساء المجالس البلدية وضباط الدرك الوطني والموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمراقبين وضباط الشرطة للأمن الوطني...، والموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للمفتشين وحفاظ

وأمن الشرطة... الخ⁽⁴²⁾. بالإضافة إلى ذلك هناك أجهزة إدارية أخرى تتمثل في المركز الوطني لمراقبة النوعية والرمز CACQE ومجلس المنافس (C C).

ارتكز نشاط مصالح رقابة الجودة وقمع الغش خلال السنوات الأولى لتطبيق أحكام القانون 89-02 المتعلق بحماية المستهلك الملغى بالقانون 09-03 السالف الذكر على مطابقة نوعية الخدمات والمنتجات المعروضة باعتبار أن عملية استيراد المنتجات كانت حكر للدولة أي المؤسسات التي كانت توفر ضمانات حول مطابقة المنتج المستورد ولكن ومع تحرير التجارة الخارجية ودخول الأعوان الاقتصاديين في مجال التصدير والاستيراد عرفت السوق انتشارا رهيبا للمنتجات المقلدة والتي تفتقد لمواصفات المطابقة والمقاييس العالمية المعمول بها، سواء من حيث الوسم الإعلامي أو النوعية. أمام هذه الوضعية عززت وزارة التجارة نظام المطابقة من خلال إنشاء مفتشيات المراقبة على الحدود وعلى مستوى المراكز العبور البحرية والبرية والجوية وتبعها في ذلك إصدار المرسوم التنفيذي رقم 96-354 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتعلق بتحسين جودة المنتجات سواء من حيث مظهرها وكيفية عرضها أو نوعيتها⁽⁴³⁾.

إلى جانب هذه الأجهزة نجد أن النصوص القانونية في مجملها تنص على إجراءات إدارية على المنتج والعون الاقتصادي والمستهلك ضرورة إتباعها فهي بمثابة مبادئ ينطلق منها التطبيق السليم لفكرة حماية المستهلك من كل أشكال التقليد والجرائم المشابهة وتتمثل هذه المبادئ في إجبارية أن يتوفر المنتج سواء أكان شيئا ماديا أو معنويا ومهما كانت طبيعته على ضمانات ضد كل المخاطر التي يمكن أن تمس بصحة وأمن المستهلك أو تضر بمصالحه المادية. إلى جانب إجبار المستهلك بخصائص ومميزات المنتج المعروض وطبعا مطابقة المنتج للمقاييس المعتمدة والمواصفات التي تهمه وتميزه، بالإضافة إلى ذلك يحق للمستهلك تجريب المنتج الذي يقتنيه.

الفرع الثاني: دور المجتمع المدني في حماية المستهلك

إن القوانين والتشريعات تبذل جهوداً جبارة في مواجهة شراسة المقلدين ومناوراتهم، وهذه التشريعات مستمرة في جهودها لحماية حقوق المصنعين الأصليين والمستهلكين، ولكنها لا تكفي وحدها ففي كثير من الحالات يمكن اختراقها وكسرها خصوصاً في ظل أسواق وفضاءات مفتوحة يتحرك فيها الجميع بحرية، ولذلك فإننا نعتقد بأن التوعية المدروسة هي سلاح يمكن استخدامه للتقليل من آثار التقليد. فلا يمكن للدولة أن تقلص من ظاهرة التقليد وحدها بل لابد أن تساعد في ذلك أطراف أخرى لها النصيب الأكبر في التضرر وهو المستهلك سواء في صورته الانفرادية أو في صورة جمعيات تدعو وتعمل على حماية المستهلك وهو ما نسميه بدور المجتمع المدني.

إن جمعيات حماية المستهلك تتشكل من أفراد يقومون بأدوار مختلفة من سماع المستهلك أمامهم وتوضيح حقوقه، وتحسيسه وتمثيله لكي يكون له ثقل ووزن في مواجهة التجار والبائعين، فهي إذن لها دور الدفاع عن مصالح المستهلك. هذه الجمعيات لها دور كبير في الإعلام المرئي والمكتوب والمسموع بإلقاء محاضرات وإجراء لقاءات واجتماعات، وتعليق الملصقات وجمع المعلومات ونشرها بين المستهلكين ولها وزن ثقيل في مخاصمة صاحب البضاعة ومتابعته قضائياً. ففي بداية الثمانينات بدأت جمعيات حماية المستهلك تظهر في الجزائر، مما جعل المشرع ينظمها في شكل قانوني وصدر قانون رقم 12-06 مؤرخ

في 2012/01/12 والمتعلق بالجمعيات⁽⁴⁴⁾ الملغي للقانون 90-31 السابق، وبموجبه أصبح لها الحق في رفع الدعاوى أمام القضاء وأن تتأسس كطرف مدني ضد كل عون اقتصادي خالف القانون.

إن دور جمعيات حماية المستهلك يتركز في العمل التوعوي للمستهلكين بخطورة هذه السلع والتحذير منها وبخاصة الأدوية المغشوشة والمقلدة وبخلق حملات تعليمية للعامة. وكذلك العمل على إشراك السلطات الحكومية لتحقيق أكبر حماية ممكنة للمستهلك ويتم ذلك عن طريق إبراز جوانب التقليد في المناسبات الوطنية الثقافية منها والتوعوية، مع تبيان كيفية التعامل مع هذه الظاهرة من خلال أوراق العمل التي تقدم من جانب مختصين على مستوى المؤسسات العامة والخاصة إلى الهيئات المعنية بالمراقبة. إلى جانب العمل على التنسيق مع الأجهزة الرقابية ولاسيما المسؤولة مباشرة عن التحقق من جودة السلع، وكذا تنظيم أيام إعلامية وأبواب مفتوحة تهدف إلى نشر وترسيخ الوعي في وسط الجمهور من مستهلكين وتحسيس وسائل الإعلام لما لها من دور أساسي في توعية المستهلك وإرشاده.

نخلص مما سبق إلى أن التقليص من خطر التقليد هو مسؤولية المجتمع ككل، ولكل طرف دور فعال فيه. مع العلم انه لا يمكن القضاء عليه بل التقليص والحد من تأثيراته فقط وذلك من خلال تبني يقظة تسويقية وتجارية مُحكمة، مع ضرورة تنظيم حملات تحسيسية سواء من جانب المجتمع المدني أو الدولة والتي لا بد أن تسهر على إجراء المراقبة التقنية على كل المنتجات المروجة في السوق. فمن الصعب في الوقت الحالي، نتيجة التغيرات المختلفة الأبعاد على المستوى الدولي، حماية حقوق الملكية الفكرية بعيدا عن تضافر الجهود.

خاتمة:

من خلال ما سبق يمكن القول أن التقليد هو إحدى المخاطر التي تهدد المستهلك والمنتج وعلى الدولة مكافحته، ذلك أن معالجته تتحقق بتكاثف كل الجهود من هيئات حكومية وجمعيات حماية المستهلك والمنشآت الاقتصادية، مثل المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية والفكرية والديوان الوطني لحماية حقوق المؤلفين والمديرية العامة للأمن الوطني إلى جانب كافة الوزارات المعنية.

هذا ولا يمكن إنكار ضرورة التنفيذ الصارم لمختلف القوانين عن طريق السهر على محاربة كل أشكال الفساد الإداري من الرشوة والمحسوبية والتي يمكن أن تساهم في تفاقم مظاهر التقليد.

يتعين في النهاية التأكيد على أن حماية الملكية الصناعية والحقوق الفكرية عامة ليست بالطبع غاية في حد ذاتها وإنما هي وسيلة هامة من وسائل تشجيع النشاط الابتكاري والتصنيع والاستثمار والتجارة النزيهة، والغرض من ذلك كله هو الإسهام في التقليل من المخاطر التي قد تنجر عن عمليات تقليدها بإيجاد آليات محكمة وقوانين مناسبة والانضمام إلى المعاهدات والمنظمات الدولية التي تعمل على حماية الملكية الفكرية لتأمين حماية أفضل لها بالإضافة إلى تنفيذ أحكام القوانين ومتابعة التنفيذ لكي تتحقق الغاية المتوخاة من سنها.

إن هذه الآفة تتطلب منا على المستوى الوطني إنشاء فرق مختصة للتدخل متكونة من مختلف الموظفين التابعين لمختلف المصالح (الأمن الوطني، وزارة المالية، وزارة التجارة، وزارة الصحة، وزارة الفلاحة ومصالح الجمارك... الخ) مع إشراك

جميعات حماية المستهلكين وذلك قصد تدعيم التعاون، التنسيق والاتصال من أجل إيجاد حلول لقمع ظاهرة التقليد التي تمس الاقتصاد الوطني والصحة العمومية بالإضافة إلى الدور الهام الذي يلعبه المتعاملين الاقتصاديين في هذا الشأن. ويمكن القول أن الحلول المقترحة لمحاربة التقليد متوفرة ولكن تبقى الفعالية مرهونة بمدى انتشار الوعي والإدراك من جهة والإرادة والنية الفعلية في التغيير من جهة أخرى.

التهميش:

- (1) دور التسويق في تقليص خطر تقليد المنتجات دراسة حالة الجزائر، وثيقة عن الموقع الإلكتروني: http://iefpedia.com/... -تسويق-في-تقليص-خطر-تقليد-المنتجات تاريخ الزيارة 2 نوفمبر 2016.
- (2) Carole CREVEL, La contrefaçon en Algérie, Missions économiques, 13 octobre 2005, diffusée par internet : <http://www.missioneco.org/algerie/documents>.
- (3) نقرأ في عرض الأسباب: لقانون المالية 2008 أثرى تعديل قانون الجمارك من خلاله ما يلي: " إن ظاهري التزوير القرصنة أصبحتا تشكلان خطرا اقتصاديا واجتماعيا يحذر جميع دول العالم. ولم يسلم من هذه الآفة أي منتج (الأدوية، قطع الغيار، الفواكه....) لقد مست هذه الآفة جميع القطاعات الاقتصادية وجعلت من جميع الدول ضحايا لها. تسعى الجزائر جاهدة لمكافحة التقليد وينبغي على ضوء التجارب والتقييمات المعدة أن تدعم التدابير التشريعية من أجل السماح لإدارة الجمارك بمكافحة هذه الآفة بصفة فعالة، ردع المخالفين عن طريق جعل من عمليات استيراد وتصدير هذه المنتجات من المحظورات وكذلك من المخالفات الجمركية (جنحة أو جريمة).
- (4) الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44 الصادر في 23 يوليو 2003.
- (5) تعد العلامة المسجلة المصنوعة من قبل المشرع هي تلك التي تضم الصور الثلاث منها؛ العلامات الصناعية التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، العلامة التجارية وهي التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج وأخيرا علامة الخدمة وهي التي تخصص لتمييز خدمة مثل العلامات التي تشير إلى خدمات النقل والسياحة والبريد السريع الدولي.
- (6) يظهر من تحليل المادة 1/26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أن المشرع الجزائري اعتبر أن جميع الاعتداءات التي يمكن أن تمس العلامة وملكية صاحبها فعلا من أفعال التقليد دون أن يحدد صور هذه الاعتداءات مكتفيا بعبارة " الحقوق الإستثنائية ". انظر سارة بن صالح "جريمة تقليد العلامة، ص 389.
- (7) بلهاري نسرين، تجريم وإثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري، أطروحة الدكتوراه جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة كلية الحقوق 2013/2012، ص 53.
- (8) سارة صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، دفا تر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، ع 15 جوان 2016، ص 391.
- (9) كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، جامعة بسكرة، العدد 11 لسنة، ص 484.
- (10) كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2015، ص 81.
- (11) سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، دفا تر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، ع 15 جوان 2016، ص 391.
- (12) بلهاري نسرين، مرجع سابق، ص 67.
- (13) سارة بن صالح، مرجع سابق، ص 392. وانظر ايضا: كحول وليد، مرجع سابق، ص 484.
- (14) رضا فوضيل، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية، وثيقة على الرابط الإلكتروني: redafodhil.blogspot.com/2011/12/blog-post_4655.htm تاريخ الزيارة 2016/12/02.
- (15) حسام الدين الصغير مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، ص 2 وثيقة صادرة عن الويبو: تاريخ الزيارة 2016/12/21. عن الموقع: www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/.../ompi_tm_cas_04_2.doc
- (16) سفيان قريش، دور وزارة التجارة في محاربة التقليد، المديرية العامة للرقابة القضائية وقمع الغش، يوم دراسي مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش ببورج بوعريج 2010-12/20، ص 7.
- (17) سفيان قريش، مرجع سابق، ص 7.
- (18) براك ناصر نون، دراسة قانونية حول تقليد العلامة التجارية وطرق حمايتها وثيقة عن الموقع: الدكتور / براك ناصر النون - وزارة التجارة والصناعة www.moci.gov.kw/uploads/Dr.Barrak%20Alnon.doc

- (19) براك ناصر نون، مرجع سابق.
- (20) قانون رقم 16-01 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري، ج ر عدد 14 الصادر في 7 مارس 2016.
- (21) وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 63.
- (22) إلى جانب القوانين المذكورة أعلاه هناك العديد من النصوص ذات العلاقة بجريمة التقليد نذكر كل من: الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية المؤرخ في 19/03/1966، الجريدة الرسمية لسنة 1966، الأمر رقم 86/66 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، جريدة رسمية لسنة 1966. وانظر أيضا الأمر رقم 02/75 المؤرخ في 09/01/1975 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20/03/1883، جريدة رسمية لسنة 1975، العدد 10.
- (23) مع العلم أن قانون العقوبات في السابق كان يتطرق إلى معاقبة تقليد حقوق المؤلف في الفصل السابع المعنون بالتعدي على الملكية الأدبية والفنية في المواد 390 إلى 394 الملغاة من الأمر 97-10 المؤرخ في 06 مارس المعدل لقانون العقوبات.
- (24) الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08/06/1966 يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم بموجب القانون 11-14 المؤرخ في 02/08/2011 الجريدة الرسمية عدد 44 مؤرخ في 10/08/2011.
- (25) الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08/06/1966 يتضمن قانون العقوبات المعدل بالأمر رقم 15/04 المؤرخ في 10/11/2004 جريدة رسمية لسنة 2004 المعدل بموجب الأمر رقم 23/06 المؤرخ في 20/12/2006.
- (26) حمادي زويير، تقليد العلامات في القانون الجزائري، ازدواجية في التجريم والعقاب أم ازدواجية في المعنى المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة، مجلة سداسية، العدد 1، 2010، ص 128.
- (27) المؤرخ في 25 فيفري 2009، ج ر عدد 15 مؤرخ 08/03/2009 ص 12.
- (28) انظر المواد 26 و 32 من قانون العلامات.
- (29) راشدي سعيدة، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد الخامس، عدد 1-2012، ص 220 - 237.
- (30) ج ر عدد 61 صادر بتاريخ 23/08/1998.
- (31) القرار الصادر عن وزير المالية في 15 يوليو 2002 والذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، الجريدة الرسمية لسنة 2002، عدد 56.
- (32) Spécial loi de finances pour 2008: nouvelles mesures douanières et fiscales: la lutte contre la contrefaçon, NFOS DOUANES, N° 08 NOV/DEC 2007, p 06-.
- (33) الجريدة الرسمية لسنة 2003، عدد 44.
- (34) قانون براءة الاختراع الجزائري، وثيقة من الموقع الإلكتروني: تاريخ الزيارة 2016/12/21. www.droit-dz.com/forum/showthread.php?t=2852
- (35) الجريدة الرسمية لسنة 2004، عدد 41.
- (36) الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري ج، ر عدد 11.
- (37) غالبا ما يعاقب الجاني المقلد بالحبس والغرامة معا، أو بإحدى هاتين العقوبتين حسب السلطة التقديرية للقاضي، غير أن سياسة الردع المتبناة داخليا ضعيفة وقليلة الفعالية، كونها لا تتشدد في العقوبة السالبة للحرية، فعملت العديد من الدول على اتخاذ تدابير متشددة وفعالة عن طريق تعديل نصوصها القانونية.
- (38) نهي خالد عيسى، العلامة التجارية المشهورة، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 1 لسنة 2013، ص 9.
- (39) المادة (2) من اتفاقية باريس (اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المعدلة في استكهولم في 14 يوليو 1967، والمنقحة في 2 أكتوبر 1979)، مبني على قاعدة وطنية أو إقليمية قانون الملكية الصناعية، ومنها قانون العلامات التجارية، ومبدأ وطنية قانون العلامات التجارية تكرر أيضاً بالمادة (6) من اتفاقية باريس التي تنص على:
- (1) "تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات الصناعية أو التجارية في كل دولة من دول الاتحاد عن طريق تشريعها الوطني.
- (2) (....)
- (3) تعتبر العلامة التي سجلت طبقاً للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ".

- (40) كنعان الأحمر، حماية العلامة التجارية شائعة الشهرة، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية، 2004، ص 5.
- (41) كنعان الأحمر، مرجع سابق، ص 6.
- (42) انظر المادة 4 من الأمر 02-15 المؤرخ في 23 يوليو 2015 المعدل والمتمم للأمر 155-66 المؤرخ في 8 يونيو 1966 والمتضمن لقانون الإجراءات الجزائية، ج ر، عدد 40 صادر في 23 يوليو 2015.
- (43) بوكحنون عبد الحميد، تكييف التشريع المرتبط بحماية المستهلك، يوم دراسي حول موضوع إصلاحات التشريعية والتنظيمية في قطاع التجارة، وزارة التجارة، أبريل 2007، عن الموقع الإلكتروني: تاريخ الزيارة 2016/12/16. www.incommerce.gov.dz/arab/.../semtextreg.pdf
- (44) جريدة رسمية عدد 33 مؤرخ في 15 / 01 / 2012.