

مداخلة مقدمة في فعاليات اليوم الدراسي المنظم من طرف كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة بجاية، بعنوان: علاقة قانون الملكية الفكرية بقانون المنافسة، يوم 26 أفريل 2023.

المحور المشارك فيه: المحور الثاني(التعايش بين قانون الملكية الفكرية وقانون المنافسة)

عنوان المداخلة: العلامة التجارية كأداة لضمان المنافسة المشروعة

ملخص:

تعتبر العلامة التجارية من أهم الأدوات التي يستخدمها المنتجون والمتعاملون الاقتصاديون في تشخيص منتجاتهم أو خدماتهم عند عرضها للبيع في الأسواق الوطنية أو الدولية، عن المنتجات أو الخدمات المماثلة أو المشابهة لها. وبذلك فالعلامة تعد آلية فعالة لضمان المنافسة المشروعة.

وتفعيلا لدور العلامة في تعزيز المنافسة المشروعة بين المنتجين والمتعاملين الاقتصاديين، نص المشرع في الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، على مبدأ إلزامية وضع العلامة على المنتج أو الخدمة قبل طرحها في التداول، كما أنه يمنع استعمال أي علامة لمنتج أو خدمة داخل التراب الوطني قبل تسجيلها أو إيداع طلب لتسجيلها لدى المصلحة المختصة، واعتبر عدم وضع العلامة أو استعمال علامة غير مسجلة جريمة، يعاقب عليها القانون بالحبس والغرامة المالية أو بإحدى هاتين العقوبتين.

Résumé :

La marque est considérée comme l'un des outils les plus importants utilisés par les producteurs et les négociants économiques pour identifier leurs produits ou services lorsqu'ils sont proposés à la vente sur les marchés nationaux ou internationaux, en comparaison avec des produits ou services identiques ou similaires. Ainsi, la marque est un mécanisme efficace pour assurer une concurrence loyale.

Et afin d'activer le rôle de la marque dans la promotion d'une concurrence légitime entre producteurs et négociants économiques, le législateur a stipulé dans l'Ordonnance n°03-06 relative aux marques le principe de l'apposition obligatoire de la marque sur le produit ou le service avant sa mise en circulation. Circulation, et il interdit également l'utilisation de toute marque pour un produit ou un service sur le territoire national avant de l'enregistrer ou de déposer une demande d'enregistrement auprès de l'autorité compétente, et

le défaut de mettre une marque ou d'utiliser une marque non enregistrée est considéré comme un crime passible d'une peine d'emprisonnement et d'une amende pécuniaire ou de l'une de ces deux peines.

مقدمة:

تعتبر العلامة التجارية من أقدم حقوق الملكية الصناعية، يعود ظهورها لأكثر من 3 آلاف عام¹، حيث كانت تستعمل من طرف الرومان لتمييز السلع الأصلية عن السلع المغشوشة(المقلدة).

وبالتالي، فإن دور العلامة في تحديد مصدر المنتجات يعد من أقدم الوظائف التي كانت تؤديها من الناحية التاريخية²، وقد اضطلعت في العصر الحديث بوظائف أخرى لاسيما وظيفة التسويق أي الإعلان والدعاية(الترويج) نتيجة التطورات الاقتصادية وظهور المشاريع والاستثمارات الكبرى في مجال الإنتاج والخدمات.

نظم المشرع العلامة بموجب الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية³، ثم بالأمر 06-03 المتعلق بالعلامات⁴، والذي جمع بين علامة المصنع والعلامة التجارية في علامة واحدة، سماها علامة السلعة، وجعل من علامة الخدمة أداة لتمييز خدمات مؤسسة عن خدمات مؤسسة أخرى منافسة، فضلا عن استحداثه علامة جديدة، تسمى العلامة المشهورة Marque notoire.

تعتبر الوظيفة التمييزية للعلامة الأهم مقارنة بوظائفها الأخرى، لكونها تسمح في آن واحد بتنظيم المنافسة المشروعة في السوق من جهة، وتكفل من جهة أخرى حماية مصالح المستهلكين، فهي إذن أداة منافسة ووسيلة لضمان جودة ونوعية المنتجات والخدمات. ولا تعيننا في هذا المقام سوى الوظيفة التنافسية للعلامة.

لتسليط الضوء على دور العلامة التجارية في ضمان المنافسة المشروعة بين المنتجين والمتعاملين الاقتصاديين، لابد من الإحاطة بماهيتها أولا، أي بتقديم تعريف لها وتحديد أنواعها وشروطها، ثم بيان دورها كأداة لتنظيم المنافسة المشروعة في السوق من خلال تكريس المشرع لمبدأ إلزامية وضع العلامة وتسجيلها، ناهيك عن تسليطه لعقوبات رادعة في حالة مخالفة هاذين المبدأين من طرف المنتجين والتجار والمتعاملين الاقتصاديين، وذلك على النحو التالي:

I- مفهوم العلامة التجارية:

ينصرف معنى العلامة التجارية إلى علامة المنتج والخدمة معا، وذلك بخلاف ما كان عليه الحال في القانون السابق رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى بالأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

1- تعريف العلامة:

- 1 - الجيلالي عجة، أزمت حقوق الملكية الفكرية(أزمة حق أم أزمة قانون أم أزمة وصول إلى المعرفة)، دون طبعة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبلة القديمة الجزائر، 2012، ص271.
- 2 - مولود حواس، "العلامة التجارية كأداة تسويق ومنافسة"، المجلة الأكاديمية معارف، الجزء الأول، العدد 12، السنة السابعة، جوان 2012، ص 95.
- 3- الأمر رقم 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر، عدد 23، مؤرخة في 22 مارس 1966، ص 262 (الملغى).
- 4- الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، ج.ر، عدد 44، مؤرخة في 23 يوليو 2003، ص22.

العلامة لدى الفقه هي السمة المادية أي الدلالة أو الرمز، التي يستعملها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة، لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن مثيلاتها في السوق⁵، سواء كانت حرفا أو رقما أو صورة أو رسما أو شكلا مميزا للسلع أو توضيبيها..الخ.

هذا وقد عرّف المشرع العلامة في المادة 2-1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات بأنها " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

فالعلامة إذن هي كل شارة أو دلالة مادية مميزة، تستعمل لتمييز المنتجات أو الخدمات المماثلة أو المشابهة عن بعضها البعض عند طرحها في السوق، وقد تتخذ شكلا هندسيا أو زخرفي.

2- أنواع العلامة: يمكن تقسيم العلامة من حيث موضوعها وصاحب الحق فيها.

2-1 تقسيم العلامة من حيث موضوعها: تقسم العلامة من هذه الناحية إلى علامة سلعة وعلامة خدمة.

علامة السلعة: هي الشارة التي تميز سلعة معينة عن سائر السلع الأخرى المماثلة أو المشابهة، والسلعة هي كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي، خاما أو مصنعا وفقا لما نصت عليه المادة 2-3 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

علامة الخدمة: هي الشارة التي تميز خدمات مؤسسة عن خدمات مؤسسة أخرى منافسة. والخدمة وفقا للمادة 2-4 من الأمر 06-03 هي كل أداء له قيمة اقتصادية، والتي تستخدم لتمييز خدمات مشروع اقتصادي عن خدمات مشروع اقتصادي منافس، كذلك العلامات التي تستخدم من طرف المطاعم والفنادق، وشركات الملاحة ووكالات السياحة⁶، وتوضع على واجهة المؤسسة أو المشروع الاقتصادي الذي يستخدمها.

2-2 تقسيم العلامة من حيث صاحب الحق فيها: تقسم العلامة من هذه الناحية إلى علامة فردية وعلامة جماعية.

العلامة الفردية: تسمح بتمييز المنتجات أو الخدمات المعروضة من طرف مؤسسة عن تلك التي تعرضها مؤسسات أخرى أو منافسة، مثل علامة Marlboro بالنسبة للسيارات وعلامة البقرة الضاحكة La vache qui rit بالنسبة للأجبان⁷.

العلامة الجماعية: عرفت في المادة 2-2 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، بأنها "كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج، أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها".

5 - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية (حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية)، دون طبعة، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص201.

6- Cours de droit de la propriété intellectuelle, Avril 2020, p.53, disponible sur le site suivant : <https://fr.scribd.com/document/499615976/COURS-DE-DROIT-DE-LA-PROPRIETE-INTELLECTUELLE-Dr-KOUADIO-200420#>

7 - Ibidem.

فالعلامة الجماعية تدل إذن على جودة ونوعية السلع والخدمات، وعلى مصدرها⁸، لذا فهي تساهم في تمكين جمهور المستهلكين من التعرف على خصائص المنتج الحامل لهذه العلامة⁹، وتتحدد شروط استعمالها عن طريق التنظيم الذي تقرّه السلطة المختصة¹⁰، وتختلف العلامة الجماعية عن العلامة الفردية وتقترب من تسمية المنشأ التي تعتبر علامة جماعية أيضاً، كما تقترب من علامة المطابقة Marque de conformité التي هي ملك للمعهد الوطني للتقييس، وتهدف إلى حماية المستهلك.

II- شروط العلامة كأداة للمنافسة المشروعة:

لأجل تفعيل دور العلامة في تعزيز القدرة التنافسية بين المنتجين والمتعاملين الاقتصاديين، لا بد أن تكون العلامة عبارة عن رمز قابل للتمثيل الخطي، مميزاً ومبتكراً، وهو ما أورده المشرع في عدة مواد من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، لاسيما المادة 2-1 والمادة 7-2 منه. أما بالنسبة لشروط مشروعية العلامة الذي توجبه المادة 7-4 من نفس الأمر، فلا علاقة له بالوظيفة الترويجية للعلامة، لأنه الغاية منه، إنما تتمثل في المحافظة على النظام العام والآداب العامة فقط.

1- قابلية العلامة للتمثيل الخطي: يعني أن تكون العلامة مرئية، يمكن إدراكها بالبصر لكي تتخذ كعلامة لمنتج أو خدمة، وهذا الشرط أورده المشرع في المادة 2-1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات عند تعريفه للعلامة باعتبارها كل رمز يمكن تمثيله خطياً أي كتابته، غير أنه لم يحدّد بأي لغة يجب أن تكتب بها العلامة طبعاً إذا كانت مشكلة من كلمات أو أحرف أو أرقام.

هذا، ويستبعد المشرع الجزائري إمكان استخدام الصوت أو الرائحة كعلامة، بما أنه عرّف العلامات بأنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، بخلاف ما ذهبت إليه بعض التشريعات الأجنبية للعلامات، والتي لا ترفض تسجيل الصوت كعلامة تجارية، كالقانون التونسي والقانون الفرنسي، وكذلك القانون الكويتي، بينما اعتبر القانون الإماراتي الصوت جزءاً من العلامة التجارية إذا كان مصاحباً لها أي أن هذا القانون يرفض استخدام الصوت منفرداً كعلامة¹¹.

ونشير هنا أن الصوت يجوز استخدامه كعلامة تجارية لاسيما في مجال المنتجات الالكترونية، كالهواتف النقالة وأجهزة الكمبيوتر، وهذا لمنع استغلالها دون وجه حق أي استغلالاً غير مشروع، لأنه إذا كانت يسهل تقليد العلامة إذا كانت قابلة للتمثيل الخطي أو البياني، فإنه يصعب تقليدها عن طريق النقل أو التشبيه.

وبالتالي وجب التوسع في تحديد مفهوم العلامة التجارية كأداة للدعاية والترويج للسلع والخدمات، وهذا تعزيزاً للمنافسة النزيهة ولتحقيق النمو الاقتصادي، خاصة في ظل التوجه الحالي للدول نحو الاقتصاد الرقمي، الذي يعد أحد مظاهر التطور التكنولوجي الرقمي المعاصر.

8- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية (براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، الأسماء التجارية، العناوين التجارية) الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص130.

9 - الجليلي عجة، المرجع السابق، ص276.

10- Cours de droit de la propriété intellectuelle, Avril 2020, p.53, référence précitée.

11 - سمير بن عمورة، بشيرة صفرة، "حماية العلامة التجارية من التقليد كصورة من صور المنافسة غير المشروعة"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 01، 2020، ص ص 437، 438.

2- الصفة المميزة للعلامة:

لا يمكن للمصلحة المختصة (IAP)¹²، تسجيل علامة لمنتج أو خدمة إلا إذا كانت مميزة أي قادرة على تشخيص البضائع والخدمات التي تميزها عن مثيلاتها في السوق وفقا لما نصت عليه المادة 2-1 والمادة 7-2 من الأمر 03-06. لذا، يجوز طلب إبطال تسجيل علامة من طرف المصلحة المختصة أو من الغير أمام الجهة القضائية المختصة إذا لم تكن لها صفة التمييز¹³، هذا ما لم تكتسب العلامة هذه الصفة بعد تسجيلها¹⁴.

وإعمالا لهذا الشرط، تستبعد من التسجيل كعلامة، الأشكال والرموز العادية والشائعة بين الناس¹⁵، وتفقد العلامة صفتها التمييزية إذا كانت وصفية أي توصف فقط طبيعة وماهية السلعة أو الخدمة، كأن يطلق فلاح على منتج للنفاح تسمية نفاح¹⁶، وإن كانت هذه التسمية لا يجوز استعمالها كعلامة، لأنها مشتقة من جنس المنتج.

وتستبعد من التسجيل كعلامة الرموز التي تعد ملكا عاما، والرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت طبيعتها أو وظيفتها تتطلبها، والرموز التي تؤدي إلى تضليل المستهلكين والأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات، والخصائص الأخرى المتصلة بها، والرموز التي تشكل جزئيا أو كليا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، والرموز المماثلة والمشباهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر، وتم استخدامه لسع مماثلة أو مشابهة لمؤسسة أخرى لدرجة الخلط بينهما، أو الرموز التي تعد بمثابة ترجمة لعلامة أو لاسم تجاري، والرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة أخرى إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

3- الصفة المبتكرة للعلامة: وإن كان المشرع لم ينص على هذا الشرط ضمن أحكام الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إلا أن الوظيفة التشخيصية للعلامة تفترضه، لذا ينبغي أن يكون الرمز المتخذ كعلامة مبتكرا، بحيث يعطي السلعة أو الخدمة ذاتية مستقلة وميزة خاصة بها تميزها عن غيرها، أي أن يكون لها بحد ذاتها تعبيرا إجماليا خاصا، يمنع الخلط بينها وبين علامات أخرى توضع على منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة¹⁷.

والابتكار لا يعني أن يكون الرمز فريدا أو غير مسبق بل بالعكس قد يكون الرمز، سواء كان رسما أو صورة أو رقما، شيئا عاديا وبسيطا، ومع ذلك يتسم بالجدة والابتكار، نظرا لقدرته على إعطاء السلعة

12 - تعني عبارة IAP المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وهو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوجد تحت وصاية وزارة الصناعة، ويتولى المعهد مهام التنمية الوطنية في المجال الصناعي لاسيما حماية الحقوق المعنوية والمادية للمخترعين والمبدعين من خطر التقليد كصورة من صور المنافسة غير المشروعة.

13 - المادة 20 ف1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور آنفا.

14 - المادة 20 ف2 من نفس الأمر.

15 - إدريس فاضلي، المدخل إلى الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية والصناعية) الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية- بن عكنون الجزائر، 2010، ص287.

16 - الجيلالي عجة، المرجع السابق، ص273.

17 - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص277.

ما يميزها عن السلع الأخرى المماثلة أو المشابهة لها¹⁸، وبالتالي فالمقصود بالابتكار والجدة هنا هي الجودة في التطبيق على ذات السلع¹⁹، وهو ما يجعلها ذات صفة مميزة.

III- مبدأ إلزامية وضع العلامة المسجلة على السلع والخدمات، ضمانات قوية للمنافسة المشروعة:

توجب المادة 3 ف1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات المذكور سابقا، وضع علامة على كل سلعة أو خدمة قبل طرحها في السوق، وذلك بعد تسجيلها لدى المصلحة المختصة أي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي يتحرى توافر الشروط الشكلية والموضوعية في طلب تسجيل العلامة طبقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي 05-277 الذي يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها.

1- إلزامية وضع العلامة على السلع والخدمات قبل طرحها في التداول:

لأجل تشجيع المنافسة المشروعة التي هي أساس نجاح أي اقتصاد حر، أوجب المشرع في المادة 3 ف1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على المنتجين وأصحاب المشروعات الاقتصادية وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم عند طرحها في السوق، لأن وضع العلامة على السلع والخدمات قبل تداولها يعد من النظام العام، هذا ولا يجوز استعمال أي علامة عبر التراب الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها لدى المصلحة المختصة²⁰.

ولا يمكن أن تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال عائقا أمام تسجيل العلامة وفقا لما نصت عليه المادة 8 من الأمر 03-06، أي أن تسجيل العلامة يعتبر إجراء إجباري لاستعمالها داخل التراب الوطني عملا بأحكام المادة 4 من نفس الأمر، وهنا لابد من التمييز بين إلزامية وضع العلامة على السلعة أو الخدمة وتسجيلها لدى المصلحة المختصة، فطبيعة السلع والخدمات لا يمنع من تسجيل العلامة، وإن كان ذلك يعد مبررا لعدم وضع العلامة وفقا للمادة 3 ف3 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

ويعتبر استعمال علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة جريمة، يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في 33 ف1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، علما بأن الواقع المعاش يؤكد لنا عكس ذلك، أي عدم امتثال كثير من المنتجين لهذا الإلزام القانوني، وهذا ما نلاحظه كمستهلكين باستمرار أثناء تجولنا في الأسواق والأروقة التجارية.

وبالنسبة للمنتجات والخدمات التي كانت متداولة قبل فرض إلزامية وضع العلامة بموجب المادة 3 ف1 من الأمر 03-06، فقد ألزمت المادة 36 من هذا القانون، كل منتج أو صاحب مشروع اقتصادي لم يقوم بوضع علامة على سلعته أو خدماته أو لم يقوم بتسجيلها، الامتثال لذلك خلال أجل أقصاه سنة، ابتداء من تاريخ سريان الأمر المذكور، تحت طائلة تحميله المسؤولية الجزائية وفقا لأحكام المادة 33 من الأمر 03-06.

18 - فؤاد كامل، محاضرات في مادة الملكية الفكرية، مقدمة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، القانون الخاص والقانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل، السنة الجامعية: 2021-2022، ص75.

19 - فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص289.

20 - المادة 4 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المذكور آنفا.

فمجرد عدم وضع علامة على السلعة أو الخدمة، سواء كانت معروضة للبيع أم لا، يعاقب المخالف بالحبس وبغرامة مالية أو بإحدى هاتين العقوبتين²¹، كما يعاقب بنفس العقوبة كل من قام عمداً ببيع أو بعرض سلعة للبيع أو قام بتقديم خدمة لا تحمل علامة²²، وكل منتج أو صاحب مشروع قام بوضع علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقاً لأحكام المادة 4 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

ولاشك أن تجريم المشرع للأفعال المذكورة إنما يرمي إلى تعزيز القدرة التنافسية وقمع المنافسة غير المشروعة بين المنتجين والمتعاملين الاقتصاديين، وهو ما يؤدي إلى زيادة مستوى الإنتاج من ناحية الكمية والنوعية، وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي. ومن هذه الناحية تبدو أهمية دور العلامة في تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق النمو الاقتصادي.

ولضمان المنافسة المشروعة بين المنتجين والتجار، وهذا تفعيلًا لمبدأ حرية التجارة والصناعة المكرس دستورياً، نص المشرع في المادة 3 ف1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، على إلزامية وضع العلامة على السلعة أو الخدمة قبل طرحها في السوق، أي قبل عرضها للبيع أو الطلب.

ويستثني المشرع من إلزامية وضع العلامة، السلع والخدمات التي تحمل تسمية المنشأ، لأن هذه الأخيرة لا تحدّد فحسب مصدر المنتج بل تضمن جودته أيضاً، أو بالأحرى تضمن توافره على صفات أو ميزات خاصة لا توجد في سائر المنتجات المماثلة أو المشابهة، فضلاً عن أن تسمية المنشأ في حد ذاتها دلالة على مكان إنتاج السلعة، لذلك فوجودها على السلعة يغني عن العلامة.

2- تسجيل العلامة قبل استعمالها لتمييز المنتجات والخدمات: لا يمكن استعمال أي علامة على سلع أو خدمات داخل التراب الوطني إلا بعد تسجيلها أو تقديم طلب بذلك إلى الجهة المختصة وفقاً لما نصت عليه المادة 4 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، وهذا لتشجيع المنافسة المشروعة، لما في ذلك من ضمان وحماية لحقوق المنتجين والمستهلكين في آن واحد.

فالتسجيل شرط لاستعمال العلامة كأداة منافسة أي لاستقطاب واجتذاب الزبائن، ومن ثم ازدياد نسبة المبيعات والأرباح. لذا يسعى المنتجون دائماً إلى تحسين منتجاتهم من حيث الجودة والنوعية، لأجل الحفاظ على عملائهم واكتساب عملاء آخرين جدد في جميع أنحاء العالم.

لذلك لا يجوز وفقاً للمادة 4 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، استعمال أي علامة على منتج أو خدمة داخل التراب الوطني إلا بعد تسجيلها أو تقديم طلب بذلك لدى المصلحة المختصة، لأن التسجيل هو بمثابة سند ملكية الحق في العلامة طبقاً لما نصت عليه المادة 5 من الأمر 06-03 التي تقضي بأنه: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة".

وتأكيداً على ضرورة تسجيل العلامة قبل استعمالها، نصت المادة 8 من الأمر 06-03 على أنه لا يجب أن تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال عائناً أمام تسجيلها، فقد تحول طبيعة السلعة أو الخدمة أحياناً دون إمكان وضع العلامة عليها، لكن هذا لا يكون عائناً أبداً أمام تسجيلها²³.

²¹ - المادة 33 من نفس الأمر.

²² - المادة 1-33 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، المذكور آنفاً.

²³ - فؤاد كامل، المرجع السابق، ص77.

9

لضمان المنافسة المشروعة بين المنتجين والمتعاملين الاقتصاديين، وحرصا على تطور الاقتصاد الوطني، قام المشرع بتجريم تقليد العلامة التجارية المسجلة بالمواد من 26 إلى 33 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، علما بأن الحماية المدنية للعلامة التجارية إنما تهدف فقط إلى تمكين صاحب العلامة من المطالبة بتعويض الضرر الناجم عن الاستغلال غير المشروع لعلامته من طرف الغير²⁵، وبالتالي تعتبر الحماية الجزائية للعلامة أكثر فاعلية من الحماية المدنية لها.

1- تعريف التقليد في مجال العلامات:

يعد تقليدا لعلامة مسجلة طبقا لأحكام المادة 26 ف1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية المتصلة بها، يقوم به الغير خرقا لحقوق صاحبها، كاستعمال علامة مطابقة أو مشابهة لعلامة أخرى على سلع وخدمات مماثلة²⁶.

وبمعنى آخر، يعد تقليدا لعلامة تجارية مسجلة، كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لمالكها أي يتم دون موافقته المسبقة. وعلى ذلك لا يعتبر المرخص له باستعمال العلامة معتدي أو مقلدا ما لم يتجاوز بنود العقد.

والتقليد هو إحدى صور المنافسة غير المشروعة، يهدف مرتكبه إلى تحقيق الربح الوفير باللجوء إلى الطرق والأساليب غير المشروعة، المنافسة للأخلاق الحميدة والمنافسة النزيهة، كاستغلال علامة ذات سمعة تجارية أو علامة لها مصداقية في الأوساط التجارية دون موافقة صاحبها.

والتقليد لا يتحقق في حالتي النقل والتشبيه فقط (التقليد بالمعنى الضيق)، وإنما يشمل كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة أيا كانت صورته (التقليد بالمعنى الواسع)، وهو المعنى الذي تبناه المشرع في المادة 26 ف1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، والصورة الأكثر انتشارا للتقليد في مجال العلامات هي استعمال علامة شبيهة بالعلامة الأصلية²⁷.

2- تقدير التقليد للعلامة:

يقدر القضاء الجزائري التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي أي العناصر الجوهرية المميزة للعلامة المحمية المعتدى عليها والعلامة الأخرى المنقولة أو الشبيهة دون الفروق الجزئية والطفيفة التي لا ينتبه المستهلك لها²⁸، عكس القضاء الفرنسي الذي يعاقب على التقليد الشامل للعلامة ولو لم يؤدي إلى الخلط بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة²⁹.

²⁵ - راجع المادتان: 28، 29 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، المذكور آنفا.

²⁶ - راجع المادة 7 نطة 7 ونطة 8، وكذلك المادة 9 ف1 وف2 من نفس الأمر.

²⁷ - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص ص 257، 261.

²⁸ - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 261.

²⁹ - Albert CHAVANNE, la contrefaçon de marque et le danger de confusion en droit français Mélanges R.ROBLOT, L.G.D.J., 1984, p.129.

والعبرة في تقليد العلامة بعناصر التشابه لا بعناصر الاختلاف³⁰، فيكفي لرفع دعوى التقليد الجزائية وجود تشابه إجمالي بين العلامة الأصلية والعلامة المنافسة، يؤدي إلى حدوث خلط ولبس لدى المستهلك بشأن العلامة الحقيقية.

فالتقليد بالمفهوم السابق ينصب على العناصر الجوهرية المميّزة للعلامة دون الاعتداد بالفوارق الثانوية، وهو ما كان يؤسس عليه القضاء الجزائري أحكامه³¹ وينادي به الفقه الفرنسي³².

3- أنواع التقليد في مجال العلامات: يميز المشرع في المواد من 26 إلى 33 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات بين التقليد المباشر التي تتحقق في حالة التقليد عن طريق النقل أو التشبيه والتقليد غير المباشر الذي يتحقق في حالة مخالفة الإلزام بوضع العلامة وعدم تسجيلها.

1-3- التقليد المباشر للعلامة: نصت عليه المادة 26 ف1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، ويشمل كل عمل من شأنه أن يمس بالحق الإستثنائي لمالك العلامة في استعمال علامته المسجلة، سواء عن طريق النقل أو التشبيه.

ويقصد بالتقليد عن طريق النقل، اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بسبب نقل الأجزاء الرئيسية منها³³.

أما التقليد عن طريق التشبيه، فيقصد به، اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية لخداع المستهلك³⁴.

2-3- التقليد غير المباشر للعلامة: لا يقوم التقليد هنا على نقل العلامة أو تشبيهها، بل يقوم على أفعال أخرى مستقلة، والتي يعاقب القانون مرتكبوها، إما بسبب عدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم، أو تعمدوا بيع أو عرض سلعة أو أكثر أو تقديم خدمة لا تحمل علامة³⁵، أو استعملوا علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها لدى المصلحة المختصة³⁶.

وتتحقق جنحة تقليد علامة مسجلة في حالة التقليد بالنقل أو التشبيه دون اشتراط توافر سوء النية لدى الفاعل(المعتدي)، لأنها تعد من الجرائم التي لا يتطلب لقيامها عنصر العمد، وبالتالي يقع عبء إثبات حسن النية على المعتدي(المتهم) كأن يثبت أنه لم يكن يعلم بالعلامة الأصلية³⁷.

وعدم اشتراط القصد الجنائي لقيام جنحة التقليد بالنقل أو التشبيه إنما يؤكد النية الجادة والإرادة الصارمة لدى المشرع لأجل التصدي لهذه الجريمة الخطيرة، التي تطال أضرارها المنتجين والمنتجين والاقتصاد الوطني.

30 - إدريس فاضلي، المرجع السابق، ص297.

31 - راجع حول هذه المسألة: فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 261، وكذلك ص266.

فرحة زراوي صالح، نفس المرجع، ص269، هامش رقم: 1191 : Jacques AZEMA, cité par - 32

33 - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية(براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، الأسماء التجارية، العناوين التجارية)، المرجع السابق، ص ص 178، 179.

34 - أنظر فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص ص 260، 266

35 - المادة 33-1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، المذكور آنفا.

36 - المادة 33-2 من نفس الأمر.

37 - فؤاد كامل، المرجع السابق، ص87.

ولا يشترط كذلك لتحقيق جنحة التقليد غير المباشر المؤسس على عدم وضع العلامة أو عدم تسجيلها توافر عنصر العلم لدى المخالف لمتابعته الجزائية، وإنما يشترط العلم بالنسبة للأشخاص الذين باعوا أو عرضوا للبيع سلع أو أكثر، أو قدموا خدمات لا تحمل علامة عملاً بأحكام المادة 33-1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

4- العقوبات المقررة لجنحة تقليد علامة مسجلة:

يتعرض الفاعل المدان في حالة التقليد المباشر عن طريق النقل أو التشبيه للعقوبات المنصوص عليها في المادة 32 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، وتتمثل هذه الأخيرة في جزاءات أصلية وأخرى تكميلية.

وتتمثل العقوبات الأصلية وفقاً للمادة 32 فقرة 1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، في الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، أما العقوبات التكميلية، فتتمثل وفقاً للمادة 32 فقرة 2 من نفس الأمر، في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ومصادر الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة في المخالفة، بالإضافة إلى إتلاف الأشياء محل المخالفة.

ويتعرض المقلدون غير المباشرين أي الأشخاص الذين خالفوا أحكام المادة 3 والمادة 4 من الأمر 06-03 للعقوبات المحددة في المادة 33 فقرة 1 من الأمر 06-03، وتتمثل هذه العقوبات في الحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

ويلاحظ على هذه العقوبات أنها تعتبر صارمة جداً لاسيما العقوبات المالية منها أي الغرامات، وهذا راجع لخطورة وجسامة الأضرار التي تتسبب فيها أفعال التقليد، والتي تطال ويلاتها المنتجين والمستهلكين واقتصاد الدولة بوجه عام.

ولأجل تمكين صاحب العلامة المسجلة من حماية فعالة لحقوقه، أجاز المشرع له استصدار أمر على ذيل عريضة بتعيين خبير، من رئيس المحكمة التي يجري فيها التقليد، للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضرراً مع الحجز أو بدونه طبقاً لنص المادة 34 فقرة 1 من الأمر 06-03، وللقاضي إصدار هذا الأمر بعد إطلاعه على شهادة تسجيل العلامة³⁸ وأدلة الإثبات المقدمة من العارض (مالك العلامة) على واقعة التعدي على علامته مع إلزامه بدفع كفالة في حالة تأكيد الحجز³⁹.

ويتعين على العارض رفع دعوى في الموضوع أمام الفرع المدني أو الجزائي خلال أجل شهر من صدور الأمر على عريضة وإلا أصبح الوصف والحجز باطلاً وعديم الأثر⁴⁰.

38 - المادة 34 ف 2 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، المذكور آنفاً.

39 - المادة 34 ف 3 من نفس الأمر.

40 - المادة 35 من نفس الأمر.

خاتمة:

تعتبر العلامة من أهم وسائل المنافسة التي يستعملها المنتجون والمتعاملون الاقتصاديون لاستقطاب الزبائن واجتذابهم. ومن ثم، السيطرة والهيمنة على السوق الوطني واكتساح الأسواق الدولية في مجال الإنتاج وتقديم الخدمات على حد سواء.

فالعلامة التجارية كانت ولا تزال تلعب دورا حاسما بالنسبة للمستهلكين في اقتناء ما يفضلونه من سلع وخدمات، إذ تيسر لهم العلامة التعرف على مصدر المنتجات والخدمات من جهة، كما تمكنهم من اختيار المنتجات ذات الجودة والنوعية الجيدة، وطلب أحسن الخدمات، ولا أدل على ذلك اعتماد المستهلك في الغالب عند اقتنائه للسلع والخدمات على العلامة أكثر من اعتماده على تسمية المنشأ، كما أن العلامة تكون عرضة للانتهاك والاعتداء مقارنة بتسمية المنشأ، وهو ما يؤكد لنا الأهمية الكبيرة التي يوليها المستهلك للعلامة عن سائر عناصر الملكية الصناعية الأخرى. لذلك يسعى المنتجون والمتعاملون الاقتصاديون من شركات ومؤسسات باستمرار للمحافظة على القيمة التجارية للعلامات التي يملكونها وذلك بتحسين منتجاتهم وخدماتهم وتطويرها كما وكيفا، وجعلها أكثر تطورا من خلال مواكبتهم للتكنولوجيا الحديثة.

وحتى تقوم العلامة بوظيفتها الأساسية، والمتمثلة في تشخيص البضائع والخدمات عن مثيلاتها في السوق ضمانا للمنافسة المشروعة، اشترط فيها المشرع أن تكون مميزة ومبتكرة، كما نص على إلزامية وضع العلامة على المنتجات والخدمات في المادة 3 ف1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وأوجب تسجيلها في المادة 4 من نفس الأمر.

ولتفعيل مبدأ المنافسة الحرة، النزاهة والمشروعة، قام المشرع بتجريم أعمال تقليد العلامة المسجلة بالمادة 26 والمادة 33 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وتسليط عقوبات مالية صارمة جدا، إلى جانب عقوبة الحبس، على مرتكبيها، كما أجاز لمالك العلامة التي تعرضت للتقليد، استصدار أمر على ذيل عريضة بتعيين خبير، من رئيس المحكمة التي يجري في دائرة اختصاصها التقليد، للقيام بوصف دقيق للسلع التي يدعي وضع علامته عليها مع الحجز أو بدونه.

في الأخير لا يسعنا إلا أن نقول بأن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، جاء بأحكام جديدة، يؤدي تطبيقها الصارم إلى تفعيل مبدأ المنافسة الحرة والمشروعة بين المنتجين والمتعاملين الاقتصاديين في الأسواق الوطنية والدولية، وهو ما يؤدي إلى زيادة الإنتاج، ومن ثم، ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.