*PSYCHOLOGY AND EDUCATION (2025) 62(02):*
*ISSN: 1553-6939*

# Consumer protection from trademark counterfeiting and piracy

**Fantazi Kheireddine**[1]
[1]University of May 8, 1945 Guelma, Laboratory of Environmental Legal Studies (Algeria).
**The E-mail Author: Fantazi.kheireddine@univ-guelma.dz**

**Received: 11/09/2024** **Published: 20/02/2025**

**Abstract:**
The trademark is considered one of the most important elements of industrial property that has increased interest with the development of local commerce and foreign trade, and is closely linked to the quality of goods and services, to preserve its value as a title of quality, in order to gain consumer confidence and encourage him to acquire it, and it has an important role in determining the source of these goods which made it a place for various forms of attacks, especially the crimes of counterfeiting and piracy, which are considered a violation and breach of industrial property rights, due to the fraud, deception and misleading of the consumer, and the theft of software and business, as piracy is one of the economic risks that threaten the world, in the form of counterfeit goods and computer programs that are copied, theft of industrial and trade secrets, the acquisition of innovations, scientific and technological innovations, an through the robbery of industrial property rights, which required the intervention of the national legislator to set laws to regulate the mark and its protection, through the issuance of low No. 03/06, law No 03/09 related to consumer protection and the suppression of fraud, and law 04/02 on commercial practices, as well as attaching great importance to both civil and penal protection for the consumer and achieving his safety.

**Keywords:** Consumer protection, counterfeiting, piracy, trademark.

# حماية المستهلك من جريمتي التقليد والقرصنة للعلامة التجارية

**د. فنطازي خير الدين**[1]
[1]جامعة 8 ماي 1945 قالمة، مخبر الدراسات القانونية البيئية (الجزائر).

**ملخص:**

تعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة المحلية والخارجية، وترتبط ارتباط وثيقا بجودة السلع والخدمات، للمحافظة على قيمتها كونها عنوان للجودة والنوعية، من أجل كسب ثقة المستهلك وتشجيعه على اقتنائها، ولها دور هام في تحديد مصدر هذه السلع، الأمر الذي جعلها محل لمختلف صور الاعتداءات، خاصة جريمتي التقليد والقرصنة، التي تعدان انتهاكا وخرقا لحقوق الملكية الصناعية، لما فيها من غش وتدليس وتضليل لإرادة المستهلك، وسرقة برمجيات وأعمال، إذ تعد القرصنة من المخاطر التي تهدد العالم اقتصاديا، في صورة سلع مقلدة وبرامج الحاسوب التي يتم نسخها وسرقة الأسرار الصناعية والتجارية، والاستحواذ على الابداعات والابتكارات العلمية والتكنولوجية، وتطويرها من خلال السطو على حقوق الملكية الصناعية، الأمر الذي استدعى تدخل المشرع الوطني بوضع قوانين لتنظيم العلامة التجارية وحمايتها، بإصداره لقانون العلامات رقم 06/03، وقانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وقانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية، كما أولى أهمية كبيرة لكل من الحماية المدنية والجزائية للمستهلك وتحقيق سلامته.

**الكلمات المفتاحية:** حماية المستهلك، التقليد، القرصنة، العلامة التجارية.

**مقدمة:**

تعد جريمة تقليد وقرصنة الملكية الصناعية من أخطر الجرائم التي تهدد العالم اقتصاديا، فهي تمس كل الحقوق التي تندرج ضمن الملكية الفكرية عموما والملكية الصناعية خصوصا، سواء ما تعلق منها بالابتكارات الجديدة أو الرموز المميزة، هذا ما أدى إلى ترتيب آثار اقتصادية واجتماعية ومالية وخيمة، فضلا عما تشكله المنتوجات المقلدة من خطر كبير على أمن وصحة المستهلك.

كما تشمل عناصر الملكية الصناعية كل من العلامات التجارية، براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، وتسميات المنشأ.

وتعتبر حقوق الملكية الصناعية من أهم العناصر الأساسية للمحل التجاري كونها حقوق معنوية ترد على أشياء غير مادية لها قيمة مالية، فهي تعطي مالكها حقا استئثاريا باستعمالها واستغلالها، وترتب التزاما قبل الكافة باحترامها وعدم الاعتداء عليها، لأنها حقوق ذي أهمية اقتصادية ودور فعال في مجال المنافسة التجارية، إذ يسعى أصحابها إلى تحقيق أكبر ربح عن طريق جذب الجمهور.

من بين أصناف الملكية الصناعية المعرضة لهذه الجرائم، العلامات والتي تعد وسيلة تنافسية بين مختلف المشاريع الاقتصادية الناشطة في السوق، وتمثل المنتوج في حد ذاته بما يتضمنه من مزايا معرضة أكثر للتقليد والقرصنة سواء المحلية أو العالمية، والتي لا ينحصر ضررها على مالكها فقط بل يتعداه إلى عموم المستهلكين.

وترتكب هذه الجرائم دون مراعاة ما تخلفه من آثار فتاكة في غالب الأحيان على مستهلكين لا يعلمون بحقيقة المنتوجات، بما في ذلك المنتوجات الطبية المقلدة والأجهزة الكهربائية الخطيرة، مما استدعى ضرورة تدخل المشرع الجزائري لضمان حماية المستهلك، ووضعه آليات لمكافحة ظاهرتي التقليد والقرصنة للعلامة التجارية.

**أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية موضوع البحث الذي نحن بصدده في الخطر الذي تلحقه جرائم التقليد والقرصنة بالعلامات التجارية، من سلع مقلدة ومقرصنة، ومن أضرار كبيرة للمستهلك الذي يقتني منتوجات مزيفة لا يعلم بحقيقتها، مما يتسبب في خسائر اقتصادية فادحة، والتي يجب ردعها والقضاء عليها ومكافحتها من خلال آليات فعالة وموثوقة، ووضع حد للتهديدات التي تحدق بالمستهلكين.

**أهداف الدراسة:**

إبراز فعالية الآليات القانونية والقضائية لمكافحة ظاهرتي التقليد والقرصنة للعلامة التجارية، وتحديد إطارها القانوني ودراسة ما نص عليه المشرع الجزائري في ترسانة من القوانين، ومعرفة مدى توفيقه في حماية المستهلك من التجاوزات والاعتداءات التي يتعرض لها من خلال تضليله وتدليسه بسلع ومنتوجات مزيفة ومقلدة، وتحميل المقلد مسؤوليات وجزاءات لارتكابه هذا النوع من الجرائم.

**إشكالية الدراسة:**

تتمثل إشكالية البحث في: **ما مدى فعالية التشريع الوطني في حماية المستهلك من جريمتي التقليد والقرصنة للعلامة التجارية؟**

**منهج الدراسة:**

للإجابة على هذه الإشكالية ارتأينا الاعتماد على المنهج التحليلي عند تحليل النصوص القانونية ذات الصلة بالموضوع، وكذلك المنهج الوصفي للإلمام بموضوع الدراسة وتقديم تفصيلات عن أهم جوانبه.

**خطة الدراسة:**

من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة اعتمدنا خطة ثنائية تضمنت مبحثين، المبحث الأول مفهوم التقليد والقرصنة للعلامة التجارية، والذي وقسمناه إلى مطلبين، المطلب الأول تعريف التقليد والقرصنة للعلامة التجارية، والمطلب الثاني أسباب ظهور التقليد والقرصنة، أما المبحث الثاني آليات حماية المستهلك من التقليد والقرصنة للعلامة التجارية، والذي تضمن مطلبين، المطلب الأول الحماية التشريعية والقضائية، والمطلب الثاني الحماية المدنية والجزائية.

**المبحث الأول: مفهوم التقليد والقرصنة للعلامة التجارية**

عرفت ظاهرتي التقليد والقرصنة للعلامة التجارية رواجا واسعا في السوق الجزائرية، واللتان أصبحتا تمثلان خطرا كبيرا على المستهلك باعتبارهما من أساليب الغش والتضليل التجاري.

**المطلب الأول: تعريف التقليد والقرصنة للعلامة التجارية**

سنتطرق إلى تعريف كل من العلامة التجارية، التقليد والقرصنة.

**الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية**

لقد عرف المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 06/03 العلامة، بمايلي: "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة

للسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"[1].

ويقصد بالعلامة السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتوجات محله التجاري، هي علامة تجارية، أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها، هي علامة مصنع قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق[2]، أما علامة الخدمة هي التي يستعملها مقدمي الخدمات لتمييز خدماتهم عن غيرهم، من الخدمات المقدمة من طرف منافسوهم[3].

كما يقصد بالعلامة المشهورة، العلامة المعروفة لدى عدد كبير من الجمهور، وتتمتع بسلطة جذب له مستقلة عن المنتجات والخدمات التي تمثلها وتكون لها أهمية كبيرة لدى المستهلكين [4]، ونظرا للأهمية البالغة التي تحظى بها العلامة المشهورة، فإن مسألة حمايتها قد فرضت نفسها بقوة على الاتفاقيات الدولية وعلى القوانين الوطنية[5].

**الفرع الثاني: تعريف التقليد**

يعرف التقليد اصطلاحا بأنه:" اصطناع ختم أو دمغة أو علامة مزيفة للأشياء الصحيحة، أي مشابهة لها في شكلها سواء أكان الاصطناع متقنا أو غير متقن، وكل ما يشترط أن يكون كافيا لخداع الجمهور عن الحقيقة الزائفة "[6].

يندرج تحت عبارة التقليد في التشريعات الجزائرية المتعلقة بالملكية الصناعية، كل الاعتداءات التي تنصب على الحقوق الإستئثارية، الناتجة عن حيازة براءة الاختراع أو تصميم شكل للدوائر المتكاملة، أو رسم أو نموذج أو علامة أو تسمية منشأ، وقد يظهر التقليد في صورة إعادة إنتاج المنتوج أو الرمز المحمي، كما يمكن أن يتحقق بأفعال أخرى، كالبيع وإعادة البيع واستعمال أو إخفاء أشياء مقلدة[7].

وهذا ما نصت عليه المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات: " تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس الحقوق الاستئثارية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة..."[8]، فالمشرع الجزائري لم يعرف التقليد، ولم يضع له معيارا محددا يقتدى به للخوض في مجال العلامات، ولم يحصر جنحة التقليد في عملية صنع علامة مشابهة أو مماثلة لعلامة مسجلة، ولم يعدد جرائم التزييف والتزوير ولا الاستعمال لجريمة مزورة أو مقلدة، كما فعل في الأمر السابق 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى بموجب الأمر 06/03 السالف الذكر، لكنه أدخل ضمن جنحة التقليد كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية التي خولها المشرع الجزائري لصاحب العلامة المسجلة، والتي تخضع لتكييف واحد وهو جنحة التقليد[9].

فالمشرع الجزائري اعتبر التقليد لمفردات الملكية الصناعية والتجارية، جنحة جزائية يعاقب عليها بجملة من العقوبات ذات الطابع الردعي والتعويضي، هذا إلى جانب استفادة أصحاب هذه الحقوق من الحماية المدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة[10].

وقد جاء القضاء بمبادئ مهمة لتحديد التقليد وهي مبدأ العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، ومبدأ العبرة بالصورة العامة للعلامة الذي ينخدع به المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه[11].

**الفرع الثالث: تعريف القرصنة**

أصبح الاقتصاد الجزائري مرتبطا في جزء كبير منه بالتقنيات الالكترونية الحديثة، مما جعله هدفا دائما لهجمات القراصنة الالكترونيين، وعصابات الجريمة الالكترونية المنظمة، التي تستهدف البنى الأساسية، التي تعمل بهدف إضعاف الدولة ككل، والتي يعتبر الاقتصاد شريانها الحيوي، وفي ذلك مساس ببيئة الأعمال[12].

ويقصد بالقرصنة الالكترونية هي سرقة برمجيات وأعمال والاستحواذ عليها، وهي أيضا تعرف بالسطو الالكتروني، حيث يقوم شخص أو مشروع لا يمتلك أي حق على علامة تجارية، بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت، وذلك بهدف الإضرار بمالك هذه العلامة، أو بهدف إعادة بيع العنوان الالكتروني إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالى فيه، أو بيعه لأحد منافسيه أو منع المالك من تسجيل هذا العنوان[13].

يعمد القرصان في بيع العناوين الالكترونية التي سجلها على الخلط واللبس، في أذهان الجمهور المعتاد على اختياره العلامات التجارية المشهورة، ليقوم بتسجيل عناوين الكترونية تمثلها، فهو مطمئن كون مالك العلامة التجارية المشهورة سوف يسعى للتفاوض معه لاسترداد عنوانه بأي ثمن يطلبه القرصان، وذلك للمحافظة على سمعة علامته، وترتكز الأحكام الصادرة بإدانة القرصنة الالكترونية في مجملها على سوء نية من يقوم بها عند تسجيلها للعناوين الالكترونية أو عند استخدامها لها[14]، ويلجأ القرصان إلى عملية إثارة الالتباس والخلط في ذهن المستهلك، ، لتحقيق مكاسب على حساب العلامة التجارية المشهورة، من خلال ما يحدثه من خلط ولبس لدى الجمهور نتيجة لعدم تمييزهم بأنهم يتعاملون مع منتج أخر[15].

**المطلب الثاني: أسباب ظهور التقليد والقرصنة**

هناك عدة عوامل شجعت على ظهور جريمتي التقليد والقرصنة الالكترونية، والتي سنتطرق إليها من خلال دراسة أسباب ظاهرة التقليد من جهة، وأسباب ظاهرة القرصنة من جهة أخرى.

**الفرع الأول: أسباب ظاهرة التقليد**

**أولا: أسباب عامة:** منها اقتصادية واجتماعية، تتمثل العوامل الاقتصادية بالتفتح على الأسواق العالمية والتطور التكنولوجي، حيث ساعدت تزايد حرية انتقال رؤوس الأموال الدولية، على اسقاط حاجز المسافات بين الدول، ومنه زيادة انتهاك حقوق الملكية الصناعية عن طريق تهريب المنتوجات، وأيضا اعتماد السوق المحلية على البضائع المستوردة لعدم قدرة العالم الثالث على المنافسة في التصنيع، مما ساهم في ظهور اعتداء التقليد والبضائع المزيفة والمقلدة[16]، أما بالنسبة للعوامل الاجتماعية تتمثل في الفقر والبطالة وارتفاع تكاليف المعيشة، فالأعمال المقلدة التي تعرض للبيع قليلة الثمن، مقارنة مع نظيرتها الأصلية وبالتالي ثمنها يناسب المستهلك ذي الدخل المحدود[17].

**ثانيا: أسباب خاصة:** منها عوامل تنظيمية وعوامل نفعية، حيث تتعلق الأولى بمدى نجاعة الأنظمة الاقتصادية والأجهزة الرقابية حيال ظاهرة التقليد، غياب أجهزة الرقابة الفعالة كأجهزة التفتيش، الجمارك... وغيرها، فغياب الرقابة الجدية على المنافذ الجمركية والحدودية يترتب عنه دخول السلع المقلدة[18]، كما أن عدم تماشي القوانين والأنظمة الخاصة بالتقليد مع المستجدات والجرائم العصرية، وعدم نجاعة العقوبات المخصصة لها، أدى الى خلق فراغ قانوني سمح بتفاقم التجاوزات والاعتداءات في مجال الملكية الصناعية[19].

**الفرع الثاني: أسباب ظاهرة القرصنة**

**أولا: شهرة العلامة التجارية:** كلما زادت قيمة العلامة التجارية كلما شجع ذلك على الاعتداء عليها وقرصنتها.

**ثانيا: العناوين الإلكترونية العامة:** تعد العناوين الإلكترونية العامة مجال خصب يجذب الأشخاص والمشاريع، مثل التي تنتهي ب "com" أو "net" مما يساهم على الاعتداء على العلامات التجارية، وذلك راجع كون هذه العناوين المشهورة والمعروفة لجمهور المتعاملين مع شبكة الانترنيت من جهة، وقلة الرقابة على منح العناوين الالكترونية من جهة أخرى[20]، فلا تتطلب شركة NSI الامريكية المختصة بتسجيل هذا العنوان أية شهادة أو مستند للتسجيل، والأمر على خلاف ذلك بالنسبة للعناوين الالكترونية الوطنية التابعة للدول، فهذه الأخيرة كما هو الحال بالنسبة للعناوين التي تسجل في كل من الإقليم الفرنسي، الإقليم البلجيكي، والتي تنتهي ب "fr" أو ب "bl"، تتطلب لصحة تسجيل العناوين الالكترونية، أن يقدم المسجل شهادة تفيد ملكيته للعلامة التي يرغب في تسجيل عنوان الكتروني يمثلها[21].

**ثالثا: مبدأ الأسبقية في التسجيل:** الذي يحكم تسجيل العناوين الالكترونية يسمح لأي شخص بتسجيل عنوان الكتروني على شبكة الانترنيت ما لم يسبق له تسجيل هذا العنوان من قبل، فالعنوان الذي لم يسبق تسجيله لا تشترط الجهات المختصة العناوين الالكترونية أي شرط أخر للحصول عليه، مما شجع هذا المبدأ ظهور القرصنة الالكترونية أو السطو الالكتروني على شبكة الانترنيت، ولقد استغلت عدة مشاريع هذا المبدأ وقامت بتسجيل العديد من العناوين الالكترونية والتي تمثل علامات تجارية مشهورة، ثم تقوم ببيعها مرة أخرى بأسعار باهظة، فعندما يرغب أصحاب العلامات المشهورة في تسجيل العناوين الالكترونية لتمثيل علاماتهم، يفاجؤون بسبق تسجيل هذه العناوين من طرف أشخاص لا يملكون أي حق مشروع عليها[22].

**المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من التقليد والقرصنة للعلامة التجارية**

تنعكس آثار التقليد والقرصنة الالكترونية على صاحب الحق، فتسبب له أضرار بإصابة إنتاجه بالكساد كما تنقص رغبته في التطوير والابتكار، نتيجة سعي وإقبال المستهلك وراء المنتوجات المقلدة دون الاهتمام بمصدرها ومشروعيتها، مما ساهم بإفشال الإنتاج الوطني، كما تنعكس هذه الآثار على المستهلك أيضا، لذلك اهتم المشرع بحماية المستهلك من الأضرار التي تلحقه في صحته وأمنه.

**المطلب الأول: الحماية التشريعية والقضائية**

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى جهود المشرع في حماية المستهلك، وأيضا الدور الذي يلعبه القضاء في حماية المستهلك، وتحسين بيئة الأعمال في الملكية الصناعية.

**الفرع الأول: الحماية التشريعية**

**أولا: الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات:** أكد المشرع في هذا الأمر على تجريم التقليد، واعتبره جنحة ووسع من دائرته، حيث نصت المادة 26 منه على:" يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، ويعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27إلى 33 أدناه"

ومنح المشرع الحق لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية، ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة، ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب[23].

وحددت عقوبة ارتكاب جنحة التقليد من ستة أشهر إلى سنتين، وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار الى عشرة ملايين دينار، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ومصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة واتلاف الأشياء محل المخالفة[24].

وبالنسبة للمتابعة القضائية فالأصل أن لمالك العلامة محل التقليد أن يتابع مرتكب التقليد قضائيا، إلا أنه بالرجوع إلى المادة 31 من الأمر 06/03، فإن للمستفيد من حق الاستئثار في استغلال علامة ممارسة هذا الحق، برفع دعوى التقليد بعد إعذار المالك إن لم يمارس هذا الاخير حقه بنفسه، كما أن المادة 34 من الأمر المذكور تخول لمالك العلامة أو لمن له الحق عليها أن يطلب إجراء الوصف مع الحجز أو بدونه على محل جريمة التقليد من رئيس المحكمة، أما بالنسبة لأحقية المستهلك في متابعة مرتكبي جرائم التقليد قضائيا لابد أن نميز بين نوعين من الدعاوى التي يمكن رفعها ضد المقلد، دعوى جنائية وهي دعوى التقليد والأخرى دعوى مدنية، فبالنسبة للأولى فالأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في المادة 31 منه خول حق رفع دعوى التقليد لمالك العلامة، أو المرخص له المستفيد من حق استئثاري في استغلال العلامة إن لم يرفعها المالك، وذلك بعد إعذار هذا الأخير دون أن يمنح للمستهلك الحق في ذلك، إلا أنه بالرجوع إلى القواعد العامة فإنه يمكن لأي شخص تحريك الدعوى العمومية، ومنه للمستهلك الحق في رفع دعوى التقليد، أما بالنسبة للدعوى المدنية فلقد نصت المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية على: "يجوز لكل شخص متضرر من جناية أو جنحة أن يدعي مدنيا بأن يتقدم بشكواه أمام قاضي التحقيق المختص"، ومنه يمكن للمستهلك أن يدعي مدنيا، كما يمكن لجمعية حماية المستهلك أن تدافع عن مصالح المستهلك، ولها حق تمثيلهم أمام القضاء دون أن تتلقى توكيلا أو شكوى من المستهلك ذاته"[25].

ونلاحظ أن المشرع الجزائري اهتم بموضوع الملكية الفكرية اهتمام متواصل ومتزايد، يجسده طلب انضمامه إلى المنظمة العالمية للتجارة[26]، وتوقيعه أيضا على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة بتاريخ 20 مارس 1883، وذلك بموجب الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 9جانفي 1975، لكي تحظى العلامة المسجلة بالجزائر بحماية من طرف كل الدول الموقعة على هذه الاتفاقية[27].

كما يتجلى اهتمامه بالجانب التشريعي لحماية حقوق الملكية الفكرية من خلال التشريع العام والخاص في إطار رغبته في تحيين بيئة الاعمال[28].

**ثانيا: القانون رقم 03/09 المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش:** لقد استحدث المشرع بموجب نصوص خاصة وخول لبعض الهيئات ومصالح الدفاع عن حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو التضليل، لذا يمكن مراقبة ومحاربة مرتكبي التقليد المضلل للمستهلك ومتابعتهم قضائيا، والتكفل بضبط وكشف السلع المقلدة من طرف هذه الهيئات[29]، فهذه الأخيرة غير متخصصة في مجال مراقبة استغلال العلامة، وإنما هو جزء من تدخلها للكشف عن الغش وقمعه، لهذا لابد من إحداث هيئات متخصصة في مجال مراقبة ومحاربة تقليد العلامات على الخصوص، لكن هذا لا يمنع أن تنبع الحماية من المستهلك نفسه، بمشاركة الأجهزة المسؤولة لضمان حقوقه لدى الغير من منتجين وبائعين ومقدمي خدمات، فكانت الجمعية خير وسيلة يختارها المستهلك طواعية لما لها من أثر كبير وفعال في الدفاع عن مصالح المستهلكين[30].

وبالرجوع إلى قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجده ينص على جمعيات حماية المستهلك والتي تهدف إلى ضمان حماية المستهلك وذلك بإعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله للدفاع عن حقوقهم ومصالحهم، كما أنها تقوم بدعاية مضادة ضد السلع والخدمات التي تحمل علامات مقلدة، ولها أيضا أسلوب المقاطعة والامتناع عن الشراء[31].

**ثالثا: القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم بالقانون 10-06 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية:** ينص هذا القانون على اعتبار الممارسات التجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و27 و28 و29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار إلى خمسة ملايين دينار[32]، كما تعتبر

ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي، بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الاشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك[33].

**الفرع الثاني: الحماية القضائية**

يلعب القضاء دور كبير في مكافحة ظاهرتي التقليد والقرصنة للعلامة التجارية.

**أولا: الجهة المختصة بنظر قضايا التقليد والقرصنة:** تكمن أهمية الاختصاص القضائي في تحديد المحكمة المختصة التي تتمتع بصلاحية التحقيق، بالنسبة للمحكمة المختصة إقليميا القاعدة العامة في الاختصاص الجزائي، هو المحكمة التي يقع في دائرتها مكان وقوع الجريمة، لكن إذا وقعت الجريمة في عدة أماكن كتقليد علامة في مكان، وعرض وبيع السلع في مكان أخر فحسب المادة 329 من قانون 14/04 المعدل لقانون الإجراءات الجزائية التي تنص على:" تختص محليا بالنظر في الجنحة محل الجريمة أو محل إقامة أحد المتهمين أو شركائهم أو محل القبض عليهم ولو كان هذا القبض قد وقع لسبب أخر"، إذا فالمحكمة المختصة هي مكان تقليد العلامة أي مقر المؤسسة أو محل إقامة المتهمين أو محكمة مكان القبض، وإذا وجه ضده إدعاء في قضية ما وتبين للمحكمة أن هناك قضية تقليد، تكون هي المختصة باعتبارها المحكمة الناظرة في الدعوى الأصلية[34]، أما بالنسبة للمحكمة المختصة نوعيا الأصل فيها أن المحاكم لها الاختصاص العام بالنظر في جميع المنازعات بإستثناء ما نص عليه القانون[35].

**ثانيا: جهود القضاء في مكافحة ظاهرتي التقليد والقرصنة**

**1: القرصنة الالكترونية:** ترتكز الأحكام الصادرة بإدانة القرصنة الإلكترونية في مجملها على سوء نية من يقوم بها عند تسجيله للعناوين الالكترونية، أو عند استخدامه لها، يستشف القضاة سوء نية مسجل العنوان الالكتروني من خلال:

**أ: إعادة بيع العنوان الالكتروني:** يعد بيع العنوان الالكتروني بعد تسجيله من أهم المؤشرات التي تدل على سوء نية من يقوم بعملية القرصنة أو السطو الالكتروني، قيام مسجل هذا العنوان بإعادة بيعه إلى المالك الشرعي، أو لأحد منافسيه بثمن مغالى فيه يتجاوز بكثير النفقات التي أنفقها في تسجيل هذا العنوان، وأصبح بيع العناوين الالكترونية بأثمان مبالغ فيها لأصحابها الحقيقيين ظاهرة لا يمكن إنكارها، حيث يمكن القول أنها أصبحت تشكل سوقا لبيع العناوين الالكترونية، فهناك العديد من المواقع عبر شبكة الأنترنيت مختصة ببيع العناوين الالكترونية، حيث يكتب العنوان ملحقا بثمنه[36].

فتسجل المجلات المختصة بالأنترنيت العناوين الالكترونية ارتفاعا ملحوظا في أثمان هذه العناوين، خاصة إذا كانت علامات دولية مشهورة مثلا وصل ثمن العنوان الالكتروني «altavista.com» إلى 3،3 ملايين دولار دفعتها شركة Compaq لتحصل عليه لنفسها [37].

فالعبرة في هذا المقام بالعمل غير الأخلاقي الذي يقوم به من يمارس القرصنة أو السطو الالكتروني، فالقضاء يدين القرصنة بسبب إستغلال الأشخاص والمشاريع والاعتداء على الحقوق غير المشروعة وإعادة بيعها لهم مرة أخرى، أمر يرفضه القانون وترفضه الأخلاق أيضا[38].

**ب: نية الإضرار بمالك العلامة التجارية:** قيام مسجل العنوان الالكتروني بهدف الإضرار بمالك العلامة التجارية، يؤكد وجود سوء النية وذلك لمنع مالكي العلامات التجارية من استخدام علاماتهم عبر الشبكة، والذي يسبب ضررا كبيرا لهم وتظهر نية الإضرار أكثر عند قيام القرصان بتسجيل العنوان الالكتروني في أكثر من مجال، لمنع ظهور مالك العلامة

التجارية عبر شبكة الأنترنيت، فتسجيل أحد الأشخاص للعناوين الالكترونية « «sony.org» «sony.com» «sony.net»»، يبين بوضوح نية المسجل في منع هذه الشركة من أي ظهور على شبكة الأنترنت، مما يدفع مالكيها إلى التفاوض معه أو الدخول في منازعات قضائية لإسترداد هذه العناوين[39].

**ج: إختيار العلامة المشهورة:** يعد القضاء أن إختيار القرصان للعلامة المشهورة لتسجيل عنوانه الالكتروني، مؤشرا على سوء نيته لأن تسجيله لعنوان إلكتروني لهذه العلامة دون استخدام هذا العنوان يعني بالضرورة قصده الحصول على مبالغ كبيرة، لحرص مالكها على اقتناء هذا العنوان، ومن تطبيقات ذلك الحكم الصادر من محكمة باريس الابتدائية في 19 أكتوبر 1999، الذي قررت فيه أن تسجيل العنوان الالكتروني «celio.com» يمثل اعتداء على العلامة التجارية «célio»، ويستشف القضاء أن الاعتداء على العلامة التجارية وجود قرينة على علم المسجل بوجود علامة مشهورة تحمل تسمية العنوان الالكتروني نفسها، وقد اختارها المسجل ذاته لأجل كسب مادي من وراء التسجيل، ومن ثم لا يستطيع مسجل العنوان الالكتروني أن يثبت حسن نيته بعدم علمه بوجود هذه العلامة، فالعلامة المشهورة تصلح أن تكون قرينة لافتراض سوء نيته[40].

**2: التقليد**

**أ: حالات الحكم بالتقليد:** قدرت المحاكم الجزائرية التقليد بالنظر إلى تشابه الإجمالي، أي العناصر الجوهرية أكثر من الفروق الجزئية فتسميةBANITA ، تشكل تقليد لنوع معين من العطور يسمى HABANITA، إذ يوجد تشابه واضح من حيث الرسوم والألوان، وطريقة التغليف، فالقضاء الجزائري يعتمد في اعتبار الجريمة قائمة على تقليد وتزوير العناصر الأساسية المميزة للعلامة دون العناصر الطفيفة التي يصعب على المستهلك المتوسط تحديدها[41].

قضية شركة selia ضد مؤسسات بسعد صاحبة علامة senia، فيلاحظ هناك تشابه كبير بين العلامتين من حيث الكتابة أو الرسم أو الألوان الرئيسية، واختلاف في حرف واحد، مما يسبب اللبس في ذهن المستهلك هذا ما أقره حكم محكمة وهران القسم التجاري في 2004/11/12 غير منشور، الحكم على المدعى عليه بالتوقيف الفوري، عن كل إنتاج أو توزيع لمنتجاتها حاملة العلامة senia، مع إتلاف كل الكميات المخزونة لهذا المنتوج والوثائق التي تظهر عليها العلامة، كما اعتبرت محكمة الجزائر في حكمها الصادر 1969/5/9، أنه يوجد تقليد بين تسمية selecto وتسمية selectra، وقد رفعت شركة حمود بوعلام، صاحبة العلامة selecto دعوى ضد شركة زرقة صاحبة العلامة selectra ، وخلصت المحكمة من خلال حيثياتها إلى أن علامة شركة حمود بوعلام أسبق في الإيداع، وعلامتها تتمتع بسمعة وصيت وذات استعمال طويل المدة من علامة شركة الزرقاء[42].

**ب: حالات عدم الحكم بالتقليد:** وأيضا بالنسبة لعلامة rêve d'or وعلامة rêve desire ، فقد تمسكت الشركة المالكة لعلامة rêve d'or بأن المدعى عليه، يستعملون قارورة عطر مشابهة للقارورة التي أودعت علامتها، غير أن المحكمة رفضت الدعوى استنادا إلى أن القارورة المقدمة للمناقشة، لا تبعث على الخلط بين هذه وتلك لوجود اختلاف بينهما لاسيما في اللون والشكل والسدادات والبطاقات والكتابة، وأيضا قضية تقليد علامة ما بين princesse و prince والتي رفضت المحكمة الدعوى على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين، وغيرها من القضايا[43].

**المطلب الثاني: الحماية المدنية والجزائية**

لقد خص المشرع أيضا المستهلك بحماية مدنية، من خلال تعويضه عن الضرر الذي لحقه من جراء جريمتي التقليد والقرصنة، وحماية جزائية بعقوبات ردعية لمكافحة هذا النوع من الإجرام.

**الفرع الأول: الحماية المدنية**

إن ارتكاب أعمال المنافسة غير المشروعة يتم ردعها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي تعتبر دعوى علاجية عن طريق إصلاحها للضرر اللاحق بضحية الأعمال غير المشروعة، عن طريق التعويض الذي يختص بتقديره قاضي الموضوع، والذي يكون مبلغ نقدي أو عيني، ويكون هذا الأخير بإزالة الوضع غير المشروع وإعادة الحال إلى ما كان عليه، وللمستهلك الحق في رفع دعاوى قضائية في حالة ما إذا أصابه ضرر، برفع دعوى مدنية أصلية أو رفع دعوى مدنية تبعية[44].

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري لم ينظم دعوى المنافسة غير المشروعة، ولم يبين شروطها ولا أساسها القانوني واكتفى بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها ممارسات غير مشروعة[45]، في القانون 06/10 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 27 منه على أمثلة عن الممارسات غير النزيهة، إلا أن هذه الدعوى تؤسس على أساس القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية[46]، حيث أن الفعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض[47].

وللمستهلك رفع دعوى التعويض على أساس الإخلال بالالتزام بالإعلام[48] ، لأن العلامة من أهم وسائل إعلام المستهلك الذي يعتبر التزام قانوني على عاتق المهني وأن ارتكابه للتقليد يعد إخلالا بالتزامه، و يمكنه رفع دعوى إبطال العقد للتدليس باعتبار تقليد العلامة يعتبر تدليسا المادة 86 من القانون المدني، وله التعويض العيني باستبدال المنتوج أو إصلاحه على نفقة مرتكب جريمة قرصنة العلامة أو نقديا، ويستند القاضي في تقديره للتعويض إلى حجم الاعتداء الذي يزداد بزيادة شهرة العلامة وحجم الخسائر التي يسببها التقليد، كونه صرف مبالغ مقابل السلعة المقلدة أو الخدمة التي تحمل العلامة المقلدة، إضافة إلى ما يتحمله من تكاليف المصاريف القضائية، أو يكونان معا تعويض عيني ونقدي حسب الضرر الذي لحقه[49].

**الفرع الثاني: الحماية الجزائية**

نصت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلقة العلامات على أنه:" مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 8جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار(10.000.000دج ) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، إتلاف الأشياء محل المخالفة"، انطلاقا من هذا النص فإن المشرع الجزائري قرر عقوبات أصلية لجنحة التقليد تتمثل في الحبس والغرامة وأخرى تكميلية تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ومصادرة الوسائل المستعملة في المخالفة وإتلاف الأشياء محل المخالفة[50].

وفيما يخص العقوبات الأصلية هي الحبس من ستة أشهر إلى سنين بعدما كانت في الأمر 75/66 الملغى تصل إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من مليونان وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار بعدما كانت في الأمر 75/66 الملغى تصل فقط إلى عشرين ألف دينار[51].

**خاتمة:**

إهتم المشرع الجزائري بالمستهلك ومصلحته وأحاطه بمجموعة من القوانين، التي تحميه من جريمة التقليد والقرصنة للعلامة التجارية، والتي يقع فيها نتيجة تضليله ووقوع اللبس في ذهنه تجاه المنتوجات والسلع المقلدة أو المقرصنة، لهذا السبب خصه المشرع بحماية مدنية وأخرى جزائية والتي تتسم بالطابع الردعي وتسليط التزامات ومسؤوليات علي الطرف المقلد أو القرصان، وحماية في قانون 06/03 المتعلق بالعلامات وأيضا قانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كما أن قانون 02/04 جرم التقليد ونص على الممارسات غير النزيهة، كون التقليد أو قرصنة العلامة يعد خطأ كونه يشكل إخلال مبدأ نزاهة وشفافية الممارسة التجارية، والتي يعد صورة من صور المنافسة غير المشروعة، فمسألة جبر الضرر الذي يصيب المستهلك من أهم المسائل التي إهتم بها التشريع والقضاء دون أن ننسى الاتفاقيات الدولية.

**النتائج المتوصل إليها:**

- ظاهرتي التقليد والقرصنة الالكترونية للعلامة التجارية من أخطر الجرائم التي تهدد الاقتصاد العالمي.

- تأثير التقليد وقرصنة العلامة التجارية تأثير سلبيا على المنتوجات المحلية وتهدد سلامتها، وأمن الاقتصاد الوطني.

- الاعتداء على العلامة التجارية المشهورة يزيد من حجم الأضرار والخسائر التي تلحق المستهلك.

- تتضمن جريمة التقليد كل أعمال الاعتداء على الحقوق الاستئثارية للعلامة التجارية للغير.

- إعطاء المشرع الجزائري الشرعية القانونية اللازمة، من أجل متابعة وردع كافة الأفعال التي تمس بمصلحة المستهلك وصحته.

- اهتمام المشرع الجزائري بآليات الحماية القانونية للمستهلك وجبر ضرره، كما تلعب الجمعيات دورا هاما في هذه الحماية.

- تعتبر القرصنة سطو وسرقة الكترونية لعلامة تجارية وتسجيلها في شكل عنوان الكتروني على شبكة الانترنت.

**وبناء على ما تقدم نقترح:**

- محاولة تحسين القاعدة القانونية وتطوير الإجراءات لمراقبة الأسواق بشكل صارم للقضاء على السلع المقلدة.

- عدم الاعتماد فقط على قانون العلامات لمحاربة ظاهرة القرصنة الالكترونية ومخاطر بيئة الأعمال الرقمية، والتي تعد حتمية لمسايرة التطورات التكنولوجية.

- وجوب خلق نصوص قانونية لتنظيم كيفية محاربة القرصنة الالكترونية، التي وسعت من نطاق الاعتداء على العلامة التجارية، ومتابعة مرتكبيه من هيئات مختصة في مجال المعلوماتية.

- ضرورة التعاون بين المؤسسات الإدارية أو القضائية على مكافحة التقليد.

**قائمة الهوامش**

[1] - الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.

[2]- عبد اللاوي خديجة، مدى فعالية حماية المستهلك من العلامات التجارية المقلدة في ظل القانون الجزائري، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة تموشنت، العدد 03، 2018، ص 114.
[3]- المادة 2 فقرة 4 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.
[4]- حكم محكمة استئناف باريس الصادر في 17 يناير 1996.
[5]- رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، ص35.
[6]- علوقة نصر الدين، آليات مكافحة التقليد بين قوانين الملكية الفكرية وأحكام القضاء، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون خاص معمق، جامعة دراية أدرار، الجزائر، 2018، ص 10.
[7]- بقدار كمال، سعاد يحياوي، دعوى التقليد آلية لحماية الغير وفق مفردات الملكية الصناعية والتجارية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 16، جوان 2016، ص 120.
[8]المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.
[9]- كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، جامعة بسكرة، العدد الحادي عشر، ص 479.
[10]- عمارة مسعودة، حماية حقوق الملكية الفكرية تحسينا لمناخ الاعمال الفكري في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 21، 2019، ص 142.
[11]- حسام الدين الصغير، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مديد، أكتوبر، 2004، ص 9 و10.
[12]- عمارة مسعودة، المرجع السابق، ص 140.
[13]- شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الأنترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 56.
[14]- شريف محمد غنام، نفس المرجع، ص 57.
[15]- جوزيف سماحة نخلة، المزاحمة غير المشروعة، مؤسسة عز الدين، بيروت، لبنان، 1999، ص 151و 152.
[16]- دربالي لزهر، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، تخصص ملكية فكرية، جامعة باتنة 1، 2016/2015، ص 11.
[17]-خلف بن سليمان بن صالح التمري، الجرائم الاقتصادية وأثرها على التنمية في الاقتصاد الإسلامي، مؤسسة شباب الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 95.
[18]- زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية "التقليد والقرصنة"، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة يوسف بن خدة، 2003/2002، ص 25.
[19]- دربالي لزهر، المرجع السابق، ص 13.
[20]- بوروبة ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، رسالة ماجستير، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2008، ص 114.
[21]- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 60.
[22]- بوروبة ربيعة، حماية المستهلك من جريمة قرصنة العلامات التجارية، معهد العلوم القانونية والسياسية، المركز الجامعي تيسمسيلت، ص 221.
[23]- المادة 28 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.
[24]- المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.
[25]-بوروبة ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق، ص 72.
[26]- عمارة مسعودة، المرجع السابق، ص 149.
[27]- بوروبة ربيعة، حماية المستهلك من جريمة قرصنة العلامات التجارية، المرجع السابق، ص 223.
[28]- عمارة مسعودة، المرجع السابق، ص 149.
[29]- من ضمن هذه الهيئات وزارة التجارة والهيئات التابعة لها الوالي، ورئيس المجلس الشعبي البلدي وأعوان الضبطية القضائية ومصالح الجمارك.
[30]- بوروبة ربيعة، المرجع السابق، ص 223.
[31]- المادة 21 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
[32]- المادة 38 من قانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
[33]- المادة 27 الفقرة 2 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[34]- بوشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماجستير، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، 2015/2014، ص 56.
[35]- عمارة مسعودة، المرجع السابق، ص 151.
[36]-شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 58.
[37]-شريف محمد غنام، المرجع نفسه، ص 59.
[38]-بوروبة ربيعة، المرجع السابق، ص 220.
[39]-بوروبة ربيعة، المرجع نفسه، ص 222.
[40]- بوروبة ربيعة، المرجع السابق، ص 221.
[41]- والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 7، الأغواط، جانفي 2018، ص 96.
[42]- عمارة مسعودة، المرجع السابق، ص 151و 152.
[43]- عمارة مسعودة، المرجع نفسه، ص 152.
[44]- عبد اللاوي خديجة، المرجع السابق، ص 117 و119.
[45]- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، دفاتر السياسة والقانون، العدد 6، 2012، ص 179.
[46]- عبد اللاوي خديجة، المرجع السابق، ص117و 118.
[47]- المادة 124 من القانون المدني الجزائري
[48]- المادة 17و18 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
[49]- بوروبة ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، المرجع السابق، ص 78و 79.
[50]- والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 108.
[51]- والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، المرجع نفسه، ص 109.