**العلامة كالتزام بالإعلام المقرر للمستهلك وجزاء الاخلال به**

**- لشخم رضوان**

**طالب باحث دكتوراه**

**علوم كلية الحقوق و العلوم السياسية**

**جامعة عمار ثليجي الاغواط**

**موضوع الدكتوراه**

**حماية المستهلك في ظل الملكية الصناعية**

**وفق التشريع الجزائري**

**الهاتف : 0671117739**

[**lachkhemredouane@yahoo.com**](mailto:lachkhemredouane@yahoo.comالهاتف)

**-الأستاذ الدكتور : لحاق عيسى**

**الملخص**

تعتبر العلامات من بين الحقوق الاساسية للملكية الصناعية و التي عرفتها البشرية منذ القدم و تحديدا قبل 3 الاف عام حيث كان الصناع الهنود يرسمون اختامهم علي مبتكراتهم الخزفية و مع ظهور الثورة الصناعية تزايد الاهتمام بالعلامات حتي انها اصبحت احد سمات الاقتصاد الحديث و الوسيلة الاساسية للتميز بين السلع و فرض المشرع علي صاحب العلامة او كل من له حق استعمالها التزامات تهدف كلها الي تنوير ارادة المستهلك و ذلك بالزام كل متدخل بواجب الاعلام من تسجيل العلامة و استعمالها استعمالا جديا الي مطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية و التي تكرس مبدا الاستجابة للرغبات المشروعة للمستهلك و علي هذا الاساس نص المشرع سواء في احكام قانون العلامات او احكام القانون المدني او احكام قانون حماية المستهلك و قمع الغش الي جزاءات مدنية و جزاءات جزائية نتيجة اخلال المتدخل بواجب الالتزام بالإعلام

**الكلمات** **المفتاحية** العلامة الالتزام بالإعلام المستهلك الجزاء المدني الجزاء الجزائي

**Abstract :**

The brands are considered among the basic rights of the industrial property which the humanity knew long time ago , exactly there thousand years ago.

The Indian manufactures were drawing their seals on their ceramic creations.

With the appearance of the industrial revolution the interest in brands increased, even they became one of the modern economy the goods which the bigislator imposed to the brands owner or anyone who has the right to use it , with the commitments that aim to elite the consumer’s will and that by obligating every interfering with the duty to inform the registration of the brand and use it seriously , and match the products to the legal specifications which dedicates the principle of responding to legitimate desires to the consumer on that base , the legislation made a law provisition of the law of brands , provisition of cevil law , or provrsision of consumer protection act and fraud suppression to cevil penalties and penal penalties a consequence to disturb the interferer to the duty to adhere the media.

**KEY WORDS :**

The brand –commitment to media – the consumer – the civil penalty – the penal penalty

**مقدمة**

وصل أغلبية الفقه إلى استنتاج أن الكتمان التدليسي يجازي الالتزام بالإعلام في كل الحالات وبمعنى آخر يعتبر الالتزام بالإعلام الوجه الآخر للسكوت وبما أن تفسير الاعتراف بوجود الكتمان التدليسي لا يمكن أن يكون إلا عن طريق الاعتراف المسبق للالتزام بالإعلام للمتعاقد الآخر، فقد كرس المشرع الجزائري هذا المبدأ في أحكام القانون المدني [[1]](#footnote-1)وإلى جانب ذلك فقد وضع المشرع التزاما بالإعلام على عاتق البائع بموجب نص المادة 352 من القانون المدني كذلك يمكن استنتاجه من نص المادة 379 من نفس القانون التي تتضمن ضمان العيوب الخفية، إن التطور الصناعي وظهور اقتصاد السوق کشف جليا عن تغيير للعلاقة التعاقدية بين الذين يقتنون السلع ويستفيدون من الخدمات وبين المهنيين الذين يقومون بعرض هذه السلع والخدمات للاستهلاك وجود الالتزام بالإعلام في العلاقة الاستهلاكية يتعلق بصفة المتعاقدين لكون المساواة بين المتعاقدين هي التي سمحت للمشرع بوضع هذا الالتزام علی عاتق المتعاقد المهني ولفائدة المتعاقد المستهلك المحضة كما أن هذا الالتزام لا يكفي لنشوئه في إطار عقود الاستهلاك أن يحوز أحد الطرفين بعض البيانات والمعلومات بل يجب فضلا عن ذلك أن يكون من شأن علم الدائن بهذه المعلومات التأثير على قراره التعاقدي بل الأهم هو مدى تأثيرها على إرادة المستهلك الدائن الذي تقرر الالتزام بالإعلام من أجل حمايته، إن اهتمام المشرع بحماية المستهلك والذي أصبح شأنا عالميا [[2]](#footnote-2) قد أدى إلى الخروج عن القواعد التي تحكم النظرية العامة للعقد ومنها نظرية عيوب الرضا فإن الأمر يختلف إذا كان بصدد القواعد المتعلقة بحماية المستهلك إذ توجه المشرع إلى وضع التزام بمعرفة كل ما يتعلق بالمنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك على كاهل المهني كون أن العقود التي تقوم بين هذا الأخير وبين المستهلك تكشف بأنها عقود إذعان فقد تدخل المشرع بوضع التزام على عاتق المهني بإعلام المستهلك بالمعلومات الخاصة بالمنتوجات والخدمات بحيث لا يكون له أن يدعى جهله بما كون يقع عليه التزام بالاستعلام فيها وذلك كله لضمان سلامة وأمن المستهلك.

وتبرز الإشارة إلى أن المشرع في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش والنصوص التنظيمية له السارية المفعول قد وضعت وسائل خاصة لنقل الإعلام إلى المستهلكين والتي تعد العلامة من أهم الوسائل التي تؤدي إلى نقله للمستهلكين من طرف المهنيين أو المتدخلين[[3]](#footnote-3).

وعلى هذا الأساس نص المشرع سواء في أحكام قانون العلامات أو أحكام القانون المدني و قانون حماية المستهلك و قمع الغش و الاشكالية التي تطرح في هذا الصدد ماهي مختلف الجزاءات المقررة للمستهلك في حالة اخلال المتدخلين بواجب الالتزام بالإعلام المقرر للمستهلك وأول جزاء قد يتعرض له صاحب العلامة ومن استعملها في حالة إخلاله بالالتزام بالإعلام نتناوله في المبحث الأول هو جزاء مدني هذا الجزاء الذي يشمل عدة جوانب منها الوقائية التي تمارسها الهيئة المكلفة بالتسجيل أو المستهلك نفسه بالإضافة إلى أساسه وهو تعويض الضرر[[4]](#footnote-4) وهذا ما تناوله في المبحث الأول وجزاء جزائي نتيجة إخلاله بالالتزام بالإعلام والذي يهدف إلى تطبيق عقوبات على ارتكاب أفعال التي تشكل جريمة في وجهة نظر قانون العلامات بهدف تحقيق الردع العام بامتناع الكافة عن إتيان لأي من هذه الأفعال والردع الخاص المتمثل بردع وجزر مرتكب الفعل والحيلولة ما بينه وبين ارتكاب الفعل مرة أخرى وذلك كله لأهمية واجب الالتزام بالإعلام في (مبحث ثاني).

**المبحث الأول: الجزاء المدني**

نص المشرع على أحكام قانونية سواء في أحكام قانون العلامات أو في أحكام القانون المدني على وسائل قانونية عديدة تهدف أساسا إلى حماية المستهلك وكذا المهني في آن واحد غير أنه وبالرغم من كون أن مفهوم الحماية المدنية يهدف إلى تعويض الأضرار إلا أن القرارات المتخذة من طرف الهيئة المكلفة تسجيل العلامات الذي هو في الحقيقة التزام المهني بواجب الالتزام تجاه المستهلك ولعلى الأسباب التي دفعتنا إلى اعتبار أن رفض التسجيل من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يعتبر من وسائل الحماية المدنية وذلك إذا ما تطرقنا إلىالنتيجة التي تؤدي إليها فرفض التسجيل يكون نتيجته والغرض منه حماية تتعلق مباشرة بجمهور المستهلكين كما أنه وحتى المستهلك الحق في الاعتراض على تسجيل العلامات وفق ما جاء في قانون العلامات [[5]](#footnote-5) وذلك عدد تحقيق حالات معينة مراعاة لمصلحة المستهلك والذي يعد أساسا جزاء وقائي، وما يجعلنا خاصة نقول أنا على إصباغ الإجراءات الي تتم أمام المعهد الوطن الجزائري للملكية الصناعية والتي يصدر عنها قرارات الموافقة أو الرفض على التسجيل في حالات وفق القانون وإمكانية المستهلك كذلك الاعتراض على تسجيل العلامة سواء بطلب إبطالها أو إلغائها على أنها وسائل حماية مدنية هو أساسا بالرجوع إلى الطبيعة القانونية للمعهد[[6]](#footnote-6)، بالإضافة إلى ما أقرته المحكمة العليا في قراراتها[[7]](#footnote-7) إن تواجد المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كطرف مدخل في النزاع لا يعطي الاختصاص للقضاء الإداري فهو محض اختصاص يؤول إلى القضاء العادي، بالإضافة إلى ما نص عليه أحكام المادة 32 من قانون 09 / 08 المؤرخ في 25/02/2008 والذي يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية والتي جاء فيه... " تختص الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم بالنظر دون سواها في المنازعات المتعلقة بالتجارة الدولية والإفلاس والتسوية القضائية والمنازعات المتعلقة بالبنوك... الملكية الفكرية..."والعلامات عنصر من عناصر الملكية الصناعية التي تعتبر جزء من الملكية الفكرية بالإضافة إلى الملكية الأدبية والفنية والحقوق المجاورة، وباعتبار أن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و كجزاء وقائي منه يمكن له رفض تسجيل علامة لكن حتى وان تم تسجيل العلامة فإنه يمكن للمعهد وحتى للمستهلك باعتباره من الغير وفق أحكام المادتين 20 و21 من الأمر 03/06  المتعلق بالعلامات، الاعتراض على التسجيل أمام الهيئة القضائية المختصة وهذا سنتناوله في المطلب الأول وفي المطلب الثاني نتطرق إلى الجزاء المدني.

**المطلب الأول: الجزاء الوقائي وحق الاعتراض على التسجيل من طرف المستهلك**

نصت المادة 7 من الأمر رقم 03/06 على رموز والتي تعد مستثناه من التسجيل والتي من خلال استقرائها أنها صنفت الرموز إلى حالات تكون فيها ممنوعة أو محظورة وخاصة ما يستشف من الفقرات 1 إلى غاية الفقرة الخامسة من نفس المادة وحالات تكون فيها العلامة مضللة وتثير اللبس من الفقرة 6 إلى غاية الفقرة 9 وذلك من خلال العبارات المستعملة في ذات الفقرات كما خولت المادتين 21.20 من نفس الأمر للمستهلك حق الاعتراض على تسجيل العلامة إذ ورد في النص مصطلح غير موحي وأنه يجوز لأي شخص أن يعترض على تسجيل العلامة وذلك عند تحقيق حالات معينة مراعاة لمصلحة المستهلك.

**الفرع الأول: رفض تسجيل العلامة من قبل المعهد**

بعد قيام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بعملية الفحص يمكن له أن يصدر قرارا إما بالموافقة على التسجيل أو بالرفض هذا الأخير ذكرت حالته في المادة 7 وبالتالي يرفض المعهد تسجيلها فيرفض تسجيل العلامة الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 02/01 أي ألا تكون العلامة قابلة للتمثيل... لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأرقام والرسومات أو الصور أو الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز سلعة أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي من سلع وخدمات غيره.

الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز يقصد بالرموز الخاصة بالملك العام أشياء أو رموز مملوكة للمجموعة الوطنية أي الشعب أو المجتمع وهي عبارة عن معرفة وطنية انتجتها أجيال متعاقبة كالتقاليد أو الأعراف أو الطقوس أو الرموز أو الوسائل الشعبية للعلاج والأدوية المنتجة تقليديا أو ما يسمى الطب البديل ويقصد بصفة التمييز أن تكون للعلامة صفة مميزة لها عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلع والبضائع والخدمات لمنع حصول اللبس أو الخلط لدى المستهلكين.

الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها كانت طبيعة أو وظيفة السلع أو التعليق تفرضها الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة فالمخالفة للنظام العام هي الرموز التي تمس بالمبادئ الأساسية والقواعد القانونية الآمرة التي يقوم عليها النظام السياسي الاقتصادي والاجتماعي للدولة وعلى سبيل المثال عدم مشروعية الرموز المسيئة لنظام الحكم أو مهينة الدولة أو التي تمس بالأمن العمومي أو السكينة العامة أو الصحة العمومية وعلى هذا الأساس لا يجوز تسجيل علامة لترويج العطور تحمل اسم "كوكايين نظرا لكون هذه العلامة قد تفسر على أنه تشجيع لتعاطي المخدرات في المجتمع كذلك لا يمكن تسجيل علامة تحمل تسمية رئيس دولة[[8]](#footnote-8).

اما الرموز المخالفة للآداب العامة فيقصد بها تلك الرموز التي تمس بالأخلاق والقيم السائدة في المجتمع وعلى سبيل المثال الرموز التي تحمل دلالة جنسية أو إباحية أو تشجيع على الانحلال والفسق والفساد في المجتمع و فكرة الآداب العامة تتغير من مجتمع إلى آخر فيما يعد خرقا للآداب العامة في الجزائر قد يعتبر أمر مباح في مجتمعات أخرى الرموز التي يحرم استعمالها بموجب اتفاقيات ثنائية أو متعددة الأطراف تكون الجزائر طرفا فيها الرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني و هي تلك الرموز أو العلامات التي يمنع استعمالها منعا باتا على سبيل المثال الرموز التي مصدرها بلد محل مقاطعة تجارية كإسرائيل.

الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى او اسم مختصر او رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات انشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك وعلى سبيل المثال علامة تسمية " مشروب المصالحة الوطنية" الرموز المنقولة والمقلدة للإعلام سواء تعلق الأمر بالعلم الوطني أو بعلم دولة أجنبية الرموز المنقولة أو المقلدة لاسم مختصر رسمي كاستعمال المختصرات الرسمية كعلامات علىسبيل المثال علامة (RTA) جاءت اختصار العبارة الإذاعة والتلفزة الجزائرية وبالتالي يلحقها البطلان كذلك الرموز المنقولة والمقلدة لشارة رسمية كالإشارات التي يضعها أفراد القوة العمومية أو أفراد الجيش الوطني الشعبي أو الرموز التي ترد على الدمغة الرسمية والأختام الخاصة بالإدارة العمومية.

الرموز المنقولة والمقلدة لرموز خاصة بالمنظمات الدولية كرموز منظمة الصليب الأحمر الدولي أو الهلال الأحمر الدولي أو اللجنة الأولمبية أو منظمة الصحة **ا**لعالمية أو التغذية أو الثقافة أو العلوم الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المختصة بها.

الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدد لبس مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة يعتبر حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله.

الرموز المماثلة أو المشابهة للعلامة أو الاسم التجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلعة مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

وتطبيق أحكام هذه الفقرة مع ما يلزم من تغير على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع وخدمات مطابقة يدل على صلة بين السلع والخدمات ومالك العلامة المسجلة وفي هذه الحالة يشترط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة.

الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب أو تسجيل يمثل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إن كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

وتطبيق أحكام هذه الفقرة أيضا على العلامات التجارية التي انتهت فقرة حمايتها منذ سنة أو أكثر قبل تاريخ إيداع طلب تسجيلها أو على الدعاوى الجماعية التي انتهت فقرة حمايتها منذ 3 سنوات أو أكثر قبل هذا التاريخ.

وفي هذا الصدد أصدرت المحكمة العليا قرارات[[9]](#footnote-9) ومن بينها قضية ملبنة الصومام ضد (أ أ) أصدرت المحكمة العليا قرار في 04/04/2007 رقم 399796 أين رفضت المحكمة العليا طعنا بالنقض ضد قرار ألغى الحكم المستأنف ومن جديد قضى بإلزام المستأنف عليها (ملبنة الصومام) بالكف عن استعمال كلمة دليس (Délices) على أغلفة منتوجها في مادة الياورت والتعويض أسس المجلس قراره على أن الهدف من العلامة التجارية لكل منتوج هو جلب انتباه الزبون على ألا يكون وصف البضاعة ظاهر أكثر من الأصلية فكتابة كلمة (DELICES) بالحجم الكبير مرتين على اسم ملبنة صومام يؤدي الى إيهام الزبائن أنهم مقبلون على شراء منتوج مقابلها وبالتالي يمكن أن يقع تداخل في الأسماء مما يعد تعديا على اسمه التجاري.

**الفرع الثاني: الاعتراض على التسجيل من طرف المستهلك**

إلى جانب المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية فقد منح قانون العلامات بموجب المادتين 20،21 من الأمر 03/06 كذلك حق اعتراض على تسجيل العلامة أمام القضاء وذلك بأنه وسع من حيث الأطراف الذين يمكن لهم الاعتراض على تسجيل العلامة في حالة إذا تحققت أحدى الحالات المنصوص عليها في المادة 7 سواء إذا كانت العلامة ممنوعة من التسجيل أو تشكل تضليل وليس لدى الجمهور وعلى هذا الأساس فإن المستهلك الذي يسعى لاقتناء خدمات وسلع يعد من الغير و ذلك لإشباع حاجياته وحاجات عائلته وعليه فإن المستهلك باعتباره من الغير يمكن له وفق أحكام المادتين المذكورتين 20. 21 حق الاعتراض على تسجيل العلامة وذلك أمام الجهة القضائية المختصة بدعاوي قضائية إما بطلب إبطال العلامة أو بطلب إلغاء التسجيل وذلك إذا تم تسجيل العلامة واتضح من خلافا انه تم تسجيلها خلافا لأحكام المادة 7 من الأمر 06 / 03 لذي سنتناول في : (1) دعوى إبطال العلامة (2) ودعوى إلغاء العلامة.

1. **دعوى إبطال العلامة:**

إن حالات إبطال العلامة تعد نفسها حالات مستثناة من تسجيل العلامة وفق أحكام المادة 7من الأمر 06 / 03 بجميع فقراتها التسعة والتي على أساسها تؤسس دعوى البطلان من طرف المستهلك باعتباره من الغير وذلك عندما يتبين أنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة السبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 وتؤسس الدعوى على أحكام المادة 20 من الأمر 03/06 والتي هي في الحقيقة قاعدة موضوعة غير أنها تعطي للمستهلك الصفة في أهلية التقاضي والمطالبة بإبطال العلامة وكذلك أحكام المادة 27 من المرسوم التنفيذي 05/277 المحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها وكما ذكر فإن الدعوى والتي يجوز للمستهلك رفعها من أجل إبطال العلامة بعد تسجيل في حالة تحقق عدة شروط سواء شكلية من أهلية، صفة، مصلحة حتى وإن كانت محتملة والشروط الموضوعية وهي الأسباب المذكورة في المادة 7 والتي تمثل أساسا على الرموز التي لا تعد علامة بمفهوم المادة 2 من الأمر 03/06 أي أن تكون قابلة للتمثيل الخطي وكذا الخالية من صفة التمييز ويقصد بها أن تكون للعلامة صفة مميزة لها عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلعة والبضائع والخدمات لمنع حصول اللبس أو الخلط لدى المستهلكين وذلك كله يرجع إلى السلطة التقديرية للقاضي في تقدير ذلك وفق معايير عدة غير أنه إذا اكتسب صفة التميز فلا يمكن إبطالها[[10]](#footnote-10)، وكذلك الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة أو الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع مصدر جغرافي أو المشابهة لاسم تجاري يتميز بالشهرة.

وفي قرار المحكمة العليا بتاريخ 13/07/1999 الذي جاء فيه بقولها " الثابت في قضية الحال أن قضاة المجلس لما قضوا بإبطال العلامة التجارية - افري – وتقرير عدم شرعية استعمالها في النشاط التجاري مؤسسين قضاءهم على أن المطعون ضده كان سباقا في إيداع العلامة فإن قضاءهم جاء خرقا الأحكام المادة 2 من الأمر المشار إليه أعلاه وذلك أن السبق في الإيداع لا يكفي وحده لإبطال أية علامة تجارية بل يجب القيام بمناقشة ذلك بالاسم المراد حمايته [[11]](#footnote-11).

وتتقادم دعوى الإبطال بمرور 5 سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من إجراء التقادم طلب التسجيل الذي تم بسوء نية طبقا للمادة 20/02 من الأمر 03/06.

1. **دعوى إلغاء العلامة:**

لقد نص المشرع الجزائري صراحة على دعوى الإلغاء في قانون العلامات دون باقي قوانين الملكية الصناعية وتؤسس دعوى الإلغاء على أحكام المادتين 21 و25 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات وكذا المادة 28 من المرسوم 05/277 المحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيله المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08/346 وإذا كان المشرع قد منح هذا الحق للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية فقد منحه للغير المعني بالأمر والمستهلك هنا يعد من الغير وبالتالي يمكن له رفع دعوى الإلغاء ومن أحكام المادتين 21 و25من الأمر 03/06 و نميز هنا بين نوعين من الدعاوى دعوى إلغاء العادية ودعوى إلغاء العلامة الجماعية.

1. **دعوى الإلغاء العادية**: أوجب المشرع الجزائري طبقا للمادة 21 من قانون العلامات على المدعي وهنا تمام عن المستهلك على تأسيس دعواه على أساس سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 من الأمر 03/06 وفق الفقرات 3،5،6،7 من هذا المنطلق وفق أحكام المادة 21 ونميز في هذا الصدد بين حالتين:

* **الحالة المنصوص عليها في الفقرة 7.6.5.3** والتي إذا توفرت تؤدي إلى إلغاء العلامة الرموز التي تمثل مشكل السلعة أو غلافها إذا كانت طبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها بمعنى أنه لا يجوز إنجاز سلعة إلا في هذا الشكل أو هذا الغلاف وبذلك لا يجوز اتخاذ هذا الغلاف أو الشكل كعلامة لأن ذلك يؤدي إلى احتكار استعمالها وحرمان الآخرين منها.

الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا للشعارات الرسمية أو أعلام أو شعارات اختر او اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة هذه الدولة أو المنظمة بذلك.

الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.

الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبس مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة وفيحالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله.

فإذا توفر سبب من هذه الأسباب يمكن للمستهلك طلب إلغاء العلامة من الجهة القضائية المختصة.

• الحالة المنصوص عليها في المادة 11 من نفس الأمر وتتمثل في :

إن عدم الاستعمال الجدي لصاحب العلامة على السلع وتوضيبها أو على صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة يترتب ذلك الحق في طلب إلغائها ما عدا في الحالات التالية لا يمكن إلغاؤها أو إبطالها وهي:

- إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع.

- إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفا عسيرة حالت دون

استعمالها ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر.

**ب) دعوى إلغاء العلامة الجماعية:** يقصد بالعلامة الجماعية هي تلك العلامة التي تملكها أشخاص معنوية عامة أو خاصة مثل الجمعيات والمنظمات وتستخدم لتميز المنتجات والخدمات المقدمة من قبل أعضائها من حيث الجودة والمصدر والمكونات والخصائص الأساسية للمنتوج بحيث تكون مطابقة للمعايير والمتطلبات التي تحددها في نظامها الأساسي وعلى سبيل المثال: علامة تقييس جزائري، علامة الجودة 9001 ISO التي تحدد معايير ومتطلبات جودة تسيير الأنشطة التجارية والمهنية.[[12]](#footnote-12)

وقد عرفتها المادة 2 فقرة 2 على أنها تمثل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها ودعوى إلغاء العلامة الجماعية نصت عليها في المادة 25 من الأمر 03/06

وهو إجراء بموجبه بالإضافة إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يمكن كذلك للمستهلك باعتباره من الغير أن يطلب من الجهة القضائية المختصة إلغاء العلامة الجماعية متى توافرت الشروط القانونية المنصوص عليها في المادة 21 المذكورة آنفا بالإضافة إلى الحالات التالية تلغي العلامة الجماعية:

- عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلامة.

- عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يجيز استعمال هذه العلامة استعمالا من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدمات التي سجلت العلامة بشأنها. - عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال.

**المطلب الثاني: الجزاء وفق القانون المدني:**

يعتبر التراضي من بين الأركان الضرورية لقيام العقد وأن صحتها شرط من شروط العقد فيتعين أن يكون خالي من عيوب الرضا وتتفق أغلبية التشريعات على أن عدم إعلام أحد المتعاقدين عن المعلومات محل الالتزام يؤثر أيضا على صحة رضا المتعاقد معه.

ويشير الفقه إلى أن الالتزام بالإعلام لا يجازي بصفة مستقلة وإنما يتم عن طريق القواعد العامة فيطبق الجزاء الخاص بإبطال العقد حسب القواعد الخاصة بعيوب الرضا وحسب الجزاء الخاص بعقد البيع[[13]](#footnote-13).

إن إخلال صاحب العلامة بالتزاماته المتمثلة في التسجيل والاستعمال والتي تعد أهم الالتزامات في مجال العلامة والتي تؤدي إلى إعلام المستهلك سواء في تلقيه للسلع وكذا الخدمات والذي يرتب جزاءات مدنية في حالة الإخلال بهما بحيث يمكن للمتضرر ولا سيما المستهلك المطالبة وأمام عدم وجود نص عام يكرس إبطال العقد في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام فوفق القواعد العامة يمكن له المطالبة بإبطال العقد.

حسب القواعد الخاصة بعيوب الرضا من غلط وتدليس وهذا ما نتناوله في الفرع الأول ويمكن له المطالبة بتطبيق الجزاء على ضوء نظرية الضمان في الفرع الثاني.

**الفرع الأول: إبطال العقد على ضوء نظرية عيوب الرضا:**

الإعلام هو التزام وحماية لرضا المستهلك في عقد الاستهلاك وبالتالي فإن المستهلك إذا لم يكن عالما بالمنتوج أو الخدمة على أساس ما رأيناه أن الوسم يتضمن العلامة فإنه إذا تم الإخلال بالإعلام وفق الالتزامات التي تطرقنا إليها سابقا فإن للمستهلك حق في طلب إبطال العقد سواء للغلط أو للتدليس والتي تؤثر على إرادة المستهلك في إبرامه العقود.

1. **الغلط:**

الغلط الذي يعيب التراضي هو الغلط الجوهري وفق نص المادة 82 من القانون المدني[[14]](#footnote-14) وهذا سواء في صفة الشيء الجوهرية أو في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته وتكون هذه الصفة أو تلك الذات هي السبب الرئيسي في التعاقد بحيث ما كان المتعاقد ليبرم العقد أصلا على الشروط التي وافق عليها لو لم يقع في الغلط ففي حالة إخلال المدين بهذا الالتزام تؤدي بالطرف الآخر إلى تصور الأمر على غير حقيقته فمن ثمة إلى الوقوع في الغلط وقد تكون كإخلال المتدخل بإعلام المستهلك عن خصائص المنتوج او الخدمة كأن لا يتماشى مثلا البيانات المشار إليها في الوسم ومن بينها العلامة مع المنتوج فيشتريها المستهلك ظنا منه أن خصائص هذا المنتوج هي التي يشير إليها الوسم أو الوثيقة التي أرفقت معه.

في الحالة التي يكون المتدخل لم يعلم المتعاقد معه بالصفات الجوهرية سيما محل الالتزام والتي كان يعلم بها ويعلم بأهميتها بالنسبة لهذا الأخير للمتعاقد الذي وقع في الغلط بسبب عدم إعلامه بهذه الصفات الجوهرية أن يطلب إبطال العقد ويكون ذلك طبقا لنص المادة 81 من القانون المدني التي نصت على أنه "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله" وإذا كان إخلال المتدخل لالتزامه بإعلام المستهلك من خلال سبب الغلط يظهر أن نوع البطلان الذي يطبق في عيب الغلط هو البطلان النسبي.

1. **التدليس:**

التدليس قد عرفته المادة 86 من القانون المدني [[15]](#footnote-15)ويتضح منه أن التدليس ليس بحد ذاته هو العيب الذي يؤثر على الإرادة سلبا وإيجابا وإنما الغلط الذي يقع فيه الشخص نتيجة إيهامه بغير الحقيقة عن طريق بعض الحيل التي يستخدمها الغير أو شخص المتعاقد الآخر ولتدليس شروط منها استعمال طرق احتيالية قصد الإيقاع بالغلط وكذلك أن يكون الاحتيال دافعا لإبرام التصرف وكذلك اتصال الاحتيال بالطرف الآخر هاته الطرق الاحتيالية تكون بهدف نية تضليل من طرف المتدخل على المستهلك قصد دفعه إلى التعاقد.

فإخلال المتدخل بواجب الإعلام الحقيقي وخاصة في مجال العلامة التي تطغى على السلعة أو الخدمة والذي يعتبر التزام بتحقيق غاية فالإخلال بهذا يؤدي إلى اقتناء المستهلك لسلع أو خدمات غير التي يرغب فيها أو التي كان ينوي الحصول عليها.

فقد يقوم المتدخل بكتمان الحقيقة أو إخفاء بيانات عن المستهلك كأن يكتم المتدخل عدم تسجيله للعلامة أو عدم الحصول على ترخيص باستعمالها أو عدم الاستعمال الجدي لها.

وعلى أساس ذلك يجوز للمستهلك المطالبة بإبطال العقد الذي على أساسه اقتنى السلعة أو الخدمة وذلك للتدليس الذي يعتبر عيبا من عيوب الإرادة.

وقد نصت المادة 99 من القانون المدني على أنه "إذا جعل القانون لأحد المتعاقدين حقا في إبطال العقد فليس للمتعاقد الآخر أن يتمسك بهذا الحق وعليه يتبين لنا من النص أن القانون قد حصر حق إبطال العقد لعيب من عيوب الإرادة على الشخص الذي لحق إرادته بسبب من العيوب فله وحده أن يتمسك بهذا الحق وليس للطرف الآخر أن يتمسك بمثل هذا البطلان لأنه ليس مقررا لمصلحته وعليه فإن الإخلال بالالتزام بالإعلام من خلال عيب التدليس ما هو إلا بطلان نسبي.

**الفرع الثاني: الجزاء على ضوء نظرية الضمان:**

عن الاستهلاك هو عقد كباقي العقود يجمع بين دائن ومدين وانه علاقة عقدية وبموجبه يستطيع الدائن أن يطلب المدين بتسليم شيء أو تقديم خدمة ككل العقود وتحكمه كل الأحكام الخاصة بالرضا والمحل والسبب.

وقد وجد عقد الاستهلاك لوجود الاستهلاك ولولا وجود الثاني لما وجد الأول كونه غير منظم في القانون المدني لأنه يعتبر عقد غير مسمی کون المشرع لم ينظمه بأحكام خاصة به بل ترکه لأحكام عامة - فحتى العقود المسماة يمكن أن تكون عقد استهلاك للخاصية التي يتميز بما فعقد البيع مثلا هو عقد بيع في القانون المدني وعقد استهلاك في قانون الاستهلاك فعقد البيع قد يرد بين مهنيين لكنه متى جرى بين مهني ومستهلك هو عقد استهلاك هناك التزامات تقع على البائع تجاه المشتري الذي يعتبر مستهلك ومن بينها التزام تجاهه بالضمان و لعل ذلك هو التزام البائع بضمان العيوب الخفية والنقائص في الصفات وهي أنه ملزم بنقل ملكية مفيدة ونافعة إلى المشتري وفقا لما يفرضه حسن النية في التعامل تحت طائلة التعويض إليه عند تعذر ذلك فالعيوب قد تؤثر في الشيء المبيع إما بنقص قيمته أو بنقص منفعة بالإضافة إلى هذه العيوب هناك حالة تتصل بالمبيع بحيث لا تنقص من قيمة الشيء ولا من نفعه إلا أنها تجعل المبيع غير مرغوب فيه من طرف المشتري وهي تخلف صفة ووفق ما ذكر يتم تنفيذ هذا الضمان إما بإصلاح المنتوج والذي يعد تنفيذا عينيا فيجب على البائع أن يضع علامة مسجلة على سلعته أو خدماته فإن لم تكن كذلك فعليه القيام بتسجيلها إذا كان مالكا لها أو الحصول على ترخيص من مالكها وهذا ما يعتبر من حسن إصلاح العيب أو استبدال المنتوج والذي يعد تنفيد بمقابل وذلك بأن يقدم المتدخل للمستهلك السلعة أو الخدمة التي تحمل العلامة الحقيقية أو أن يرد الثمن للمستهلك إذا تعذر عليه إصلاح العيب المتعلق بالعلامة وبالتالي للمستهلك الخيار في هذه الحالة إذا كان بإمكانه استعمال السلعة او الخدمة بين أن يردها أو يحتفظ بها ويبقي حقه في الحصول على تعويض ما لحقه من ضرر جراء العيب مضمونا من طرف البائع.

وعلى كل حال نصت المادة 06 من المرسوم 90/266 على " أنه يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب وفق ما تقتضيه مفهوم المادة 3 [[16]](#footnote-16) والمسؤولية وفق هذا هي مسؤولية تقصيرية وهي مسؤولية شخصية وليست موضوعية.

**المبحث الثاني: الجزاء الجنائي:**

المشرع الجزائري كباقي مشرعي العالم ذهب إلى تكريس الجزاء الجنائي على عاتق المهنيين في تصرفاتهم مع المستهلكين نظرا لما للاستهلاك من آثار على حياة المستهلك اليومية وهذا التكريس هدفه هو حماية للطرف الضعيف في العقد لا سيما أمام تجاوزات بعض المهنيين الذين يلجؤون إلى مخالفة القانون والأخلاق بهدف الربح السهل والسريع.

ولقد سبق تعريف العلامة بأنها إشارة تعد لتمييز منتجات مصنع عن منتجات مصنع أخر حتى يتعرف الجمهور على حقيقة البضائع التي يشتريها وهي كذا تنشئ حقين: حق لصاحب العلامة بانفراده باستعمالها وحق للجمهور بعدم غشها حتى لا يخدع في مصدر البضاعة التي يشتريها وإلا تسبب له اعتداء على شعوره.

وقد تدخل المشرع الجنائي لحماية الحقين استنادا إلى قمع المنافسة غير المشروعة ولكن أساس تدخله لحماية حق صاحب العلامة يختلف على أساس تدخله لحماية الحق الثاني.

أما تدخل المشرع لحماية حق صاحب العلامة فهو يهدف مباشرة إلى حماية هذا الحق ولو أنه بتدخله سيحمي بطريق غير مباشر حق الجمهور وقد اشترط في ذلك شرط التسجيل.

أما تدخله لحماية حق الجمهور فأساسه حماية هذا الحق مباشرة بغض النظر عن حماية حق صاحب العلامة لذلك نرى هذا الأخير يستفيد بطريق مباشر نتيجة هذه الحماية ونجد أنه في نواحي أخرى يضار من هذا التدخل.

وفي هذا الصدد وضعت التشريعات الخاصة بالعلامة نصوصا تحظر وتمنع تسجيل علامات معينة إما لتعلقها بالنظام العام أو الآداب العامة أو تتعلق بالرموز الخاصة بالدولة إضافة إلى أنها تدخلت بإيراد نصوص تتعلق ببيانات ضرورية وأساسية يشترط ملؤها عند تسجيل العلامة وأي مخالفة لهذه الشروط والبيانات يعد جرما يستحق العقاب ولذلك تدخل المشرع وأصبغ الحماية الجنائية على العلامة بكافة جوانبها وذلك لسد الأبواب أمام كل من تسول له نفسه الاعتداء على العلامة معتقدا أن ليس لها الحق في الحماية لهذا يعاقب على هذا الجرم لكونه يكاد يسبب ضررا للمستهلك نتيجة ترويج منتجات أو خدمات دون بيان صاحبها أو مصدرها ومعه يمكن القول بأن الجنح المنصوص عليها في قانون العلامات تهدف إلى حماية المستهلك أكثر من حماية صاحب العلامة وحتى في قوانين أخرى كقانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

يفترض فيمن يتقدم لتسجيل علامة تجارية لدى الجهات المختصة أن يقوم بملء البيانات الصحيحة عن العلامة التجارية والبضاعة أو الخدمة التي سيقوم بوضع هذه العلامة عليها خاصة وأن الجهة المختصة لديها تصنيفات خاصة للبضائع والخدمات ولذلك فإن أي بيان غير صحيح سيتم تدوينه لدى الجهات هو جرم يعاقب عليه القانون وذلك لتوفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية بكافة جوانبها وحتى في تسجيلها لدى الجهة المختصة.

حيث يفترض لقيام هذه الجريمة أن يقوم صاحب علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان علی العلامة يقصد به توليد اعتقاد لدى الآخرين بأن هذه العلامة مسجلة لدى الجهات المختصة مما يدعو هؤلاء إلى الاقبال على هذه البضائع معتقدين وبسبب وجود بيان على هذه العلامة بأنها مسجلة [[17]](#footnote-17) مما يودي إلى تضليل جمهور المستهلكين.

وقد نصت المادة 3 من الأمر رقم 03/06 المتعلق بالعلامات على أنه "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني.

يجب وضع العلامة على الغلاف أو على الحاوية عند استحالة ذلك إذا لم تسمح طبيعة أو خصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة.

لا يطبق هذا الالتزام على السلع والخدمات التي لا تسمح طبيعتها وخصائصها من وضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ توضح أحكام هذه المادة عند الحاجة عن طريق التنظيم.

وقد نصت المادة 4 من ذات الأمر "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".

هاتين المادتين والتي جاءت ضمن الباب الأول المتعلق بالتعاريف والالتزامات العامة.

وقد نصت المادة 33 من ذات الأمر كذلك والتي جاءت ضمن الباب السابع المتعلق بالمساس بالحقوق والعقوبات على أنه يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص.

1. الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة.
2. الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر.

إن الأحكام السالفة الذكر وخاصة المواد 3. 4 من الأمر 03/06هي أحكام آمرة لذا من المنطقي إخضاع كل من قام بخرقها لعقوبات جزائية.

ويستشف من خلال أحكام المادة 33 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات أنها تتكلم عن صورتين الصورة الأولى والمذكورة في الفقرة الأولى من ذات المادة وهي جنحة عدم وضع العلامة على المنتوجات أما الصورة الثانية المذكورة في الفقرة الثانية من ذات المادة وهي جنحة استعمال علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وهذا ما سنوضح اركانه في الفرع الأول وفي الفرع الثاني جزاء الإخلال بالالتزامات المشكلة للالتزام بإعلام من تسجيل واستعمال العلامة ووفق قوانين أخرى منها قانون الممارسة التجارية وكذا قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

**المطلب الأول: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام وفق قانون العلامات:**

قد يكتسي الاعتداء على العلامة اشكال مختلفة يترتب عليها رفع دعوى جزائية فقد یکون الاعتداء على العلامة ذاتها كتقليدها أو تشبيهيها ومنها ما يتعلق بخرق أحكام قانونية جاء بها المشرع في شأن العلامة وخاصة عدم وضع علامة على سلعة مقدمة للبيع او معروضة للبيع عبر كافة التراب الوطني كما يلاحظ أن المشرع لم يقصد حماية مالك العلامة فقط وإنما أراد حماية المستهلك أيضا وذلك من خلال تجريم تقديم سلع وخدمات بدون وضع علامة عليها وهذا ما سنتناوله في الفرع الاول وكذلك من خلال تجريم وضع واستعمال علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها نتطرق إليه في الفرع الثاني

**الفرع الأول: جريمة عدم وضع العلامة التجارية على المنتوجات**

نصت المادة 33 فقرة أولى من الأمر 03/06 يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف إلى مليوني دينار جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعهدوا لبيع أو عرض للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة وتقوم الجريمة المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 33 من الأمر 03/06على ركنين أساسيين رکن مادي ورکن معنوي.

1. **الركن المادي:**

يتمثل الركن المادي في جنحة عدم وضع علامة إلزامية في بيع أو عرض للبيع منتجات لا تحمل علامة إجبارية إذ نص المشرع في المادة 3 من الأمر المتعلق بالعلامات على أن علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت للبيع عبر كافة الإقليم الجزائري أو عند تصدير هذه السلع.

وجاءت هذه المادة أساسا لحماية المستهلك أكثر منه صاحب العلامة وهذا لمراقبة المنتوجات ونوعيتها ويتألف الركن المادي من عنصرين اثنين وهما كالتالي:

1. عدم وضع علامة إلزامية على سلع أو خدمات مقدمة في الجزائر أو معدة للتصدير.
2. بيع أو عرض للبيع سلع أو خدمات لا تحمل علامة و بالتالي تخرج من نطاق التجريم التصرفات الصناعة والزراعة أي علامة السلعة أو الخدمة إلزامية حتى ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه ويعاقب أيضا كل من يبيع أو يعرض منتجات خالية من العلامة الإلزامية أو إعلانها للجمهور ولا بد أن توضع العلامة لأنها تتعلق بسمعة البلد وشهرته كما تبين مصدر السلعة غير أن هذا الالتزام له استثناء وهو أنه لا يطبق على السلع والخدمات التي لا تسمح طبيعتها و خصائصها بوضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ.
3. **الركن المعنوي:**

الركن المعنوي هو هذه الرابطة المعنوية أو الصلة النفسية أو العلاقة الأدبية التي تربط بين ماديات الجريمة ونفسية فاعلها بحيث يمكن أن يقال بأن الفعل هو نتيجة لإرادة الفاعل وبالتالي فإن قيام هذه الرابطة هي التي تعطى للواقعة وصفها القانوني فتكتمل صورتها وتوصف بالجريمة[[18]](#footnote-18) .

فالمشرع في المادة 33 الفقرة الأولى أدرج الركن المعنوي في جنحة عدم وضع العلامة الإجبارية فيما يستشف من قوله: "... أو الذين تعمدوا... " أي ببيع السلع أو عرضها للبيع وهو يعلم أنها لا تحمل علامة غير أن هذا الركن يخضع السلطة التقديرية لقاضي الموضوع من خلال تقديره لوقائع القضية فيما إذا كان صاحب السلع حسن النية أو سيء النية.

**الفرع الثاني: جريمة استعمال علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها**

نصت المادة 33 الفقرة الثانية من الأمر 03/06 "يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو إحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر[[19]](#footnote-19) وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر وتقوم الجريمة المنصوص عليها في الفقرة الثانية على ركنين أساسيين رکن مادي ورکن معنوي.

1. **الركن المادي:**

يتجسد الركن المادي في وضع علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها على منتجات أو لم يستكمل الإجراءات القانونية والإدارية لتسجيل العلامة كما سبق بيانه وكذا وضع علامة انتهت فترة حمايتها ولم يتقدم صاحبها بطلب تجديدها وقصد المشرع في تجريمه لهذا الفعل حماية المستهلك نتيجة لترويج سلع وخدمات دون بيان صاحبها أو مصدرها وبالتالي فإن هذه الحماية لم تكن مقررة لصاحب العلامة.

1. **الركن المعنوي:**

يتجسد الركن المعنوي في جنحة استعمال علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها في علم صاحب المنتجات والسلع بأن العلامة الموضوعة على السلع أو الخدمات غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها مع توافر سوء النية واشتراط المشرع ما يتضح من خلال ذات المادة في عبارة " الذين وضعوا..." في ذات النص أي تعمدوا وضع العلامة غير المسجلة على المنتجات والسلع وهنا يتمتع قضاة الموضوع بالسلطة التقديرية في تقدير توافر سوء النية من عدمه.

**المطلب الثاني: الجزاء وفق قانون حماية المستهلك وقمع الغش**

ترتب على التطور الصناعي وتعقيد السلع والخدمات التي يتعامل بها المستهلك و كذلك كثافة الحملات الإعلامية أو الدعائية باتت تشكل خطر جسيم على حقوق المستهلكين وتهدد بحق التوازن العقدي في عقود الاستهلاك فالمستهلك في أغلب الأحوال إن لم يكن في مطلقها غير قادر على التمييز بين سلعة وأخرى أو بين خدمة وأخرى ولاسيما في ظل ما يمكن أن نطبق عليه الهجوم الإعلامي للمنتجين و كثافة الإعلانات التي تروج لما يقدمونه من سلع أو خدمات والتي قد تدفع المستهلك أحيانا إلى التعجل في إبرام العقود ثم يتبين له بعد ذلك عدم ضرورة السلعة أو عدم مطابقتها لاحتياجاته فیضحي ضروريا توفير آليات قانونية تتيح حمايته.

وتتجلى أهمية وجود قانون حماية المستهلك من حيث أنه يحمي مصالح معظم أبناء المجتمع حيث صار المجتمع تقريبا كله مستهلك للسلع والخدمات ولعل هذا ما يبرر تطور حماية المستهلك جليا بل صار كذلك يمتد ليشمل توفير الإجراءات الحمائية في شتى مراحل التعاقد لكتابة تنوير وحماية إرادة المستهلك باعتباره الطرف الضعيف الأولى بالرعاية.

وبعد انفتاح الجزائر على اقتصاد السوق كان لا بد من وجود نصوص قانونية لحماية المستهلك وعلى هذا الأساس جاء القانون رقم 89/02 المؤرخ في 07/02/1989المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وجاءت بعده النصوص التنظيمية ثم جاء القانون 09/03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وبموجب المادة 94 منه ألغى أحكام القانون رقم 89/02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وأبقى على نصوصه التطبيقية السارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها وتميز هذا القانون بأنه أشمل وأرقى من سابقه لأنه يحتوي على 95 مادة وتضمن جزاءات ردعية أكثر شدة من الجزاءات المنصوص عليها سابقا وهذا لتوفير حماية أكبر للمستهلك.

وقد نص القانون 09/03 في مادته 17 على إلزامية إعلام المستهلك والتي قررت بأنه يجب علی كل متدخل[[20]](#footnote-20)، أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخري مناسبة.

وتحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم.

كما نصت المادة 18 من ذات القانون على أنه يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتوج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.

الجزاء المترتب عن الإخلال بهذا الالتزام أي الالتزام بالإعلام نص عليها قانون حماية المستهلك فعدم الإعلام بالوسم يقترن بطبيعة الحال بمسؤولية مدنية كما ذكرنا انفا وأخرى جزائية وقد نصت المادة 78 من قانون 09/03 المعدل والمتم بالقانون رقم 08/09 على أنه يعاقب من مائة ألف دينار 100.00 دج إلى مليون دينار 1.000.000 دج كل من يخالف إلزامية إعلام المستهلك المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من هذا القانون فبمجرد عرض منتوج سواء سلعة أو خدمة بدون وسم أو أي علامة أو بدون تسجيل العلامة أو بتخلف إحدى البيانات يرتب هذا الجزاء دون أن يشترط في ذلك إبرام عقد مع المستهلك أو إحداث ضرر للمستهلك وبالتالي نجد أن مسألة إخلال الالتزام بالإعلام عن طريق العلامة وجزائه جنائيا متباين بين الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات بموجب المادة 33 منه والقانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ففي الحالتين نكون كذلك في وضع الفعل الواحد الذي ينطبق عليه نصان يتضمنان عقوبات مختلفة وكما ذكر يكون الاحتكام إلى القواعد العامة للقانون الجزائي للفصل في النص الواجب التطبيق وفق معايير معيار النص الأحدث ومعيار النص الأشد و معيار النص الأخص.

فإذا عملنا بالمعيار الأول أي النص الأحدث لا شك في أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09/03 الذي صدر سنة 2009 أحدث من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات الذي صدر في سنة 2003.

وإذا عملنا بالمعيار الثاني أي النص الأخص يكون الأمر 03/06المتعلق بالعلامات هو الأخص بموضوع العلامات.

وإذا عملنا بالمعيار الثالث أي النص الأشد وفق أحكام المادة 32 من قانون العقوبات فإن العقوبة المنصوص عليها بموجب الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات والمتمثلة في الحبس من شهر إلى سنة وبغرامة مالية من خمسمائة ألف دينار جزائري إلى مليوني دينار جزائري أو إحدى العقوبتين وفقا للمادة 33 من الأمر أما المادة 78 من القانون 09/03 تنص على عقوبة غرامة مالية فقط محددة بمائة ألف دينار جزائري إلى مليون دينار جزائري.

نستخلص مما سبق أن الترجيح يكون وفق المعايير التي ذكرت لقانون العلامات الذي يعد هو النص الواجب التطبيق في حالة إخلال صاحب العلامة أو مستعملها وفق الالتزامات المفروضة عليه قانونا وعليه نطبق نص المادة 33 من الأمر 03/06.

غير أنه وبموجب المادة 82 من قانون حماية المستهلك نص على أنه إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد68 و69 و70 و71 و73 و78 أعلاه تصادر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون.

**الخاتمة**

من خلال دراستا لموضوع العلامة كالتزام بالإعلام المقرر للمستهلك و جزاء الاخلال به يتضح أن المشرع فرض علي المتدخل إجراءات في موضوع العلامة كعنصر من عناصر الملكية الصناعية و في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام وفق الالتزامات المستنبطة من قانون العلامات سواء في هذا القانون أو في أحكام القانون المدني هذه الجزاءات منها المدنية التي تتشكل من عدة جوانب منها الجانب الوقائي الذي تمارسه الهيئة المكلفة بالتسجيل، كما للمستهلك في حد ذاته الاعتراض على تسجيل العلامة أمام القضاء في حالات حددها القانون وجزاءات وفق أحكام القانون المدني وفق نظريتي عيوب الرضا وضمان العيوب الخفية وكذا إلى جانب جزاءات جزائية نتيجة الإخلال بالالتزام بالإعلام.

كل هذه الجزاءات المتعددة والتي فرضها المشرع هدفها الأسمى هو إعطاء أكثر حماية للمستهلك في مجال العلامات بمختلف أنواعها سواء تجارية أو خدماتية في حالة وقوع تضليل للمستهلك الذي يعد الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية وهذا التدخل هدفه إحداث التوازن العقدي من خلال فرض الالتزام بالإعلام والذي يعد أهم المبادئ التي تعد حق من حقوق المستهلك.

**قائمة المراجع**

1. عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري القسم العام الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
2. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، 2011.
3. حسين مبروك، المدونة الجزائرية للملكية الفكرية، دار هومة الجزائر، الطبعة الأولى،2010.
4. القاضي عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012.
5. محمد عبد الرحيم الناغي، الحماية الجنائية للمرسوم والنماذج الصناعية: دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009.

**المحاضرات**

1. بدري عبد الوهاب، محاضرات في الملكية الفكرية ملقاة على القضاة العاملين، التكوين التخصصي قانون أعمال، الدفعة العاشرة، المدرسة العليا للمصرفة، بوزريعة، سنة 2001.
2. عجة الجيلالي، محاضرات منازعات العلامات الصناعية والتجارية، كلية الحقوق، جامعة الشلف، 2007/2008.

**المجلات**

مجلة المحكمة العليا، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، عدد خاص، قسم الوثائق، 2012

**رسائل الدكتوراه**

حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008/2009.

**القوانين**

القانون رقم 09/03 المؤرخ في 25/04/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15 سنة 2009.

القانون رقم 18/09 المؤرخ في 10 يونيو 2013 المعدل والمتم للقانون 09/03، الجريدة الرسمية عدد 35 سنة 2018.

**الأوامر**

الامر رقم 75/58 المؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية عدد 78 لسنة 1975.

الأمر 03/06 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 لسنة 2003.

**المراسيم**

المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، الجريدة الرسمية عدد 40 سنة 1990.

المرسوم التنفيذي رقم 98/69 المؤرخ في 21/02/1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية عدد 11 لسنة 1998.

1. المادة 86 من الأمر رقم 75-58، بتاريخ 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، عدد 78، الصادرة بتاريخ 30/09/1975. [↑](#footnote-ref-1)
2. د. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة منشورات الحلبي الحقوقية بيروت 2007، ص9. [↑](#footnote-ref-2)
3. المادة 17 من القانون 09/03 " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى. [↑](#footnote-ref-3)
4. القاضي عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2012 ص60. [↑](#footnote-ref-4)
5. المادتين 20، 21 من الأمر 2003/06 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 2003. [↑](#footnote-ref-5)
6. المادة 2 من المرسوم 68 / 98 «المعهد... تتمتع بالشخصية المدنية... "،،الجريدة الرسمية عدد 11 1998. [↑](#footnote-ref-6)
7. المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية قرار رقم 503313 صادر بتاريخ 01/04/2009 منشور في عدد خاص بالتقليد، ص 34. 35. 36. [↑](#footnote-ref-7)
8. د. عجة الجيلالي، محاضرات منازعات العلامات الصناعية والتجارية، كلية الحقوق، جامعة الشلف، موسم 2007/2008، ص14.  [↑](#footnote-ref-8)
9. المحكمة العليا، قرار الغرفة التجارية والبحرية،04/02/2010، تحت رقم 595068، منشور في مجلة المحكمة العليا، المرجع السابق، ص33.  [↑](#footnote-ref-9)
10. المادة 20، فقرة 2 من الأمر رقم 03/06، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق. [↑](#footnote-ref-10)
11. حسين مبروك، المدونة الجزائرية للملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2010، ص 120 . [↑](#footnote-ref-11)
12. بدري عبد الوهاب محاضرات في الملكية الفكرية ملقاة على القضاة العاملين، التكوين التخصصي قانون اعمال، الدفعة العاشرة المدرسة العليا للمصرفة بوزريعة 2011 ص 07. [↑](#footnote-ref-12)
13. حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر كلية الحقوق، 2008/2009، ص 117. [↑](#footnote-ref-13)
14. المادة 82 وقد يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يمنع معه التعاقد من إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط. ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة لشيء يراها المتعاقد بين جوهرية أو يجب اعتبارها كذلك نظرا شروط العقد ولحسن النية. إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته وكانت تلك الخدمات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد.

    [↑](#footnote-ref-14)
15. يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد، ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن التدليس كله ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة. [↑](#footnote-ref-15)
16. المادة 3 من المرسوم تنفيذي 90/266 يجب على المحترف أن يضمن علامة المنتوج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتوج. [↑](#footnote-ref-16)
17. د. محمد عبد الرحيم الناغي، الحماية الجنائية للرسوم والنماذج الصناعية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة. ، 2009، ص 202. [↑](#footnote-ref-17)
18. عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام الجزء الأول الجريمة، ديوان المطبوعات الجامعة الجزائر طبعة 1995، ص 231. [↑](#footnote-ref-18)
19. المادة 4 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة ". [↑](#footnote-ref-19)
20. المادة 3 من القانون 09/03 نصت على أن "المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك." [↑](#footnote-ref-20)