

العلامة كالتزام بالإعلام المقرر للمستهلك وجزاء الاخلال به

The mark as an obligation to inform the consumer and the penalty for breaching it

لحاق عيسى

جامعة عمار ثليجي، الأغواط

مخبر بحث الحقوق والعلوم السياسية

LAGAGAISSA03@gmail.com

لشخم رضوان *

جامعة عمار ثليجي، الأغواط

مخبر بحث الحقوق والعلوم السياسية

Lachkhemredouane03@gmail.com



- تاريخ النشر: 2022/06/05

- تاريخ القبول: 2022/05/06

- تاريخ الإرسال: 2022/04/17

ملخص:

تعتبر العلامات من بين الحقوق الاساسية للملكية الصناعية والتي عرفتها البشرية منذ القدم وتحديدًا قبل 3 الاف عام حيث كان الصناع الهنود يرسمون اختتامهم علي مبتكراتهم الخزفية ومع ظهور الثورة الصناعية تزايد الاهتمام بالعلامات حتي انها اصبحت احد سمات الاقتصاد الحديث والوسيلة الاساسية للتمييز بين السلع وفرض المشرع علي صاحب العلامة او كل من له حق استعمالها التزامات تهدف كلها الي تنوير ارادة المستهلك وذلك بالزام كل متدخل بواجب الاعلام من تسجيل العلامة واستعمالها استعمالا جديا الي مطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية والتي تكرر مبدأ الاستجابة للرغبات المشروعة للمستهلك وعلي هذا الاساس نص المشرع سواء في احكام قانون العلامات او احكام القانون المدني او احكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش الي جزاءات مدنية وجزاءات 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 s features and the basic mean for escellience among the goods which the legislator 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

* - المؤلف المرسل:

the legal specifications which dedicates the principle of responding to legitimate desires to the consumer on that base , the legislation made a law provision of the law of brands , provision of civil law , or provision of consumer protection act and fraud suppression to civil 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:

ان المشرع في اطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش والنصوص التنظيمية له السارية المفعول قد وضعت وسائل خاصة لنقل الإعلام إلى المستهلكين والتي تعد العلامة من أهم الوسائل وعلى هذا الأساس نص المشرع سواء في أحكام قانون العلامات أو أحكام القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش والاشكالية 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 الضرر¹ 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 بتسجيل العلامات الذي هو في الحقيقة التزام المهني بواجب الالتزام تجاه المستهلك ولعل الأسباب التي دفعتنا إلى اعتبار أن رفض التسجيل من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يعتبر من وسائل الحماية المدنية وذلك إذا ما تطرقنا إلى النتيجة 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 العلامات² وذلك عدد تحقيق حالات

¹ القاضي عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2012 ص 60.

² المادتين 20، 21 من الأمر 06/2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 2003.

معينة مراعاة لمصلحة المستهلك والذي يعد أساسا جزاء وقائي، وما يجعلنا خاصة نقول أنا على إصباح الإجراءات التي تتم أمام المعهد الوطني 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 للمعهد¹، بالإضافة إلى ما أقرته المحكمة العليا في قراراتها² 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 2008/02/25 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 وجزءا 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 و 21 من الأمر 06/03 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 06/03 على رموز والتي تعد مستثناه من التسجيل والتي من خلال استقراءها 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 حولت المادتين 20.21 من نفس الأمر للمستهلك حق الاعتراض على تسجيل العلامة إذ ورد في النص مصطلح غير موحى 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 01/02 أي ألا تكون العلامة قابلة للتمثيل... لا سيما الكلمات بما

¹ المادة 2 من المرسوم 68 / 98 «المعهد... تتمتع بالشخصية المدنية»...، الجريدة الرسمية عدد 11 1998.

² المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية قرار رقم 503313 صادر بتاريخ 2009/04/01 منشور في عدد خاص بالتقليد، ص 34. 35. 36.

فيها أسماء الأشخاص والأرقام والرسومات أو الصور أو الأشكال المميزة للسلع أو تزيينها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز 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 تقليدياً 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 السكنية العامة أو الصحة العمومية وعلى هذا الأساس لا يجوز تسجيل علامة لترويج العطور تحمل اسم "كوكاين نظراً لكون هذه العلامة قد تفسر على أنه تشجيع لتعاطي المخدرات في المجتمع كذلك لا يمكن تسجيل علامة تحمل تسمية رئيس دولة¹ أما الرموز المخالفة للآداب العامة فيقصد بها تلك الرموز التي تمس بالأخلاق والقيم السائدة في المجتمع رموز التي تحمل من بين عناصرها نقلاً أو تقليداً لشعارات رسمية أو أعلام

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 06/03 كذلك حق اعتراض على تسجيل العلامة أمام القضاء وذلك بأنه وسع من حيث الأطراف الذين يمكن لهم الاعتراض على تسجيل العلامة 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 7 من 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 06/03 والتي هي في الحقيقة قاعدة موضوعية غير أنها تعطي للمستهلك الصفة في أهلية التقاضي والمطالبة بإبطال العلامة وكذلك أحكام المادة 27 من المرسوم التنفيذي 277/05 المحدد كإجراءات إيداع العلامات وتسجيلها وكما ذكر فإن الدعوى والتي يجوز للمستهلك رفعها من أجل إبطال العلامة بعد تسجيل في حالة تحقق عدة شروط سواء شكلية

¹ عجة الجليلي، محاضرات منازعات العلامات الصناعية والتجارية، كلية الحقوق، جامعة الشلف، موسم 2007/2008، ص 14.

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 06/03 أي أن تكون قابلة للتمثيل الخطي وكذا الخالية من صفة التمييز

وفي قرار المحكمة العليا بتاريخ 1999/07/13 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 ¹ وتتقدم دعوى الإبطال بمرور 5 سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة

2- 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 و 25 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وكذا المادة 28 من المرسوم 277/05 المحدد كليات إيداع العلامات وتسجيله المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 346/08 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 و 25 من الأمر 06/03 ونميز هنا بين نوعين من الدعاوى دعوى إلغاء العادية ودعوى إلغاء العلامة الجماعية.

المطلب الثاني: الجزاء وفق القانون المدني:

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 يترتب جزاءات مدنية في حالة الإخلال بحما 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 :

1- الغلط: الغلط الذي يعيب التراضي هو الغلط الجوهرى وفق نص المادة 82 من القانون المدني² 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

¹ حسين مبروك، المدونة الجزائرية للملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2010، ص 120.

² المادة 82 وقد يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامه 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 .

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 المنتج أو الخدمة كأن لا يتماشى مثلا البيانات المشار إليها في الوسم ومن بينها العلامة مع المنتج فيشتريها المستهلك ظنا منه أن خصائص هذا المنتج هي التي يشير إليها الوسم أو الوثيقة التي أرفقت معه.

2- التذليس: التذليس قد عرفته المادة 86 من القانون المدني¹ ويتضح منه أن التذليس ليس بحد ذاته هو العيب الذي يؤثر على الإرادة سلبا وإيجابا وإنما الغلط الذي يقع فيه الشخص نتيجة إبهامه بغير الحقيقة عن طريق بعض الحيل التي يستخدمها الغير أو شخص المتعاقد الآخر ولتذليس 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 للتذليس الذي يعتبر عيبا من عيوب الإرادة .

الفرع الثاني: الجزاء على ضوء نظرية الضمان :

وجد عقد الاستهلاك لوجود الاستهلاك ولولا وجود الثاني لما وجد الأول كونه غير منظم في القانون المدني لأنه يعتبر عقد غير مسمى كون المشرع لم ينظمه بأحكام خاصة به بل تركه لأحكام عامة - فحتى العقود المسماة يمكن أن تكون عقود استهلاك للخاصية التي يتميز بها 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 ولعل 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 المباع إما بنقص قيمته أو بنقص منفعة بالإضافة إلى هذه العيوب هناك حالة تتصل بالمبيع بحيث لا تنقص من قيمة الشيء ولا من

¹ يجوز إبطال العقد للتذليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد، ويعتبر تذليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة إذا ثبت أن التذليس كله ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة.

نفعه إلا أنها تجعل المبيع غير مرغوب فيه من طرف المشتري وهي تخلف صفة ووفق ما ذكر يتم تنفيذ هذا الضمان إما بإصلاح المنتج والذي يعد تنفيذًا عينياً 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 مالكيها وهذا ما يعتبر من حسن إصلاح العيب أو استبدال المنتج والذي يعد تنفيذًا 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 أو الخدمة بين أن يردّها أو يحتفظ بها ويبقى حقه في الحصول على تعويض ما لحقه من ضرر جراء العيب مضمونا من طرف البائع.

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 .

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 .

حيث يفترض لقيام هذه الجريمة أن يقوم صاحب علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان على 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 مسجلة¹ مما يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين.

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.

ويستشف من خلال أحكام المادة 33 من الأمر 06/03 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 أركانه 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 .

¹ محمد عبد الرحيم الناغي، الحماية الجنائية للرسوم والنماذج الصناعية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009، ص 202 .

المطلب الأول: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام وفق قانون العلامات :

سنتناول في الفرع الأول 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 المنتجات

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 المنتجات ونوعيتها

2- الركن المعنوي: 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

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 .

2- الركن المعنوي: يتجسد الركن المعنوي في جنحة استعمال علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها في علم

صاحب المنتجات والسلع بأن العلامة الموضوعية 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

بعد انفتاح الجزائر على اقتصاد السوق كان لا بد من وجود نصوص قانونية لحماية المستهلك وعلى هذا

الأساس جاء القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وجاءت بعده النصوص التنظيمية ثم جاء القانون 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وبموجب المادة 94 منه ألغى أحكام القانون رقم 02/89 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 ردية أكثر شدة من الجزاءات المنصوص عليها سابقا وهذا لتوفير حماية أكبر للمستهلك .

وقد نص القانون 03/09 في مادته 17 على إلزامية إعلام المستهلك والتي قررت بأنه يجب على كل متدخل¹، أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة .

وتحدد شروط وكيفية تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم .

الجزاء المترتب عن الإخلال بهذا الالتزام أي الالتزام بالإعلام نص عليها قانون حماية المستهلك فعدم الإعلام بالوسم يقتزن بطبيعة الحال بمسؤولية مدنية كما ذكرنا انفا وأخرى جزائية وقد نصت المادة 78 من قانون 03/09 المعدل والمتمم بالقانون رقم 09/08 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 منتج سواء سلعة أو خدمة بدون وسم أو أي علامة أو بدون تسجيل العلامة أو بتخلف إحدى البيانات يترتب 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 06/03 المتعلق بالعلامات بموجب المادة 33 منه والقانون رقم 03/09 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 الجزائري للفصل في النص الواجب التطبيق وفق معايير معيار النص الأحدث ومعيار النص الأشد ومعيار النص الأخص .

الخاتمة:

كل هذه الجزاءات المتعددة والتي فرضها المشرع هدفها الأسمى هو إعطاء أكثر حماية للمستهلك في مجال العلامات بمختلف أنواعها سواء تجارية أو خدمية 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 ومحاولة منا لايجاد بعض الحلول وتكملة لبعض النقائص قصد اعطاء حماية أكبر لحماية المستهلك ونقترح بعض الملاحظات واهمها ضرورة الرقي بوعي المستهلك بكافة الوسائل حتي تكون له دور من الوعي الاستهلاكي وضرورة معرفة المستهلك لحقة في التزام المتدخل بواجب الالتزام بالإعلام في مواجهته وحق المستهلك في ممارسة حقه حتي تقوم مسؤولية المتدخل بنوعها المدنية والجزائية والتي تنعكس طردا علي المستهلك من اجل حمايته .

¹ المادة 3 من القانون 03/09 نصت على أن "المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك."

قائمة المصادر والمراجع:

- 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 للمصرفية، بوزريعة، سنة 2001.
- 2- عجة الجيلالي، محاضرات منازعات العلامات الصناعية والتجارية، كلية الحقوق، جامعة الشلف، 2008/2007.

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، 2009/2008.

القوانين

- القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/04/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15 سنة 2009.
- القانون رقم 09/18 المؤرخ في 10 يونيو 2013 المعدل والمتم للقانون 03/09، الجريدة الرسمية عدد 35 سنة 2018.

الأوامر

- الامر رقم 58/75 المؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية عدد 78 لسنة 1975.
- الأمر 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 لسنة 2003.

المراسيم

- المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، الجريدة الرسمية عدد 40 سنة 1990.
- المرسوم التنفيذي رقم 69/98 المؤرخ في 21/02/1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية عدد 11 لسنة 1998.