



ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على

العلامة التجارية في القانون الكويتي

(دراسة مقارنة)

إعداد

الدكتور / محمد راشد مانع العجمي

أكاديمية سعد العبدالله للعلوم الأمنية (قسم القانون)

الإيميل الخاص بالباحث: Mryen1@hotmail.com

ملخص البحث:

يدور هذا البحث حول مدى ما تقرره القوانين الكويتية من حماية جنائية للمستهلك بشأن الاعتداء على العلامة التجارية بالغش والتدليس ولقد تم تقسيم هذا البحث إلى مبحثين تناولنا في المبحث الأول ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، فعرضنا تعريف المستهلك المشمول بالحماية وخلصنا إلى أن المقصود به هو المستهلك الطبيعي الذي يقع في الغش دون معرفة منه ولا خبره عكس المستهلك الاعتباري الذي لديه المعرفة والخبرة وتحميه قوانين أخرى، ومن ثم تطرقنا لهذه الحماية في القانون الكويتي من خلال عدت قوانين مثل قانون قمع الغش والتدليس وقانون حماية المستهلك وقانون نظام العلامات التجارية في مجلس التعاون الخليجي وقانون التجارة. وتناولنا في المبحث الثاني جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ورأينا أن هذه الجرائم تتمثل في أربعة أنواع وهي:

- جريمة تزوير العلامة التجارية.
- جريمة تقليد العلامة التجارية.
- جريمة وضع العلامة التجارية على السلع والخدمات بدون إذن مالكيها.
- جريمة استعمال العلامة التجارية بالبيع أو التداول والحيابة بدون ترخيص مالكيها.

وعرضنا أركان هذه الجرائم من خلال البحث.

وخلصنا في نهاية البحث إلى التوصيات التالية:

- تطبيق القانون رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥ على هذه الجرائم باعتباره أحدث القوانين.

- أن الشخص الطبيعي هو الشخص المراد حمايته جنائياً من خلال هذه القوانين.

- أن يمنح القاضي الجنائي الكويتي السلطة التقديرية في تقرير العقوبة المناسبة على الجاني وفقاً للفرقة بين ما إذا كان الجاني شخص طبيعى أو شخص معنوي (اعتباري).

- وأخيراً أوصينا بدمج نص المادة (٢/١) والمادة (٣/١) من قانون نظام العلامات التجارية رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥، حيث يكون النص بعد الدمج كما هو مذكور في توصيات البحث.

الكلمات الافتتاحية: الحماية الجنائية، المستهلك، العلامة التجارية، جرائم، تزوير، تقليد، استعمال.

**Criminal Protection of Natural Person
In Crimes of Trademark Abuse
under Kuwait Law
(Comparative Study)**

Name: Mohammad Rashed Manea Alajmi
Department of Law, Saad Alabdullah Security Sciences
Academy, State of Kuwait
Email: mryenl@hotmail.com

Abstract:

This paper discusses the provisions of Kuwait Laws on protection of the customer regarding the abuse of the trademark by forgery and counterfeit. This research is divided into two main chapters; the first chapter examines the meaning of criminal protection of the customer in the crimes of trademark abuse and the definition of the customer subject to such protection. It is concluded that the customer is the natural person the victim of forgery being lacking of the knowledge on the trademark rather than the legal person who has the knowledge and experience on the trademark and subject to protection under other laws. This paper highlights the extended protection given under several laws such as Forgery & Counterfeit Control Law, Customer Protection Law, Trademark System Law in GCC and Law of Commerce. The second chapter discusses the crimes of trademark abuse. Trademark abuse crimes are classified in four types: namely:

- Trademark forgery crimes
- Trademark imitation crimes
- Crimes of inserting a trademark in goods and services without the permission of the owner of such trademark
- Crimes of using a trademark in selling, merchandising and possession processes without the permission of the owner of such trademark

The elements of such crimes are discussed in this research.

The following are the recommendations of this paper:

- Applying Law No. ١٣/٢٠١٥ on such crimes as the recent law in this matter.
- The natural person is the person to be protected under such laws.
- Kuwait Criminal Judge should have discretionary power in assessing the appropriate sanction with considering the differentiation between the criminal is natural or legal person.
- Article ٢/١ and article ٣/١ should be merged in Law No. ١٣/٢٠١٥

Key words: Criminal Protection – Customer – Trademark – Crimes – Forgery – Imitation - Use

المقدمة

لا شك أن التطورات الاقتصادية في العالم في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد وعشرين أدى إلى ظهور نظام اقتصادي عالمي جديد وظهور العولمة الاقتصادية والذي أدى إلى زيادة المعاملات التجارية بين الدول بعضها وبعض وقد أدى تنوع السلع والخدمات محل التبادل إلى حرص الشركات المنتجة إلى تخصيص علامات تجارية تميز سلعتها وخدماتها عن غيرها من السلع والخدمات للشركات الأخرى.

وإذا كانت القوانين تحمي الشركات من الغش وذلك بالاعتماد على مبدأ المطابقة عند التسليم فإن هذا الشيء لا ينطبق على المستهلك العادي الذي يشتري هذه السلع والخدمات بحسن النية وفقاً للعلامات التجارية المميزة لها.

ولذلك حرصت القوانين في الدول المختلفة ودولة الكويت على حماية المستهلك جنائياً من الغش التجاري وخاصة الغش في العلامات التجارية وقد أصدرت العديد من القوانين في دولة الكويت لمعالجة الحماية الجنائية للمستهلك ومن أبرز هذه القوانين القانون التجاري الكويتي رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٠ وقانون قمع الغش والتدليس رقم (٦٢) لسنة ٢٠٠٢، وقانون حماية المستهلك رقم (٣٩) لسنة ٢٠١٤، والقانون رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥ في شأن الانضمام لاتفاقية نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي، وقد تناولت نصوص هذه القوانين ما يدل على حرصها على مكافحة جرائم الاعتداء على العلامات التجارية ويسعى هذا البحث إلى إلقاء نظرة موضوعية تحليلية على صور هذه الجرائم في القوانين المشار إليها سابقاً في دولة الكويت وخاصة القانون التجاري الكويتي الذي تناول صور هذه الجرائم بوضوح ويهدف هذا البحث إلى معرفة أنواع هذه الجرائم بالمقارنة مع القانون المقارن كذلك

يهدف البحث إلى تعريف المستهلك الكويتي بـ صور هذه الجرائم وكيفية عدم الوقوع فريسة لخداع التجار والباعة والمنتجين وقد اقتضت دراسة هذا البحث تناول المفاهيم التي تتعلق بالمستهلك و الحماية الجنائية له وكذلك تعريف المقصود بالعلامة التجارية وسوف نتناول هذا البحث في مبحثين كالتالي :

المبحث الأول: ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

المبحث الثاني: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

المبحث الأول

ماهية الحماية الجنائية للمستهلك

في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

لا شك أن التطورات الحديثة في الاقتصاديات العالمية وتزايد حرية التجارة في العالم، واستيراد وتصدير البضائع عبر الدول وحمل البضائع لعلامات تجارية مختلفة بقصد حماية البضاعة محل العلامة التجارية من الغش أدى إلى اهتمام دول العالم بالحماية الجنائية لهذه العلامات التجارية.

ومن هذه الدول، دولة الكويت، ويقتضي دراسة هذا الموضوع التعريف بالمستهلك والمقصود بالحماية الجنائية له، وكذلك تعريف العلامة التجارية موضع الحماية ولذلك سوف أقسم هذا المبحث إلى المطلبين التاليين:

المطلب الأول: المقصود بالحماية الجنائية للمستهلك.

المطلب الثاني: تعريف العلامة التجارية.

المطلب الأول

المقصود بالحماية الجنائية للمستهلك

يقتضي دراسة هذا المطلب التعرف على مفهوم المستهلك محل الحماية، كذلك المقصود بالحماية الجنائية للمستهلك.

الفرع الأول

تعريف المستهلك

من ناحية التعريف العام للمستهلك فقد ظهر معنى الاستهلاك والمستهلك في القرن التاسع عشر وخاصة لدى الاقتصاديين المهتمون بفعل الاستهلاك في حد ذاته إذ يعرفه بعضهم بأنه كل فرد يشتري سلعة أو خدمة لاستعماله الشخصي ليس من أجل التبضع أو من أجل استخدامها كبضاعة أو هو الشخص الأخير الذي يحوز ملكية السلعة، والاستهلاك أيضاً هو الإسراف والتبديد، واسم الصفة مستهلك وهو القابلية للفناء أو الاستفناء واسم الفاعل من الاستهلاك هو مستهلك، وهو الذي يقوم بعملية الاستهلاك.^(١)

أما عن التعريف الاقتصادي للمستهلك، فيعرفه البعض بأنه هو الذي يستعمل السلع أو الخدمات ليلبي حاجاته ورغباته الشخصية أو من يستعمل السلع والخدمات

١ - د. نصيف محمد حسين، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك، القاهرة، أكاديمية الشرطة، ١٩٩٧. رسالة دكتوراة ص ٢ وما بعدها.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

ليس من أجل التبضع، وهنا يخرج التعريف المهني الذي يحصل على السلع من أجل مهنته.^(١)

أما من ناحية التعريف القانوني للمستهلك، يمكن تناول التعريف القانوني للمستهلك من خلال تعريف الفقه القانوني أولاً ثم تعريف التشريعات وخاصة التشريع الفرنسي والمصري والكويتي.

أولاً: تعريف المستهلك في الفقه القانوني:

يعرف البعض المستهلك وفقاً للمفهوم الضيق بأنه هو ذلك الشخص الذي يمتلك أو يستخدم سلعة أو خدمات للاستخدام غير المهني.^(٢)

ويعرف آخر المستهلك بأنه الشخص الذي لأجل احتياجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفاً في عقد التزود بالسلع والخدمات ويعرف بأنه كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك.^(٣)

ويعرف البعض من الفقه المصري المستهلك بأنه كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية من أجل الحصول على سلعة أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية أو العائلية وبالتالي فهو في منظور القانون الشخص الذي يقوم بإبرام العقود لشراء المواد

١ - د. فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٥، ص ٤٠.

٢ - Jean, Calais - Aulnoy " l'influencé des droit de la consommation sur le droit civil des contrats R.T.D.civ, ٩٣ année, eds. Avril. Jun, ١٩٨٩. p. ٢٣٤
٣- Didier ferrier, la protection des consommateurs, Dalloz, ١٩٩٦ p. ١٣ et. s
- Philippe " Moulineau d " La protection des consommateurs, ١٩٨١, P. ٤٦

الغذائية أو الحصول على سيارة ومن يقترض أو يبرم عقد تأمين إلى غير ذلك من التصرفات.^(١)

ويعرف البعض من الفقه الكويتي أن المستهلك هو ذلك الشخص الذي يبرم عقود مختلفة من شراء وإيجار وغيرهما من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع ومواد وخدمات وأغذية وأدوية لإشباع حاجاته الضرورية والكمالية الحالية والمستقبلية، دون أن تكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها، كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع (التاجر) ودون أن تتوفر له القدرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها، من خلال هذا التعريف يمكن تحديد المقصود بالمستهلك عن طريق تحديد ثلاث خصائص له وذلك كما يأتي:

(١) فهو الشخص الطبيعي أي الإنسان أو المعنوي (الشركة أو المؤسسة أو الجمعية) الذي يبرم عقوداً متكررة لكي يشبع حاجاته الفردية أو الأسرية أو تلك التي ترتبط بشؤون حياته اليومية.

(٢) وهو يبرم العقود المشار إليها في سبيل الحصول على السلع والخدمات لكي ينتفع بها، دون أن تكون لديه نية مسبقة للمضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة بيعها أو تصنيعها، فالفرد يحصل على الملابس ليلبسها هو وأفراد عائلته والأغذية ليأكلها والسيارات ليقودها والمنزل ليسكنه وكل فرد يمكن أن يعتبر مستهلك على هذا الأساس حتى ولو كان منتجاً لسلعة ما فإنه يعد مستهلكاً للسلع الغذائية والأدوات الكهربائية الأخرى وعليه فإنه يستحق الحماية حتى يسعى للحصول على هذه السلع لاستهلاكه الشخصي.

١ - د. حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٨٦، ص ١٠، راجع أيضاً، د. عمر محمد عبدالباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، الإسكندرية، منشأة المعارف ٢٠٠٤، ص ٢٢، ٢٣.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

٣) تعاضم الحاجة لحماية المستهلك في المجتمعات المعاصرة نظراً للمخاطر الكبيرة التي تتطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها فلقد كان من الضروري أن تتدخل الدولة لتقديم ضمانات عديدة للمستهلك، وللتقليل من مخاطر شرائه سلعة أو آلة غير مطابقة لمواصفات معينة تضمن سلامته أو إجراء وقوعه ضحية لتقليل المنتج أو احتكاره للسلعة أو هيمنته على العملية التعاقدية الاستهلاكية.^(١)

ونلاحظ أن المفهوم الضيق للمستهلك يعتمد على ما يبرره البعض ونؤيده في ذلك من أن المهني أكثر خبرة إذا تعاقد لحاجات مهنته ويحسن الدفاع عن مصالحه بشكل أفضل.

لأن المهني يمكن أن يستعين بخبير إذا تعلق الأمر بتصرفاته التجارية، والسياسة التشريعية تهدف لحماية الطرف الضعيف وفقاً للمفهوم القانوني للاستهلاك فإنه يقتصر على الاستهلاك الشخصي أو العائلي ولا يمتد إلى التصرفات التي تهدف إلى خدمة أغراض المهنة.^(٢)

يتضح من العرض السابق لمفهوم المستهلك الضيق أن هذا الاتجاه يرى أن يقتصر تعريف المستهلك على الشخص الذي يشتري السلعة أو الخدمة لغرض إشباع حاجاته الشخصية وهذا ما يسعى القانون لحمايته لعدم خبرته ودرايته، فهو أولى بالحماية من المهني والتاجر المحترف الذي تحميه قوانين أخرى يمكن اللجوء إليها عكس قانون حماية المستهلك الذي وضع لحماية المستهلك الحقيقي في المفهوم الضيق.

١ - د. جمال النكاس، حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي، مجله الحقوق، العدد الثاني السنة الثالثة عشر، يونيو ١٩٨٩، جامعة الكويت ص ٤٧ وما بعدها.

٢ - د. خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة - دراسة مقارنة - القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٧، ص ٥٢ وما بعدها.

وعندما ننظر إلى تقدير المفهوم الضيق للمستهلك نجد أن هذا الجانب من الفقه اعتمد على فكرة تخصيص السلعة أو الخدمة للاستعمال الشخصي كمعيار للترقية بين المستهلك والمهني كذلك أخذ البعض ممن ينتمون إلى الاتجاه الفقهي الآخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك عدم انطباق هذا المفهوم الضيق على (الشخص المعنوي) مما يثير معه التساؤل عما إذا كان الشخص المعنوي يعتبر مستهلك أم لا، وفقاً للتعريف السابق فإن المستهلك هو كل شخص طبيعي ومن ثم فقد حسم هذا الاتجاه الرأي فيما يتعلق بالشخص المعنوي، إذا استبعده من الانطواء تحت عناصر هذا المفهوم.^(١)

أما عن تعريف المستهلك في التشريعات المقارنة فلم يضع المشرع الفرنسي تعريف المستهلك في مدونه الاستهلاك وترك وضع هذا التعريف للفقه والقضاء بحيث يجتهد بما يضمن المرونة والتطور في وضع تعريفات تتوافق مع التوجيهات الأوروبية.^(٢)

أما عن تعريف المستهلك في التشريع المصري فقد عرفت المادة الأولى من القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك بأنه " كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص."

ويرى البعض أن هذا التعريف يقوم على الغرض من التصرف إذا كان هذا الغرض بعيداً عن نشاطه المهني وغير مرتبط به، مثل التصرفات التي يجريها لإشباع

١ - د. محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٥، ص ٢٣.

٢- voir jans calait - Aulnoy , Frank , smmetz , droit de la consommation , ٥ Ed , ٢٠٠٥ , paris , Dalloz . p. ٦

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

حاجاته اليومية أو الأسرية، فإنه يكون مستهلكاً بخلاف ما إذا كان الغرض من التصرف يتعلق بنشاط الشخص المهني، حيث لا يعد في هذه الحالة مستهلكاً جديراً بالحماية، ولو اتسم مركزه الاقتصادي بالضعف.^(١)

ونرى هنا أن المشرع المصري في قانون حماية المستهلك السالف الذكر قد أخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك حيث لم يحدد نوعية الشخص المراد حمايته وترك الباب مفتوحاً للاجتهاد بحيث جعل الشخص المعنوي وفقاً للقانون ضمن المستهلكين الذي يهدف حمايته مع أن الشخص المعنوي قد يحصل على السلعة كما قيل لحاجاته الشخصية أو العائلية وبالطبع فإن الحاجات الشخصية للشخص المعنوي قد تكون لاستخدامها في المصنع أو المتجر بقصد صناعتها أو التجارة بها لذلك كان يجب على المشرع أن يضيف إلى كلمة كل شخص (طبيعي).

أما التشريع الكويتي فقد عرف المشرع المستهلك في الفقرة (٤) من المادة الأولى من القانون رقم ٣٩ لسنة ٢٠١٤ بشأن حماية المستهلك بأنه " كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري سلعة أو خدمة بمقابل أو يستفيد من أي منها بغرض الاستهلاك أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها".

يلاحظ على هذا التعريف أنه أخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك حيث جعله إما أن يكون شخص طبيعي أو شخص اعتباري، كما أن الشخص الاعتباري استهلاكه للسلعة قد يكون بطرق متعددة إما بيعها مرة أخرى أو تصنيفها أو تحويلها إلى سلعة أخرى يتعامل بها.

١ - د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٨، ص ٣٢.

كما أن عبارة (يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنه) عبارة وإضافة غير لازمة، لأن التعريف في بدايته يقول " يشتري بمقابل ... فالشراء بمقابل إما أن يكون عن طريق التعاقد أو التعامل الفوري بين المتعاملين ونرى أن إضافة الشخص الاعتباري للمستهلك المطلوب حمايته غير لازم، لأن هناك قوانين أخرى تحمي المستهلك الاعتباري مثل قانون التجارة أو قانون الشركات أو القانون المدني إلى الآخر من القوانين التي تنظم العلاقة العقدية بين الشخص الاعتباري وغيره من الأشخاص.

الفرع الثاني

تعريف الحماية الجنائية للمستهلك

نشأت فكرة الحماية الجنائية للمستهلك من خلال تعاملات الأفراد أو الأشخاص في السلع والخدمات التي يحتاجونها لإشباع حاجاتهم ورغباتهم فكانت نتيجة هذه التعاملات ما يعانيه المستهلك من بعض التجار في زيادة الأسعار والغش في السلع أو احتكارها فكان لابد من نظام يعمل على حماية المستهلك من جشع هؤلاء التجار ويعاقبهم على مخالفتهم لهذا النظام.

فقد تعددت مظاهر الاهتمام بحماية المستهلك في القوانين الحديثة كما انتهج المشرع الكويتي نفس المسار في الاهتمام بالحماية للمستهلك سواء في قانون الجزاء أو قانون التجارة أو القانون المدني، قانون قمع الغش، والتدليس أو قانون حماية المستهلك رقم (٣٩) لسنة ٢٠١٤ ونعرض فيما يلي مظاهر الحماية الجنائية للمستهلك في القانون الفرنسي والمصري والكويتي.

أولاً: حماية المستهلك في القانون الفرنسي:

مر تطور حماية المستهلك في فرنسا بمراحل مختلفة من تدخل الدولة إلى عدم تدخلها إلى تدخلها مرة أخرى بعد الثورة الفرنسية فقد تدخلت الدولة الفرنسية لتنظيم العلاقة بين البائع والمشتري حيث أصدرت عام ١٣٠٥ أول قانون يعاقب بالغرامة ومصادره كل الحاصلات الزراعية التي تجلب إلى باريس وتباع علناً في السوق.

وفي ٢٠ إبريل سنة ١٣٩٣ منع عمدة باريس بيع الباعة الجائلين داخل الفنادق، ثم صدر قانون الملك جان الثاني الذي يعاقب على الغش، وقانون ١٩ سبتمبر ١٤٣٩ الذي نظم المكاييل والموازين ثم قانون لويس الحادي عشر الذي صدر عام ١٤٨١ بشأن غش اللبن وغيره من المواد الغذائية.^(١)

وبعد ظهور مبدأ حرية التجارة عام ١٧٧٤ وابتداع مقولة "دعه يعمل دعه يمر" تجاهل المهنيون هذه القوانين وضيقوا الخناق على المستهلكين ولم تتدخل الدولة حينئذ والتزمت الامتناع عن التدخل في الحياة الاقتصادية ثم جاءت الثورة الفرنسية وابتدت سلبية دور الدولة في حماية المستهلك حيث تم سن القوانين ومنه قانون العقوبات الفرنسي الصادر عام ١٨١١ الذي دعم المذهب الحر وخلا من كل نص يحمي حقوق المستهلك، أو عقوبة الغش، ثم ظهرت بعض التشريعات التي جاءت في صالح المستهلك منها قانون ١٨٢٢ الذي أصدره الملك لويس فليب الذي حرم عرض المواد الفاسدة أو التالفة للبيع وقانون ١٧ مارس الذي حرم الغش وتزييف المواد الغذائية وقرر له عقوبة، ثم قانون ٥ مايو ١٨٥٥ الذي طبق هذا التحريم على المشروبات وكانت نتيجة كثرة هذه القوانين أن امتلأت المحاكم بهذه القضايا، ثم

١ - د. مرفت عبدالمنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، القاهرة، دن، ١٩٩٧، ص ٣٦.

صدر قانون (اوت ١٩٠٥) ويتضمن فرض عقوبات على خداع المستهلك وغش السلع بعدما كثر التعامل بالغش والخداع، وقد حمل القانون عنوان الغش والتدليس في المواد الغذائية.

ثم أثار المستهلكون مشكلة جماعية عندما صار الحرفيون أكثر قوة تجاه المستهلكين الذين زاد أيضاً ضعفهم واختل بالتالي ميزان العملية الاقتصادية وهذا ما دعى إلى ضرورة حماية المستهلك اقتصادياً إلى جانب الحماية من الغشاشين والمخادعون حيث اهتم المشرع الفرنسي بحمايته أثناء تكوين العقد من الشروط التعسفية، وكذلك اهتم بحماية مصلحته الاقتصادية طبقاً لنصوص القانون الصادر في ٢٣ ديسمبر ١٩٧٦، ونصوص القانون الصادر في ٢٠ ديسمبر ١٩٧٧ حينما شرع نظام المساومة في الأسعار، وتحديد نسبة الربح في بعض السلع وضرورة الإعلان عن السلع وقد استعمل مصطلح قانون الاستهلاك لأول مرة في فرنسا في قانون ١٩٧٢ والقانون الصادر في ٢٧ ديسمبر ١٩٧٣ المعروف بقانون (Reger) الذي جرم الإعلان الكاذب إذ مد فيه المشرع نطاق الحماية إلى المنتجات والخدمات التي تخص المستهلكين وقانون ١٠ يناير ١٩٧٨ الذي يحمي المستهلكين من مخاطر الائتمان وشروط الإذعان، وقانون ١٨ يناير ١٩٩٢ الذي تضمن عدة نصوص في مجالات مختلفة لحماية المستهلك.^(١)

كما أصدر المشرع الفرنسي مدونة الاستهلاك سنة ١٩٩٣ التي جمعت كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك المتفرقة في عدة قوانين وقد أعدها في خمسة أجزاء عام ١٩٩٣.^(٢)

١ - د. فاطمة بحري، مرجع سابق، ص ٢٧.

٢ - د. مرفت عبدالمنعم صادق، مرجع سابق، ص ١٧.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

كما أن المشرع الفرنسي وبإصداره لقانون العقوبات سنة ١٩٩٢ والذي دخل حيز التنفيذ أول مارس ١٩٩٤ قد نص على بعض الجرائم التي يمكن أن تمثل حماية جديدة للمستهلك كجريمة إساءة استغلال ضعف المستهلك، جريمة تعرض الغير مباشرة لخطر الموت الفوري أو الإصابة بجروح من شأنها أن تؤدي إلى فصل عضو أو حدوث عاهة مستديمة وذلك بالمخالفة العمدية للالتزام خاص بالضمان أو بالحيطه يفرضه القانون أو اللائحة، هذا النص بحد ذاته تطبيقاً في مواقف يتعرض لها المستهلكون بفعل المنتجات، بل أن قانون العقوبات كان أكثر حماية للمستهلكين عندما قرر مسؤولية الأشخاص المعنوية عن جريمة التعرض للخطر.^(١)

ثانياً: الحماية الجنائية للمستهلك في مصر:

لقد بدأت مصر الاهتمام بحماية المستهلك منذ فترة طويلة من الزمن حيث بدأت تجريم الاحتكار عندما لجأ محافظ القاهرة في عام ١٨٣٠ إلى فرض عقوبات تتراوح بين الجلد بالسياط والحبس والأشغال الشاقة تبعاً لجسامه الجريمة.^(٢)

وفي عام ١٨٨٣ تضمن قانون العقوبات على مادة تعاقب على الغش وكذلك قانون ١٩٠٤ وقانون ١٩٣٧ الذي ضم المادة ٢٦٦ التي تعاقب على الغش والمادة ٣٤٧ التي تعاقب على الغش في المواد الذهبية والفضية ثم أصدر القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ الخاص بالعلامات التجارية وحل القانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ بشأن قمع التدليس والغش محل قانون ١٩٣٧ والذي توسع في التجريم حيث عاقب على الشروع في الخداع وفي الغش ثم صدرت عدة أوامر تعاقب على كل من يتسبب في التأثير على الأسعار حتى صدور القانون رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤ بتعديل بعض أحكام القانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ وتشديد العقوبات على الغش والتدليس وذلك لتفشي

١ - د. فاطمة بحري، مرجع سابق، ص ٢٩.

٢ - د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، مرجع سابق، ص ٣٨.

الغش والتدليس في المجتمع بسبب سياسة الانفتاح الاقتصادي وحرية المعاملات التجارية والصناعية.

كما أصدر المشرع عدة قوانين أخرى مكملة منها القانون رقم ١٠ لسنة ١٩٦٦ بشأن مراقبة الأغذية وتنظيم تداولها وعدل بمقتضى القانونين رقم ٣٠ لسنة ١٩٧٦ و ١٠٦ لسنة ١٩٨٠ الذي جرم الأغذية غير المطابقة للمواصفات أو غير صالحة للاستعمال الآدمي، بسبب غشها أو فسادها أو لأنها ضارة بالصحة أو تكون أماكن تداولها لا تستوفي شروط الصحة... الخ.

وصدر أيضاً القانون رقم ٦٨ لسنة ١٩٧٦ بشأن الرقابة على المعادن الثمينة والمعدل بالقانون رقم ٣ لسنة ١٩٩٤ بشأن مطابقة محتوى المشغولات المعدنية الثمينة للنسب المقررة لها قانوناً وصدر القانون رقم ١ لسنة ١٩٩٤ في شأن الوزن والقياس والكيل، وصدر القانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ (في شأن البيئة لأن حماية البيئة تؤدي إلى حماية المستهلك بطريق غير مباشر^(١)) وتنفيذاً لبعض هذه القوانين صدر القرار الوزاري رقم ١٠٧ لسنة ١٩٩٤ بشأن الالتزام بالإنتاج طبقاً للمواصفات القياسية والقرار رقم ١١٣ لسنة ١٩٩٤ بشأن حظر تداول السلع مجهولة المصدر أو غير مطابقة للمواصفات الذي يلزم مستوردي كافة السلع الاحتفاظ بالمستندات الدالة على الإفراج بمعرفة الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات.

كما صدر القرار رقم ٢٨٩ لسنة ١٩٩٧ بشأن حظر استعمال أكياس البولي اثيلين سوداء اللون وقصد استخدامها على أغراض تعبئة السلع غير الغذائية والقمامة والمخالفات، والقرار رقم ٤٦٥ لسنة ١٩٩٧ والذي ألزم مستوردي الطيور^(٢).

١ - د. فاطمة بحري، مرجع سابق، ص ٣٦.

٢ - د. فاطمة بحري، مرجع السابق، ص ٣٦.

وأخيراً صدر القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك المصري والذي يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام وصون حقوق المستهلك الأساسية، وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرفاً فيها وحمايته من الغش والإعلان الخادع وضمان سلامة المنتجات والخدمات وجودتها كما حرص القانون على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وجعلها ممثلة بصورة موسعة في مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك.^(١)

ثالثاً: الحماية الجنائية للمستهلك في الكويت:

اهتمت دولة الكويت بحماية المستهلك من خلال إصدار قوانين مختلفة وقد حرصت هذه القوانين على حماية المستهلك في جميع المجالات فمن أول القوانين التي أصدرتها بعد الاستقلال قانون بلدية الكويت رقم (١٥) لسنة ١٩٧٢ وقد اهتم هذا القانون وتعديلاته منذ البداية بتخصيص إدارات بمراقبة الأسواق داخل دولة الكويت وحماية المستهلك من الغش التجاري وقد تم تعديل هذا القانون بالقانون رقم (٥) لسنة ٢٠٠٥ وقد أنشئت بلدية الكويت كجهة إدارية مستقلة بموجب القانون رقم (٣١) لسنة ١٩٦٢ وتعاقبت القوانين بعد ذلك حتى صدور القانون رقم (٥) لسنة ٢٠٠٥ قد منحت الشخصية الاعتبارية المستقلة.^(٢)

وتهدف بلدية الكويت وفقاً لنص المادة (٢) من القانون رقم (٥) لسنة ٢٠٠٥ من خلال النص إلى حماية الصحة العامة للسكان وسلامة السلع والأغذية المتداولة في الدولة.

١ - د. خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص ٤٧.

٢ - مادة (١) من القانون رقم ٥ لسنة ٢٠٠٥.

ولتقرير الحماية الجنائية للمستهلك وفقاً لقانون البلدية رقم ٥ لسنة ٢٠٠٥ فقد تضمنت المواد (٣٤ ، ٣٧) المخالفات التي تقع في حق المستهلك والعقوبات المقررة لها فقد نصت الفقرة الأولى من المادة (٣٤) على أن " مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد منصوص عليها في قانون آخر تحدد اللوائح المشار إليها في المادة (٢٦) من هذا القانون والعقوبات التي توقع على من يخالف أحكامها والغرامة التي لا تقل عن مائة دينار كويتي ولا تزيد على ألف دينار كويتي.

وقد تضمنت المادة (٢٦) من نفس القانون الحالات التي يعاقب عليها مرتكبها بالعقوبة المقررة في المادة (٣٤) من نفس القانون وهذه الحالات والتي ترتبط بحماية المستهلك هي:

أ- المحلات العامة والمقلقة للراحة والمضرة بالصحة.

ب- بيع الأغذية وتخزينها والمحلات الخاصة بالبيع والتخزين.

ج- الإعلان في الأماكن العامة.

د- الباعة المتجولين.

هـ- النظافة وشغل الطرق العامة والميادين والأرصفة.

و- زراعة الساحات العامة الملاصقة لبيوت السكن الخاص.

ز- المسالخ والأسواق والمقابر.

ح- القواعد الخاصة بالبناء.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

ط- القواعد الخاصة بحقوق الملكية والانتفاع والارتفاق بالحفر والآبار والحظور والمساكن

ويلاحظ من هذه الحالات مدى حرص المشرع الكويتي على حماية المستهلك فيما يخص الصحة العامة وذلك بمراقبة الأسواق والمحلات وفحص الأغذية المقدمة للمستهلك وكذلك مراقبة الإعلانات ومنح التراخيص لها مما تتضمنه من بيانات قد تكون كاذبة تضلل المستهلك وكذلك مراقبة الباعة الجائلين ومنح الرخص لهم.

وقد اعتبر المشرع أن أي مخالفة لهذه القواعد واللوائح تعتبر مخالفة يعاقب عليها مرتكبها وفقاً للمادة (٣٤) من نفس القانون.

وقد أعطى المشرع لموظفي البلدية صفة الضبطية القضائية للقيام بأعمالهم وذلك وفقاً للمادة (٣٦) من قانون البلدية رقم ٥ لسنة ٢٠٠٥.

وقد أفرزت الاهتمامات بحماية المستهلك من خلال الجمعيات التعاونية إصدار قانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية الذي نظم قواعد وأحكام تأسيس الجمعيات التعاونية وتكوين مجالس إدارتها وحرص القانون على عدم استخدام أعضاء الجمعيات التعاونية لسلطاتهم في إقامة علاقات مشبوهة مع التجار الذين يتعاملون مع الجمعية وقد تضمن القانون العقوبات التي يمكن أن توقع على الأعضاء في حالة تعاملهم بغرض تحقيق أرباح من خلال هذا التعامل والذي يضر المستهلك وذلك من خلال الأسعار المعروضة في الجمعيات.

رابعاً: حماية المستهلك في قانون قمع الغش في المعاملات التجارية:

حرص المشرع الكويتي بإصدار قانون قمع الغش في المعاملات التجارية رقم ٢٩ لسنة ١٩٧٦ والقانون المعدل لهذا القانون رقم ٦٢ لسنة ٢٠٠٧ إلى حماية جميع

أطراف العلاقة التجارية ومنها المستهلك وقد أكدت على ذلك المذكرة الإيضاحية للقانون رقم ٦٢ لسنة ٢٠٠٧ وقد جاء في المذكرة الإيضاحية أن : تحرص الحكومة على حسن تنظيم العمل التجاري في البلاد وحماية الاقتصاد الوطني ورعاية مصالح جميع ذوي الشأن من تجار ومستهلكين وغيرهم وهذا بمقتضى سن تشريعات تحقق مثل هذا التنظيم لتوفير الحماية القانونية للمصلحة العامة ومصالح المعنيين بالنشاط التجاري والمستهلكين، من أجل ذلك أعد هذا القانون ليحل محل أحكام القانون رقم ٢٦ لسنة ١٩٧٦ في شأن قمع الغش في المعاملات التجارية.^(١)

وحرص المشرع الكويتي أخيراً على الحماية الجنائية للمستهلك في القانون رقم ٣٩ لسنة ٢٠١٤ وحدد في هذا القانون الجرائم والعقوبات المتعلقة بحماية المستهلك الكويتي في نصوصه وقد خصص القانون في الفصل السابع منه العقوبات والجرائم التي يمكن أن تقع بشأن الإضرار بالمستهلك.

المطلب الثاني

تعريف العلامة التجارية

العلامة التجارية هي وسيلة المشروع الاقتصادي لتمييز منتجاته عن غيرها من منتجات المشروعات الأخرى المماثلة ويتم ذلك باستخدام علامات أو أشكال مميزة تقترب في ذهن المستهلك بالسلع التي تحمل هذه العلامات التجارية أو الصناعية التي تشكل نوع فريد من أنواع الملكية الصناعية (Marques de commerce Ou de fabrique) لأنه لا وجود لها منفصلة عن الثقة بالسلع التي تمثلها، فالثقة بالسلع

١ - أنظر المذكرة الإيضاحية لقانون قمع الغش في المعاملات التجارية رقم ٦٢ لسنة ٢٠٠٧ - الكويت اليوم العدد ٨٤٩، س ٥٤، بتاريخ ١٤ ديسمبر ٢٠٠٧.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

من مزايا العلامة التجارية لا ينفصلون فهما مجرد أداة مرئية تتجلى فيها الثقة بالسلعة ولذا فإنه يمكن بيعها وشرائها وإعلانها للجمهور.^(١)

فالعلامة التجارية هي رمز symbol يطبق أو يلصق على البضائع التي تعرض للبيع في السوق لتمييزها عن البضائع المماثلة تلحق بتاجر معين أو بخلفائه كأصحاب سلعة معينة أما بصنعها أو باستيرادها.^(٢)

فالعلامة قد تكون صناعية يستعملها المنتج لتمييز منتجاته عن غيرها وقد تكون تجارية يستعملها التاجر لتمييز البضائع التي يتجر بها عن غيرها من البضائع المشابهة دون أن يكون له يد في إنتاجها.

فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع والعلامة الصناعية تشير إلى مصدر الإنتاج وقد تجمع الشخص بين صفة المنتج والتاجر فتكون له علامة واحدة تحقق الغرضين ولا أهمية قانونية للفرقة بين العلامتين التجارية والصناعية حيث تخضع كل منهما لنفس القواعد والأحكام.^(٣)

التعريف القانوني للعلامة التجارية:

عرف المشرع المصري العلامة التجارية في المادة ٦٣ من قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بأنها : " كل ما يميز منتجاً سلعاً أو خدمة عن غيره

١ - أنظر: M.DE juglart ETB . Ippolito, course de droit commercial . leer. vol ٨ é ed, p.٣٧٣, No .١٦٦

- A. Chavanne, marques de fabrique, de commerce ou de service , répertoire de droit commercial , soula direction de J.Hémard , ١٩٧٤ , p .٢ , No .١.

٢ - T.A- Blanco white and robin Jacob Karly's law of trademarks and trade names , ١٠th ed. London, ١٩٧٢.

٢- أنظر: سميحة القلوبى، الوجيز في التشريعات الصناعية ١٩٦٧ - القاهرة، ص ٢٢١.

وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحل والدمغات والأختام والتصاميم والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكل خاصاً ومميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال الغابات لمستخرجات الأرض، أو أية صناعة وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر.

أما المشرع الفرنسي فقد عرف العلامة التجارية في المادة (٧١١) من قانون حماية الملكية الفكرية بأنها " إشارة من شأنها التقديم الذي يخدم في تمييز المنتجات أو الخدمات لشخص طبيعي أو معنوي " وقد عرف المشرع الإنجليزي العلامة التجارية في المادة (١) من قانون العلامة التجارية الإنجليزي لعام ١٩٩٤ بأنها لكل إشارة يمكن تمثيلها بالنقش أو الصورة قادرة على تمييز السلع والخدمات عن بعضها البعض وهذه العلامة التجارية تتألف على وجه الخصوص من كلمات بما في ذلك أسماء الأشخاص أو تصاميم أو حروف أو أرقام أو شكل البضائع أو أغلفتها.

ويلاحظ أن المشرع الإنجليزي سار في نفس نهج المشرع الفرنسي كما يلاحظ أيضاً أن العلامة التجارية قد ترتبط بسلعة أو خدمة وأن السلع تعرف بعلامتها التجارية التي تحميها من كل تقليد وتزوير إذن فالعلامة التجارية تمثل حماية لصاحبها من الاعتداء على ابتكاراته وإبداعاته سواء في الزراعة أو الصناعة أو التجارة أو الخدمات.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

وقد عرفت المادة (٦١) من قانون التجارة الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ العلامة التجارية بأنها " هي كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسم أو رموز أو عناوين أو أختام أو تصاوير أو نقوش أو أي علامات أخرى أو أي مجموعة منها إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز بضائع أو منتجات للدلالة على أنها تخص صاحب العلامة بسبب صنعها أو اختيارها أو الإتجار بها أو عرضها للبيع".

وقد جاء هذا النص على غرار نص المادة ٦٨ من قانون التجارة رقم ٢ لسنة ١٩٦١ الملغي دون تعديل وقد اقتصر المشرع فيه على الكلام عن العلامة التجارية وهي الخاصة بالتاجر الوسيط *Marque de commerce* الذي يشتري السلع من منتجها ثم يعيد بيعها للمستهلك كما اقتصر كذلك على العلامة الصناعية *Marque de fabrique* وهي ما يتخذها المنتج أو الصانع لتمييز السلع التي يصنعها وعليه فلا أهمية للتفريق بين العلامات التجارية والعلامات الصناعية فيما يتعلق بالحماية التي يقرها القانون ذلك لأنه يطلق لفظ "العلامة التجارية" للدلالة على النوعين بغير تمييز أو تفرقه^(١) فالغرض من العلامة التجارية على ما يستفاد من نص المادة (٦٨) تجاري القديم (المطابقة لنص المادة ٦١ من القانون التجاري الحالي) هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع.^(٢)

ويلزم لتقرير الحماية الجنائية للعلامة التجارية أن تتوفر شروط لصحتها وتسجيلها حتى تصبح في ملكية صاحبها ويظلها القانون بالحماية

١- أنظر د. محسن شفيق - القانون التجاري المصري - الجزء الأول - ١٩٤٩ - القاهرة، ص ٤٧٩.
٢- أنظر: حكم محكمة الاستئناف العليا في الكويت / دائرة التمييز - طعن رقم ١٩٨٢/٧ جلسة ١٩٨٢/١١/٢٤ منشور في مجموعة الأيوب والماجد لأحكام التمييز - الدائرة التجارية في المدة من ١٩٧٢/١٠/١٦ إلى آخر ديسمبر، ١٩٨٤، ص ٢٦٦.

إن هدف العلامة التجارية وطبيعتها يتمثل في وجود صفة فيها تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى كما يجب على من يملك العلامة التجارية أن يكون عنده الجدية في استخدامها ولا شك بأن لابد أن تكون هذه العلامة التجارية مشروعاً وفقاً لأحكام القانون ولذلك فهناك شروط ثلاث في العلامة التجارية هي الصفة المميزة، والجدية، والمشروعية.

فالشرط الأول وهو الصفة المميزة فقد نصت عليها المادة (٦٢) من قانون التجارة الكويتي على أن: " لا يصح أن تكون علامة تجارية ولا يجوز أن يسجل بهذا الوصف ما يأتي:

١- العلامة غير القادرة على تمييز بضائع مشروع أو خدماته عن بضائع المشاريع الأخرى أو خدماتها.

٢- العلامة التي تخالف النظام العام أو تخل بالأداب العامة.

٣- العلامة التي من شأنها تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية لاسيما فيما يتعلق بالمنشأ الجغرافي للبضائع أو الخدمات المعنية أو بطبيعتها أو بخصائصها.

٤- العلامة المطابقة لشعار شرفي أو علم أو شعار آخر أو اسم أو اسم مختصر أو الأحرف الأولى من اسم أو علامة رسمية أو دمغة معتمدة لأي دولة أو منظمة دولية حكومية أو أي منظمة أنشئت بموجب اتفاقية دولية أو التي تكون تقليدياً لذلك أو تضمنته كأحد عناصرها ما لم تصرح بذلك السلطات المختصة لتلك الدولة أو المنظمة.

٥- العلامة المطابقة أو المشابهة إلى حد يثير اللبس للعلامة أو اسم تجاري مشهور في دولة الكويت أو بمثابة ترجمة لها بالنسبة إلى البضائع أو الخدمات

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

المطابقة أو المشابهة الخاصة بمشروع آخر، كما لا يجوز تسجيل العلامة إذا كانت عن بضائع أو خدمات غير مشابهة أو مطابقة حتى كان من شأن استعمالها ما يوحي بوجود رابطة بينهما وبين العلامة أو الاسم التجاري المشهور على نحو يلحق إضراراً بمالك العلامة.

٦- العلامة المطابقة لعلامة مالك آخر سبق تسجيلها في السجل أو لطلب يتقدم على طلب تسجيل العلامة المعنية من حيث تاريخ الإيداع أو تاريخ الأولوية فيما يتعلق بالبضائع أو الخدمات ذاتها أو ببضائع أو خدمات وثيقة الصلة بها أو إذا كانت مشابهة إلى حد من شأنه أن يقضي إلى التضليل واللبس.

٧- العلامات التي يقرر مكتب مقاطعة إسرائيل أنها مطابقة أو مشابهة لعلامة أو رمز أو شعار إسرائيلي".

يتضح من نص المادة (٦٢) السابقة أنه لا محل للحماية القانونية للعلامة التجارية إلا إذا كانت ذات صفة مميزة أما العلامة المجردة من أي صفة مميزة كالتسمية النوعية للمنتجات أو الصور المطابقة للمنتجات والأسماء الدالة على الغرض منها أو مصدرها فلا تتمتع بالحماية القانونية كما لا تصلح تسجيل كعلامة تجارية ومعنى ذلك أن يكون للعلامة ذاتية خاصة تميز المنتجات التي تحملها عن غيرها حتى لا يختلط الأمر على المستهلكين.

وقد بين القضاء الكويتي لزوم هذه الصفة في حكم لمحكمة الاستئناف الكويتية فبعد أن جاء على ذكر المادة (٦) من قانون التجارة القديم (المطابق لنص المادة ٦١ من القانون الحالي) والمادة (٦٩) من القانون الحالي خلص إلى القول^(١)

١- أنظر حكم محكمة الاستئناف العليا - دائرة التمييز، طعن رقم ١٩٧٩/٥٧ جلسة ١٩٨٠/٣/١٢، أنظر مجموعة القواعد التي قررتها محكمة التمييز الكويتية في الفترة ما بين ١٦/١٠/١٩٧٢ إلى آخر ديسمبر ١٩٨٤ / إعداد مكتب المحامين عبدالله الأيوب، أحمد الماجد، ص ٢٦٦.

بأنه يتبين من ذلك أن العلامة التجارية لكي تؤدي وظيفتها في تمييز السلع أو إبراز ذاتيتها يجب أن تكون مميزة عن غيرها من العلامات بمعنى أن تكون لها في حد ذاتها ومنظور إليها من حيث هي تعتبر إجمالي خاص ولتقدير إذا كانت العلامة ذاتية خاصة ومتميزة عن غيرها يجب النظر إليها في مجموعها إذ العبرة هي بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة لترتيب الحروف أو الرموز أو الصور مع بعضها وللشكل الذي تبرز به العلامة وعلى ذلك إذا كان مجموع الأسماء يكون اسم جديد مميزاً فإن ذلك يصلح لأن يكون علامة تجارية لأن الحماية هنا تكون لمجموع الكلمات وليس لكل كلمة على حدى.

أما الشرط الثاني وهو الجدية في استخدام العلامة التجارية فيتمثل في أن الحصول على ترخيص العلامة التجارية يكون بقصد استخدامها في المعاملات التجارية.

وأما الشرط الثالث فهو المشروعية بمعنى أن تكون السلعة محل العلاقة التجارية مشروعة وفقاً لأحكام القانون والنظام الداخلي للدولة.

المبحث الثاني

جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

تعددت القوانين التي عالجت صور الاعتداء على العلامة التجارية في الكويت، وكان أهم قانون عدد هذه الصور بوضوح هو قانون التجارة الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ وجاء في هذا القانون جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في المادة (٩٢) منه، حيث نصت على أن: "يعاقب بالحبس لمدة لا تجاوز ثلاث سنوات وبغرامة لا تزيد على ٦٠٠ دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين:

(١) كل من زور علامة تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور وكل من استعمل وهو سيئ النية علامة مزورة أو مقلدة.

(٢) كل من وضع وهو سيئ النية على منتجاته علامة مملوكة للغير.

(٣) كل من باع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة يغير حق مع علمه بذلك.

(٤) كل من خالف وهو سيئ النية أحكام المواد (٨٧-١٩) الخاصة بالبيانات التجارية.

وعالج قانون رقم ١٣ لسنة ٢٠١٥ بشأن الانضمام إلى اتفاقية نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي كما تناولت القوانين المقارنة حماية العلامة التجارية جنائياً ومن أهم هذه القوانين قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم ٢٠٠٢/٨٢، وسوف نعالج موقف القانون المقارن والقانون الكويتي من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في المطلبين التاليين:

المطلب الأول: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون المقارن.

المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي.

المطلب الأول

جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون المقارن

عدد المشرع المصري صور الحماية الجنائية للعلامة التجارية في قانون الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢) في المادة (١١٣) منه وذلك بنصه أنه : " مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد في أي قانون آخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنية ولا تجاوز عشرين ألف جنية أو بإحدى هاتين العقوبتين :

(١) كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور .

(٢) كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة.

(٣) كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة للغير

(٤) كل من باع أو عرض للبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك .

وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهرين والغرامة التي لا تقل عن عشر آلاف جنية ولا تجاوز خمسين ألف جنية، وفي جميع الأحوال تقضي المحكمة بمصادرة المنتجات محل الجريمة أو المبالغ أو الأشياء المتحصلة منها وكذلك

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

الأدوات التي استخدمت في ارتكابها ويجوز للمحكمة عند الحكم بالإدانة أن تقضي بغلق المنشأة التي استغلها المحكوم عليه في ارتكاب الجريمة مدة لا تزيد على ستة أشهر ويكون الغلق وجوبياً في حالة العود ويجب أن يرفع الطالب أصل النزاع إلى المحكمة المختصة خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ صدور الأمر وإزالة كل أثر له".

ويتضح من النص السابق تشابهه مع نص المادة (٩٢) من قانون التجارة الكويتي السابق الإشارة إليه ولذلك سوف نتناول هذه الصور على الشكل الآتي:

أولاً: جريمة تزوير العلامات التجارية وتقليدها :

جرم المشرع الفرنسي تقليد العلامة التجارية بموجب المادة (٢/٧١٣) والمادة (٣/٧١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم (٥٩٧) لعام (١٩٢٩).

وقد تناول المشرع الإنجليزي جريمة تزوير العلامة التجارية في الفقرة (٣/أ) من المادة (٩٢) من قانون العلامة التجارية لعام ١٩٩٤ حيث نصت على أنه " يعتبر الشخص مرتكب لجنحة إذا قام بقصد الإضرار بالغير أو تصميم إشارة مشابهة أو مستنسخة بعلامة تجارية مسجلة وإذا ثبت الإدانة عاقب بالسجن مدة لا تزيد عن عشر سنوات أو بغرامة تجارية الأقصى قانونياً أو كليهما ".

كما جرم المشرع المصري فعل التزوير أو التقليد للعلامة التجارية في المادة (١/١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية حيث عاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنية ولا تجاوز عشرين ألف جنية أو بإحدي هاتين العقوبتين :

وتتمثل أركان هذه الجريمة في ركنين وهما الركن المادي والركن المعنوي :

١- الركن المادي:

يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة بالقيام إما بفعل التقليد للعلامة أو التزوير لأنه ليس من التزويد لذلك المصطلحين معاً دون أن يكون لكل منهما معنى مختلف عن الآخر بالقول:

إن التقليد على نقل العناصر الأساسية للعلامة أو فعل جزء منها مع إضافة عنصر لها بحيث تكون مشابهة أو قريبة النسبة في مجموعها مع العلامة الأصلية مما يؤدي إلى صعوبة التفرقة بينهما، وبالتالي حدوث اللبس والتضليل لجمهور المستهلكين. (١)

أما فعل تزوير العلامة فيقتصر به الفعل الحرفي والكامل لعناصر العلامة التجارية بحيث تصبح العلامة المزورة مطابقة لأصل العلامة الحقيقية. (٢)

وبالنسبة للقضاء فإن معيار مدى توافر الركن المادي لجريمة التزوير يختلف عنه بالنسبة لتقليد العلامة حيث إن مجرد وجود علامة مزورة يقطع بقيام الركن المادي لجريمة تزوير العلامة، وهو فعل التزوير أما الركن المادي في فعل تقليد العلامة يتوافر ببيان مدى الشبه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة وهنا يأتي دور القضاء في تقرير مدى قيام هذا التشابه الذي من شأنه أن يؤدي إلى خداع جمهور المستهلكين وتضليلهم، فالعبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الخلاف.

وقد قضت محكمة النقض المصرية بأن مناط الحماية التي أسبغها الشارع على ملكية العلامة التجارية بتأثير تقليدها أو استعمالها من غير مالكة هو بتسجيله والذي يعتبر ركناً من أركان جريمة تقليدها، وقررت بأن الحكم المطعون فيه إذا لم

١ - ناصر عبد الحليم السلامات، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، القاهرة دار النهضة العربية، ٢٠٠٨، ص ٣٠٥ وما بعدها.

٢ - إبراهيم أحمد البسطويسي، المسؤولية عن الغش في السلع، القاهرة، دار الكتب القانونية، ٢٠١١، ص ٩٤.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

يستظهر ما إذا كانت العلامة المؤتم تقليدها قد سجلت ما بينها وبين العلامة المقلدة من وجوه التشابه، فإنه يكون معيباً بالقصور.^(١)

٢- الركن المعنوي:

لا شك أن هذه الجريمة تقوم بتوافر الركن المادي، فطالما تم التزوير أو التقليد، فقد وقعت الجريمة ولو لم يتوافر القصد الجنائي وهو أمر غير متصور، حيث أنه عند حدوث التزوير أو التقليد فإن من قام به يعلم أنه يقلد أو يزور علامة تجارية مسجلة مسبقاً، وبالتالي يتوافر القصد الجنائي بالعلم بالفعل غير المشروع الذي يقوم به المزور أو المقلد.

والرأي الراجح هنا أن هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يلزم أن يتوفر بحق مرتكبها القصد العام والخاص وهو ما يتفق مع ما هو مستقر عليه من أن جريمة التزوير بصفة عامة لا تتحقق إلا بتوافر القصد الجنائي العام بالإضافة إلى القصد الخاص.^(٢)

ثانياً: جريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير:

تناولت تشريعات حماية العلامات التجارية هذه الجريمة كإحدى صور الاعتداء على العلامات التجارية وحددت الجزاء على اقترافها ويتطلب قيام هذه الجريمة توافر أركانها.

يرجع الأساس القانوني لجريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير إلى النصوص القانونية التي تجرم هذا الفعل فقد ورد التجريم في التشريع الفرنسي وفقاً

١ - نقض جنائي، الطعن رقم ١٥٥٦٧ س ٦٣ ق، ص ٥٥، جلسة ١٩٩٩/٩/٢١.
٢ - د. أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٠ ص ١١٤.

لنص المادة (٢/٧١٣) والمادة (٣/٧١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم (٥٩٧) لعام ١٩٩٩ على حظر وضع علامة تجارية مملوكة للغير وتعاقب عليها المادة (١٠/٧١٦) من ذات القانون، كذلك فعل المشرع الإنجليزي في الفقرة (١/أ) من المادة (٩٢) من قانون العلامة التجارية لعام ١٩٩٤، أما التشريع المصري، فقد نص على هذه الجريمة وفقاً للمادة (٣/١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، حيث تقضي بمعاقبة مرتكب هذه الجريمة بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو إحدى هاتين العقوبتين : "٣- كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة للغير".

وسوف نتناول ركن هذه الجريمة في الآتي:

(١) الركن المادي:

يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة إذا تم استغلال علامة تجارية صحيحة دون وجه حق وهي تختلف عن حالة التزوير أو التقليد للعلامة التجارية في أنها تمثل استعمالاً لعلامة حقيقية ولكن مملوكة للغير لتمييز منتجات مماثلة خلاف المخصصة لها العلامة الحقيقية.^(١)

ويتحقق هذا النوع من الجرائم إما بلصق العلامة الحقيقية والمملوكة للغير على المنتجات أو السلع أو الخدمات التي يراد تمييزها وفي الغالب تتم هذه الجريمة باستغلال العبوات الفارغة التي تحمل العلامة الحقيقية.^(٢)

١ - د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٨ ط ٧ ص ٥٩٧.
٢ - محمد منصور أحمد، جريمة الغش التجاري، د.م، دار الرياض للطباعة والنشر، ١٩٩٥، ج ١ ص ١٥٥.

كما يشترط في السلعة والتي تم تمييزها بالعلامة المختصة أن تكون من ذات النوع أو الصنف الذي يحمل العلامة الصحيحة ولا يشترط أن تكون السلعة أو المنتج الذي استغلت العلامة الحقيقية لتحقيقها أقل جودة من السلع التي تحمل العلامة الحقيقية وإنما تقوم وأن كانت من ذات الجودة أو أكثر، بل يشترط أن يكون الهدف من وضع العلامة التجارية الحقيقية تحقيق الربح وليس بقصد الاستعمال الشخصي.^(١)

(٢) الركن المعنوي:

لم يتطلب المشرع الفرنسي توافر القصد الجنائي صراحة سواء في نص المادة (٢/٧١٣) أو المادة (٣/٧١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية، حيث تبدو وكأن هذه الجريمة مجرد جريمة غير عمدية تقع بالإهمال ويتأكد من ذلك بالمادة (١٠/٧١٦) من ذات القانون والتي تعاقب كل من يخالف أحكام المادتين سالفتين الذكر ومع ذلك فإن طبيعة الأفعال اللازمة وتحقق الركن المادي لهذه الجريمة تكفي للكشف عن سوء القصد لدى الجاني حيث يمكن إثبات ذلك بكافة الأدلة والقرائن.

وبالتالي يجوز دائماً للمتهم أن يثبت حسن نيته باعتقاده خطأ أن مالك العلامة الحقيقية يجيز له ذلك أو أنه استعملها لغرض غير تحقيق الكسب المادي، ولذلك يلزم التشدد دائماً في استخلاص حسن النية من قبل القضاء.

أما المشرع المصري فقد تطلب لقيام هذه الجريمة توافر ركن معنوي خاص بالإضافة إلى الركن العام ويتمثل الركن الخاص في قصد إيقاع جمهور المستهلكين في الخطأ أو إيهامهم بأن هذه المنتجات أو السلع هي ذاتها التي تحمل العلامة الحقيقية والتي تتمتع بمعرفة وإقبال كثيرين في وسط جمهور المستهلكين فنص المادة

١ - د. روسم عطيه موسى نو، مرجع سابق، ١٥١ وما بعدها.

(٣/١١٦) من قانون حماية الملكية الفكرية يتطلب ضرورة توافر سوء القصد لدى الجاني بوضع علامة تجارية مملوكة لغيره على منتجاته ووفقاً لذلك فإن عبء إثبات سوء القصد يقع على المدعي الذي استخدمت علامته دون موافقته على ذلك وأن الموافقة تنفي القصد الجنائي.^(١)

ويؤكد جانب من الفقه المصري أنه يشترط لقيام هذه الجريمة أن يتوفر لدى الجاني سوء النية أي يقصد باستعمال علامة غيره إدخال الغش على الجمهور والإفاداة من الشهرة التي تتمتع بها العلامة الحقيقية ومن ثم لا جريمة إذا تم استعمال علامة الغير لأغراض شخصية.^(٢)

ثالثاً: جريمة استعمال علامة تجارية مقلدة أو مزورة:

يرجع الأساس القانوني لهذه الجريمة إلى المادة (٢/١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري، فقد نصت على أن " كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلده".

ويلاحظ على هذا النص أنه لم يشترط في العلامة التجارية المعتدى عليها أن تكون قد تم تسجيلها على خلاف أفعال تزوير وتقليد العلامات التجارية غير أنه من المستقر عليه فقهاً وقضائياً بأن الحماية الجنائية للعلامات التجارية تكون مقتصرة على العلامات المسجلة ودون غيرها إلا أن المشرع نص صراحة على شمول الحماية الجنائية للعلامات التجارية غير المسجلة.^(٣)

١ - د. روسم عطية موسى نو، مرجع سابق ص ١٥٢ وما بعدها.
٢ - أكثم الخولي، الموجز في القانون التجاري، ج ١، القاهرة، مطبعة المدني، ١٩٧٠، ص ٣٥٠.
٣ - د. روسم عطية موسى نو، مرجع سابق، ص ١٥٤.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

وقد قضت محكمة النقض المصرية باعتبار مناط الحماية الجنائية للعلامة التجارية هو تسجيلها من قبل مالكيها وفي ذلك قضت بأنه:

يعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية مالكا لها دون سواه، ولا تجوز المنازعة في ملكية العلامة إذا استعملها من قام بتسجيلها بصفة مستمرة خمس سنوات على الأقل من تاريخ التسجيل دون أن ترفع عليه بشأنها دعوى حكم بصحته، ثم نظم في المادة السادسة وما بعدها إجراءات التسجيل ونص في المادة (٣٣) ^(١) منه على العقوبة التي يتعين تطبيقها على كل من زور علامة تم تسجيلها طبقا للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور وكل من استعمل بسوء القصد علامة مزورة أو مقلده، وكل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة مملوكة لغيره ما كان ذلك فإن الشارع يكون قد أوضح عن مراده بأن مناط الحماية التي أسبغها على ملكية العلامة التجارية لتأثير تزويرها أو تقليدها أو استعمالها من غير مالكيها هو بتسجيلها والذي يعتبر ركناً من أركان جريمة تزويرها أو تقليدها وأن المقصود بالتزوير أو التقليد هو المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور لما بين العلامتين الصحيحة والمزورة أو المقلدة من أوجه التشابه. ^(٢)

وتقوم هذه الجريمة على ركنين هما:

١- الركن المادي:

تقع جريمة استعمال علامة تجارية، مزورة أو مقلده متى استعملت العلامة المقلدة أو المزورة على السلع أو المنتجات أو الخدمات سواء كان هذا

١ - أنظر القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ المعدل بالقانون رقم ٢٠٥ لسنة ١٩٥٦.
٢ - طعن رقم ٨٠١ لسنة ٦٣ ق، جلسة ٢٠٠٢/٤/١٦ أنظر انظمة صلاح عبد الوهاب الجاسم.

الاستعمال بنية بيع هذه المنتجات أو للإعلان عنها أو بعرضها، كما تقوم ولو قبل عرض المنتج أو طرحه في السوق.^(١)

فهذه الجريمة تقوم في مرحلة ما بعد قيام جريمة التزوير أو التقليد، ولكن لا يمنع ذلك من أن يكون الشخص الذي قام بفعل التزوير أو التقليد هو ذاته الذي قام باستعمالها، غير أن هذه الجريمة تقوم بأي وسيلة، كأن يتم وضعها على واجهة المحل أو لصقها على زجاجة، ويشترط لقيام هذه الجريمة أن يكون استعمال العلامة المزورة أو المقلدة قد تم على ذات الصنف من المنتجات أو الخدمات، أما إذا تم على منتجات وخدمات مختلفة، فلا تقوم هذه الجريمة، حيث لا يتوافر اللبس أو التضليل لجمهور المستهلكين.^(٢)

٢- الركن المعنوي:

يتم هذا الفعل بسوء قصد كما ذهب الى ذلك المشرع المصري في المادة (٣/١١٣) والمادة (٢/١) من قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي، وبذلك لا بد من توافر القصد الجنائي هنا وهو علم الجاني بأنه يستخدم أو يستعمل علامة مزورة أو مقلده.

رابعاً: جريمة بيع أو تداول أو حيازة منتجات تحمل علامات مزورة أو مقلدة :

يرجع الأساس القانوني لهذه الجريمة باعتبارها إحدى صور الاعتداء على العلامة التجارية، فقد جرم المشرع الفرنسي هذه الصورة في المادة (١/٧١٦) من

١ - د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥ ط ٥، ص ٦٠٨.

٤ - د. روسم عطيه موسى نو، مرجع سابق، ص ١٥٥.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

قانون حماية الملكية الفكرية الفرنسي رقم (٥٩٧) لعام (١٩٩٩) على تجريم هذه الأفعال التي في هذه الصورة، ويلاحظ أن المشرع الفرنسي لم يتناول فعل التداول بالتجريم واقتصر على تجريم البيع أو العرض أو الحيازة أو الاقتناء، وكذلك نص عليها المشرع الإنجليزي في الفقرة (٣/ب) من المادة (٩٢) من قانون العلامة التجارية لعام ١٩٩٤، كما نص المشرع المصري على هذه الجريمة في المادة (٤/١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والتي تنص على أن يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمس آلاف جنية ... كل من باع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية وقد تضمن قانون العلامات التجارية المصري رقم ٥٧ لسنة ١٩٥٩ صور الحماية الجنائية للعلامة التجارية وأوضح حكم محكمة النقض المصرية في حكم لها هذه الصورة ومناطق حمايتها حيث قضت محكمة النقض المصرية بأن :

" القانون (رقم ٥٧ لسنة ١٩٥٩) المعدل الصادر في شأن العلامات التجارية قد عرف العلامة التجارية من المادة الأولى منه ونص في المادة الثالثة على أن يعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية مالكا لها دون سواه ولا تجوز المنازعة في ملكية العلامة إذا استعملها من قام بتسجيلها بصفة مستمرة خمس سنوات على الأقل من تاريخ تسجيلها دون أن ترفع عليه بشأنها حكم بصحتها ثم نظم في المادة السادسة وما بعدها إجراءات التسجيل وأورد المادة ٣٣ منه لبيان العقوبة التي يتعين تطبيقها على :

١- من زور علامة تم تسجيلها طبقا للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور وكل من استعمل بسوء قصد علامة مزورة أو مقلدة.

٢- كل من وضع بسوء القصد على منتجاته علامة مملوكة لغيره لما كان ذلك فإن الشارع يكون قد أوضح عن مراده بأن مناطق الحماية التي أسبغتها على ملكية العلامة

التجارية بتأثير تقليدها أو استعمالها من غير مالكةا هو بتسجيلها والذي يعتبر ركناً من أركان جريمة تقليدها وأن المقصود بالتقليد هو المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور لما بين العلامتين الصحيحة والمقلدة من وجه التشابه وعلى هدي ما تقدم فإنه إذا كانت المادة (٣٦١٠) من قانون الإجراءات الجنائية قد أوجبت في كل حكم بالإدانة أن يشتمل على بيان الواقعة المستوجبة للعقوبة بياناً تتحقق به أركان الجريمة فإن الحكم المطعون فيه إذا لم يستظهر ما إذا كانت العلامة المؤتم تقليدها قد سجلت وما بينها وبين العلامة المقلدة من وجوه التشابه فإنه يكون معيباً بالقصور.^(١)

ويتبين من النصوص السابقة أن لهذه الجريمة ركنان هما:

١ - الركن المادي:

يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة بارتكاب عدة أفعال تعتبر كل منها مستقلة عن الأخرى سواء بالبيع بأن يقوم الفاعل ببيع السلعة أو المنتجات التي تحمل علامة تجارية غير حقيقية سواء كانت هذه العلامة مقلدة أو مزورة ويتحقق الجريمة سواء كان فعل البيع قد تم لمرة واحدة أو كان متواصلاً أي متكرراً ويتحقق سواء حقق فعل البيع ربحاً أو لم يحقق سواء تم البيع بسعر أقل من السعر المخصص للسلعة التي تحمل العلامة الأصلية أم أكثر أو زاد السعر.^(٢)

كما تقوم الجريمة بعرض السلع أو المنتجات أو الخدمات التي تحمل علامة تجارية مقلدة أو مزورة، فقد يكون العرض للبيع أو لغرض التداول، فجريمة العرض للبيع يتحقق ركنها المادي بعرض السلع على واجهة المحلات أو عرضها عند مدخل

١ - طعن رقم ٢٤١٦٤ لسنة ٦٧ ق جلسة ٨ مارس سنة ٢٠٠٧، انظر انظمة صلاح عبد الوهاب الجاسم.

٢ - د. روم عطية موسى نو، مرجع سابق، ص ١٥٧.

المحل التجاري أو في أحد الفروع التابعة له أما جريمة العرض للتداول فيتحقق في المرحلة الوسطى بين الإنتاج والاستهلاك، إذ يقصد بتداول السلع حركتها منذ خروجها من يد المنتج إلى أن تصل إلى المستهلك، لذا فإن العرض للتداول يتحقق خلال هذه المرحلة وذلك إما بعرض المنتجات على الوكيل بالعمولة أو تجار الجملة أو تجار التجزئة أو حتى المستهلك ذاته^(١) أما جريمة حيازة المنتجات أو السلع والتي تحمل علامات تجارية مزورة أو مقلدة أو مغتصبة فتقوم ولو لم يقم الحائز ببيعها كما لو كانت البضاعة مخزنة بداخل مخازن التاجر أو في منزله كما تعد هذه المنتجات في حيازته عند إنجاز عمال الشحن والمناولة، أما إذا كانت الحيازة لغرض الاستعمال الشخصي فلا تقوم الجريمة.^(٢)

٢ - الركن المعنوي:

يتوافر الركن المعنوي لهذه الجريمة بتوافر سوء القصد لدى الفاعل فيلزم أن يتحقق علم من باع السلعة أو يعرضها للبيع أو للتداول أو يحوزها بقصد البيع بأن العلامة التجارية مزورة أو مقلده أو موضوعه بغير وجه حق، كما يشترط أن تكون الحيازة لهذه المنتجات أو السلع أو العلامات التجارية بقصد بيعها، أما إذا كان الغرض من هذه الحيازة هو الاستعمال الشخصي فلا تقوم الجريمة.^(٣)

١ - ناصر عبد الحميد السلامة، مرجع سابق، ص ٣٢٢.

٢ - د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط ٥، مرجع سابق ص ٦١٤.

٣ - د. روسم عطيه موسى نو، مرجع سابق، ص ١٥٩.

المطلب الثاني

جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

وفر المشرع الكويتي لحماية العلامة التجارية، حماية مدنية وجنائية كبيرة تحول دون الاعتداء عليها باستعمالها بغير إذن صاحبها أو تقليدها، فأما الحماية المدنية تتمثل في اعتراف المشرع لصاحب العلامة التجارية بالحق في مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة التي عالجت أحكامها المواد (٥٥-٦٠) تجاري كويتي، حيث نصت المادة (٢/٥٥) على أن " تسري هذه الأحكام في استعمال العلامات التجارية على الوجه المبين في هذا القانون وتعد منافسة غير مشروعة قيام تاجر بوضع علامة تجارية ليست له على بضائعه بقصد الاستيلاء على عملاء التاجر صاحب العلامة، وقيام تاجر بتقليد علامة تجارية ليست له تقليداً يؤدي إلى الخلط بين بضائعه وبضائع التاجر صاحب العلامة الأصلية في نظر المستهلكين لهذه البضائع.

ويسمى الاعتداء في الحالة الأولى بغصب العلامة بينما يسمى في الحالة الثانية بتقليد العلامة، ويعتبر مغتصباً كل من استولي بدون حق على علامة الغير ونسبها إلى سلع من ذات الفئة التي يتاجر فيها أو ينتجها المغتصب في حين يعد مقلداً كل من استعمل العلامة الأصلية بتعديل في بعض أجزائها تعديلاً من شأنه أن يخدع مشتري السلع أو المنتجات الموضوعه عليها بمجرد وقوع بصره عليها وإن خائته اليقظة ونقصته الدراية، إنما لا يشترط لمباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون العلامة المطلوب حمايتها قد اغتصبت أو قلدت حتماً بل يكفي أن تتخذ في

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

سبيل الخط بين منتجات التاجر ومنتجات المنتج وسائل أخرى غير شرعية تنافي النزاهة ويكون من شأنها الاستيلاء على كسب من يراد منافسته بغير حق.^(١)

ونتناول الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وفقاً لنص المادة (٩٢) من قانون التجارة الكويتي السابق الإشارة إليه وغيرها من القوانين الكويتية كقانون قمع الغش والتدليس وقانون حماية المستهلك وقانون نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي من خلال الآتي:

أولاً : جريمة تزويد أو تقليد علامة تجارية مسجلة:

يتضح من نص المادة (١/٩٢) تجاري كويتي بأن هذه الجريمة تقع إذا ما تم تزوير العلامة التجارية المسجلة أو تقليدها بشكل يدعو إلى تضليل الجمهور فتزوير العلامة يستلزم التزييف الكامل لها فلا يعتبر تزويراً إلا النسخ الكامل أو على الأقل نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة، بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية فلا يشترط والحال كذلك في تزوير العلامة أن يكون شاملاً لكل العلامة أو يكون نقلاً طبق الأصل لها ويشترط في تزوير العلامة بالإضافة أو الحذف أن تكون بالإضافة أو الحذف مانعة من احتمال التضليل، كما يستلزم تزوير العلامة أن يكون بقصد خداع المشتري، فجريمة تزويد العلامة التجارية تقوم إذا أضاف المزور إلى علامة الغير اسمه الشخصي أو أي علامة أخرى كما أنها تنشأ ولو لم تستعمل العلامة المزورة أصلاً.

أما تقليد العلامة التجارية فيتم بالمحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور أو هو اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة المسجلة وتقترب منها على نحو يضل

١ - د. حسني المصري، القانون التجاري الكويتي، دراسة مقارنة، الكويت، مؤسسة دار الكتاب، ١٩٩٥ - ١٩٩٦ ص ٣٦٦

الجمهور ويوقعه في اللبس والخط فينشأ التقليد للعلامة إذا كان ثمة تشابه عن قرب أو بعد كافي لإيجاد خلط ولبس يصعب على المستهلك المتوسط الحرص والانتباه إليها وتمييزها عن بعضها البعض.^(١)

ويتضح لنا من هذه الجريمة أنها تقوم على تضليل المستهلك وخداعه ويفترض في أي صورة من صور خداع المستهلك لقيام هذه الجريمة وجود متعاقد، أي متعاقدان، المتعاقد المخدوع، والمتعاقد التاجر أو مقدم الخدمة ويعرف المتعاقد أنه ذلك الشخص الذي يتعاقد مع الجاني فيقع في الخداع أي الشخص الذي توجه إليه وسيلة الخداع.^(٢)

ويتضح لنا من هذه الجريمة أنها تقوم على تضليل المستهلك وخداعه وهناك قواعد قانونية تحكم جرائم تقليد العلامة التجارية ولقد وضع القضاء مجموعة من الضوابط التي استمدها من القانون وصاغها لتقدير قيام التقليد تتمثل في الآتي:

١ - العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف:

إن القاعدة القانونية المقررة في جرائم التقليد تقضي بأن العبرة بوجه الشبه لا بوجه الاختلاف، وأن الجريمة تتحقق متى كان التقليد من شأنه أن يخدع الجمهور في المعاملات إلا أن القانون لا يشترط أن يكون التقليد متقناً بحيث يخدع المدقق بل يكفي أن يكون بين العلامتين المقلدة والصحيحة من التشابه ما تكون به مقبولة في التعامل، فالعبرة في استظهار التقليد هي بأوجه الشبه بين العلامتين الصحيحة والمقلدة دون أوجه الخلاف، لذلك فإن على القاضي وهو يقارن بين علامتين

١ - د. يعقوب يوسف صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، الكويت، ذات السلاسل ١٩٩٣، ص ١٩٦ وما بعدها.

٢ - Wilfrid jean Didier , droit des affaires , ٢ -ème éd , Dalloz , paris , ١٩٩٦ , p.٢٤٣

متجاورتين للحكم بوجود التقليد الذي ينطوي على الغش من عدمه أن يوجه نظره إلى أوجه التشابه أكثر مما يوجهه إلى أوجه الخلاف بينهما، ذلك لأن المستهلك يطمئن إلى السلعة متى شابته الصورة الحقيقية للصورة المرترسة في نفسه ولا ينظر الفروق الفرعية استقصاء الخبير الفاحص لأنه لا يشترط لتقليد العلامة التجارية أن يقع التضليل فعلاً بل يكفي أن يكون احتمالياً وعلى هذا الأساس فإن العلامة التجارية المؤلفة من (ولد وبرنيطة) تشابه العلامة التجارية المؤلفة من (قط وبرنيطة) ذلك لأن جمهور المستهلكين يعرف هذه العلامة (بالبرنيطة) وأنه يطلق على هذه البضاعة التي تحمل هذا الاسم.^(١)

وأكدت محكمة النقض المصرية أن التقليد بأوجه التشابه حيث قضت بأن : يعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية مالكا لها دون سواه ولا تجوز المنازعة في ملكية العلامة إذا استعملها من قام بتسجيلها بصفة مستمرة خمس سنوات على الأقل من تاريخ التسجيل دون أن ترفع عليه بشأنها دعوى حكم بصحتها، ثم نظم في المادة السادسة وما بعدها إجراءات التسجيل ونص في المادة ٣٣ منه على العقوبة التي يتعين تطبيقها على كل من زور علامة تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور وكل من استعمل بسوء القصد علامة مزورة أو مقلده وكل من وضع بسوء القصد على منتجاته علامة مملوكة لغيره، لما كان ذلك فإن الشارع يكون قد أوضح عن مراده بأن مناط الحماية التي أسبغتها على ملكية العلامة التجارية بتأثير تزويرها أو تقليدها أو استعمالها من غير مالكيها هو بتسجيلها والذي يعتبر ركن من أركان جريمة تزويرها أو تقليدها.

١ - د. يعقوب صرخوه، مرجع سابق، ص ١٩٩ وما بعدها.

وأن المقصود بالتزوير أو التقليد هو المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور لما بين العلامتين الصحيحة والمزورة أو المقلدة من أوجه التشابه.^(١)

وقضت محكمة التمييز الكويتية في هذا الشأن بأن : من المقرر في قضاء هذه المحكمة أن الغرض من العلامة التجارية على ما يستفاد من المادة ٦١ من قانون التجارة، هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة بحيث يرتفع عنها اللبس فلا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل ومن أجل ذلك وجب لتقديم ما إذا كان للعلامة ذاتية متميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها، فالعبرة ليست باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه علامة أخرى وإنما العبرة هي بالصورة العامة التي تتطبع في ذهن نتيجة لتركيب هذه الحروف أو الرموز أو الصور مع بعضها وللشكل التي تبرز به علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها واما إذا كانت الواحدة منها تشترك في الجزء الأكثر مما تحتويه الأخرى لما كان ذلك وكان الحكم المطعون فيه قد عول في قضائه بانتفاء التشابه بين العلامة المسجلة باسم الطاعن والعلامة الخاصة بالمطعون ضده الأول على مجرد اختلاف اللون والكتابة باللغة الأجنبية لكل منهما والتفتت من باقي العناصر التي تتكون منها العلامتان والتي تمسكت بها الطاعنة للتدليل على قيام التشابه بين العلامتين وبما يكفي لوقوع جمهور المستهلكين والمتعاملين في اللبس والخلط والتضليل ولم يتمحىص أوجه التشابه والاختلاف وأما إذا كان من شأنه أن يوقع اللبس والخلط على الشخص العادي المتوسط الحرص

١ - طعن رقم ٨٠١ لسنة ٦٣ ق جلسة ١٦ ابريل سنة ٢٠٠٢، أنظر أنظمة صلاح عبد الوهاب الجاسم.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

والانتباه ويجعله يعتقد بأن العلامة المقلدة هي الأصلية فإنه يكون معيماً بما يوجب تمييزه.^(١)

ويتضح من الحكم السابق أن القاضي يجب أن ينظر إلى مجموع شكل العلامة لا إلى عناصر معينة فيها، فيجب أن ينظر في أوجه التشابه بين العلامتين، وما يترتب على هذا التشابه من أثر في تضليل جمهور المستهلكين في الوقوع في الخداع.

٢ - النظر إلى العلامتين تباعاً وليس في وقت واحد:

ولإجراء المقارنة بين العلامتين لا يجوز النظر إليهما متجاورتين لأن ذلك مهما يتيسر للمستهلكين في العمل بل يجب النظر إليهما على التتابع أي الواحدة تلو الأخرى والاعتداد بالصورة الذهنية التي تخلفها كل منهما وعليه تتم المقارنة بالنظر إلى العلامة الحقيقية ثم تستبعد وينظر إلى العلامة المقلدة، فإذا كانت الصورة التي تتركها العلامة الثانية في الذهن تذكر بالصورة الأولى فالتقليد قائم، ذلك أن المستهلك العادي لا يتيسر له في العمل إحضار العلامة الأصلية أو يتذكرها تذكراً كاملاً حتى يتسنى له المقارنة بينها وبين العلامة المقلدة وإنما يجب النظر إلى العلامتين على التتابع لبيان مدى الأثر الذي ينطبع في ذهنه للقول بوجود أو عدم وجود تشابه بينهما.^(٢)

١ - طعن بالتمييز ٢٠٠٣/٢٠٥ تجاري جلسة ٢٠٠٣/١٢/١، أنظر مجموعة القواعد القانونية التي قررتها محكمة التمييز الكويتية، القسم الخامس، المجلد التاسع، إصدار وزارة العدل بدولة الكويت، إبريل ٢٠٠٩، ص ١٢، ١٣.

٢ - يعقوب يوسف صرخوه، مرجع سابق، ص ٢٠٥.

٣- معيار تقدير التشابه بين العلامتين:

هو المستهلك متوسط الحرص والانتباه، اعتبر القضاء أن معيار تقدير وجود تشابه بين العلامتين الأصلية والمقلدة في نظر الرجل المتوسط الانتباه والذاكرة ولذا وجب على القاضي أن يتمثل موقف المستهلك العادي الذي لا يتميز بالحرص الشديد في تمييز المنتجات التي تحمل العلامات التجارية المتشابهة وعليه فإذا كان المتهم مدير المؤسسة تجارية تتعامل بالإتجار في سلع نستوردها من الخارج فإنه لا يقع في الخط الذي يقع فيه الشخص العادي. (١)

٤- ليس من الضروري أن يكون التقليد قد خدع الجمهور فعلاً، بل يكفي أن يكون من شأنه تضليل الجمهور ووقوعه في الخطأ:

- القصد الجنائي ويقصد بالقصد الجنائي، هو أن يكسب المتهم من الوسيلة الخادعة التي يستعملها إدخال الغش على المشتري في حقيقة المنتجات التي يبيعها أو يعرضها للبيع.

- ووفقاً للمادة (١/٩٢) تجاري كويتي يكون القصد الجنائي في جريمة تقليد أو تزوير العلامة التجارية، بأن يكون الجاني على علم بالتقليد أو التزوير، وذهبت إرادته لاستخدام العلامة المقلدة أو المزورة في تضليل الجمهور والمستهلكين في شأن السلع التي تحملها العلامة المقلدة أو المزورة.

١ - المرجع السابق، ص ٢٠٦.

ثانياً: جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة:

يرجع الأساس القانوني لهذه الجريمة إلى المادة (١/٩٢) من قانون التجارة الكويتي والذي جاء فيها " ... وكل من استعمل وهو سيء النية علامة مزورة أو مقلده. " وعلى ذلك فإن جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلده تقع بمجرد استعمالها، وهذا الاستعمال يكون بوضعها على المنتجات أو السلع وقد يكون بكل فعل من شأنه استعمال العلامة في التجارة بشكل يؤدي إلى تضليل الجمهور حول حقيقة العلامة التجارية، وذلك كأن توضع العلامة المقلدة أو المزورة على محل التاجر أو عنوان محله التجاري أو الأغلفة أو الأوراق أو الخطابات أو وسائل الإعلان وغير ذلك مما يستعمل في عرض العلامة على الجمهور، وذلك أملاً في تصريف منتجات منافسة لا تحمل العلامة الأصلية، ويتحدد وقت استعمال العلامة في الفترة الواقعة بين تزويرها أو تقليدها وبين عرض المنتجات التي تحملها على البيع، واستعمال العلامة المزورة أو المقلدة لا يتطلب أن يكون مستعمل العلامة هو من قام بتزويرها أو تقليدها وإن كان الغالب أن يكون كذلك ويتصور عملاً قيام جريمة استعمال العلامة المزورة أو المقلدة من قام بتزويرها أو تقليدها كما في حالة شراء متجر به علامات مزورة أو مقلده فيستمر المشتري الجديد استعمال هذه العلامات رغم علمه بأنها مزورة أو مقلده، والغالب في العمل هو استعمال علامة مزورة أو مقلده موضوعة على منتجات بغير وجه حق وحيارة هذه المنتجات وعرضها للبيع والتداول، وهذه الأفعال تكون عدة جرائم إذا توافر فيها القصد الجنائي، ورغم أن كل منها تكون فعلاً معاقباً عليه بموجب المادة (٩٢) تجاري كويتي إلا أنها بسبب اشتراكها في قصد جنائي واحد تعتبر جرائم مرتبطة ومن ثم لا توقع بشأنها عقوبة واحده.^(١)

١ - د. يعقوب صرخوه، مرجع سابق، ٢١٥ وما بعدها.

ثالثاً: جريمة وضع علامة مملوكة للغير على المنتجات (اغتصاب علامة الغير):

نصت على هذه الجريمة المادة (٢/٩٢) تجاري كويتي حيث جاء فيها على أن: " يعاقب بالحبس مدة لا تجاوز ثلاث سنوات وبغرامة لا تزيد على ستمائة دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين:

.....

٢- كل من وضع وهو سيء النية على منتجاته علامة مملوكة للغير".

وهذه الجريمة تتم بأن يقوم شخص بوضع العلامة الحقيقية المملوكة للغير على منتجاته المماثلة لمنتجات صاحب العلامة الأصلية وذلك بغية بيعها تحت ستار العلامة الحقيقية وبأسعار تقل عن أسعار المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية تضليلاً وغشاً منه للمستهلكين وهي بهذا الوصف تختلف عن استعمال العلامة التجارية المقلدة أو المزورة حيث لا داعي لإجراء المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة لبيان أوجه الشبه الذي يندفع به الجمهور ذلك أن العلامة التجارية المستعملة في هذه الحالة هي العلامة الأصلية المملوكة للغير وبغرض أنها مسجلة أيضاً ولو أن الفقرة الثانية من المادة (٩٢) تجاري كويتي لم تذكر ذلك صراحة كما جاء في الفقرة الأولى من المادة نفسها غير أن المشرع قصد بتقرير هذه الجريمة حماية العلامة المسجلة وأنه لم يذكر لفظ (مسجلة) في الفقرات التالية للفقرة الأولى منعاً للتكرار فإن لم تكن العلامة مسجلة فلا تتمتع بالحماية الجنائية وإن تمتعت بالحماية المدنية.^(١)

^١ - د. يعقوب يوسف صرخوه، مرجع سابق، ص ٢١٨ وما بعدها.

وهذه الجريمة كغيرها من الجرائم المعاقب عليها بموجب المادة (٩٢) تجاري كويتي يجب أن يتوافر فيها الركن المادي والركن المعنوي، أما الركن المادي فيتمثل بوضع علامة الغير على المنتجات المماثلة للمنتجات التي تحمل العلامة الحقيقية وذلك لتسهيل عرضها بالسوق والتي عادة ما تكون موسمية مهيئة وذلك كبيع زجاجات العطور من إنتاج سنغافورة في زجاجات ذات شكل مماثل وتحمل نفس العلامة التجارية التي تمتلكها شركة كريستان ديور الفرنسية وينخدع بها الشخص العادي وأن العطر الموجود بها يختلف في تركيبة الكيماوي عن عطر الشركة الأصلي، وأن المدعي عليه قد قام بذلك مع علمه بتقليد الزجاجاة وحقيقة أن العلامة التجارية هي ملك لشركة أخرى وهي شركة كريستان ديور الفرنسية وذلك رغبة منه في تحقيق ربح غير مشروع.^(١)

وقد اشترط المشرع الكويتي في القانون رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥ بشأن الموافقة على اتفاقية قانون نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون في المادة (٢/٢) وجود سوء النية عند وضع العلامة المملوكة للغير على بضاعته أو منتجاته، فالقصد الجنائي يتوافر بسوء النية وإثبات سوء النية يقع عبئه على صاحب العلامة.

رابعاً: جريمة بيع السلع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة أو المغتصبة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها:

يرجع الأساس القانوني لهذه الجريمة إلى الفقرة الثالثة من المادة (٩٢) تجاري كويتي، يقصد بهذا التجريم هو حماية المستهلك من شراء بضائع أو الحصول على خدمة غير حقيقية وغير مطابقة للبضائع الأصلية التي تحمل العلامة التجارية.

١- المرجع السابق، ص ٢١٩.

فالركن المادي لهذه الجريمة يتمثل في وضع البضائع التي تحمل العلامة المقلدة أو المزورة للبيع للمستهلكين، والركن المعنوي يتمثل في علمه بأن هذه البضائع تحمل علامة مقلدة أو مزورة ولا تمثل حقيقة البضائع التي تحملها هذه العلامة.

ويتضح مما سبق حرص المشرع الكويتي على حمايته للمستهلك جنائياً مما يتعرض له من خداع في البضائع التي يشتريها أو الخدمة التي يحتاجها، فقد عدت صور هذه الجرائم في المادة (٩٢) من القانون التجاري الكويتي، حتى يحد من جشع التجار والبائعين من استغلال ذكائهم وعلمهم من خداع جمهور المستهلكين.

يلاحظ مما سبق أن المشرع المصري والمشرع الكويتي قد جعلاً جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة جريمة منفصلة عن جريمة عرض بقصد البيع أو التداول أو حيازة سلع عليها علامة مزورة أو مقلدة، ونرى في رأينا المتواضع أن هذا الفصل يوجد به تزايد حيث يثار التساؤل الآتي ما القصد باستعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة، أليست هي وضعها على سلع غير أصلية للعلامة لبيعها أو تداولها أو حيازتها، فلذلك نوصي أن يجمع المشرع في نص موحد للجريمتين بحيث يكون استعمال العلامة التجارية بقصد عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد التداول، في مادة واحدة بدلاً من فصلها في مادتين.

ويلاحظ في القانون ١٣ لسنة ٢٠١٥ بشأن الموافقة على اتفاقية نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون، فقد جاء في المادة (٢/١) جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة، وجاء في المادة (٣/١) من نفس القانون جريمة بيع أو عرض للبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع سلعاً عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير حق مع علمه بذلك وكل من عرض خدمات في ظل هذه العلامة كما اختلفت العقوبة الموقعة على استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة عن جريمة عرض وبيع وتداول سلع تحمل العلامة المزورة أو المقلدة.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

ولذلك نوصي أن يكون النص في الجريمة على هذا النحو: " مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها قانون آخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على ثلاث سنوات وبغرامة لا تقل عن ثلاثمائة وخمسة وثمانون دينار ولا تزيد على سبع وسبعون ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من استعمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة بعرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع أو التداول وهو يعلم ذلك ".

الخاتمة

تناولنا في هذا البحث موضوع الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية فعرضنا المفاهيم المختلفة للمستهلك وللحماية الجنائية وللعلامة التجارية وعرضنا صور الجرائم المختلفة التي تمثل اعتداء على العلامة التجارية وخلصنا إلى النتائج التالية:

- إن المستهلك الذي يجب أن يحاط بالحماية الجنائية يجب أن يكون المستهلك الطبيعي ولذلك أيدنا المفهوم الضيق لتعريف المستهلك وهو المستهلك الطبيعي غير المهني وقد لاحظنا أن المشرع الكويتي في قانون حماية المستهلك أخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك بحيث اشتمل على المستهلك الطبيعي والمستهلك الاعتباري وقد نقضنا هذا المسلك حيث رأينا أن المستهلك الاعتباري يمكن أن تحميه قوانين أخرى كالقانون المدني والقانون التجاري وقانون الشركات حيث تخضع معاملاته التجارية إلى قواعد التسليم وفقاً لهذه القوانين.

- وخلصنا أن المقصود بالحماية الجنائية هي التشريعات التي تصدرها الدولة لتجريم الأفعال غير المشروعة في المعاملات التجارية وعرضنا بعض النصوص القانونية التي صدرت بشأن الحماية الجنائية للمستهلك.

- وقد عرضنا تعريف العلامة التجارية المشمولة بالحماية في القانون الكويتي وخلصنا إلى أن العلامة التجارية حتى تحاط بالحماية يجب أن تكون مسجلة وفقاً لأحكام القانون الكويتي

- وعرضنا في المبحث الثاني من صور جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون المقارن وخاصة المصري والقانون الكويتي وخلصنا إلى أن صور الجرائم تتمثل في أربعة صور وهي كالتالي:

الأولى : جريمة تزوير العلامة التجارية.

الثانية : جريمة تقليد العلامة التجارية.

الثالثة : جريمة وضع العلامة التجارية على السلع والخدمات بدون إذن مالكيها.

الرابعة : جريمة استعمال العلامة التجارية بالبيع والتداول والحياسة بدون ترخيص مالكيها.

ونزي أنه يمكن حصر الجريمة الثالثة والرابعة في صورة واحدة حيث لا يتصور استعمال العلامة دون وضعها على سلع وخدمات غير مطابقة للمواصفات التي تحملها العلامة التجارية.

التوصيات

لا شك أن تعدد القوانين التي تجرم الاعتداء على العلامات التجارية يثير تساؤل القارئ أي من القوانين التي يمكن أن يطبقها القاضي في حالة وقوع أحد الجرائم على العلامة التجارية التي قمنا بعرضها من خلال هذا البحث لذلك نوصي بالنسبة للقضاء الكويتي أن يطبق أحدث القوانين في هذا الشأن طبقاً للقاعدة القانونية التي تقول إن الأحدث في القانون ينسخ ما قبله ولذلك نرى أنه يمكن تطبيق القانون رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥ بشأن الانضمام إلى اتفاقية نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي.

ونوصي أيضاً أن يمنح القاضي الجنائي الكويتي السلطة التقديرية في تقرير العقوبة المناسبة على الجاني وفقاً للترقية بين حدوث الجريمة من قبل شخص طبيعي أو شخص معنوي (اعتباري) حيث أن الشخص الطبيعي هو شخص عادي لا يملك الخبرة في تمييز العلامات التجارية والسلعة التي اشتراها وفقاً لتفكيره العادي أما الشخص الاعتباري هو شخصية قانونية تتمثل في شركة أو تاجر أو مؤسسة أو غيرهم من الأشخاص الاعتبارية والمتوقع منهم أنهم يملكون الخبرة الفنية والدراية في تمييز العلامات التجارية المزورة منها والمقلدة ولذلك نوصي أن الشخص الطبيعي يجب أولاً أن يكون مشمول بالحماية الجنائية على عكس الشخص الاعتباري الذي تحميه قوانين أخرى عند تسلم البضاعة أو الخدمة وذلك بالخضوع لمبدأ المطابقة عند التسليم.

ونوصي كذلك بدمج نص المادة (٢/١) والمادة (٣/١) من قانون نظام العلامات التجارية رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥ ويكون النص على النحو التالي: (مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها قانون آخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ثلاث سنوات وبغرامة لا تقل عن ثلاثمائة وخمسة وثمانون دينار ولا تزيد على سبعة وسبعون ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من استعمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة بعرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع أو التداول وهو يعلم ذلك).

وأخيراً نوصي المشرع الكويتي بالأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك في قانون حماية المستهلك الكويتي رقم ٢٠١٤/٣٩ بدلاً من الأخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك بحيث تشمل الحماية الجنائية فقط المستهلك الطبيعي وذلك بتعديل نص الفقرة الرابعة من المادة الأولى على النحو التالي: (كل شخص طبيعي يشتري سلعة أو خدمة بمقابل أو يستفيد من أي منهما بغرض الاستهلاك أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها).

المراجع

أولاً : المراجع العربية :

- د. إبراهيم أحمد البسطويسى، المسئولية عن الغش في السلع، القاهرة، دار الكتب القانونية، ٢٠١١.
- د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٨.
- د. أكثم الخولي، الموجز في القانون التجاري، ج ١، القاهرة، مطبعة المدني، ١٩٧٠.
- د. أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٠..
- د. حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٨٦.
- د. حسني المصري، القانون التجاري الكويتي، دراسة مقارنة، الكويت، مؤسسة دار الكتاب، ١٩٩٥ - ١٩٩٦.

- د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٨.
- د. خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة - دراسة مقارنة - القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٧.
- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥.
- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، القاهرة دار النهضة العربية، ٢٠٠٨.
- د. سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، ١٩٦٧، القاهرة.
- د. عمر محمد عبدالباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون الإسكندرية، منشأة المعارف، ٢٠٠٤.
- د. فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٥.
- د. محسن شفيق، القانون التجاري المصري - الجزء الأول ١٩٤٩ - القاهرة.
- د. محمد أحمد عبدالحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي، والإلكتروني، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٥.

١٣ - ماهية الحماية الجنائية للمستهلك في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الكويتي

- د. محمد منصور أحمد، جريمة الغش التجاري، د.م، دار الرياض للطباعة والنشر، ١٩٩٥.
- د. مرفت عبدالمنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، القاهرة، د.ن، ١٩٩٧.
- د. ناصر عبدالحميد السلامات، الحماية الجنائية للعلامة التجارية، القاهرة دار النهضة العربية، ٢٠٠٨.
- د. نصيف محمد حسين، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك، القاهرة، أكاديمية الشرطة، ١٩٧٧ رسالة دكتوراه.
- د. يعقوب يوسف صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، الكويت، ذات السلاسل ١٩٩٣.

ثانياً : الدوريات والأحكام :

- د. جمال النكاس، حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي، مجلة الحقوق، العدد الثاني، السنة الثالثة عشر، يونيو ١٩٨٩، جامعة الكويت.

مجلة روح القوانين - العدد المائة - إصدار أكتوبر ٢٠٢٢ - الجزء الثاني

- مجموعة الأيوب والماجد لأحكام التمييز الدائرة التجارية في المدة من

١٦/١٠/١٩٧٢ إلى آخر ديسمبر، ١٩٨٤.

- أنظمة صلاح عبدالوهاب الجاسم - دولة الكويت.

- مجموعة القواعد القانونية التي قررتها محكمة التمييز الكويتية، القسم الخامس،

المجلد التاسع، الكويت، وزارة العدل، ٢٠٠٩.

ثالثاً : المراجع الأجنبية :

- Didier Ferrier, la protection des consommateurs, Dalloz, ١٩٩٦.
- Jean, Calais - Aulnoy " l'influencé" des droit de la consommation sur le droit civil des contrats R.T.D.C iv, ٩٣ année, des avril - Jun, ١٩٨٤.
- M.de Ju gujarat ETB. Ippolito, cours de droit commercial, ler vol ٨ e éd.
- -A. Chavanne, marques De fabrique, de commerce ou de service , répertoire de droit commercial , sous la direction dej homard , ١٩٧٤.
- -T.A Blanco white and robin Jacob: kerly's Law of Trade de marks and trade names, ١٠th Ed , London , ١٩٧٢.
- -Philippe " Moulineau " de la protection des consommateurs ١٩٨١.

- voir jans calait Aulnoy, Frank sommets, droit de la consommation , ٥ Ed , ٢٠٠٥ , paris , Dalloz.
- Wilfrid jean Didier, droit des affaires, ٢ -ème éd, Dalloz paris ١٩٩٦.