

الحماية القانونية للمستهلك

في ظل قواعد الملكية الصناعية



منشورات مخبر الأمن الإنساني، كلية  
الحقوق والعلوم السياسية، مركز عبد العالي  
بن بعبوش، البناية A، الطابق الأول،  
جامعة باتنة1، الجزائر

05000

سلسلة: رهانات وآفاق علمية

الكتاب رقم (19)

الإشراف العام:

أ.د. حسين قادري

مسؤول نشر الكتب:

د. مسعود شوية

المراجعة العلمية:

لجنة القراءة للمخبر

جميع الحقوق محفوظة ©

مخبر الأمن الإنساني: الواقع، الرهانات والآفاق  
كلية الحقوق والعلوم السياسية — جامعة باتنة 1 —  
الجزائر

E- mail: lsh@univ-batna.dz



الناشر: مخبر الأمن الإنساني: الواقع، الرهانات والآفاق

كتاب جماعي

تحت إشراف: الدكتورة أمال بوهنتالة

الطبعة الأولى

الإيداع القانوني: أكتوبر 2021

ر.د.م.ك: 1-68-740-9931-978

القياس: متوسط

الأبعاد: 16x24

عدد الصفحات: 224



كل ما ورد في هذا الكتاب يقع على مسؤولية المؤلف من حيث احترام أخلاقيات البحث العلمي، كما لا يعبر محتواه بالضرورة عن آراء وتوجهات مخبر الأمن الإنساني

# الحماية القانونية للمستهلك في ظل قواعد الملكية الصناعية

مؤلف جماعي

تحت إشراف الدكتورة أمال بوهنتالة

المشاركين

د. أمال بوهنتالة

د. وليد بن لعامر

أ. رفيق سواسي

أ. دنيا الوناس

أ. حليلة كوسة

د. عبد العلي حموتة

أ. وهيبة شادة

أ. مروة جزيري

أ. هشام سلمون

أ. شهرزاد لكحل

أ. ريمة عبد الصمد - باحثة دكتوراه

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
7	تقديم
9	دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك د.أمال بوهنتالة د.وليد بن لعامر جامعة باتنة1
31	المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية أساس لحماية المستهلك رفيق سواسي-باحث دكتوراه جامعة باتنة1
57	الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك دنيا الوناس -باحثة دكتوراه جامعة سطيف2
79	حماية المستهلك من الخداع والتضليل الواقع على العلامات التجارية حليمة كوسة- باحثة دكتوراه جامعة باتنة1
105	تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك د. عبد العلي حموتة جامعة باتنة1
131	دور العلامة البيئية في حماية المستهلك من الغسيل الأخضر وهيبة شادة- باحثة دكتوراه جامعة باتنة1
149	تضليل المستهلك في جودة المنتجات ذات المؤشر الجغرافي المحمي. مروة جزيري -باحثة دكتوراه جامعة باتنة1
179	التراخيص الإيجابية تكريس للتنافسية وحماية للمستهلك في الأزمات والطوارئ. هشام سلمون -باحث دكتوراه جامعة باتنة1
193	جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك شهرزاد لكحل -باحثة دكتوراه جامعة باتنة1
211	الحماية المدنية للمستهلك ضمن قواعد الملكية الصناعية "دعوى المنافسة الغير مشروعة" ريمة عبد الصمد -باحثة دكتوراه جامعة باتنة1



## تقديم

تحتل قواعد الملكية الفكرية عامة والملكية الصناعية خاصة كأداة للتقدم والتطور التكنولوجي مكانة بارزة في الحياة الاقتصادية المعاصرة، من خلال ارتباطها الأساسي بالمنتجات والخدمات التي يتم إقرارها والوصول إليها بموجب قواعد الملكية الصناعية التي تعتبر من أهم الركائز في مجال التنمية الاقتصادية، ذلك أن الابداع والابتكار والمنافسة أساس التقدم والتطور والازدهار لأي دولة، وحماية أصحاب الاختراعات والابتكارات والمحافظة على حقوقهم من الاعتداءات التي قد تطال منتجاتهم وخدماتهم لم تعد مقتصرة عليهم كمبدعين ومبتكرين بل امتدت لتشمل جمهور المستهلكين كونها موجهة لهم عن طريق سماحها بجذب المستهلكين من خلال تحسين جودة المنتجات وتنوع الخدمات.

ذلك ما يستدعي توسيع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك في ظل التحولات التكنولوجية وسعي أصحاب حقوق الملكية الصناعية إلى تحويل منتجاتهم المبتكرة والجديدة إلى جمهور الدول النامية المستهلكة بموجب عقود نقل التكنولوجيا سواء قبل التعاقد أو بعد التعاقد، والذي يعد أمراً ضرورياً نظراً لكون المستهلك الطرف الضعيف في جميع مراحل العلاقة التعاقدية يجهل ويفتقر للمعلومات المتعلقة بالمنتج مقارنة مع المتعامل الاقتصادي الطرف القوي في العلاقة الذي لا يهيمه سوى تصريف منتجاته وتحقيق الربح.

الأمر الذي دفع بالتشريعات الدولية وفي ظل امتداد حقوق الملكية الصناعية في جذور الحريات الاقتصادية واستخدامها في إنتاج وتوزيع السلع والخدمات التي تهدف إلى تحقيق متطلبات جمهور المستهلكين للدول، وفي إطار تحقيق أهداف السياسة العامة إلى إقرار حماية للمستهلك تعمل بالتكامل مع الحماية المقررة لأصحاب حقوق الملكية الصناعية بما يكفل تحقيق الائتمان والثقة بين أصحاب المنتجات والخدمات المحمية بحقوق الملكية الصناعية وجمهور المستهلكين.

ويعتبر القانون رقم 03-09 المتعلق المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالإضافة إلى النصوص الأخرى المراسيم

التنفيذية والقرارات المتعلقة بحماية المستهلك، ضمانة أساسية لحماية المستهلك حيث فرض من خلالها المشرع الجزائري التزامات على المتدخل يضمن من خلالها منتوج سليم، آمن مطابق وصحي للمستهلك، بالإضافة إلى القانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018 والذي يتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يهدف إلى مواكبة التطورات الحديثة في مجال التعاملات الإلكترونية.

وبما أن حقوق المستهلك مرتبطة وتتأثر بحقوق الملكية الصناعية وكل مساس بها أو تعدي عليها يعتبر تعدي على المستهلك، أصدر المشرع الجزائري مجموعة من القوانين لحمايتها تمثلت أساسا في الأمر رقم 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع، الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، الأمر رقم 66-86 المتعلق بالرسوم والنماذج، الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ، الأمر رقم 03-08 المتعلق بحماية التصميم الشكلية للدوائر المتكاملة، بالإضافة إلى حماية الأسرار التجارية. وبالإضافة إلى الحماية الداخلية التي أقرتها التشريعات الوطنية، هناك أيضا حماية خارجية عن طريق المعاهدات والاتفاقيات الدولية.

فالمشرع بتكريسه حماية لحقوق الملكية الصناعية يكون قد أقر أيضا حماية لحقوق المستهلك من أي تعد بسبب التقليد والقرصنة، والتي تؤدي إلى ارتباك وتضليل المستهلك، ووقوعه في الغش والخداع، فقواعد الملكية الصناعية ترتبط بمختلف المجالات المتعلقة بالمستهلك من منتجات وخدمات، وأي اعتداء عليها من تقليد وقرصنة وانتهاج الأساليب التجارية غير المشروعة هو مساس بصحة وأمن المستهلك.

ومن هنا تظهر أهمية هذا المؤلف الجماعي كمساهمة من مجموعة من الباحثين في كونه محاولة لتسليط الضوء على مدى تقرير قواعد الملكية الصناعية ودورها في حماية المستهلك، وذلك بتسليط الضوء على أهم مظاهر حماية المستهلك في ظل قواعد الملكية الصناعية.

#### د. أمال بوهنتالة

رئيسة فرقة البحث التكويني PRFU

الحماية القانونية للمستهلك في ظل الاقتصاد الرقمي



دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك  
*The Role of Industrial Property Components in Consumer  
Protection*

د. أمال بوهنتالة / جامعة باتنة 1

د. وليد بن لعامر / جامعة باتنة 1

ملخص:

على الرغم من أن حقوق الملكية الصناعية تهدف أساسا لحماية أصحاب هذه الحقوق، إلا أن هذا لا يمنع من أن تحمل في طياتها حماية للمستهلك والتي تجعله يقبل على مختلف المنتجات والخدمات المحمية بهذه الحقوق دون خوف، حيث لم تقتصر قواعد الملكية الصناعية على حماية أصحابها من أي تعد عليها من طرف الغير بواسطة التقليد والقرصنة من خلال الانتهاكات التي تقع على إنتاجهم وإبداعاتهم، وإنما امتد ذلك إلى حماية المستهلك من أشكال التضليل والخداع باعتباره الحلقة الأضعف في الدورة الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: الملكية الصناعية، المستهلك، ضمان الجودة.

**Abstract:**

*Although industrial property rights mainly aim to protect the holders of these rights, this does not prevent them from carrying within it protection for the consumer, which makes him accept the various products and services protected by these rights without preclusion, as the industrial property rules were not limited to protecting their owners from any It is attacked by others through counterfeiting and piracy through violations of their production and creativity, but this extended to protecting consumers from forms of misinformation and deception as it is the weakest link in the economic cycle.*

**Key words:** industrial property, consumer, quality assurance.

مقدمة:

يعرف الاقتصاد العالمي اليوم ديناميكيات ابتكار قوية تعلق عليها جميع الدول على أنها مفتاح البقاء والتطور الاقتصادي، وبموجب هذه الديناميكيات التي تعتبر ثمرة الفكرة والعمل الجاد والاستثمار في الوقت والمال تدخل قواعد الملكية الصناعية التي تحتل مكانة بارزة في التنمية الاقتصادية، والتي من خلالها يسعى أصحابها إلى المنافسة الدائمة من أجل التفوق وإبراز قوة ابتكاراتهم باستمرار فظهرت بذلك قوانين الملكية الصناعية بجميع عناصرها من براءة اختراع وعلامات تجارية، ورسوم ونماذج صناعية والمؤشرات الجغرافية.... الخ، حيث تعمل على حماية حقوق أصحاب المنتجات والخدمات والتي لم تعد مقتصرة على حمايتها من القرصنة والتقليد، وإنما تمتد لحماية ضروريات تشجيع الإبداع والابتكار والاختراع، وبفضل هذه الحماية يستطيع أصحاب قواعد الملكية الصناعية توجيه منتجاتهم وخدماتهم لجمهور المستهلكين والجمع بين قاعدة تحفيز خلق المنتجات مع قاعدة الإرضاء الكامل لتفضيلات المستهلكين من خلال تحسين جودة المنتجات وتنوعها، الأمر الذي يدل على أن قواعد الملكية الصناعية مسألة غرضها استهلاكي متى دخلت في مرحلة توزيع المنتجات المبتكرة حمايتها ضد أي شكل من أشكال الاعتداء على المستهلك من تضليل وخداع وغش، خاصة وأن طبيعة العلاقة التعاقدية بين المنتجين والمستهلكين غير متوازنة نتيجة الامكانيات الموجودة تحت تصرفها وبعدها المالي على وجه التحديد تمكّنها من إملاء بنود من شأنها الإضرار بمصالح المستهلك.

الأمر الذي يدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية:

ما هو الدور الذي تلعبه قواعد الملكية الصناعية في تعزيز حماية فعالة وأكيدة للمستهلك؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية نتبع الخطة التالية:

المحور الأول: امتداد حماية الابتكارات الجديدة لمصلحة المستهلك.

المحور الثاني: امتداد حماية الشارات المميزة لمصلحة المستهلك.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

## المحور الأول: امتداد حماية الابتكارات الجديدة لمصلحة المستهلك.

يقصد بالابتكارات الجديدة هي تلك الحقوق التي ترد على ابتكارات جديدة تسمح لأصحابها باستغلالها في مواجهة الغير، وهي تركز إما على صناعة منتجات معينة أو استعمال طريقة صناعية مبتكرة، وهذا النوع من الابتكارات يسمى براءة اختراع، أو ابتكارات تتعلق بإضافة تقنية جديدة في تكوين الوسائل أو الأدوات المرتبطة بالمنتجات، وهذا النوع يسم بالتصميمات الشكلية للدوائر المتكاملة. وإما ابتكارات تركز على الشكل والمظهر الخارجي للسلع والمنتجات، وهذا النوع يسمى بالرسوم والنماذج الصناعية.<sup>1</sup>

ولقد أثبت التطور الكبير الذي عرفه المجال التقني في السنوات الأخيرة أن الابتكارات الجديدة تحتل مكانا جوهريا في الحياة الاقتصادية عموما والمعاملات التجارية على وجه الخصوص لما يترتب عنها من آثار على الصناعة والتجارة وعلى المستهلك بدرجة أكبر كونها موجهة له بالأساس.<sup>2</sup>

ويظهر امتداد الابتكارات الجديدة لمصلحة المستهلك من خلال عناصرها

التالية:

أولا: امتداد براءة الاختراع لمصلحة المستهلك: تعتبر براءة الاختراع الحافز الأساسي الذي يسعى إليه كل مخترع قصد استئنائه واستغلاله لاختراعه والتصرف فيه خدمة لمصلحته الخاصة، وحفاظا على حقوقه المالية والمعنوية، خاصة وأنها أصبحت الدافع الأساسي لعجلة التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال التأثير الذي تتركه في كل النشاطات لاسيما تلك الأنشطة التي تهدف إل توفير المنتجات والخدمة الموجهة للاستهلاك.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مختار حزام، استغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل حرية المنافسة، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، 2015، 2016 ص10.

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (الحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر، الجزائر، 2006، ص05.

<sup>3</sup> وليد بن لعامر، النظام القانوني للصناعات الدوائية في القانون الجزائري واتفاقية تريبيس، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص ملكية صناعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، 2019، 2020، ص19.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

وهناك العديد من التعريفات لبراءة الاختراع حيث عرفها البعض على أنها السند القانوني الذي يتجسد فيه الحق على الاختراع، وتسلمه الجهة الإدارية المختصة في كل دولة إلى المخترع "فرد أو شركة" في مقاب كشفه علانية عن مضمون الاختراع وفائدته، ويخول هذا السند صاحبه حق الاحتكار واستغلال والتصرف في الاختراع كما يشاء"، كما تم تعريفها على أنها المقابل الذي يحصل عليه المخترع نظير جهوده وكشفه عن اختراعه للجمهور، وبموجب البراءة فإن القانون يعترف للمخترع بحقوق خاصة محددة ومؤقتة بفترة زمنية، هذه الحقوق تمكن صاحب البراءة من استغلال اختراعه استغلالا تجاريا واقتصاديا، أو أن يرفض أو يتنازل للغير للقيام بهذا الاستغلال نظير مقابل مادي متفق عليه.<sup>1</sup>

كذلك يمكن تعريفها على أنها:<sup>2</sup> سند ملكية تمنحها السلطات الرسمية المختصة بعناصر الملكية الصناعية في الدولة للمخترع، ليتمتع اختراعه بالحماية القانونية داخل إقليمها تجيز له بمقتضاها حق ابتكار واستغلال اختراعه طوال فترة الحماية، وبشروط محددة قانونا سواء كان الاختراع متعلقا بمنتجات صناعية أو بطرق ووسائل صناعية معروفة.

وعرفها المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع بأنها وثيقة تسلم لحماية الاختراع، وعرف الاختراع بأنه فكرة لمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكلة محدد في مجال التقنية.

والحق في الحصول على براءة الاختراع من حقوق الملكية الفكرية عموما والملكية الصناعية خصوصا، ويندرج ضمن هذه الفئة الأخيرة باعتباره حق خالص متعلق بالمنشآت الجديدة ذات طابع منفعي، وهو من أقدم أشكال حماية الملكية

<sup>1</sup> رمازنية سفيان، حماية الملكية الصناعية في اتفاقية تريبس وأثرها على اقتصاديات الدول النامية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الملكية الفكرية، جامعة باتنة 1، 2020/2019، ص22

<sup>2</sup> وليد بن لعامر، المرجع السابق، ص26.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
الصناعية ويهدف كغيره من أنظمة حماية حقوق الملكية الفكرية الأخرى إلى تحفيز  
التنمية الاقتصادية والتكنولوجية من خلال مكافئة الابتكار الفكري.<sup>1</sup>

وتسمح براءة الاختراع للشخص الذي يمتلكها بمنع أي شخص آخر من  
استخدام الاختراع، أي تصنيع و/أو تسويق المنتجات التي تشملها براءة الاختراع، أو  
من تنفيذ العمليات التجارية، لأن أي فعل يتم القيام به دون إذن مسبق يمكن أن  
يؤدي إلى ارتباك وتضليل المستهلك، ووقوعه في الغش والخداع.<sup>2</sup>

وتظل حماية المستهلك من خلال تسجيل براءة الاختراع القضية الأكثر أهمية،  
والتي تظهر من خلال المفارقة التي تثير انتباه المهتمين بها، والذين يقومون بحملات  
واسعة لتوسيع مجالات إبداعات جديدة الأمر الذي يبرز حقيقة أن المستهلك خدع  
على نطاق واسع، وليس فقط في جودة المنتجات والخدمات، وإنما في صحتها  
وسلامتها.<sup>3</sup>

وعليه فإن براءة الاختراع يظهر دورها في حماية المستهلك من خلال النقاط  
التالية:

1- تقرير نظام التسجيل لبراءة الاختراع قصد توفير منتجات وخدمات آمنة  
ومحمية للمستهلك: مما لا شك فيه أن براءة الاختراع أصبحت الوسيلة المثلى  
في الاستراتيجيات التنموية التي تتبعها الدول خاصة في ميدان جودة المنتجات  
والخدمات، وارتباطها بصحة وسلامة وأمن المستهلك، نظرا لأن براءة الاختراع  
تعمل على تحقيق ذلك بتوفير حماية لأصحابها، والتي يوجهونها للمستهلك فإنها  
وفضلا عن الشروط الموضوعية الواجب توافرها من جدة مقارنة بالحالة

<sup>1</sup> نجيبة بادي بوقميحة، حماية حقوق الملكية الفكرية من المنافسة غير المشروعة-دراسة مقارنة-، دار الخلدونية،  
الجزائر، 2018، ص 222، 223.

<sup>2</sup> Naim sabik, le role de la propriété industrielle dans la protection du consommateur, these  
de doctorat en droit privé, école doctorale droit, université jean Moulin, lyon, mai  
2010,p135.

<sup>3</sup> Ibid, p139.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
العلمية السائدة في مجال التخصص العلمي التي قد تكمن في تركيبة المنتجات  
أو في شكلها أو في ميزاتهما الصناعية.<sup>1</sup>

ومن قابلية أن يكون الاختراع قابلاً للتطبيق الصناعي الذي يبني على إيجاد شيء ملموس يمكن تطبيقه صناعياً والاستفادة منه في كافة مجالات التكنولوجيا الموجهة لإشباع رغبات وحاجيات المستهلك،<sup>2</sup> فإنه يشترط في براءة الاختراع أن تكون محل تسجيل لدى السلطات الإدارية المختصة حتى تكون محمية قانونياً بما يضمن لها سلامة توجيه المنتجات المبرأة بما يضمن وبشكل متزايد حماية المستهلك، حيث أن نظام تسجيل براءة الاختراع يهدف إلى تنفيذ الاختراع، والعمل على خلق الحوافز لإنتاج المعرفة والمعلومات التي تظل منفعة عامة من أجل تعظيم الرفاهية الاجتماعية للمستهلكين من خلال منع الاحتكار الحصري والمؤقت، حيث أن نظام التسجيل يعمل على استبعاد الوصول إلى الابتكار بالطرق التنافسية غير المشروعة، حيث لا يصبح هناك أي استغلال للابتكارات بطريقة تتعارض مع صحة وسلامة المستهلك.<sup>3</sup>

## 2- دور براءة الاختراع في تنظيم الأنشطة التجارية التنافسية الموجهة للاستهلاك:

إن وجود نظام براءات الاختراع من شأنه أن يشجع الروح الإبداعية ونشر وتطبيق الاختراعات و تشجيع التجارة الشريفة بين التجار، مما يؤدي إلى زيادة التطور الاقتصادي والاجتماعي، فالمنافسة المشروعة مطلوبة بين التجار بهدف زيادة جودة الإنتاج وتقليل الأسعار، فالبراءة تعمل على تشجيع حاملها على الإبداع وتحمل المخاطر بما أنه سيحصل في النهاية على عائد لاستغلال اختراعه والنتائج عن الحماية التي توفرها لاختراعه، فهي تعطي للمشاريع ضماناً لتطوير قابليتهم للمنافسة، وبهذا الشكل سيكون صعباً على المنافسين المحتملين الإقدام على تقليد الاختراع لأن هذا التصرف سيكلفهم عاجلاً أو آجلاً دفع تعويضات مالية للمنتج الأصلي على الخسائر التي مُني بها جراء انتهاك حقوقه، أما إذا كان الاختراع غير مبرراً وتم تقليده فلن تكون

<sup>1</sup> وليد بن لعامر، المرجع السابق، ص 132.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 134.

<sup>3</sup> Naim sabik, op cit, p166.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
هناك سلطة رادعة، في حقيقة الأمر، فإن المقلد يبحث عن بيع أكبر كمية ممكنة  
وفي فترة وجيزة وبأسعار منخفضة، ويعدّ عدم تحمله لمصاريف البحث و التطوير من  
أهم العوامل التي تشجعه على النزول بمستوى الأسعار، وبالتالي تتحقق للمقلد  
فرصة اكتساب الأرباح على حساب المخترع الأصلي، فضلا عن تهديده للوضع  
التنافسي للمنتج الأصلي لأنه سيتسبب بظهور منتجات مشابهة من حيث الشكل و  
مجالات الاستخدام لكن بمستوى جودة أقل فيتميز موقع المنتج الأصلي في نظر  
المستهلكين ويجعلهم عرضة للخداع والغش.<sup>1</sup>

3- توفير احتياجات ومتطلبات المستهلك من المنتجات والخدمات: إن توفير  
المنتجات والخدمات تحقيقا لمتطلبات ورغبة المجتمع مرتبط ببراءة الاختراع،  
وذلك على أساس أي اختراع يكون موضوع منتج يوضع في خدمة المستهلك وله  
انعكاس على كثرة الإنتاج هذه الأخيرة التي تعود بالفائدة على المستهلك، حيث أن  
براءة الاختراع تعمل على خلق المنتجات والخدمات وضمان حمايتها قصد  
توجيهها للاستهلاك وفق معايير الجودة الواجب توافرها في المنتجات الموجهة  
للاستهلاك، على اعتبار أن براءة الاختراع تهدف زيادة على حماية حقوق أصحاب  
المنتجات من الاعتداء عليها فإنها تهدف إلى حماية المستهلك من الوقوع في  
التضليل بشأن المنتجات المقلدة.<sup>2</sup>

إذ أن براءة الاختراع تعمل على تدفق الإنتاج الكبير وزيادة حركة المبادلات  
التجارية، وكذا ظهور علاقات اقتصادية بين المنتجين أصحاب البراءات وجمهور  
المستهلكين، فضلا على أن وقوع الاختراع في الملك العام بعد انتهاء مدة حماية

<sup>1</sup> رحمانى أسماء، دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة\_ دراسة حالة مؤسسة  
AMPMECA\_ IND، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، فرع تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم  
الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2008، 2009، ص68.

<sup>2</sup> حمالي سمير، حماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، جامعة الجزائر 01،  
2015، ص62.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
المنتجات المبرأة والمقدرة ب20 سنة يتيح إمكانية استغلال الاختراع مجانا بدون دفع  
أي حقوق من شأنها المساهمة في ارتفاع سعر المنتجات.<sup>1</sup>

ثانيا: امتداد التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة لمصلحة المستهلك: تعتبر  
التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة ابتكار حديث نسبيا، ومن أهم الابتكارات التي  
شهدها العالم في القرن 20، والتي احتلت سائر جوانب الحياة العامة وتغلغلت في  
البيئة التقنية للعالم، وساهمت في سرعة التقدم الزمني للتكنولوجيا وذلك لكونها  
ابتكارات تستغل في المشاريع الاقتصادية بغية الانتفاع بها وتحقيق تغير في المجال  
الاقتصادي والاجتماعي للنهوض بالأمة والرقى بها.<sup>2</sup>

وضرورة توفير الحماية للتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة يعود لأسباب  
عديدة هي أن التصميم التخطيطي للدائرة المتكاملة هو إدماج عدد كبير من  
الوظائف الكهربائية في مكون صغير وفق خطط وتفصيل ودقة، كما أن ابتكارها  
يتطلب جهودا كبيرة وامكانيات عالية، غير أن هذه الصعوبات في ابتكارها يقابلها  
سهولة استنساخها، وهذا ما يجعل التفكير في حمايتها ضرورة.<sup>3</sup>

وقد عرف المشرع الجزائري التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة في المادة 02  
الأمر 08/03 المتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة في المادة الثانية  
بقوله:<sup>4</sup> الدائرة المتكاملة: منتج في شكله النهائي أو في شكله الانتقالي يكون أحد  
عناصره على الأقل عنصرا نشيطا وكل الارتباطات أو جزء منها هي جزء متكامل من  
جسم و/أو سطح لقطعة من مادة ويكون مخصصا لأداء وظيفة إلكترونية.

<sup>1</sup> حسام الدين الصغير، الإطار الدولي لحماية الملكية الصناعية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية  
للقضاة والمدعين العامين، المنظمة العالمية للملكية الفكرية(الويبو)، 12 و 13 يونيو 2004، ص02.

<sup>2</sup> بوبكر نبيه، مفهوم التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة وفقا للتشريع الجزائري، مجلة المنار للبحوث والدراسات  
القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة فارس يحي المدينة، العدد الرابع، مارس 2018،  
ص160، 161.

<sup>3</sup> رمازنية ذ إسفيان، المرجع السابق، ص41.

<sup>4</sup> الأمر 08/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، جريدة رسمية عدد  
44 الصادرة بتاريخ 2003/07/23.



دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
وعرفت نفس المادة "التصميم الشكلي، نظير الطبوغرافيا: كل ترتيب ثلاثي الأبعاد، مهما كانت الصيغة التي يظهر فيها، لعناصر يكون أحدها على الأقل عنصرا نشيطا، ولكل وصلات دائرة متكاملة أو للبعض منها أو لمثل ذلك الترتيب الثلاثي الأبعاد المعد لدائرة متكاملة بغرض التصنيع".

ومن أمثلة الدوائر المتكاملة الساعات الإلكترونية والدوائر المدمجة في الهواتف النقالة، أو تلك التي تستخدم في الأجهزة المكونة للكمبيوتر مثل اللوحة الأم وغيرها من الشرائح الإلكترونية المدمجة في مختلف الأجهزة الإلكترونية.<sup>1</sup>

أما التصميم الشكلي فإنه يمثل الخريطة الثلاثية الأبعاد للطبقات التي تمثل الدائرة المتكاملة في صورة شرائح معدنية، والذي من شأنه أن يميز دائرة أو شريحة من غيرها من الدوائر والشرائح.

وعليه فإن التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة يظهر دورها في حماية المستهلك من خلال النقاط التالية:

**1- ضمان تغيير في المستوى الاجتماعي للمستهلكين:** ويظهر ذلك من خلال دورها في ارتفاع مستوى المعرفة وكسب الوسائل التقنية وحماية المستهلكين، وذلك لكونها تساعد على انتقال الثقافة الاستهلاكية من حالة التخلف إلى حالة الرخاء التي تساهم في التقدم والرفق الصناعي وتحقيق التنمية، ولهذا فإن تقرير نظام التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة يؤدي إلى حفظ النظام العام في المجتمع باعتبارها توفر حماية للمبدع من جهة، وحماية للمستهلك من جهة أخرى من استهلاك البضائع المقلدة.<sup>2</sup>

**2- تخفيف أعباء التكلفة المادية للمستهلك في ظل التكنولوجيات الاستهلاكية المتطورة:** يظهر دور نظام التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة في تخفيف أعباء التكلفة المادية للمستهلك من خلال دورها الأساسي في صناعة الأجهزة

<sup>1</sup> نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2012، ص102.

<sup>2</sup> بويكر نبية، المرجع السابق، ص171، 172.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

الإلكترونية، وتوفير التكنولوجيات الموجهة للاستهلاك مثل التصاميم الشكلية المركبة على جهاز تنظيم ضربات القلب، وبفضل التطور الصناعي والتكنولوجي الموجه للاستهلاك اتسع مجال التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة لتشمل صناعة السيارات والأجهزة الطبية والأجهزة الإلكترونية الصناعية مما حقق العديد من الفوائد على المنتجين والمستهلكين الذي يعتمد عليها بالفائدة خاصة من حيث التكلفة إذ أن تكلفة شراء الدائرة المتكاملة المحتوية لعدة عناصر إلكترونية أقل سعرا من عملية شراء عناصر إلكترونية بصفة منفردة والقيام بعملية تثبيتها مما يوفر الجهد والمال والوقت على المستهلك عند استغلاله لتكنولوجيا معينة لها علاقة بالمستهلك.<sup>1</sup>

ثالثا: امتداد الرسوم والنماذج الصناعية لمصلحة المستهلك: تعد الرسوم والنماذج الصناعية ذات قيمة جمالية تعود بالنفع على أصحابها، وهذا بسبب الأهمية التجارية التي تمنحها هاته الرسوم والنماذج للمنتجات التي تزيئها لأن ذلك يعد عامل مهم في جذب الجمهور، فإذا وجد المستهلك أن السلعة أو المنتج يحمل رسما أو نموذجا متميزا يندفع مباشرة لشرائه. لهذا تعتبر هذه التصميمات الصناعية أحد عناصر الملكية الصناعية التي تلعب دورا هاما في تمييز المنتج عن طريق منحه رونقا ومظهرا جذابا، وتضمن للمستهلك الحصول على الجودة المنشودة في المنتج.<sup>2</sup>

فالرسم والنموذج الصناعي هو المظهر الزخرفي أو الجمالي لسلعة ما، ويستعمل كلاهما لتمييز السلع والمنتجات عن غيرها المماثلة لها في الصنف والنوع والجودة، وفي المواد الأولية المصنوعة منها بهدف جذب المستهلك، غير أنهما يختلفان في أن الرسم يوضع على سطح السلعة مثل النقوش والخطوط والألوان، بينما النموذج يتعلق بالشكل الخارجي للسلعة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حمالي سمير، المرجع السابق، ص 80، 81.

<sup>2</sup> رمازنية سفيان، المرجع السابق، ص 49.

<sup>3</sup> محمد عبد الرحيم الناغي، الحماية الجنائية للرسوم والنماذج الصناعية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009، ص 17.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

وعرفها المشرع الجزائري في المادة الأولى من قانون الرسوم والنماذج الصناعية بقوله:<sup>1</sup> "يعتبر رسماً كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، ويعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل أو مركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي".

وعليه فإن الرسوم والنماذج الصناعية يظهر دورها في حماية المستهلك أنهما يجعلان من السلعة جذابة ومغرية، وبالتالي ترفع من قيمته التجارية وتزيد من فرصته التسويقية، أي أن للرسم والنموذج الصناعي أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك تظهر من خلال النقاط التالية:

1- جذب المستهلك نحو المنتجات والخدمات المميزة: يظهر امتداد الرسوم والنماذج الصناعية في جذب المستهلك نحو المنتجات والخدمات، وذلك لكونهما وسيلة تستخدم من قبل مالكيها لتمييز المنتجات والخدمات عن مثيلاتها بما يجذب المستهلك وتعريفهم بها بكل ثقة واطمئنان.<sup>2</sup>

حيث أن مصلحة المستهلك في عملية جذبه بموجب قواعد الرسوم والنماذج الصناعية تبرز مراعاة الجوانب الصحية للمستهلك كون المنتجات والخدمات المميزة بواسطة الرسوم والنماذج الصناعية تحد من الممارسات التجارية غير الشريفة، إذ يجتهد أصحاب الشأن في ابتكار الرسوم والنماذج التي تنال إعجاب المستهلكين وتعمل على جذب المزيد منهم لأن جمالية هذه الرسوم والنماذج عامل مهم في جذب الجمهور إلى اقتنائها فكثيرا ما يفضل الزبائن سلعا على أخرى رغم تماثلها التام من حيث درجة الجودة أو المواد الأولية التي تتكون منها بسبب التصميمات التي تزيناها أو

<sup>1</sup> الأمر 86/66 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، جريدة رسمية عدد 35 الصادرة بتاريخ 03/05/1966.

<sup>2</sup> سائد أحمد الخولي، حقوق الملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص104.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
الشكل الخارجي الذي يضفي عليها ذوقا جميلا يفوق مثيلاتها من السلع رغم أن هذا الأمر لا يزيد من المنفعة الحقيقية للسلع المذكورة.<sup>1</sup>

2- ضمان منافسة تجارية موجهة لتلبية المستهلك: للرسوم والنماذج الصناعية دور كبير في مجال المنافسة الصناعية الموجهة لتحقيق رغبات المستهلك في اقتنائه للمنتجات والخدمات التي تلي ذوقه وميولاته، الأمر الذي يدفع بأصحاب الرسوم والنماذج الصناعية في إنفاق مبالغ لابتكار رسوم ونماذج جميلة وجذابة للمستهلك.<sup>2</sup>

مما يجعل لها دورا كبيرا في تعزيز المنافسة التجارية وضمان حماية المستهلكين من الغش والتضليل حول مواصفات المنتجات والبضائع المقدمة من خلال الرجوع على أصحاب المنتجات والخدمات رجوعا قانونيا مناسباً لتحديد مسؤوليتهم عن أثار تضليل جمهور المستهلك.<sup>3</sup>

### المحور الثاني: امتداد حماية الشارات المميزة لمصلحة المستهلك:

تعد الشارات المميزة بموجب قواعد الملكية عبارة عن بيانات ترمي إلى تمييز بعض المنتجات أو الخدمات أو المنشآت في العلامات التجارية وتسميات المنشآت والمؤشرات الجغرافية، هذه البيانات المميزة للمنتجات وبلد المنشأة من شأنها أن تعطي المنتج شبه احتكار في مواجهة الزبائن، وبموجبها يستطيع الحفاظ على عملائه وزبائنه من المستهلكين، كما يستطيع المستهلكين بموجب تلك الشارات المميزة التعرف على مصدر المنتجات.<sup>4</sup>

كما تستعمل الشارات المميزة في التعريف بالمؤسسات الاقتصادية والتمييز بين مختلف الخدمات المعروضة علة لذلك فهي تتعدد وتتنوع وتختلف بحسب

<sup>1</sup> مختار حزام، المرجع السابق، ص23.

<sup>2</sup> بوداودة رشيدة، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، مذكرة ماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، 2008، 2009، ص09.

<sup>3</sup> بوداودة رشيدة، المرجع السابق، ص15.

<sup>4</sup> مختار حزام، المرجع السابق، ص11.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
الدور الذي يلعبه كل حق وذلك لكونها عبارة عن أدوات أو وسائل منطوقة أو مرئية  
تتجسد في شكل كلمات أو صور أو رموز تستخدم للدلالة على المؤسسات الاقتصادية  
التي تقوم بتصنيع المنتجات وتقديم الخدمات المعروضة في الأسواق وعن طريقها  
يستطيع المستهلكون التمييز بين مختلف الأنواع المماثلة أو المشابهة أو المفاضلة.<sup>1</sup>

وسنقتصر في حديثنا عن الشارات المميزة عن تلك المرتبطة بعناصر الملكية  
الصناعية من علامات تجارية، وتسميات منشأ، وعليه فإن امتداد الشارات المميزة  
للمنتجات والخدمات المتعلقة بقواعد الملكية الصناعية لمصلحة المستهلك يظهر من  
خلال:

أولاً: امتداد العلامات التجارية لمصلحة المستهلك: عرف المشرع الجزائري العلامات  
التجارية في المادة الثانية الفقرة الأولى من قانون العلامات على أنها:<sup>2</sup> " كل  
الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص،  
والأحرف والأرقام والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توظيفها،  
والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص  
طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

ويلاحظ على هذا التعريف أن المشرع أخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية  
لأنه أدخل ضمن نطاقها علامات السلع التي توضع على المنتجات سواء تلك التي قام  
التاجر بصنعها أو التي يقوم ببيعها، كما شمل علامة الخدمة التي أخذ نص عليها  
لأول مرة في الأمر 06/03، كما أن المشرع لم يفرق في هذا التعريف بين العلامة  
التجارية التي يضعها التاجر على البضاعة التي يقوم ببيعها، والعلامة الصناعية التي

---

<sup>1</sup> فرحات حمو، التنظيم التشريعي لحقوق الملكية الصناعية ودوره في التنمية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص  
قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2011، 2012، ص191.

<sup>2</sup> الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية عدد44 الصادرة بتاريخ 23 يوليو  
2003.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
يضعها المصنع على السلعة التي يقوم بإنتاجها، وذلك راجع لأن الاختلاف بينهما يكون  
فقط في التعريف دون القواعد القانونية وذلك لخضوعهما لنظام قانوني موحد.<sup>1</sup>

وتحظى العلامة باهتمام الكثير خاصة وأنها على حد تعبير المختصين والخبراء  
في المادة، فهي التي لا تفارقنا إطلاقاً، بداية من المقتنيات اليومية للمستهلك العادي  
الحاملة للعلامات إلى العلاقات الاقتصادية الشائكة ذات البعد الدولي والتي ينصب  
موضوعها حول العلامة، ونظراً للأهمية المتزايدة للعلامة وانتشار ظاهرة الاعتداء  
عليها بالتقليد كصورة من صور المنافسة غير المشروعة، وما لهذه الظاهرة من  
مخاطر لا تقتصر آثارها على الأضرار بمالك العلامة وإنما تتعداه إلى جمهور  
المستهلكين. لذلك سعت الدول ومن بينها الجزائر إلى سن تشريعات خاصة لحماية  
العلامة.<sup>2</sup>

حيث تعتبر العلامات التجارية من أهم الوسائل التي تحقق للتجار وأصحاب  
المشاريع ما يصبون إليه من تميز وريح، وتضمن لمنتجاتهم وخدماتهم رواجاً كبيراً  
تتمثل في قدرتها على الوصول إلى علم المستهلكين بهذه المنتجات وإقبالهم عليها  
فتسهل على المستهلكين معرفة السلع أو الخدمات بمجرد النظر إلى علامتها التي قد  
تحدث في نفسه مقدار جودتها ومدى ملائمتها حسب ما تعود عليه، حيث أصبح  
للعلامات مدلول تجاري له تأثير على سلوك المستهلك يرتبط بصحته وأمنه وسلامته.<sup>3</sup>

وانطلاقاً مما سبق يظهر دور العلامات التجارية في التأثير على سلوك  
المستهلك، وامتداد نظام العلامات التجارية لمصلحة المستهلك من خلال:

1- تقديم وظيفة التمييز والمصدر: يشترط في العلامة التجارية أن تكون لها ذاتية  
خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة للسلع المماثلة،  
والعلامة لا يمكن أن تؤدي وظائفها إلا إذا اشتملت فعلاً على بعض الخصائص

<sup>1</sup> سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، جامعة  
باتنة 1، 2016/2015، ص 14

<sup>2</sup> نجيبية بادي بوقمجة، المرجع السابق، ص 18، 19.

<sup>3</sup> كحول وليد، زواوي الكاهنة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق  
والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، العدد الرابع أبريل 2017، ص 621، 622.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

التي تميزها عن غيرها من العلامات المماثلة، فالتمييز هو أساس الحماية والحكمة من استلزامه هو تحقيق الغاية الأساسية من العلامة التجارية بتمييز المنتجات والسلع والخدمات.<sup>1</sup>

وعليه تعتبر العلامة بمثابة هوية للمنتجات والخدمات للشركات في السوق المليئة بالمنتجات والخدمات التنافسية، هذه الهوية تلعب دورا أساسيا بالنسبة للمستهلك الذي يشتري السلعة، فهي تمثل تلخيصا وتكثيفا لمعلومات كثيرة تتعلق بالمنتج يحتاج إليها المستهلك عند اتخاذ قراره بشراء المنتج، هذه المعلومات يحصل عليها المستهلك عادة ويجمعها بالتدرج ومع مرور الوقت نتيجة لمقارنته مع عدة منتجات لجهة النوعية والسعر، والمحتوى، وكذا الاستخدام وما إلى ذلك فيصل إلى قرار شراء أي منتج يناسبه.<sup>2</sup>

2- ضمان جودة المنتجات والخدمات للمستهلك: تعد العلامة التجارية وسيلة الضمان للمنتج والمستهلك في آن واحد فهي تمنع اختلاط منتجات تحمل علامة معينة بمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى كما تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها عندما تحمل علامة موثوق بها وللحيلولة من ظهور سلع متشابهة اتجه المنتجون إلى استخدام العلامة التجارية للتعريف بمنتجاتهم والسعي إلى الاتقان في الصنع للحفاظ على العملاء واستمرار جودة المنتجات بما يضمن الصمود أمام المنافسين، وبالتالي فإن ضمان مستوى جودة المنتجات والخدمات يرتبط بالعلامة التجارية التي يحملها المنتج، هذه الوظيفة تأخذ أهمية خاصة بالنسبة للمنتجات والخدمات التي لا يستطيع المستهلك التعرف على نوعيتها بنفسه مثل الإلكترونيات أو ما شابه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سماح محمدي، المرجع السابق، ص26

<sup>2</sup> كنعان الأحمر، الانتفاع بالعلامات التجارية كأداة للتنمية الاقتصادية، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل زيادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، دمشق، 11، 12 ماي 2004، ص05.

<sup>3</sup> كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص05.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

ثانياً: امتداد تسمية المنشأ لمصلحة المستهلك: تعد تسميات المنشأ من أهم حقوق الملكية الصناعية لكونها وسيلة تميز نشأة ومصدر السلع، ومع التطورات الاقتصادية أصبحت من أهم أدوات المنافسة ، كما أن أهم تمييز بها أنها تضمن الجودة ونوعية المنتوجات المقدمة للمستهلك، وبالتالي جلب المستهلك نوع معين من تلك المنتوجات أو الخدمات، كما أن المستهلك في الأساس يرتبط بهذه التسمية قبل أن يرتبط بالمنتوجات والخدمات التي يستهلكها، وبالتالي فإن أي اعتداء على هذه التسمية يعتبر جريمة معاقب عليها ، وذلك باعتبار أن هذا الاعتداء يساهم بشكل كبير في المساس بصحة وأمن المستهلك.<sup>1</sup>

وعرفها المشرع الجزائري في المادة الأولى من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ:<sup>2</sup> " تعني "تسمية المنشأ" الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية.

ويعد كذلك كاسم جغرافي الاسم الذي، دون أن يكون تابعا لبلد أو منطقة، أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، يكون متعلقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات".

إن للمستهلك دور لا يستهان به في نظام تسمية المنشأ وبقائه محافظا على مكانته الراقية في المجتمع ما يجعله ينجذب بشكل مذهل للجودة التي يقدمها نظام تسمية المنشأ ليس فقط لأنها تحمل من العراقة والأصالة الشيء الكثير، ولكن أيضا

<sup>1</sup> عزيزة شبري، حنان مناصرية، تسمية المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الرابع أبريل 2017، ص401.

<sup>2</sup> الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسمية المنشأ، جريدة رسمية عدد 59 الصادرة بتاريخ 23 يوليو 1976.



دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
توجد ضمن نظام يفرض أن تكون التفاصيل الدقيقة محل تأطير قانوني محكم،  
ويحمل منتجه ضماناً هو الأصعب في سبيل لفت انتباه المستهلك.<sup>1</sup>

وعليه يظهر امتداد نظام تسميات المنشأ لمصلحة المستهلك من خلال:

1- ضمان التأطير القانوني لكل تسمية منشأ مستعملة: ويرجع ذلك إلى حماية المستهلك من أن يتم التلاعب به بمجرد القول أن المنتجات المعروضة تحمل تسمية منشأ، مما يستلزم بالضرورة أن جودة أصيلة ومتأصلة من المنطقة التي تكون التسمية حاملة لاسمها الجغرافي، وذلك حرصاً على حصول المستهلك على كل التفاصيل الدقيقة التي مرت على هذه المنتجات حتى استطاعت أن توفر له جودة متميزة، وهذا ما يجعل المستهلك يثق فيها لأنها مؤطرة قانوناً من كل الجوانب التي تمثلها، ويفضلها عن غيرها من البيانات أو الحقوق.

2- ضمان الحصول على الجودة المقررة قانوناً: وهذا كله بهدف تحفيز المستهلك على اقتناء المنتوجات التي تستفيد من نظام تسمية المنشأ، حيث أن هذه الأخيرة تكفل له الحصول على الجودة المتميزة تحت وصاية الدولة ومراقبتها عن طريق الهيئة المختصة قانوناً والمتمثلة في المعهد الوطني للملكية الصناعية، والتي تعمل بالتكامل بالالتزام المتعلق بتسمية المنشأ والمتمثل في الالتزام بمطابقة المنتوجات، وبالتالي فإن حماية رغبة المستهلك في الحصول على هذه المنتوجات بمميزاتها واجب قانوني على المتدخلين أو الأعوان الاقتصاديين برقابة وجود هذه المطابقة قبل عرض المنتج للاستهلاك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> درقاوي حورية، مساهمة تسميات المنشأ في ضمان الجودة، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012، 2013، ص 83.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص، ص 84، 85، 87، 88.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

خاتمة:

في ختام هذه الورقة البحثية المتعلقة بدور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك يمكن القول بأن قواعد الملكية الصناعية تهدف بشكل رئيسي إلى تشجيع الإبداع والابتكار، وحماية أصحابها من الاعتداءات التي قد تطال منتجاتهم وخدماتهم المحمية بموجب قواعد الملكية الصناعية، هذه الأخيرة التي تعد الآلية التي بموجبها يتم خلق المنتجات والخدمات الموجهة للاستهلاك، مما يجعلها تمتد وبصورة رئيسية إلى حماية المستهلك من كل أشكال التضليل والخداع التي قد تطاله، مما يدفع بالقول أن تقرير أنظمة حماية قواعد الملكية الصناعية هي تقرير لحماية المستهلك، وهذا راجع إلى أن قواعد الملكية الصناعية ترتبط بمختلف المجالات المتعلقة بالمستهلك من منتجات وخدمات، وأن أي اعتداء عليها من تقليد وقرصنة وانتهاج الأساليب التجارية غير المشروعة هو مساس بصحة وأمن المستهلك، وأن تأمين الحماية الفعالة للمستهلك مرتبطة بمدى نجاعة وفعالية الحماية المقررة لقواعد الملكية الصناعية خاصة في ظل التطورات التكنولوجية المرتبطة بها والموجهة لجمهور المستهلكين.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

قائمة المصادر والمراجع:

#### أولاً-المصادر

\_ الأمر 86/66 المؤرخ في 1966/04/28 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، جريدة رسمية عدد35 الصادرة بتاريخ 1966/05/03.

\_ الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو1976 المتعلق بتسمية المنشأ، جريدة رسمية عدد 59 الصادرة بتاريخ 23 يوليو 1976.

\_ الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية عدد44 الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.

\_ الأمر 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءة الاختراع، جريدة رسمية عدد44 الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.

\_ الأمر 08/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بحماية التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة، جريدة رسمية عدد 44 الصادرة بتاريخ 2003/07/23.

#### ثانياً-قائمة المراجع

##### 1-الكتب:

\_ سائد أحمد الخولي، حقوق الملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (الحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر، الجزائر، 2006.

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

- نجيبة بادي بوقميحة، حماية حقوق الملكية الفكرية من المنافسة غير المشروعة-دراسة مقارنة- دار الخلدونية، الجزائر، 2018 .

## دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر

- نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2012.

### 2- الرسائل العلمية:

#### أ- أطروحات الدكتوراه

- سمير حمالي ، حماية المستهلك في تشريعات الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراه في الحقوق ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2015.

- سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة1، 2016/2015،

- سفيان رمازنية، حماية الملكية الصناعية في اتفاقية تريبس وأثرها على اقتصاديات الدول النامية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الملكية الفكرية، جامعة باتنة1، 2020/2019.

- فرحات حمو، التنظيم التشريعي لحقوق الملكية الصناعية ودوره في التنمية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2011، 2012.

- وليد بن لعامر، النظام القانوني للصناعات الدوائية في القانون الجزائري واتفاقية تريبس، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص ملكية صناعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة01، 2020، 2019.

#### ب-مذكرات الماجستير

- أسماء رحمانى، دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة\_ دراسة حالة مؤسسة AMPMECA\_ IND ، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، فرع تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2009، 2008.

- حورية درقاوي، مساهمة تسميات المنشأ في ضمان الجودة، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012، 2013.

- رشيدة بوداودة ، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، مذكرة ماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، 2009، 2008.

دور عناصر الملكية الصناعية في حماية المستهلك - د. أمال بوهنتالة / د. وليد بن لعامر  
- مختار حزام، استغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل حرية المنافسة، مذكرة ماجستير في  
الحقوق، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01،  
2015، 2016.

#### 4- المجالات العلمية:

- بوبكر نبية، مفهوم التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة وفقا للتشريع الجزائري، مجلة المنار  
للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة فارس يحي  
المدية، العدد الرابع، مارس 2018.

\_ عزيزة شبري، حنان مناصرية، تسمية المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق،  
مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد  
الرابع أفريل 2017.

\_ كحول وليد، زواوي الكاهنة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات، مجلة الحقوق والحريات،  
كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، العدد الرابع أفريل 2017.

#### 5 \_ الملتقيات والندوات:

\_ حسام الدين الصغير، الإطار الدولي لحماية الملكية الصناعية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ  
حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، 12 و  
13 يونيو 2004.

\_ كنعان الأحمر، الانتفاع بالعلامات التجارية كأداة للتنمية الاقتصادية، ندوة الويبو الوطنية عن  
الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، المنظمة العالمية للملكية  
الفكرية، دمشق، 11، 12 ماي 2004.

#### ثانيا: باللغة الفرنسية:

\_ Naim sabik, le role de la propriété industrielle dans la protection du consommateur, these  
de doctorat en droit privé, école doctorale droit, université jean Moulin, lyon, mai 2010.



المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية أساس لحماية المستهلك  
*Rights is The Basis for Free Competition for Industrial Property  
Consumer Protection*

أ. رفيق سواسي

جامعة باتنة 1

ملخص:

تختلف المبادئ العامة التي تحكم قوانين المنافسة عن مبادئ قوانين الملكية الفكرية ومنها حقوق الملكية الصناعية، ففي الوقت الذي تحظر فيه قوانين المنافسة الممارسات الاحتكارية التي من شأنها ابقاء السيطرة على الأسواق نجد ان قوانين الملكية الفكرية تركز مبادئ تتعارض مع مبادئ المنافسة و منها احتكار الاستغلال التجاري للحق الفكري، و تطرح اشكالية تعارض النظامين أكثر اذا كان مالك الحق الفكري عونا منافسا الامر من شأنه ان يؤدي الى احتكار هذا العون للسوق ما من شأنه الاضرار بالمستهلك و منه وجب ايجاد اطار قانوني يسمح بالتوفيق بين مبادئ المنافسة و قوانين الملكية الفكرية و هو الاطار الذي يسمح من جهة بالحفاظ على المصالح المشروعة لكل من العون المنافس مالك الحق الفكري والمستهلك من جهة أخرى .

الكلمات المفتاحية: المنافسة، الملكية الفكرية، الاحتكار، المستهلك، الرخص الإلزامية.

**Abstract :**

*The general principles that govern the laws of competition differ from the principles of intellectual property laws, including industrial property rights. While competition laws prohibit monopolistic practices that may maintain control over markets, intellectual property laws establish principles that contradict the*

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

*principles of competition, including monopolizing the commercial exploitation of the Intellectual right.*

*The problem of contradiction between the two systems arises more if the owner of the intellectual right is a competitor, which would lead to its monopoly to the market, the fact that may harm the consumer, and from this, a legal framework must be created that enables the reconciliation between the principles of competition and intellectual property laws, which is the framework that allows on the one hand through saving the legitimate interests of both the competitor that enjoys the quality the owner of the intellectual right, and the consumer on the other hand.*

**Keywords :** *Competition, intellectual property, monopoly, consumer, compulsory lic*

#### مقدمة:

أصبحت الملكية الفكرية تحتل أهمية كبيرة بالنظر الى الدور الذي تلعبه اليوم في تحريك عجلة الاقتصاد وتقدم الدول، خاصة في مجال الملكية الصناعية التي تعد من الموضوعات الحيوية المطروحة على الساحة السياسية والقانونية والاقتصادية، مع تقدم الفكر واتجاهه الى ضرورة حماية الابتكار والتقدم العلمي والتكنولوجي لما لها من قيمة اقتصادية في تحقيق النمو والازدهار، وإعطاء مكانة مرموقة للدول التي تبتكر وتبدع في المجالات المختلفة وما يعود عليها بموجب ذلك من فائدة مادية ومكانة اقتصادية.

ومن أجل ذلك تؤكد أغلب تشريعات الدول على الأهمية التي تجسدها الملكية الفكرية في إقرار حقوقها من خلال عقد مؤتمرات واتفاقيات عديدة لتوسيع حماية الإبداع والابتكار كمجال يساهم في تطور المجتمعات، الى جانب توفير الحماية للأشخاص أصحاب الحق الفكري ودفعه الى الإبداع أكثر، من خلال الحفاظ على حقه في براءة اختراعه على سبيل المثال وعدم تعرضه الى الاعتداء فيه من الغير، من خلال بعض الاتفاقيات والقوانين التي أرست الاليات الحامية لهذه الملكية، وتخويل احتكار استغلال الحق الفكري لصاحبه في إطار احترام المنافسة.



المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

وتدعيما لحماية الملكية الصناعية برز الاهتمام الحقيقي بها في اتفاقية باريس لسنة 1883 المعدلة والمتممة والتي أصبغت الحماية الدولية على هذه الحقوق كاعتراف وإجماع الدول لها بالأهمية، وعقبها جملة من الاتفاقيات التي اهتمت بهذا النوع من الحقوق ، خاصة مع فترة تحرر التجارة الدولية وسهولة انتقال الأموال عبر الحدود، مما جعل نمو السوق العالمية يساهم بدور كبير في زيادة أهمية حقوق الملكية الصناعية وضرورة حماية، الدور الاقتصادي الذي تحققه في مجال الابتكار والمنافسة الى جانب المكانة التي تعطيها للدولة صاحبة الاختراع ووضعها في مصاف الدول المبتكرة والمتقدمة، وهو ما يفسح المجال واسعا الى خلق بيئة اقتصادية قائمة على المنافسة الحرة والفعالة وتحفيز المبتكرين على المضي في إعطاء كل ما هو جديد في إطار منافسة حرة قائمة على حماية حقوق الملكية الفكرية قائمة على علاقة قد تتعارض من حيث المبادئ التي تحكم كل منهما، إلا أنها تتفق من حيث وجود آليات تخلق نوعا من العلاقة بين قائمة على منح الترخيص الإجباري، مما يسمح بوجود ارتباط لا يمكن أنكاره، ومن أجل ذلك يمكننا طرح الإشكالية التي نتناولها في هذه الورقة البحثية، التي تتمثل في: فيما تتمثل مبادئ تعارض كل من المنافسة وحقوق الملكية الفكرية وكيف يتم التوفيق بينهما لتحقيق حماية المستهلك؟

هذه الإشكالية نحاول الإجابة عليها من خلال النقاط التالية:

### المحور الأول: تحديد المصطلحات المفاهيمية.

تتطلب الإشكالية التي نحن بصدد دراستها، الى ضرورة توضيح بعض المفاهيم الاصطلاحية المتعلقة بها، على نحو ما نوضحه كما يلي:

01: الملكية الصناعية. تكاد تكون معظم التشريعات المنظمة للملكية الصناعية، خالية من تعريف واضح ودقيق للملكية الصناعية، إلا أننا نجد بعض التعريفات الفقهية التي عرفتها.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

تعرف الملكية الصناعية على أنها حقوق استثنائية صناعية تخول لصاحبها استثنائية صناعية قبل الغير استغلال ابتكار جديد أو علامة مميزة.<sup>1</sup>

يقصد بالملكية الصناعية مختلف الحقوق التي تكون ثمرة النشاط الإبداعي الأخلاقي للفرد في مجال الصناعة والتجارة، وهي تخول لصاحبها سلطة مباشرة على ابتكاره أو ملحقه للتصرف فيه بكل حرية وإمكانية مواجهة الغير بها، عرفها بعض الفقه على أنها حقوق استثنائية صناعية وتجارية تخول لصاحبها أن يستأثر قبل الكافة باستغلال ابتكار جديد أو استغلال علامة مميزة.<sup>2</sup>

حقوق الملكية الصناعية هي سلطة مباشرة يمنحها القانون للشخص على كافة منتجات عقله وإبداعاته سواء في نشاطه الصناعي أو التجاري، ويكون له بموجبها مكنة الاستئثار بكل ما تدره من فوائد ومغانم نتيجة استغلاله لها ودون اعتراض أو اعتداء أو مزاحمة من أحد.<sup>3</sup>

من خلال التعريف نجد حقوق الملكية الصناعية ترد على أشياء معنوية مما يجعلها حقوق عينية، وتخرج بذلك عن المعنى التقليدي واعتبارها حقوق عينية وشخصية. كما أنها ترد على مختلف الرسوم والاختراعات والنماذج الصناعية التي ترسخ في عقل الفرد الممارس لها، إلى جانب الغرض الاقتصادي الذي يظهر من خلالها في استغلال عناصرها المختلفة من أجل تحقيق غاية صناعية أو تجارية معينة، وبالتالي القيام بدور اقتصادي هام.

وذهب جانب من الفقه الفرنسي إلى اعتبار حقوق الملكية الصناعية أحد شقي الملكية الفكرية التي تتعلق بحقوق الاتصال بالعملاء، إذ تدور هذه الحقوق

<sup>1</sup> - نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية، دار البازوردي للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص، 558.

<sup>2</sup> - م حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971، ص، 196.

<sup>3</sup> - عامر محمود الكسواني، القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية، دراسة مقارنة، طبعة 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص، 156.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

حول استئثار صاحبها في استغلال ذلك الحق في مواجهته العملاء والاتصال معهم والاحتفاظ بهم، وذلك في مجال المنافسة المشروعة في النشاط الاقتصادي.<sup>1</sup>

وبالتالي فإن هذا النوع من الحقوق يرد على الابتكارات الجديدة والرموز المميزة، وتنقسم الابتكارات الجديدة بدورها إلى نوعين من الحقوق، حقوق ترد على الابتكارات ذات القيمة النفعية وهي ابتكارات موضوعية تضم براءة الاختراع والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة ويقابلها ابتكارات ذات قيمة جمالية وهي تضم الرسوم والنماذج الصناعية ويطلق عليها الابتكارات الشكلية، أما الرموز المميزة فمنها ما يميز المنتوجات ويتعلق الأمر بالعلامة والتسمية المنشأ، ومنها ما يميز المحل التجاري، ويتعلق الأمر بالاسم التجاري والعنوان التجاري.

## 02: المنافسة الحرة.

تعني المنافسة تسابق التجار والمنتجين على بذل غاية جهدهم في سبيل جلب وانتاج اجود السلع والبضائع والمنتجات بالسعر المناسب وبما يحقق مصالح المستهلكين، وفقاً للقواعد والأصول الشرعية، وبناءً من هذا التعريف فان المنافسة التجارية الشرعية،<sup>2</sup> وتقوم هذه المنافسة على:

- التسابق والتباري المشروع بين التجار والمنتجين باعتبارهم الفئة المعنية بتوفير السلع والبضائع والمنتجات في الاسواق التجارية.
- أن يكون هذا التسابق عن طريق بذل غاية الجهد من أجل جلب وانتاج اجود السلع وانسبها سعرا مع إمكانات وقدرات المستهلكين.

<sup>1</sup> - بن دريس حليلة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014، ص 7.

<sup>2</sup> - محمد تيبورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص، 29.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

- أن يخلو هذا التسابق والتباري من قصد الحاق أي طرف من المتسابقين الضرر بالطرف الآخر أو الحاق الضرر به فعلاً حتى تكون منافسة مشروعة خالية من التنازع والتشاحن.

- أن يترتب على هذا التسابق تحقيق مصالح الأمة ممثلةً في قطاعها الأغلب وهو قطاع المستهلكين بحيث تتوفر لهم السلع والبضائع والمنتجات الجيدة وبالسعر المناسب.<sup>1</sup>

كما تعرف المنافسة قانوناً على أنها عملية تزاحم التجار أو الصناع على ترويج أكبر قدر ممكن من منتجاتهم أو خدماتهم من خلال جذب أكبر عدد ممكن من العملاء، ويحقق التجار هذه الغاية مستندين إلى حرية المنافسة فيما بينهم وحرية الاختيار لدى جمهور المستهلكين، فإذا تحقق هذا التنافس بشرف وامانة وفق أحكام القانون والعادات التجارية والاتفاقيات الخاصة، فإن ذلك يؤدي إلى تحقيق مزايا اقتصادية عديدة أبرزها انخفاض الأثمان وارتفاع القيمة الحقيقية للنقود، وتحقيق جودة عالية للسلع والخدمات وبالتالي ازدهار التجارة ورفاهية واضحة للجمهور.<sup>2</sup>

المنافسة الحرة هي حرية التجار والمنتجين سواء كانوا أشخاصاً طبيعيين أو معنويين في دخول الأسواق التجارية وممارسة العمليات التجارية المختلفة من بيع وشراء واستيراد وتصدير، مع الالتزام بالضوابط القانونية والأعراف التجارية التي تحكم السوق، وهي بذلك تسمح بوجود علاقات ومعاملات اقتصادية قائمة على احترام المتعاملين لبعضهم سواء كانوا منتجين أو مبتكرين أو مستهلكين فيما يقدمونه من خدمات ومنتجات.

<sup>1</sup> - محمد تيورسي، المرجع السابق، ص 30.

<sup>2</sup> معين فندي الشناق، الإحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، طبعة 1، الأردن، 2010، ص، 25.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

03: المستهلك.

هو الشخص الذي يسعى الى الحصول على متطلباته الأساسية والكمالية من مختلف السلع والخدمات التي تعينه على متطلبات الحياة، التي يحصل عليها من الأسواق على اساس التعامل مع التجار واصحاب المهن المختلفة.<sup>1</sup>

كل من يشتري منتوجا لاستعماله لغرض الاستهلاك"، أي قصر مفهوم المستهلك على المشتري المتعاقد دون غيره.<sup>2</sup>

أما المشرع الجزائري عرف المستهلك بداية في القانون رقم 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية، حيث نصت المادة 3/2 منه على ان المستهلك هو" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع او يستفيد من خدمات عرضت له ومجردة من كل طابع مهني، وحتى الشخص الاعتباري أو المعنوي يعتبر من صنف المستهلكين.

كما عرف القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه" كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية او تلبية حاجة شخص آخر او حيوان، والمستهلك قد يكون شخصا طبيعيا او معنويا يقوم باقتناء سلعة او طلب خدمة بنية الانتفاع بها بصفة شخصية، واشترط إعطائه وصف المستهلك أن يكون مجردا من أي طابع مهني.

والمشرع من خلال هذه المادة يؤكد على صفة المستهلك بالنسبة للاستعمال الشخصي أو العائلي للمنتج أو الخدمة بوصفه شخصا طبيعيا، الى جانب أنه وسع من ذلك أكثر بإدراج الشخص المعنوي واعتباره مستهلكا يستفيد من الحماية القانونية المقررة له

<sup>1</sup> - هادي مسلم يونس البشكاني، لتنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، 2009، ص، 303.

<sup>2</sup> - خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2017، ص، 12.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

كما أدرج المشرع الجزائري في المادة 06 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، تعريف للمستهلك الذي يتعامل بطريقة الكترونية من أجل الحصول على خدماته ومنتجاته التي يحتاجها، واعتبره كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"، وأكد على أن ممارسة التجارة الإلكترونية تخضع للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفي، حسب الحالة إضافة إلى نشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الأنترنت.

الأمر الذي يستتبع معه أن المستهلك لا يتغير من حيث كون شخصا سواء كان طبيعى أو معنوي يتولى اقتناء منتجاته أو خدماته، إلا أن المتغيرات التي تفرضها التطورات الحاصلة مع التقدم التكنولوجي والاقتصادي تجعل من الوسيلة التي يقتني بها المستهلك خدماته ومنتجاته، هي دائما في تطور مستمر.

### المحور الثاني: تعارض مبادئ المنافسة مع الملكية الفكرية.

تعتبر المنافسة من الممارسات المتعارف عليها عند القيام بالأنشطة التجارية والاقتصادية، يقوم على أساسها المهنيين والحرفيين بإعطاء كل ما هو أفضل لمنتجاتهم أو خدماتهم مقارنة مع غيرهم من أجل كسب ثقة المتعاملين وجذب الزبون، وكذلك لإعطاء صورة على أن منتجاتهم وخدماتهم هي الأفضل من حيث الجودة والكفاءة، لذلك وجد قانون المنافسة مكرسا لمجموعة من الأحكام التي تتناول مبادئ محددة يتعين احترامها، سواء تعلق الأمر بالمنافسة أو الملكية الفكرية التي تعد مجالا واسعا لممارسة المنافسة في المجال الفكري والذهني.

#### أولا: مبادئ المنافسة.

تقوم المنافسة على مجموعة من المبادئ التي من شأنها منع استغلال المتعاملين الاقتصاديين بسوق منتج معين أو خدمة، مما يجعل من هذه المبادئ بمثابة الضابط المقيّد لأي عمل غير مشروع، من أهم هذه المبادئ على سبيل المثال:

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

أ-مبدأ حظر الاحتكار: يعتبر الاحتكار أحد أهم الأساليب التي قد تقوم عليها الممارسات التجارية، خاصة عندما لا توجد قيود تحد من حرية المنافسين الاقتصاديين عند ممارسة انشطتهم، مما يسمح لهم ذلك باحتكار السوق في سلعة معينة او منتج ما، وهذا ما لا يعبر عن وجود منافسة مشروعة قائمة على ضمان حماية الحقوق لأصحابها، بوصفهم مستهلكين أو مبتكرين للخدمة أو المنتج.

والاحتكار هو الانفراد بسوق أو سلعة او خدمة من طرف مؤسسة واحدة، بفعل يؤدي الى السيطرة والنفوذ بهدف إحداث اختناقات في معدلات وفترة السلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المنافسة أو إجبار المنافسين على إخلاء السوق، أي القضاء على المنافسين في السوق،<sup>1</sup> وكرسه المشرع الجزائري في قانون المنافسة لسنة 2003 على انه يقصد بالاحتكار الطبيعي حالات السوق او النشاط التي تتميز بوجود عون اقتصادي واحد يستغل هذا السوق أو قطاع نشاط معين،<sup>2</sup> لذلك عملت أغلب تشريعات الدول على إعمال هذا المبدأ وسن مجموعة من القوانين المناهضة لحالات الاحتكار وما يترتب عليه من آثار سلبية لا تخدم الاقتصاد.

وفي ذلك الشأن ألغى المرسوم رقم 88-201 صراحة جميع الحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي من التفرد بأي نشاط اقتصادي أو احتكار تسويق منتوجات أو خدمات، ما لم تكن هناك احكام تشريعية مخالفة<sup>3</sup>، فهذا المرسوم يعد أو قانون تضمن أحكام قانونية تحظر الاحتكار العمومية التي كانت قائمة في عهد التوجه الليبرالي للدولة الجزائرية، كما تضمن القانون المتعلق بالنقد والقرض رقم 90-10 على أن لا تؤدي الحركات المالية مع الخارج الى أحداث وضع يتسم بطابع الاحتكار أو الكارتل وكل ممارسة تستهدف

<sup>1</sup> - جلال سعد محتوت، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص، 129.

<sup>2</sup> - المادة 4 من الأمر رقم 03-03 المتضمن قانون المنافسة .

<sup>3</sup> - المادة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 88-201 المؤرخ في 18-أكتوبر 1988 يتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الإشتراكية ذات الطابع الإقتصادي من التفرد بأي نشاط إقتصادي أو إحتكار تسويق منتوجات أو خدمات، ما لم تكن هناك احكام تشريعية مخالفة، جريدة رسمية، عدد 42 لسنة 1988.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية... أ. رفيق سواسي

إحداث مثل هذه الأوضاع تعد محظورة،<sup>1</sup> ونجد في القانون المتعلق بالسجل التجاري ما يوحي لنا بحظر الاحتكار، حيث نص على أنه لا يمكن الانفراد في القانون الأساسي للشركة التجارية ولا عند التسجيل في السجل التجاري على حق الانفراد بنشاط اقتصادي واحتكار السوق.<sup>2</sup>

غير أن أول قانون نظم المنافسة الذي عرفته الجزائر بموجب الأمر رقم 95-06، نص في مجمل أحكامه على حظر السلوكات والأعمال المنافية للمنافسة، وحظر الاحتكار من خلال منع كل تعسف ناتج عن هيمنة على سوق أو احتكار له أو على جزء منه.<sup>3</sup>

ب- ضبط الممارسات الاحتكارية: تدخل مجموعة من الممارسات التي قد يقوم بها المتعاملين الاقتصادية في إطار المبدأ السابق حظر الاحتكار، حيث يتجلى المبدأ في وجود بعض الممارسات غير المشروعة التي من شأنها أن تحد من المنافسة الحرة، مثل حظر الاتفاقيات التي تؤدي إلى تقييد المنافسة، وتم تكريسها في تشريعات الكثير من الدول، إذ تقضي المادة الأولى من قانون شيرمان على أول قانون تم سنه مناهضة للاتفاقات،<sup>4</sup> ونص المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على حظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقات الصريحة والضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها والإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه، خصوصا إذا كانت ترمي إلى الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية.<sup>5</sup>

كما يعتبر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق من الممارسات التي حضرتها التشريعات المقارنة، وفي ذلك نص الأمر رقم 03-03 في المادة 7 منه على

<sup>1</sup> - المادة 190 من قانون النقد والقرض رقم 90-10 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالقرض والنقد، جريدة رسمية، عدد 16 لسنة 1990 (ملغى)

<sup>2</sup> - القانون رقم 90-22 المؤرخ في 18 أوت 1990 المتعلق بالسجل التجاري، جريدة رسمية، عدد 36 لسنة 1990.

<sup>3</sup> - الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية، عدد 9 لسنة 1995.

<sup>4</sup> - جلال سعد محتوت، مرجع سابق، ص، 45.

<sup>5</sup> - المادة 6 من الأمر رقم 03-03، المتضمن قانون المنافسة.



المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

حظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها من أجل الحد من الدخول في السوق أو ممارسة النشاطات التجارية، أو لتقليص أو مراقبة الإنتاج ومنافذ التسويق أو الاستثمارات والتطور التقني، الى جانب التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية التي يحظر ممارستها عند ممارستها بالاستغلال التعسفي، بمقتضى نصوص القوانين التي تضمنتها المادة 11 من الأمر رقم 03-03.

ج- مبدأ حماية المصلحة العامة في ظل قانون المنافسة. تقوم الممارسات التجارية في أغلبها على وجود قاعدة جوهرية تقضي بحماية المصلحة العامة، خاصة وأن الدول تتدخل في حماية المصلحة العامة الاقتصادية من خلال ضبط النشاط الاقتصادي تبعاً لمراحل متسلسلة، من ممارسة النشاط الاقتصادي والضبط، الذي حددت معناه المادة 3 من الأمر رقم 03-03 على أنه كل إجراء أياً كانت طبيعته، صادر عن أية هيئة عمومية يهدف بالخصوص الى تدعيم وضمان توازن قوى السوق وحرية المنافسة، ورفع القيود التي بإمكانها عرقلة الدخول إليها وسيرها المرن، والسماح بالتوزيع الاقتصادي الأمثل لموارد السوق بين مختلف أعوانها طبقاً لأحكام هذا الأمر.

ومن أجل ذلك فإن دور الدولة في ظل التغيرات الراهنة والمستجدات التي تتطلبها الانفتاح على الأسواق العالمية، جعلت من المصلحة العامة المحمية لم تعد تقتصر على المفهوم التقليدي المتعارف عليه في تحقيق الأمن والسكينة والصحة العامة، بل امتد الاهتمام الى التدخل في تنظيم سير النشاط الاقتصادي من أجل حماية لاقتصادها ومصالحها، بنوع من الخصوصية في تحقيق التنمية الاقتصادية والرفاهية للمجتمع، مما جعل ظهور مصطلح تحقيق المصلحة العامة الاقتصادية<sup>1</sup>، وبالتالي فإن تحقيق هذه المصلحة هو من دوافع تكريس قانون المنافسة رقم 03-03، حيث يهدف المشرع من هذا الأمر الى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق

<sup>1</sup> - عصام مالك أحمد العيسى، مقتضيات المصلحة العامة بشأن براءات الاختراع في تشريعات الدول العربية، مكتبة الوفاء القانونية، طبعة 1، مصر، 2011، ص، 65.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي  
وتفادي كل الممارسات المقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، من أجل  
زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين.

كما يعد حماية المستهلك من بين الأهداف الأساسية التي تتطلبها تحقيق  
المصلحة العامة الاقتصادية، لأن الغرض الجوهري من منع الممارسات والسلوكيات  
المقيدة للمنافسة الحرة هو منح المستهلك ضمانات فعلية في عدم تعرضه للغش أو  
الخطر من طرف المتعاملين الاقتصاديين، وحصوله على الخدمة أو السلعة من  
المنتج الذي يحتاجه بصورة تضمن حماية صحته وعدم تعرضه للغش ورفاهيته  
في تحسين معيشته، فالمستهلك عنصراً أساسياً في المجال الاقتصادي يتعين أن توفر  
له امكانيات الموازنة والاختيار بين السلع والخدمات بحسب رغبته واحتياجاته، مما  
يشكل ذلك حافزاً أمام المنتجين لتقديم أحسن العروض والمواصفات التي تتناسب  
مع متطلبات المستهلك، وهذا ما لا يتحقق إلا بالحفاظ على السير الحسن للمعملية  
التنافسية، وعدم المساس بمصلحة المستهلك لأن ذلك يعكس المساس بمصلحة  
المنافسة ذاتها،<sup>1</sup> ولحماية المستهلك عمد المشرع الى تحديد شروط ممارسة المنافسة،  
وكذا تحسين ظروف معيشة المستهلكين.<sup>2</sup>

من خلال المبادئ التي تم التطرق إليها نلاحظ الدور الهام للمنافسة كأداة  
فعالة في تنظيم وتفعيل النشاط الاقتصادي في إطار حرية تنافسية تمكن من  
الاستخدام المثل للموارد في إطار احترام ضوابط وقيود الممارسات التجارية وحظر  
تكوين احتكارات لأسواق ومؤسسات متحكمة في السوق، تحد من حرية المتعامل من  
تطبيق مبدأ حرية الطلب المتفرع من حرية التجارة،<sup>3</sup> وحماية المستهلك الذي زادت  
أهميته بعد أن ساد نظام الاقتصاد الحر وازدهار الصناعة والتجارة في إطار وجود  
حرية المنافسة، حيث أصبحت السيطرة على السوق والتحكم فيه تتوقف بالدرجة  
الأولى على عدد جمهور المستهلكين الذين يتمكن العون الاقتصادي بجلبه الى

<sup>1</sup> - تيورسي محمد، مرجع سابق، ص، 404.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص، 407.

<sup>3</sup> - أحمد عبد الرحمن الملحم، مجلة الحقوق، عدد 4، جامعة الكويت، 1995، ص، 15.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية... أ. رفيق سواسي  
منتجاته، خاصة وأن زيادة الإنتاج دون العمل على جذب العملاء والمستهلكين يؤدي  
الى تراكم وتكديس وتعطيل رأس المال.<sup>1</sup>

## 02: مبادئ الملكية الفكرية.

تتلخص المبادئ التي تقوم عليها الملكية الفكرية باعتبارها الإطار القانوني  
الذي تلتزم الدول بموجبه بتوفير الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية،<sup>2</sup> وهذه  
المبادئ مستمدة في أغلب أحكام الدول من اتفاقية تريبس التي شملت في إطارها  
العام ومضمون نصوصها قواعد أساسية جعلتها تنفرد وتتميز على باقي الاتفاقيات،  
تتمثل أهم المبادئ في:

أ- مبدأ المعاملة بالمثل: يعتبر مبدأ المعاملة بالمثل من المبادئ الجوهرية للحماية  
المقررة دوليا على الملكية الفكرية سواء تعلق الأمر بالملكية الفكرية الأدبية والفنية  
أو المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية والتجارية، بالرغم من أن كل نوع منهما  
يختلف عن النوع الآخر من حيث المميزات والخصائص،<sup>3</sup> نصت على هذا المبدأ كل  
من اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية لسنة 1886، التي مبدأ تشيبيه  
رعايا الدول الأعضاء بالجماعة الوطنية وهو ما يقصد به المعاملة الوطنية،  
بمقتضاه يتمتع المؤلفون في دول الاتحاد غير دولة منشأ المصنف بالحقوق التي  
تخولها قوانين تلك الدول حاليا أو قد تخولها مستقبلا لرعاياها بالإضافة إلى  
الحقوق المقررة بصفة خاصة في هذه الاتفاقية بالنسبة للمصنفات التي يتمتعون  
على أساسها بالحماية بمقتضى هذه الاتفاقية، ويطبق مبدأ المعاملة بالمثل في إطار  
احترام التشريعات الداخلية للدول الأعضاء، مما يسمح لهذه الدول أن تترجم  
سيادتها بإبرام اتفاقيات ثنائية تخدم مصالح مواطنيها، مما يجعل الأجنبي يعامل

<sup>1</sup> حمادي زبير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم  
السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص، 334.

<sup>2</sup> حسام الدين عيد الغني الصغير، أسس ومبادئ إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، دار  
النهضة الربية، مصر، 1999، ص، 24.

<sup>3</sup> بن دريس حليلة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية  
الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014، ص، 233.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

معاملة المواطن بين دولتين متعاديتين، أما إن لم يكن هناك تعاقداً فإن تطبيق مبدأ المعاملة بالمثل يكون في حدود الحماية المقررة لحقوقهم، مما يترتب عليه وضع قيود من طرف الدول الأعضاء في اتحاد برن على حماية حقوق المؤلفين تقيد بها حماية المصنفات الخاصة بالمؤلفين من رعايا الدول غير الأعضاء في الاتفاقية، متى كانت هاته الخيرة لا تقرر الحماية الكافية لمصنفات المؤلفين من رعاياها.

وفيما يتعلق باتفاقية باريس التي انضمت إليها الجزائر سنة 1966، عملت على حماية تنظيم حقوق الملكية الصناعية والتجارية وقمع المنافسة غير المشروعة، وتناولت مبدأ المعاملة الوطنية، إذ "يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى، بالنسبة لحقوق الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً قوانين تلك الدول للمواطنين، ومبدأ المعاملة الوطنية يفرض على دول الاتحاد أن توفر لرعايا الاتحاد المساواة بين مواطنيها من حيث شروط الحماية، مما يجعل قانون الدولة المطلوب فيها الحصول على حق من حقوق الملكية الصناعية، براءات اختراع كانت أو رسم أو نموذج أو اسم تجاري هو الذي يحدد الشروط الشكلية والموضوعية الواجب توافرها كالإيداع والتسجيل ومدة الحماية فهذه الشروط تبقى موحدة وتطبق على رعايا الاتحاد، دون أن يستثنى رعايا الاتحاد بتطبيق قوانين خاصة بشأن استغلال واستثمار حقوق الملكية الصناعية.<sup>1</sup>

ويحق بموجب هذا المبدأ للمستفيدين من الطعن ضد القرارات الإدارية المخالفة لمصلحتهم، عند التسجيل لحق من حقوق الملكية الصناعية، وبالتالي يكون تطبيق المبدأ في إطار احترام استقلالية تشريع كل دولة إلا أنه عند وجود تعارض بين النص القانوني الداخلي وأحكام اتفاقية باريس، تطبق هذه الأخيرة باعتبارها معدلة للقوانين الداخلية ما لم تكن الدول المصادقة على الاتفاقية قد أبدت تحفظاً فيما يخص بعض أحكام الاتفاقية،<sup>2</sup> فيما يتعلق بالنواحي الإجرائية يحق لكل دولة أن تحتفظ بأحكام تشريعاتها المتعلقة بالإجراءات القضائية والإدارية والاختصاص وكذلك بتعيين وكيل أو تحديد محل مختار، وإذا ما نظرنا

<sup>1</sup>- بن دريس حليلة، المرجع السابق، ص، 243.

<sup>2</sup>- الطيب زروتي، القانون الدولية للملكية الصناعية، تحليل ووثائق، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004، ص، 47.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

الى القوانين المتعلقة بالملكية الصناعية في التشريع الجزائري، فإننا لا نجد في مضمونها أحكاما تقضي بالتمييز بين المواطنين ورعايا اتحاد باريس في شروط تسجيل الحق أو مدة احتكاره أو فرض التزامات إضافية على الأجانب باعتبارها عضو في هذا الاتحاد، ألا أنه يتعين التمييز بين رعايا الاتحاد والمواطنين الجزائريين، من خلال أن يمثل الأجانب والأشخاص المقيمين في الخارج وكيل جزائري.<sup>1</sup>

ومن أجل ذلك فإن استفادة رعايا أحد الدول الأعضاء في اتفاقية باريس من مبدأ المعاملة الوطنية مرهون بمراعاة احترام جميع الشروط التي تفرضها الدولة على مواطنيها لتمتع بالحماية، الى جانب ضرورة انتماء الشخص المطلوب حمايته إلى دولة من دول الاتحاد، ولم تغفل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس، على الاهتمام بمبدأ المعاملة الوطنية وألزمت كل من البلدان الأعضاء بمنح مواطني البلدان الأخرى الأعضاء معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية مع مراعاة الاستثناءات المنصوص عليها، مما يجعل البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، تعامل مواطني البلدان الأخرى ومن في حكمهم فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية معاملة لا تقل عن تلك المعاملة المقررة لمواطنيها ولذلك تمنحهم على الأقل نفس المزايا التي يتمتع بها رعاياها وتخضعهم لنفس الالتزامات.<sup>2</sup>

وتضمنت الاتفاقية مبدأ الدولة الأولى بالرعاية باعتباره مبدأ لم يتم التطرق إليه في الاتفاقيات السابقة، فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية، فإن أية ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو لمواطني أي بلد يجب أن يمنح على الفور ودون أية شروط لمواطني جميع البلدان الأعضاء الأخرى، ولا يمنع الدول الأعضاء في اتفاقية "تريبس" من القيام بفرض قيود لتنظيم التجارة بشرط أن تكون

<sup>1</sup> - المادة 20 من الأمر رقم 03-07 المتعلق ببراءة الاختراع.

<sup>2</sup> - حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص، 37.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

هذه القيود عامة وموضوعية ومجردة دون أن تحقق أية مزايا للبعض، وتستثني الاتفاقية من مبدأ الدولة الأولى بالرعايا الحقوق والمزايا التالية:<sup>1</sup>

-الحقوق الناشئة عن الاتفاقيات الدولية في شأن المساعدة القضائية أو تنفيذ القانون شريطة أن تكون هذه الاتفاقيات ذات طبيعة عامة وغير مكرسة بشكل خاص لحصانة الملكية الفكرية.

- الحقوق الممنوحة بموجب اتفاقية برن لسنة 1971، واتفاق روما التي تحمل طابعا ثنائيا.

-الحقوق الناشئة عن الاتفاقيات الدولية التي تتعلق بحماية الملكية الفكرية والتي دخلت حيز التنفيذ قبل العمل باتفاقية منظمة التجارة العالمية، وذلك شريطة إخطار مجلس التجارة المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية بهذه الاتفاقية وكذلك بشرط خلوها مما يعد تعسفا وغير مبرر ضد مواطني الدول الأعضاء الأخرى.

ب- مبدأ احترام القواعد الشكلية لتقرير الحماية الدولية لحقوق الملكية الفكرية.

تعتبر الحماية الشكلية من المبادئ الهامة التي يتعين الالتزام بها من أجل تقرير حماية الملكية الفكرية، تقوم على وجود نوع من الحماية التلقائية الذي تقرره اتفاقية برن السابقة على حقوق الملكية الفكرية الأدبية الفنية، فبمجرد ظهور المصنف إلى الوجود بأية وسيلة كانت فإن مبدأ الحماية التلقائي يتبعه تحديد مدة زمنية تنتهي خلالها حماية هذه الحقوق بمجرد ظهورها إلى الوجود سواء عن طريق نشرها أو أدائها أو بأية وسيلة كانت، والمشرع الجزائري على غرار اتفاقية برن لا يستلزم أية شكلية لإضفاء الحماية على المصنفات، وبالتالي تنقرر حماية المصنف تلقائيا سواء كانت حماية عامة، في حين يختلف الأمر بالنسبة لحقوق الملكية الصناعية التي لا يمكن حمايتها جزائيا إلا إذا كانت مودعة ومسجلة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية والتجارية، مما يجعل دور هذا الأخير عن الدور الذي

<sup>1</sup> - بن دريس حليلة، مرجع سابق، ص، 252.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية... أ. رفيق سواسي  
يعليه الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الذي يسهر على حماية  
حقوق المؤلفين.<sup>1</sup>

كما يعتبر مبدأ الأسبقية والحكام المتعلقة بالتسجيل الدولي لحقوق الملكية  
الصناعية من أهم المبادئ التي تقرر الحماية للملكية الصناعية، فلا تسري حماية  
حقوق الملكية الصناعية خارج حدود إقليم الدولة التي سجلت فيها، إلا إذا تم  
تسجيلها في أكثر من دولة، وفي ذلك نصت اتفاقية تريبس على أن كل من أودع طبقا  
للقانون في إحدى دول الاتحاد طلبا للحصول على براءة الاختراع أو لتسجيل نموذج  
منفعة أو رسم أو نموذج صناعي أو علامة صناعية أو تجارية يتمتع هو أو خلفه فيما  
يختص بالإيداع في الدول الأخرى يتمتع بحق الأسبقية.

وللاستفادة من هذا المبدأ يتعين إتباع جملة من الإجراءات أوجبها اتفاقية  
باريس لحقوق الملكية الصناعية، تقوم على تقديم إقرار يبين فيه الشخص تاريخ  
ذلك الإيداع والدولة التي تم فيها وتحدد كل دولة المهلة القصوى التي يتعين فيها  
تقديم هذا الإقرار وتذكر هذه البيانات في النشرات التي تصدرها المصلحة المختصة،  
وبالنسبة للقوانين الداخلية نجد المشرع الجزائري يقضي على أنه إذا أمكن لشيء أن  
يعتبر رسما أو نمودجا واختراعا قابل للتسجيل في آن واحد وكانت العناصر الأساسية  
للجدة غير منفصلة من عناصر الاختراع، يصبح هذا الشيء محمي بأحكام براءة  
الاختراع، وتكون مدة الأسبقية في كلتا الحالتين هي ستة أشهر.<sup>2</sup>

ومن خلال التعارض الذي نلمسه بين المبادئ المقررة للمنافسة وحقوق  
الملكية الفكرية، نجد حقوق الملكية تتميز بطبيعة متميزة تختلف على مبادئ  
المنافسة لكونها أوسع في مجال تطبيقها من مجرد المجال المتعلق بالمنافسة، الى  
جانب النصوص القانونية الكثيرة التي نظمتها على المستوى الداخلي والدولي التي  
تمنح لصاحب الحق الفكري حقوق حصرية من خلال احتكار سلطة حق الملكية

<sup>1</sup> - المادة 133 من المر رقم 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف، جريدة رسمية، عدد 23 لسنة 2003، المادة 6 من  
المرسوم التنفيذي رقم 05-356 المتعلق بالقانون الأساسي للديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

<sup>2</sup> - بن دريس حليلة، مرجع سابق، ص، 266.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

الفكرية ومنع الغير من استغلاله واحتفاظ به دون إشراك الغير فيه،<sup>1</sup> فيكون للشخص حق الاحتكار على ابتكاره والتفرد بحق الاستغلال بمختلف أشكاله الذي يرتبه المشرع على اختراع ابتكار أو علامة مميزة، مما يسمح ببلورة حقوق الملكية في شكل حق مانع على شيء غير مادي يخول لحائزها حق استثنائي يرد على أصول غير ملموسة ويكتسب بمقتضاه حق منع الاستغلال من الغير في حين يحتكره هو دون أن يتعرض له أحد في ملكيته،<sup>2</sup> بخلاف الطابع الاحتكاري لحقوق الملكية الفكرية الذي يكون مكرس في كل من الملكية الأدبية والفنية إضافة إلى الملكية الصناعية باعتبارها من فروع الملكية الفكرية، حيث ترتب براءة الاختراع كإحدى أشكال الملكية الصناعية حق استثنائي وحصري باستغلال الفكرة الابتكارية لصاحبها مما يسمح له بالانفراد باستغلاله دون الغير.

وبالتالي يكون حقه في الملكية الصناعية قائم على حق استثنائي موجب للحماية القانونية التي تمنع الأشخاص من الاعتداء عليه، عن طريق الوسائل القانونية التي منحها المشرع لصاحب الحق في رد أي اعتداء يقع على حقه،<sup>3</sup> كما تعد الرسوم والنماذج الصناعية من أشكال الملكية التي تكون محمية في جميع الدول بموجب النصوص القانونية، لأنها تخول لصاحبها حق احتكار استغلال الرسم أو النموذج دون أن يتعرض له الغير، وفي ذلك أقر المشرع الجزائري لصاحب الرسم أو النموذج، الحق في استغلال رسمه وفق الشروط المحددة في القانون،<sup>4</sup> وخصوصية اكتساب حقوق الملكية الصناعية وفقا للمبادئ التي أشرنا إليها، تتطلب توافر شروط موضوعية تعتمد على الجودة والتطبيق الصناعي للاختراع الذي لم يسبق التوصل إليه، إلى جانب شروط شكلية تعتمد أساسا على عملية التسجيل للاختراع سواء تعلق الأمر ببراءات الاختراع أو الرموز المميزة.

<sup>1</sup> - شيرك حياة، مرجع سابق، ص، 115.

<sup>2</sup> - كسال سميرة، قانون المنافسة والملكية الفكرية، رسالة ماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية،

جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص، 39.

<sup>3</sup> - حمادي زويبير، مرجع سابق، ص، 126.

<sup>4</sup> - كسال سميرة، مرجع سابق، ص، 56.



المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

من أجل ذلك يظهر لنا التعارض بين المبادئ المتعلقة بالمنافسة والمبادئ الخاصة بالملكية الفكرية في ما تعطيه هاته الخيرة للشخص من حق استئثار واحتكار في استغلال إنتاجه الفكري، واحترام المبادئ التي تقوم عليها قانون المنافسة من حيث وجود مبدأ حرية المنافسة وعدم القيام بالممارسات والسلوكيات المخالفة لها، كما يتجسد التعارض بين العنصرين في الغاية التي يرمي إليها كل منهما من حيث مجال الحماية، إذ تركز القوانين العديدة المتعلقة بالملكية الفكرية حماية المصلحة الخاصة للشخص صاحب الإنتاج الفكري، ومنع المساس بهذا الحق من أي شخص آخر، أو استغلاله بأي صورة من صور الاستغلال المحددة قانوناً، أما بالنسبة للغاية التي يسعى قانون المنافسة إليها، فهي ترمي إلى حماية مصلحة اقتصادية عامة تعود فائدتها على الدولة والمجتمع ككل، لأن مخالفتها وعدم احترامها من شأنه أن يؤدي إلى زعزعة استقرار النظام الاقتصادي العام.

### المحور الثالث: آليات التوفيق بين مبادئ المنافسة وحقوق الملكية الفكرية.

إن التعارض بين المنافسة والملكية الفكرية الذي تم الإشارة بموجب المبادئ السابقة، لا يعني وجود استقلالية تامة بين كل من المنافسة والملكية الفكرية، إذ تكفل أغلب التشريعات سلطة احتكار استغلال الحق الفكري المتعلق بحق من حقوق الملكية الأدبية والفنية أو حق من حقوق الملكية الصناعية، فحيازة حق من حقوق الملكية الفكرية من شأنه أن يمكن المؤسسات من اكتساب قوة اقتصادية تسمح بالسيطرة والتحكم على الأسواق،<sup>1</sup> ومن أجل عدم الإخلال بالتزامات التعاقد في إطار الملكية الفكرية بكل أنواعها، مما تطلب معه ضرورة وضع آليات مستمدة من قوانين الملكية الفكرية من أجل تفعيل دور قانون المنافسة، تتمثل في وجود تراخيص إجبارية تعتبر بمثابة وسيلة لتنظيم حقوق الملكية الفكرية والاستفادة منها بما تحتويه من ابتكارات قائمة على المنافسة إلى أقصى الحدود،<sup>2</sup> وهذه التراخيص

<sup>1</sup> - كسال سميرة، المرجع السابق، ص، 71.

<sup>2</sup> - الزهرة رزايقية، تأثير قانون المنافسة على حقوق الملكية الفكرية، رسالة ماجستير في قانون العمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016، ص، 66.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي  
تسمح بتطبيق نوع من التلاقي بين أحكام قانون المنافسة وكيفية استغلال حقوق الملكية الفكرية، وتتنوع بين ما يلي:

### أولاً: الرخص الإجبارية لعدم الاستغلال أو لنقص الاستغلال.

تمثل التراخيص الإجبارية امتياز يمنح لشخص معين باستغلال حقه في ملكية فكرية عائد للغير بدون موافقة مالك البراءة، بأسلوب يشكل في الوضع العادي جريمة تعدي على براءة الاختراع، مما يوجب المنع بقرار من المحكمة ومحل هذا الامتياز يتوجب منحه بواسطة القانون بعد إجراءات تؤدي إلى منح الترخيص، من الحالات المتعلقة بهذا النوع من الترخيص الإجباري.<sup>1</sup>

أ- حالات منح الترخيص الإجباري لعدم الاستغلال أو لعدم كفايته: يهدف هذا الترخيص إلى تحقيق مصلحة المجتمع ككل، عند عدم الاستغلال من قبل صاحب الحق الاستثنائي بالاستغلال أو عدم كفاية الاستغلال، تعسف صاحب الحق الاستثنائي في تحديد شروط الاستغلال للغير رغم بذل هذا الغير جهوداً للحصول على ترخيص من صاحب الحق الاستثنائي بالاستغلال لكنها لم تكفل بالنجاح، لترخيص باستغلال براءات مترابطة عندما لا يمكن لصاحب لاختراع اللاحق حق استغلال ختار ه على وجه أكمل إلا باستغلال براءة سابقة أخرى مملوكة لشخص آخر، إذ لا يمكن منح ترخيص إجباري باستغلال البراءة السابقة إلا باستيفاء شروط نصت عليها المادة 31 فقرة ل من اتفاقية تريس، والمشرع الجزائري لم يغفل على هذا النوع من التراخيص، ونص على أن تمنح مثل هذه الرخصة في الحدود الضرورية لاستغلال الاختراع، على أن يشكل هذا الاختراع تقدماً تقنيا ملحوظاً ومصلحة اقتصادية هامة بالنسبة للمخترع موضوع البراءة السابقة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مختار حزام، استغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل حرية المنافسة، رسالة ماجستير في الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2016، ص، 238.  
<sup>2</sup> - المادة 47 من الأمر رقم 03-07 المتعلق ببراءة الاختراع.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

ب-شروط منح الترخيص الإجباري لعدم الاستغلال أو لعدم كفايته.

وتعتبر آلية فرض الترخيص الإجباري على صاحب الحق الفكري بمثابة عقوبة نتيجة الاستغلال التعسفي لحقه الحصري والاستثنائي المخول له، مما يجعل صاحب الحق يفقد حقه في منع الغير من استغلال هذا الحق، بناء على إجراء تقديم طلب مضي أربع سنوات من إيداع طلب براءة الاختراع، أو ثلاث سنوات من تاريخ منحها، وأن يثبت طالب الترخيص أنه قد بذل خلال مدة معقولة محاولات جادة للحصول على ترخيص تعاقدى من صاحب البراءة وبشروط منصفة أي عادلة، غير أن مالك البراءة قد رفض ذلك، حيث يتعين على إثبات طالب الترخيص الإجباري قيامه بمحاولات جادة خلال مدة معقولة، وهذا الإثبات يجوز أن يتم بكافة الطرق<sup>1</sup>، كما تمنح الرخصة الإجبارية مقابل تعويض مناسب حسب الحالة التي يراعي القيمة الاقتصادية لها، ويتم على إثر ذلك تحديد قرار الترخيص من حيث نطاقه ومدته على النحو الذي يتناسب مع الغرض الذي منح من أجله، وينتهي الترخيص بانتهاء الأوضاع التي منح من أجلها<sup>2</sup>.

ويتعين أن لا يكون الترخيص الإجباري استثنائيا بحيث لا يمنع مالك البراءة من استغلال اختراعه سواء بنفسه، أو بالترخيص للغير بالاستغلال، ويجوز للجهة لإدارية المختصة منح أكثر من ترخيص باستغلال الاختراع بموجب المادة 44 من الأمر رقم 07-03، ويتعين أن يتوافر لدى طالب الترخيص الإجباري القدرة على الاستغلال من خلال جملة الضمانات التي يقدمها من حيث توافر القدرة المالية والفنية التي تمكنه من القيام بالاستغلال.

ثانيا: الرخص الإجبارية للمنفعة العامة.

ما يميز هذا النوع من التراخيص على غيره في الغاية التي يسعى الى تحقيقها من ورائه، كون منحه أو صدوره جاء ليحقق مصلحة عامة للدولة، مثل ما أشار

<sup>1</sup> - المادة 39 من الأمر رقم 07-03 المتعلق ببراءة الاختراع.

<sup>2</sup> - المادة 45 من الأمر رقم 07-03 المتعلق ببراءة الاختراع.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

اليه المشرع في المادة 49 من الأمر رقم 07-03 المتعلق ببراءة الاختراع، وحص منح هذا النوع من التراخيص في حالتين هما:

أ- عند مقتضيات المصلحة العامة: ترتبط هذه الحالة بوجود الترخيص الذي يتقرر إن استدعت مصلحة الأمن الوطني والتغذية، الصحة أو تنمية قطاعات وطنية واقتصادية حيوية ذلك، لاسيما ندما يكون سعر المواد لصيدلانية المحمية بواسطة براءة الاختراع مرتفعا بالنسبة للأسعار المتوسطة للسوق الحرة، مما يكون للوزير المكلف بالملكية الصناعية في أي وقت من لأوقات أن يطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية إصدار قرار بترخيص جباري لبراءة مملوكة للغير إذ ما وجد أن هذا الاختراع يتعلق بالمنفعة العامة غير التجارية وهذه المنفعة تتطلب استغلال الاختراع،<sup>1</sup> وفي ذلك خص المشرع المواد الصيدلانية بعناية خاصة من خلال إصدار ترخيص إجباري إذا كان سعر هذه المواد مرتفعا مقارنة مع الأسعار المتوسطة في السوق، بالنظر الى الأهمية والحيوية التي يحتلها هذا المجال ولارتباطه بصحة المستهلكين للأدوية وسلامتهم، مما يبرر تدخل الجهة الإدارية المختصة في طلب إصدار ترخيص إجباري رغما عن صاحب البراءة.<sup>2</sup>

ب- عند استغلال صاحب الاختراع لحقه بطريقة مخالفة للمنافسة الحرة.

بما أن مجلس المنافسة يمثل السلطة الإدارية المختصة التي تتولى طلب منح رخصة إجبارية، إذا ما رأى هذا الأخير بأن صاحب البراءة أو من هو مرخص له باستغلال الاختراع يمارس ذلك بطريقة مخالفة للقواعد التنافسية، من الهيئة الإدارية المختصة التي تتمثل في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، لأن صدور الرخصة الإجبارية يكون بناء على السلطة التقديرية للهيئة القضائية أو الإدارية،<sup>3</sup> كما حدد الأمر المتعلق بالمنافسة الممارسات المخالفة للمنافسة التي يتولى مجلس المنافسة طلب منح الترخيص بشأنها.

<sup>1</sup> - المادة 49 من الأمر رقم 07-03 المتعلق ببراءة الإختراع.

<sup>2</sup> - مختار حزام، مرجع سابق، ص، 245.

<sup>3</sup> - المادة 49 من الأمر رقم 07-03 المتعلق ببراءة الإختراع.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

وإذا ما أخذنا بالقواعد الظاهرة لكل من أحكام المنافسة وحقوق الملكية الفكرية، يتجلى لنا التعارض الذي لا يمكن معه تحقيق نوع من التفاعل بينهما، باعتبار أن حقوق الملكية تدعمها مختلف قوانين الملكية الفكرية والاتفاقيات الدولية بحقوق استثنائية لأصحابها من أجل الحفاظ عليها طيلة مدة الحماية، في حين قانون المنافسة يبحث بقواعده المختلفة لتفكيك هذه الاحتكارات

إلا أن ذلك لا يمنع من القول بأن التوفيق بين أحكام المنافسة ومبادئ حقوق الملكية الفكرية من أجل إيجاد نوع من المصالحة بين حماية الحثوث الحصرية في إطار منافسة حرة التي تدفع في كثير من الأحيان أصحاب حقوق الملكية الى تطوير استغلال ما تشمله حقوقهم من فائدة سواء كان ذلك باستغلالهم الشخصي لها أو الترخيص بها للغير من المنافسين، كما أن تقنية الحقوق الحصرية تعتبر دافع المحرك لجعل حقوق الملكية الفكرية أداة للتحريض على الإبداع وتوسيعه وبالتالي خلق جو للتنافس كونها من جهة تفي في الغالب أصحاب هذه الحقوق حقهم ومن جهة ثانية فهي محدودة المدة، وتسمح لصاحب الحق من تحقيق ربح محفز وإسقاطه المنفعة للصالح العام.<sup>1</sup>

وبالتالي تحقيق نوع من التوازن بين حق الفرد في التمتع الاستغلال والهيمنة على ابتكاره، وممارسة ذلك الحق في الاستغلال من طرفه أو من الغير بموجب آليات الترخيص الإجباري التي تضمن وجود ممارسات تنافسية نزيهة حرة، مما يجعل الاحتكار والهيمنة التي يتمتع بها المتعامل الاقتصادي تقوم على نوع من المرونة المرتبطة بشروط لا يجوز الخروج عليها، وجسد هذا التكامل بين المنافسة وحقوق الملكية الفكرية في نظرية التسهيلات الأساسية التي جسدها تطبيقات الجهات القضائية والسلطات التنظيمية في الولايات المتحدة الأمريكية، لتدخل قانون المنافسة في تحرير الوصول الى حق يكون محمي بفعل الاحتكار القانوني الذي يعتبر ضروري للغير من أجل ممارسة نشاطه الذي قد يعتبر محله حق ملكية فكرية،<sup>2</sup> وتحقيق التوفيق بين المنافسة وحقوق الملكية يتطلب كذلك منح نظام الترخيص

<sup>1</sup> - الزهرة رزايقية، مرجع سابق، ص، 107.

<sup>2</sup> - كسال سميرة، مرجع سابق، ص، 106.

المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية...\_\_\_\_\_ أ. رفيق سواسي

الإجباري على الممارسات المقيدة للمنافسة، خاصة وأن رفض منح التراخيص على حق من حقوق الملكية الفكرية من شأنه أن يترتب عنه آثار سلبية على سير المنافسة الحرة، ومن ثم فرض الترخيص الإجباري على صاحب الحق الفكري في التقييد من الحرية التعاقدية، عند إحداث أثر معين وبالشروط التي يحددها الأفراد بموجب ما تم التعاقد عليه، رغم إن إخضاع استغلال حقوق الملكية لقانون المنافسة تفترض أن يكون صاحب الحق الفكري الذي يتحكم في الوصول الى مصدر معين بحكم حقه الفكري، فيكون هو بحد ذاته شرط أساسي لاقتحام السوق بنفسه، في حين يمكن للغير المنافس له الوصول إليه عن طريق الترخيص،<sup>1</sup> الذي يعد العنصر الجوهرى للتوفيق بين مبادئ المنافسة وحقوق الملكية الفكرية.

#### خاتمة:

من خلال ما تم التطرق إليه يمكننا القول بأن موضوع الملكية الصناعية من الموضوعات المستجدة في المجال القانوني والاقتصادي، بالنظر الى الأهمية والارتباط بين المجالين في دراسة هذه الملكية من حيث كيفية ممارستها وفقا لإجراءات وقواعد تنص عليها القوانين التي تكون رادعة في تقريرها وفقا لما هو مخالف للقانون، الى جانب تحديد المجال الاقتصادي لكونه الجانب الهام الذي تمارس فيه الملكية الصناعية باعتبارها احدى فروع الملكية الفكرية التي يعتبر تكريسها أمرا قانونيا تتطلبه مصلحة صاحب الحق الفكري، سواء تعلق المر بحقوق الملكية الفكرية الأدبية والفنية أو حقوق الملكية الصناعية التي يتجسد فيها الطابع الاحتكاري والاستثنائي للحق الفكري في براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية.

ورغم من الاختلاف والتعارض الظاهر في المبادئ التي تتطلبها كل من حقوق الملكية الفكرية والمنافسة، فيما يكرسه قانون المنافسة من حظر الاحتكار وتحقيق المصلحة الاقتصادية العامة دون غيرها، على خلاف حقوق الملكية الفكرية التي تحمل الطابع الاستثنائي لاستغلال حقوق الملكية الفكرية بإعمال احتكار استغلال الحق الفكري لصاحبه، وتكريس حقوق حصرية لصاحب الحق الفكري لحماية

<sup>1</sup> - كسال سميرة، المرجع السابق، ص 131.

## المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية... أ. رفيق سواسي

مصطلحه الخاصة ومنع استغلال هذا الحق الحصري والاستثنائي للغير بموجب الترخيص الذي يجسد وجود علاقة وتوافق بين كل من المنافسة وحقوق الملكية الفكرية، وبالتالي إمكانية تطبيق قانون المنافسة على استغلال حقوق الملكية الفكرية، حيث يخضع قرار استغلال الحق الفكري بموجب التراخيص الإلزامية الممنوحة الى الغير الى وجود رقابة تحظر أي نوع من الممارسات المقيدة للمنافسة، خاصة في الحالات التي يكون فيها التعسف والغش في استغلالا حق الاحتكار لصاحب الحق الفكري، مما يجعل تدخل قانون المنافسة أمرا ضروريا للحد من مثل هذه السلوكات غير المشروعة وضبط السلوك التعسفي، تحقيقا لمصلحة المستهلك والمصلحة العامة ككل.

### قائمة المصادر والمراجع

#### أولا: النصوص القانونية

- 1- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1429 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة ج.ر.رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003 المعدل والمتمم.
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 88-201 المؤرخ في 18-أكتوبر 1988 يتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي من التفرد بأي نشاط اقتصادي أو احتكار تسويق منتجات أو خدمات، ما لم تكن هناك احكام تشريعية مخالفة، جريدة رسمية، عدد 42 لسنة 1988
- 3- قانون رقم 90-10 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالقرض والنقد، جريدة رسمية، عدد 16 لسنة 1990 (ملغى)
- 4- القانون رقم 90-22 المؤرخ في 18 اوت 1990 المتعلق بالسجل التجاري، جريدة رسمية، عدد 36 لسنة 1990.
- 5- الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية، عدد 9 لسنة 1995.
- 6- الأمر رقم 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف، جريدة رسمية، عدد 23 لسنة 2003،، المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 05-356 المتعلق بالقانون الأساسي للديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.
- 7- الأمر 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءة الاختراع، جريدة رسمية عدد 44 الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003

## المنافسة الحرة لقواعد الملكية الصناعية... أ. رفيق سواسي

ثانيا: الكتب

- 1- نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، الأردن، 2009
- 2- م حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971.
- 3- عامر محمود الكسواني، القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية، دراسة مقارنة، طبعة 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 4- محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015
- 5- معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، طبعة 1، الأردن، 2010
- 6- هادي مسلم يونس البشكاني، لتنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية، دارشحات للنشر والبرمجيات، مصر، 2009
- 7- عصام مالك أحمد العيسي، مقتضيات المصلحة العامة بشأن براءات الاختراع في تشريعات الدول العربية، مكتبة الوفاء القانونية، طبعة 1، مصر، 2011. الطيب زروتي، القانون الدولية للملكية الصناعية، تحليل ووثائق، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004.

ثالثا: الرسائل الجامعية

- 1- بن دريس حليلة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014.
- 2- خميخم محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017
- 3- جلال سعد محتوت، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012
- 4- حمادي زبير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018
- 5- بن دريس حليلة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014
- 6- كسال سميرة، قانون المنافسة والملكية الفكرية، رسالة ماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
- 7- الزهرة رزايقية، تأثير قانون المنافسة على حقوق الملكية الفكرية، رسالة ماجستير في قانون العمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016،
- 8- مختار حزام، استغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل حرية المنافسة، رسالة ماجستير في الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2016،

رابعا: المقالات

- 1- أحمد عبد الرحمن الملحم، مجلة الحقوق، عدد 4، جامعة الكويت، 1995.



الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك

*Industrial Designs as a Mechanism for Consumer Protection*

أ. دنيا الوناس

جامعة سطيف2

ملخص:

عمل المشرع على تكريس حماية لأصحاب الرسوم والنماذج الصناعية من مختلف الاعتداءات التي تطال حقوقهم غير أن هذه الحماية امتدت لتشمل المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية من مختلف التجاوزات غير القانونية التي تهدف في مجملها الى دفعه للتعاقد دون مراعاة لمصالحه المادية والمعنوية.

الكلمات المفتاحية: الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، المستهلك، الحماية، المنافسة غير المشروعة، التقليد، الاشهار المضلل.

**Abstract:**

*The legislator has worked to protect the owners of industrial designs and models from various attacks that affect their rights. However, this protection extended to include the consumer as the weak party in the contractual relationship from various unlawful abuses that aim in their entirety to push him into contracting without taking into account his material and moral interests.*

**Key words:** *Industrial fees, Industrial models, Consumer, Protection, Unfair competition, tradition, Deceptive publicity.*

مقدمة

تعد الملكية الصناعية نوعا من أنواع الملكية الفكرية، حيث أنها لا تقتصر على موضوع معين بل لها مجال واسع فبعض حقوقها ترد على إشارات ترمي الى

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
تميز بعض المنتجات، والبعض الآخر يرد على مبتكرات جديدة أبرزها الرسوم  
والنماذج الصناعية، والتي تعد من العناصر الهامة في الملكية الصناعية لكونها تشكل  
أداة تجعل السلع جذابة ومغرية من جهة وأداة جوهرية لزيادة فرص التسويق من  
خلال جذب جمهور المستهلكين لاقتنائها.

فالرسوم الصناعية هي المنظر الجمالي والزخرفي في سلعة معينة، أما النماذج  
الصناعية هي الأشكال المجسدة للمنتوج، ويتفق كل من الرسوم والنماذج الصناعية  
في كونها يساهمان في إضفاء رونق جميل وشكل جذاب للمنتوج يؤدي الى تفضيله  
عن غيره من المنتوجات المماثلة، فكثيرا ما يفضل المستهلك منتوج على اخر بسبب  
مظهره الخارجي الجذاب بصرف النظر عن جودته.

ونظرا لما تكتسبه الرسوم والنماذج الصناعية من أهمية بالغة عمل المشرع  
الجزائري على تنظيمها بالأمر 86/66 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية والذي  
يهدف بالدرجة الأولى الى حماية أصحاب الرسوم والنماذج الصناعية من كل  
الاعتداءات التي تطال حقوقهم، غير أن هذه الحماية امتدت لتشمل المستهلك  
باعتبار أن هذا الأخير يشكل الطرف الضعيف في محور العلاقة الاقتصادية و الذي  
ينتهي المنتوج عنده، وعلى هذا الأساس فإن قانون الرسوم و النماذج الصناعية لا  
يهدف الى حماية أصحابها فقط، بل أن هذه الحماية امتدت لتشمل الشخص  
المتضرر والمتمثل في المستهلك من مختلف التجاوزات غير القانونية التي تدفعه  
للتعاقد .

ومن هذا المنطلق فإن الموضوع يطرح إشكالية محورية مفادها الى أي مدى  
تساهم الرسوم والنماذج الصناعية في توفير حماية فعالة للمستهلك؟  
للإجابة على هذه الإشكالية ارتأيت اعتماد الخطة التالية:

المحور الأول: المظاهر الحمائية للمستهلك وفق أحكام الرسوم والنماذج  
الصناعية

المحور الثاني: آثار حماية المستهلك بموجب أحكام الرسوم والنماذج الصناعية

## الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس المحور الأول: المظاهر الحمائية للمستهلك وفق أحكام الرسوم والنماذج الصناعية

بتفحص قوانين الملكية الفكرية في الجزائر وقوانين الملكية الصناعية بصفة خاصة و المتعلقة بالرسوم والنماذج الصناعية نجد أنها لا تنص صراحة على الاستفادة المستهلك من الحماية على خلاف بعض القوانين غير أن ذلك يتم استنتاجه ضمنا،<sup>1</sup> حيث تخول الرسوم و النماذج الصناعية حماية غير مباشرة للمستهلك ولدراسة المظاهر الحمائية للمستهلك وفق أحكام الرسوم والنماذج الصناعية نتطرق لحماية المستهلك في ظل قواعد الرسوم والنماذج الصناعية (أولا) على أن نتطرق بعدها الى حماية المستهلك في ظل مراعاة قواعد المنافسة المشروعة (ثانيا).

أولا: ضمانات حماية المستهلك في ظل قواعد الرسوم والنماذج الصناعية

تلعب قواعد الرسوم والنماذج الصناعية دورا فعالا في حماية المستهلك، فدراسة ضمانات حماية المستهلك في ظل قواعد الرسوم والنماذج الصناعية تستدعي التطرق لحماية المستهلك من خلال وظائف الرسوم والنماذج الصناعية في المقام الأول، على تناول بعدها حماية المستهلك من خلال تسجيل الرسوم والنماذج الصناعية.

### 1- حماية المستهلك من خلال وظائف الرسوم والنماذج الصناعية:

تتجسد حماية المستهلك في ظل وظائف الرسوم والنماذج الصناعية من خلال أنها:

أ- وسيلة لتمييز المنتجات عن بعضها البعض:

تكمن أهمية الرسوم والنماذج الصناعية في كونها وسيلة تستخدم من قبل المسجل باسمه لتمييز المنتجات عن غيرها مما يؤدي الى تعريف المستهلكين بكافة المنتجات فيقبلوا عليها وهم على دراية بأمرها ومميزين لها عن غيرها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الكاهنة ارزيل، تأثر المستهلك بحماية حقوق الملكية الفكرية، مجلة الحقوق و الحريات، المجلد 1، العدد الرابع، 2017، ص 610 .

<sup>2</sup> نشيدة بوداود، النظام القانوني للرسوم و النماذج الصناعية، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2010/2009، ص 9 .

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
وعليه تهدف الرسوم والنماذج الصناعية الى تمييز المنتجات عن بعضها، حيث يسمح  
الرسم والنموذج للمستهلك بالتعرف على المنتج الذي اعتاد اقتنائه عن غيره من المنتجات  
الأخرى المعروضة و بالتالي تلبية الرغبات المشروعة للمستهلك، وبناء على ذلك فإنه وبدون  
الرسم أو النموذج لا يمكن للمستهلك أن يتعرف على المنتج المرغوب به.  
ب- جذب المستهلك وتوسيع فرص التسويق:

يعد الشكل الخارجي للمنتج أحد الوسائل الفعالة في عملية تسويق  
المنتجات، حيث أن المؤسسات الصناعية والتجارية أدركت أن بقائها ونموها في  
السوق مرهون بصفة أساسية في قدرتها على تسويق منتجاتها في السوق التي ترغب  
بالوصول إليها، ويتحقق ذلك من خلال تحسينها للجانب الجمالي للمنتجات فكلما  
زاد المظهر الخارجي جمالا كلما زاد الاقبال عليها.<sup>1</sup>

وللرسوم والنماذج الصناعية فائدة عملية كبيرة في مجال المنافسة الصناعية  
والتجارية، الأمر الذي يدفع بأصحاب الرسوم والنماذج في ابتكار رسوم ونماذج  
جذابة للمستهلكين والتي تنال اعجاب المستهلك وتعمل على جذب المزيد منهم.<sup>2</sup>

وعليه فإن للرسوم والنماذج الصناعية دورا هاما في جذب المستهلك وجعله يفضل  
ذلك المنتج عن غيره من المنتجات الأخرى وبناء على ذلك فانه الرسم والنموذج يعد  
العامل الرئيسي الذي يدفع المستهلك الى التعاقد والإقدام على اقتناء منتج ما.  
2- حماية المستهلك من خلال شروط تسجيل الرسوم والنماذج الصناعية:  
تتجسد حماية المستهلك في ظل شروط تسجيل الرسوم والنماذج الصناعية  
على النحو الآتي:

أ- مشروعية الرسم والنموذج الصناعي: يقصد بشرط المشروعية ان يكون الرسم  
والنموذج الصناعي مشروعا غير مخالف للآداب العامة وذلك كي يمكن الاعتداد  
به ومن ثم جواز تسجيله و من ثم اسباغ الحماية الجنائية عليه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> كريمة تواتي، النظام القانوني للرسوم و النماذج الصناعية على ضوء التشريع الجزائري و الاتفاقيات الدولية، أطروحة  
دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق سعيد حمدين، جامعة الجزائر 1، 2016/2017، ص 3.

<sup>2</sup> نشيدة بوداود، المرجع السابق، ص 11.

<sup>3</sup> راضية مشري، الحماية الجزائرية للرسوم والنماذج الصناعية، مجلة افاق علمية، المجلد 11، العدد 2، 2019، ص

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
وقد تضمن نص المادة 7 من الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم و النماذج  
الصناعية<sup>1</sup> هذا الشرط من خلال نصه على انه «يرفض كل طلب يتضمن أشياء لا  
تحتوي على طابع رسم او نموذج مطابق للمعنى الوارد في هذا المعنى او تمس بالآداب  
العامة».

ومفاد هذا النص أن الرسوم والنماذج الصناعية لا تستفيد من الحماية  
القانونية متى كان شكلها يخل بالآداب العامة من حيث ما يوحي به معناها، كالرسوم  
والنماذج الخلاعية المنافية للحياء والتي دوما كانت في الدول الغربية مقبولة وتتمتع  
بالحماية القانونية التي تضمنتها تشريعاتها.<sup>2</sup>

والملاحظ ان المشرع نص على مخالفة الآداب العامة ولم ينص على مخالفة  
النظام العام ما يفتح باب التساؤل عن عدم النص عليها وهو بذلك يخالف  
التشريعات الأخرى التي تنص على الحالتين معا كما هو الحال في القانون الفرنسي  
والقانون المصري.<sup>3</sup>

وتبرز حماية المستهلك من خلال منع تسجيل الرسوم والنماذج الصناعية  
المخالفة للآداب العامة والتي من شأنها المساس بمصالح المستهلك والتي تؤدي الى  
عزوف هذا الاخير عن اقتناء المنتج المخالف للآداب العامة مما استوجب على  
المشرع منع كل رسم ونموذج صناعي يمس بالآداب العامة.

ب- إلزامية تسجيل ونشر الرسم والنموذج الصناعي: بمجرد إتمام عملية  
تسجيل الرسم والنموذج الصناعي بالشكل المنصوص عليه قانونا يترتب  
عليه تقرير حماية للرسم والنموذج محل التسجيل، وعليه فإن التسجيل  
والنشر يضمن الحماية لأصحاب الحقوق من أي اعتداء يقع على الرسم و  
النموذج الصناعي.

---

<sup>1</sup> الأمر 86/66 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، جريدة رسمية عدد 35 الصادرة بتاريخ 03/05/1966.

<sup>2</sup> ادريس فاضلي، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 147

<sup>3</sup> كريمة نواتي، المرجع السابق، ص 53.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
فبدون اتباع الإجراءات الممثلة في الإيداع والتسجيل والنشر يبقى الرسم  
والنموذج الصناعي غير محمي لفائدة صاحبه في مواجهة اعمال المنافسة غير  
المشروعة والتقليد.<sup>1</sup>

ومنه فإنه لا يجوز لأي شخص اثناء سير مدة الحماية القانونية المقررة  
للرسم والنموذج الصناعي المسجل رسميا القيام بأي تقليد او تعديل للرسم  
والنموذج إلا بموافقة صاحبه الأصلي.<sup>2</sup>

وعلى العموم فإن الشروط الشكلية هي الركن الأساسي في مجال الضمانات  
الخاصة بالرسوم والنماذج، فلا يستفيد المبتكر من هذا الحق إلا بعد إتمام  
إجراءات الإيداع والتسجيل والنشر باعتبار ان حق رفع الدعوى مكفول فقط  
للرسوم والنماذج المودعة اما تلك الغير مودعة فيستفيد أصحابها من الحماية  
المدنية على المنافسة غير المشروعة.<sup>3</sup>

والجدير بالذكر أن الرسوم والنماذج الصناعية تمتع بالحماية المزدوجة أي  
انها تتمتع بحماية حق المؤلف ولو لم تكن مسجلة اما الحماية الخاصة بالرسوم  
والنماذج الصناعية فمعلقة على التسجيل.<sup>4</sup>

ثانيا: ضمانات حماية المستهلك في ظل مراعاة قواعد المنافسة المشروعة

في ظل تبني الجزائر نظام اقتصاد السوق القائم على المنافسة الحرة الذي  
يهدف لتحقيق الفعالية الاقتصادية وتحقيق رفاهية للمستهلك، ورغم هذه الجوانب  
الإيجابية ظهرت عدة ممارسات غير مشروعة وغير مطابقة للعرف والعادات التجارية  
والصناعية أدت إلى الاضرار بأصحاب الرسوم والنماذج الصناعية من جهة  
بالمستهلك كطرف ضعيف من جهة أخرى، مما استوجب على المشرع التدخل لمنع

---

<sup>1</sup> فتحي بن جديد، مدى كفاية الحماية الادارية و الجزائرية للرسوم و النماذج الصناعيين في التشريع الجزائري، مجلة  
القانون و العلوم السياسية، المجلد 2، العدد 2، ص 89 .

<sup>2</sup> لزهري دريالي، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في الحقوق،  
تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1، 2015/2016، ص 36 .

<sup>3</sup> فتحي بن جديد، المرجع السابق، ص 94 .

<sup>4</sup> ادريس فاضلي، المرجع السابق، ص 156 .

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
كل الممارسات غير المشروعة لحماية أصحاب الرسوم والنماذج عامة ويحيي  
المستهلك باعتباره الطرف الضعيف خاصة.

#### 1- تشويه سمعة صاحب الرسم او النموذج الصناعي:

تطرق المشرع الجزائري الى هذه الممارسة غير المشروعة في المادة 1/27 من  
قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>1</sup> والتي جاء فيها  
«تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو  
منتجاته أو خدماته».

ومن خلال هذه نص المادة سالفه الذكر فان هذه الصورة تؤدي إلى الاضرار  
بالمنافس عن طريق تشويهه من خلال عدة صور منها ما يتعلق بشخصه، ومنها ما  
يتعلق بمنتجاته وخدماته من خلال نشر معلومات سيئة تمس بصاحب المنتج او  
منتجه بمعنى نشر معلومات مغالطة وغير صحيحة قد تمس بشرف وأخلاق صاحب  
المنتج، أو منها ما يتعلق بنشر معلومات حول ديونه والصعوبات المالية.<sup>2</sup>

ومن الأمثلة أيضا التي يمكن الإشارة اليها نشر معلومات كاذبة تتعلق بوجود  
دعوى قضائية موضوعها افلاس صاحب المنتج مما ينعكس سلبا على اعتقاد  
المستهلك فيؤدي الى إحجام التعامل معه خوفا من شهر افلاسه، أو إطلاق شائعات  
حول المواد التي يستعملها عند التعامل مع المستهلكين بقصد صرفهم عنه والتأثير  
عليهم وبالتالي فإن هذا العمل يتعدى ضرره صاحب المنتج ليمتد الاعتداء الى  
جمهور المستهلكين.<sup>3</sup>

وعليه فإن هذه الوسيلة المتمثلة في تشويه سمعة صاحب المنتج (صاحب  
الرسم أو النموذج الصناعي) تعتبر من الوسائل التي من شأنها إحداث الخلط  
واللبس لدى جمهور المستهلكين باعتبارها وسيلة غير مشروعة، والتي يترتب عليها

<sup>1</sup> القانون 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية  
العدد 4 الصادرة في 2004/06/27 المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> سامي بن حملة، قانون المنافسة، نوميديا للطباعة و النشر و التوزيع، ص 184-185.

<sup>3</sup> زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص المسؤولية المهنية،  
كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص 85-86.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
ضرر لصاحب الرسم و النموذج الصناعي من خلال تشويه سمعته مما يترتب  
عزوف المستهلك عن التعامل معه مما يؤدي الى الاضرار بالمصالح المالية لصاحب  
الرسم والنموذج.

غير أن الضرر لا يقتصر على صاحب الرسم والنموذج فقط بل يمتد إلى  
المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية والذي يجهل ويفتقر  
للمعلومات المتعلقة بالمنتج مقارنة مع المتعاملين الاقتصاديين الذين لا يهمهم سوى  
تصريف منتجاتهم وتحقيق الربح من خلال قيامهم بتجاوزات تنعكس أثارها سلبا  
على صاحب الرسم والنموذج عامة والمستهلك خاصة.

## 2- تقليد الرسم والنموذج الصناعي:

تطرق المشرع الجزائري الى هذه الصورة غير المشروعة ضمن المادة 2/27  
«...تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس او تقليد منتجاته أو خدماته»

من خلال هذه نص هذه المادة يتضح لنا ان المشرع اعتبر التقليد بمثابة  
ممارسة تجارية غير نزيهة (غير مشروعة) نتيجة لمساسها بمصالح العون الاقتصادي  
صاحب المنتج من جهة وتضليل المستهلك من جهة أخرى احداث اللبس والخلط في  
ذهن المستهلك.<sup>1</sup>

وعليه فإن تقليد الرسم و النموذج الصناعي من شأنه الإضرار بأصحاب  
الرسوم والنماذج الصناعية من خلال الاعتداء على حق الاستثناء الذي خوله  
القانون لصاحب الرسم والنموذج هذا من جهة ومن جهة أخرى إلحاق به اضرار  
مالية، والإضرار بالمستهلك من خلال إحداث اللبس والخلط في ذهنه مما يجعله غير  
قادر على تفرقة بين الرسم و النموذج الصناعي الأصلي والذي اعتاد اقتنائه و الذي  
يتوافق مع رغباته المشروعة، والرسم والنموذج الصناعي المقلد و الذي يشكل  
خطورة عليه نتيجة الاثار السلبية و المحتملة التي يمكن ان تترتب عن التقليد، لهذا

<sup>1</sup> حسام الدين غريوج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه  
في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1، 2018/2017،  
ص 119.



الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
حرص المشرع الجزائري على حظر هذه الممارسة غير المشروعة ليكفل بذلك حماية  
للأصحاب الرسوم والنماذج من هذه و حماية للمستهلك من جهة أخرى.  
3- التطفل الاقتصادي:

تطرق المشرع الجزائري الى هذه الممارسة غير المشروعة ضمن المادة 3/27 من  
القانون 02/04 «... استغلال مهارة تقنية او تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها،  
إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل المنافس بهدف استغلال شهرته خارج  
الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها»

من خلال هذه المادة يتضح لنا ان التطفل الاقتصادي هو عبارة عن  
مجموعة من الممارسات التي بموجها يستفيد عون اقتصادي من مهارة وشهرة عون  
اقتصادي دون بذل أي جهد من خلال القيام بممارسات مخالفة للأعراف التجارية  
والتنافسية.<sup>1</sup>

وعليه يعتبر من قبيل التطفل الاقتصادي والذي يعد من صور الممارسات  
غير المشروعة استغلال مهارة تقنية او تجارية دون ترخيص صاحبها وهذا ما يؤدي  
الى إزاحة العون صاحب التقنية مما ينعكس سلبا على المستهلك المتعامل مع هذا  
العون نظرا لانسحابه من السوق مما يقلل فرص الحصول على المنتوجات التي  
اعتاد المستهلك اقتنائها، كذلك تعتبر منافسة غير مشروعة تؤدي الى الخلط واللبس  
كان يتعمد العون الاقتصادي إقامة محل في جوار منافس بهدف استغلال شهرته  
كان يقوم بتقليد المظهر الخارجي للمحل.<sup>2</sup>

وفي هذا السياق فإن صاحب الرسم والنموذج يتضرر من هذا التطفل  
الاقتصادي من خلال الاعتداء على حقوقه مما يترتب عليه ضرر على صاحب الرسم  
والنموذج يتمثل في ازاحته من السوق من جهة، ويترتب عليه من جهة أخرى اثار  
سلبية على المستهلك من خلال حرمانه من المنتوجات التي اعتاد اقتنائها و هو ما  
يمس بالرغبات المشروعة للمستهلك.

<sup>1</sup> سامي بن حملة، المرجع السابق، ص 189.

<sup>2</sup> زبير ارزقي، المرجع السابق، ص 87.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
4- الأشهار التضييلي للرسوم والنماذج الصناعية:

تطرق المشرع الجزائري الى هذه الممارسة غير المشروعة ضمن المادة 28 من القانون 02/04 والتي جاء فيها «... يعتبر اشهارا غير شرعي وممنوعا كل اشهار تضييلي لاسيما إذا كان:

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي الى التضييل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.
- يتضمن عناصر يمكن ان تؤدي الى الالتباس مع بائع اخر او مع منتوجاته او خدماته او نشاطه.
- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أولا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها مقارنة مع ضخامة الأشهار»

من خلال نص المادة يتضح لنا ان المشرع الجزائري حدد الحالات التي تعتبر اشهارا تضييلا على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر ذلك أنه قد يلجأ المتعاملين الاقتصاديين الى الأشهار المضلل لتضييل المستهلك ودفعه للتعاقد وهذا ما يضر بأصحاب الرسوم والنماذج الصناعية.

والجدير بالملاحظة متى تحقق وجود ممارسة من الممارسات السالف بيانها نكون بصدد منافسة غير مشروعة يترتب عليها جزاء مدني يتمثل في دعوى المنافسة غير المشروعة والتي يرفعها صاحب الرسم والنموذج الصناعي على الشخص المرتكب لتلك الأفعال الغير مشروعة نتيجة الضرر الذي أصابه، ويترتب على دعوى المنافسة غير المشروعة تعويض صاحب الرسم والنموذج الصناعي عن الضرر الذي لحق به سواء كان ضرر مادي يمس بالمصالح الاقتصادية لصاحب الرسم والنموذج او ضرر معنوي يمس بسمعته وشهرته تعويضا عادلا.

غير أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر اثارها في التعويض فقط، بل تمتد أيضا لوقف ومنع الضرر كمنع الأشهار المضلل للرسوم والنماذج الصناعية ووقف انتاج وتسويق النموذج الصناعي المقلد.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
فالمشروع الجزائري عند ضبطه للممارسات التي تشكل منافسة غير مشروعة  
من جهة وإقراره الجزاء المدني المتمثل في دعوى المنافسة غير المشروعة يكون قد  
حصى صاحب الرسم والنموذج الصناعي بالدرجة الأولى ، وحصى المستهلك بالدرجة  
الثانية من تلك الممارسات غير المشروعة التي تؤدي إلى إحداث لبس وغلط في ذهن  
المستهلك مما يترتب عليه المساس بالرضا هذا الأخير بدفعه للتعاقد من جهة  
والمساس برغباته المشروعة من جهة أخرى، من خلال حرمانه من المنتجات التي  
اعتاد اقتنائها ليس هذا فقط فإن بعض هذه الممارسات غير المشروعة قد تمس  
بصحة وسلامة المستهلك خاصة ما تعلق منها بالتقليد والذي يشكل خطورة على  
المستهلكين.

## المحور الثاني: آثار حماية المستهلك بموجب أحكام الرسوم والنماذج الصناعية

تعرض الرسوم والنماذج الصناعية الى اعتداءات من شأنها الأضرار بصاحب  
الحق غير أن هذه الأضرار تمتد لتمس المستهلك، فدراسة اثار حماية المستهلك  
بموجب أحكام الرسوم والنماذج الصناعية تقتضي التطرق لحماية المستهلك من كل  
تقليد لرسوم والنماذج الصناعية (أولا) على نتطرق بعدها لحماية المستهلك من كل  
اشهار مضلل لرسوم والنماذج الصناعية (ثانيا)

### أولا: حماية المستهلك من كل تقليد للرسوم والنماذج الصناعية

في إطار حماية المستهلك من تقليد الرسوم والنماذج الصناعية والتي لها  
اثارها السلبية على المستهلك اقر المشروع الجزائري تجريم هذه الممارسة، وأوكل  
للهيئات متخصصة في متابعة مقلد الرسم والنموذج الصناعي.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
1- مضمون جريمة تقليد الرسم والنموذج الصناعي:

إن التقليد الذي يقع على الرسم والنموذج الصناعي لا يؤثر سلبا على صاحب الرسم والنموذج فقط، وإنما تمتد آثاره السلبية على الاقتصاد الوطني وحركية الاستثمار وعلى المستهلك الذي تنتهي عنده السلعة المقلدة والتي تمس بأمنه وصحته وسلامته نظرا للأخطار والآثار السلبية الناتجة عن المنتوجات المقلدة.

ويقصد بجريمة تقليد الرسوم والنماذج الصناعية نقل الرسم أو النموذج حرفيا دون تغيير، أو إدخال بعض التغييرات الطفيفة التي لا تغير في جوهر الرسم المقلد وتسمح بخداع المستهلك العادي غير المتبصر الذي لا ينتبه إليها، فيكفي لتحقيق هذه الجريمة انه يوجد تشابه بين الرسمين او النموذجين من شأنه خداع المستهلك وحمله على عدم التمييز بينهما مما يؤدي الى ايقاعه في الغلط واللبس.<sup>1</sup>

فإن اصطناع رسم أو نموذج مطابق تماما للرسم والنموذج الأصلي يشكل جريمة تقليد، وقد يقع التقليد للرسم والنموذج بمحاكاة دقيقة كما قد يكون بنقل الرسم او النموذج الصناعي بصورة شبه كاملة ويكون ذلك التشابه الإجمالي بشكل يؤدي الى إيقاع المستهلك في الخلط بينهما.<sup>2</sup>

وفي هذا الإطار نص المشرع الجزائري على تجريم كل تقليد يمس الرسوم والنماذج الصناعية وذلك بموجب نص المادة 23 من الامر 86/66 والتي جاء نص فيها على انه «يشكل كل مس بحقوق صاحب الرسم او النموذج جنحة التقليد المعاقب عليها بغرامة من 500 الى 10000 دج.

في حالة العود أو إذا كان صاحب الجنحة شخصا كان يشتغل عند الشخص المضرور يعاقب بعقوبة حبس من شهر الى 6 أشهر سجننا إضافة الى الغرامة كما تتضاعف هذه العقوبات إذا وقعت الجريمة على حقوق قطاعات الدولة»

<sup>1</sup> فتحي بن جديد، المرجع السابق، ص 93-94 .

<sup>2</sup> لزهو دريالي، المرجع السابق، ص 36-37 .

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
والملاحظ من نص المادة سالفه الذكر أن العقوبة على مرتكب جريمة تقليد  
الرسم والنموذج الصناعي جاءت في شكل غرامة جد ضئيلة لا تتناسب مع إمكانية  
مرتكب الجريمة من جهة، ولا تتناسب مع الاضرار الكبيرة التي تلحق بصاحب الرسم  
والنموذج والمستهلكين لذا من الاجدر على المشرع الجزائي ضرورة تدارك الامر من  
خلال التشديد في قيمة الغرامة المالية المعاقب بها على مرتكب جريمة تقليد الرسوم  
والنماذج الصناعية.

والجدير بالذكر ان صاحب الرسم والنموذج الصناعي يجوز له ان يتمسك  
بالأمر 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة<sup>1</sup> باعتبار ان الرسوم والنماذج  
الصناعية تتميز بالحماية المزدوجة. فقد نصت المادة 153 من الأمر 05/03 على  
عقوبة الحبس على مقلد المصنف من 6 أشهر الى 3 سنوات وبغرامة من 500000  
دج الى 1000000 و هي عقوبة مشددة مقارنة مع العقوبة المنصوص عليها ضمن  
الامر 86/66.

بالإضافة للعقوبات الاصلية المتمثلة في الغرامة المالية وفي حالات محددة  
الحبس نص المشرع أيضا على عقوبات تكميلية جعلها خاضعة لسلطة التقديرية  
للقاضي، وهذه العقوبات منها ما هو منصوص عليه في القانون الخاص بالرسوم  
والنماذج الصناعية وتتمثل في المصادرة ونشر الحكم، ومنها ما هو منصوص عليه  
في القانون الخاص بحقوق المؤلف و المتمثلة في الاتلاف و غلق المؤسسة.<sup>2</sup>  
2- دور الهيئات الرقابية في متابعة مقلد الرسم والنموذج الصناعي:

في إطار حماية المستهلك من الرسوم والنماذج الصناعية المقلدة وضع المشرع  
هيئات رقابية متخصصة تختص في متابعة مقلد الرسم والنموذج الصناعي تتمثل  
في الاعوان المكلفون بالرقابة وجمعيات حماية المستهلك.

<sup>1</sup> الأمر 05/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، جريدة رسمية عدد 44  
المؤرخة في 2003/07/23.

<sup>2</sup> كريمة نواتي، المرجع السابق، ص 192.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
أ- دور الاعوان المكلفون بالرقابة:

تختص الأعوان المكلفة بالرقابة بحماية المستهلك من أي غش أو تضليل يتعرض وفي إطار حماية المستهلك من الرسوم والنماذج الصناعية المقلدة حول المشرع الجزائري للأعوان المكلفين بالرقابة جملة من الصلاحيات منها ما يدخل في إطار الإجراءات الرقابية كجمع المعلومات ودخول المحلات وتحرير المحاضر ومعاينة المخالفات، ومنها يتعلق باتخاذ تدابير تحفظية والمتمثلة في الإيداع، الإعدار، الحجز، السحب، التوقيف المؤقت عن مزاولة النشاط.

ب- دور جمعيات حماية المستهلك:

في إطار حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة والمتمثلة في الرسوم والنماذج الصناعية موضوع دراستنا تختص جمعيات حماية المستهلك بمجموعة من المهام الرقابية منها وقائية تتمثل في توعية المستهلكين وتحسيسهم من الأخطار والآثار السلبية المترتبة على المنتوجات المقلدة والتي تهدد مصالحهم وصحتهم وذلك عن طريق تنظيم ندوات وملتقيات، بالإضافة إلى إعلام المستهلكين عبر وسائل الاعلام خاصة الحديثة منها مثل مواقع التواصل الاجتماعي التي تستقطب عدد كبير من المستهلكين.

كذلك تتمتع جمعيات حماية المستهلك بدور الدفاعي من خلال استعمال أسلوب الدعاية المضادة أو أسلوب المقاطعة ضد المنتوجات المقلدة بالإضافة إلى تمثيل المستهلك أمام الجهات القضائية وفقا للمادة 23 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.<sup>1</sup>

وعليه فإن المشرع منح لجمعيات حماية المستهلك حق تمثيل المستهلك أمام القضاء لتأسيس كطرف مدني إذ تعرض المستهلك أو عدة مستهلكين للأضرار تسبب

---

<sup>1</sup> قانون 03/09 مؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 الصادرة في 2009/03/08 المعدل والمتمم.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
فيها نفس المتدخل أو ذات أصل مشترك،<sup>1</sup> أما في حالة وقوع ضرر فردي للمستهلك  
فلا تتدخل جمعيات حماية المستهلك فعلى المشرع ضرورة تدارك هذه النقطة.

ثانيا: حماية المستهلك من كل اشهار مضلل للرسوم والنماذج الصناعية

للإشهار المضلل آثار سلبية على المستهلك لما يرتبه من خلط ولبس في ذهن  
المستهلك، وفي إطار حماية المستهلك من الإشهار المضلل للرسوم والنماذج الصناعية  
كفل المشرع نوعين من الحماية حماية مدنية وحماية جزائية.

1- الحماية المدنية: في إطار حماية المستهلك من الاشهار المضلل للرسوم  
النماذج الصناعية عمل المشرع على مجابهة هذا الفعل من خلال تكريس  
حماية مدنية للمستهلك وذلك وفقا للمقتضيات القانون المدني،<sup>2</sup> سواء من  
خلال ابطال العقد للغلط او تدليس فإذا وقع المستهلك المتعاقد نتيجة تأثير  
الاشهار على ارادته في غلط جوهري طبقا للمادة 81 من القانون المدني  
الجزائري جاز له طلب ابطال العقد لان ارادته وقعت في غلط.<sup>3</sup> كذلك  
يجوز للمستهلك طلب ابطال العقد لتدليس إذا لجأ المعلن الى استعمال  
طرق احتيالية تحمل المستهلك على التعاقد طبقا للمادة 86 من القانون  
المدني الجزائري، أو من خلال طلب التنفيذ العيني أي طلب ابطال ما ورد  
في العقد وذلك بإلزام المعلن بتنفيذ العقد فيجبر المعلن على تسليم  
المستهلك محل العقد الذي يكون مطابقا للإشهار وفقا للمادة 164 من  
القانون المدني الجزائري، كما يستطيع المستهلك ان يحصل على شيء  
مطابق للمحل العقد طبقا للإشهار على نفقة المعلن بعد استئذان القاضي  
وفقا للمادة 2/166 من القانون المدني الجزائري.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، اطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم  
السياسية، جامعة أوبكر بلقايد تلمسان، 2013، ص 200 .

<sup>2</sup> الأمر 58/75 المؤرخ في 1975/11/26 المتضمن القانون المدني الجزائري، جريدة رسمية عدد 78 المعدل  
والمتمم.

<sup>3</sup> وفاء عز الدين، البات حماية المستهلك من الاشهار التجاري التضليلي، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية،  
المجلد 3، العدد 2، 2020 ص 161 .

<sup>4</sup> فاتح بن خالد، حماية المستهلك من الاشهار التجاري الكاذب او المضلل، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص  
قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة سطيف 2، 2014/2015، ص 156.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
أو من خلال طلب التعويض وذلك ان الاشهار التضليلي يرتب أثارا سلبية على  
المستهلك والحاق الضرر به مما يترتب عليه قيام مسؤولية المعلن العقدية أو  
التقصيرية بالنسبة للمستهلك الذي يكون له الحق في طلب التعويض متى توفرت  
شروطه، فبينما نجد دعوى تنفيذ الالتزام التعاقدية الحق تجبر المعلن عن تنفيذ  
التزامه عينا أو بمقابل، وفي حين تمنحه دعوى الغلط أو التدليس طلب ابطال  
العقد، نجد من شأن دعوى التعويض العمل على جبر الاضرار الواقعة جراء صدور  
مثل هذا الاشهار.<sup>1</sup>

2- الحماية الجزائية: إن الحماية المدنية للمستهلك من الاشهار المضلل  
للرسوم والنماذج الصناعية تبقى ناقصة وغير كافية مما استوجب على  
المشرع الجزائري إقرار حماية جزائية لمجابهة كل اشهار مضلل للرسوم  
والنماذج الصناعية بما يكفل حماية للمستهلك.

وتتعدد الحماية الجزائية للمستهلك من الاشهار المضلل بين قانون العقوبات<sup>2</sup>  
وفقا لجريمة النصب والاحتيال طبقا لمقتضيات المادة 372 من قانون العقوبات  
الجزائري، وجريمة الخداع وفقا لمقتضيات المادة 429 من قانون العقوبات  
الجزائري، غير أن هذه الحماية المنصوص عليها في قانون العقوبات تبقى غير كافية  
لمجابهة الإشهار المضلل لأنها جاءت لتجريم ومجابهة جرائم خاصة تختلف في  
مضامينها عن الاشهار التضليلي.

بالإضافة إلى الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار المضلل وفقا للقواعد  
العامّة في قانون العقوبات فإن المشرع الجزائري كرس حماية خاصة للمستهلك من  
الاشهار المضلل ضمن الأمر 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية  
والذي اعتبر الإشهار المضلل من الممارسات التجارية غير النزيهة (غير المشروعة) وفقا  
للمادة 28 سالفه الذكر وقد اقر عقوبة له بموجب نص المادة 38 من الأمر 02/04  
تتمثل في غرامة مالية من 50000 دج الى 500000 دج.

<sup>1</sup> فاتح بن خالد، المرجع السابق، ص 184-185.

<sup>2</sup> الامر 156/66 المؤرخ 1966/06/08 المتضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية العدد 49 الصادرة في  
1966/06/11 المعدل والمتمم.



الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس  
كما أقر عقوبات تكميلية تتمثل في حجز ومصادرة البضائع محل الأشهار  
التضليلي والغلق الإداري طبقا للمواد 39 و44 و47 من الأمر 02/04.

وقد شدد المشرع من العقوبة في حالة العود حيث تتضاعف العقوبة،  
ويمكن للقاضي ان يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط  
بصفة مؤقتة وهذا لمدة لا تزيد عن 10 سنوات، وزيادة على ذلك تضاف عقوبة  
الحبس من 3 أشهر الى 5 سنوات وفقا لمقتضيات المادة 2/47 من الأمر 02/04.

وعليه فإن المشرع عمل مجابهة الأشهار المضلل للرسوم والنماذج الصناعية  
بما يكفل حماية فعالة لحماية للمستهلك من خلال الحماية المدنية والحماية  
الجزائية.

#### خاتمة:

على ضوء ما تقدم نستخلص في الأخير أن للرسوم والنماذج الصناعية دور  
هام في توفير حماية فعالة للمستهلك سواء خلال القواعد الحمائية المنظمة للرسوم  
والنماذج الصناعية أو في اطار احترام قواعد المنافسة المشروعة من جهة وتوفير  
اليات لحماية المستهلك من كل تقليد وإشهار مضلل للرسوم والنماذج الصناعية من  
جهة أخرى والتي تحمل في طياتها تدابير وميكانزمات تعكس إرادة المشرع الصادقة في  
تكريس حماية للأصحاب الرسوم والنماذج الصناعية عامة وحماية المستهلك بصفة  
إلا إن هذه الحماية رغم تعدد اوجهها فأنها تتخللها ثغرات ونقائص حالت دون  
تحقيق الحماية المرجوة مقارنة مع التجاوزات الحاصلة في السوق الوطنية.

وبناء على ما تقدم تم التوصل الى جملة من النتائج والاقتراحات نوردها فيما يلي:

#### أولا- النتائج:

1- ان قوانين الملكية الفكرية في الجزائر وقوانين الملكية الصناعية بصفة  
خاصة والمتعلقة بالرسوم والنماذج الصناعية نجد أنها لا تنص صراحة  
على استفادة المستهلك من الحماية على خلاف بعض القوانين غير أن ذلك  
يتم استنتاجه ضمنيا، حيث تخول الرسوم والنماذج الصناعية حماية غير  
مباشرة للمستهلك.

- الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس
- 2- تهدف الرسوم والنماذج الصناعية الى تمييز المنتجات عن بعضها، حيث يسمح الرسم والنموذج للمستهلك بالتعرف على المنتج الذي اعتاد اقتنائه عن غيره من المنتجات الأخرى المعروضة وبالتالي تلبية الرغبات المشروعة للمستهلك، وبناء على ذلك فانه وبدون الرسم أو النموذج لا يمكن للمستهلك ان يتعرف على المنتج المرغوب به فالرسم والنموذج يعد العامل الرئيسي الذي يدفع المستهلك الى التعاقد والإقدام على اقتناء منتج ما.
- 3- عمل المشرع على حماية المستهلك من خلال منع تسجيل الرسوم والنماذج الصناعية المخالفة للأداب العامة التي تؤدي الى عزوف المستهلك عن اقتناء المنتج المخالف للأداب العامة كالرسوم والنماذج الخلاعية المخلة بالحياء.
- 4- تكفل عملية تسجيل الرسم والنموذج الصناعي حماية للرسم والنموذج محل التسجيل بما يضمن الحماية لأصحاب الحقوق والمستهلك من مختلف الاعتداءات.
- 5- عمل المشرع الجزائي على حظر كل الممارسات غير المشروعة لحماية أصحاب الرسوم والنماذج عامة وحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف خاصة والتي تؤدي الى احداث لبس وغلط في ذهن المستهلك مما يترتب عليه المساس بالرضا هذا الأخير بدفعه للتعاقد من جهة والمساس برغباته المشروعة من جهة أخرى، ليس هذا فقط فإن بعض هذه الممارسات غير المشروعة قد تمس بصحة وسلامة المستهلك خاصة ما تعلق منها بالتقليد والذي يشكل خطورة على المستهلكين.
- 6- في إطار حماية المستهلك نص المشرع على تجريم كل تقليد للرسوم والنماذج الصناعية من خلال اقراره عقوبة الغرامة المالية والتي جاءت ضئيلة لا تتناسب مع إمكانية مرتكب الجريمة من جهة، ولا تتناسب مع الاضرار الكبيرة التي تلحق بصاحب الرسم والنموذج والمستهلكين بالإضافة الى اقراره عقوبات تكميلية.
- 7- وضع المشرع في إطار حماية المستهلك من الرسوم والنماذج الصناعية المقلدة هيئات رقابية متخصصة تختص في متابعة مقلد الرسم والنموذج الصناعي والتي تمثلت في الاعوان المكلفون بالرقابة وجمعيات حماية المستهلك.

الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس

- 8- في إطار حماية المستهلك من الإشهار المضلل للرسوم والنماذج الصناعية والذي له اثار سلبية لما يرتبه من خلط ولبس في ذهن المستهلك، كفل المشرع نوعين من الحماية حماية مدنية والتي تبقى ناقصة وغير كافية مما استوجب على المشرع الجزائري إقرار حماية جزائية لمجابهة كل اشهار مضلل للرسوم والنماذج الصناعية بما يكفل حماية للمستهلك.
- 9- تعدد الحماية الجزائية للمستهلك من الاشهار المضلل بين قانون العقوبات وفقا لجريمة النصب والاحتيال، وجريمة الخداع، غير ان هذه الحماية المنصوص عليها في قانون العقوبات تبقى غير كافية لمجابهة الاشهار المضلل لأنها جاءت لتجريم ومجابهة جرائم خاصة تختلف في مضامينها عن الاشهار التضليلي. فإن المشرع الجزائري كرس حماية خاصة للمستهلك من الاشهار المضلل ضمن الامر 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والذي اعتبر الاشهار المضلل من الممارسات التجارية غير النزيهة (غير المشروعة).

#### ثانيا- الاقتراحات

- 1- على المشرع الجزائري ضرورة تعديل الامر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية لكي يتلائم مع التطورات الحاصلة على المستوى الوطني والمستوى العالمي خاصة انه ساري المفعول لمدة تزيد عن 50 سنة.
  - 2- تدعيم أجهزة المكلفة بالرقابة وتحسين تكوينها وتخصصها وتطويرها بأحدث الوسائل المادية والبشرية لمجابهة كل تقليد وتضليل يمس الرسوم والنماذج الصناعية.
  - 3- التشديد في قيمة الغرامة المالية المعاقب بها على الشخص المرتكب جريمة تقليد الرسوم والنماذج الصناعية.
  - 4- نشر الوعي الاستهلاكي من خلال تعريف المستهلك بمختلف حقوقه.
- وأخيرا هنالك توصية أساسية أركز عليها وهي على كل مستهلك ان يحمي نفسه بنفسه.

## الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس

### قائمة المصادر والمراجع

#### أولاً: النصوص القانونية

- 1- الأمر 156/66 المؤرخ 08/06/1966 المتضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية العدد 49 الصادرة في 11/06/1966 المعدل والمتمم.
- 2- الأمر 58/75 المؤرخ في 26/11/1975 المتضمن القانون المدني الجزائري، جريدة رسمية عدد 78 المعدل والمتمم.
- 3- الأمر 86/66 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، جريدة رسمية عدد 35 الصادرة بتاريخ 03/05/1966.
- 4- الأمر 05/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، جريدة رسمية عدد 44 المؤرخة في 23/07/2003.
- 5- قانون 03/09 مؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 الصادرة في 08/03/2009 المعدل والمتمم.
- 6- القانون 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 4 الصادرة في 27/06/2004 المعدل والمتمم.

#### ثانياً: الكتب

- 1- إدريس فاضلي، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية.
- 2- سامي بن حملة، قانون المنافسة، نوميديا للطباعة والنشر والتوزيع.

#### ثالثاً: الرسائل الجامعية

- 1- نشيدة بوداود، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2010/2009.
- 2- كريمة تواتي، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية على ضوء التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق سعيد حمدين، جامعة الجزائر 1، 2016/2017.
- 3- زهر دربالي، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة باتنة 1، 2015/2016.
- 4- زبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2011.

## الرسوم والنماذج الصناعية كآلية لحماية المستهلك \_\_\_\_\_ أ. دنيا الوناس

- 5- حسام الدين غريوج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الزهية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة باتنة 1.
- 6- فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان 2013.
- 7- فاتح بن خالد، حماية المستهلك من الأشهار التجاري الكاذب او المضلل، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق جامعة سطيف 2، 2015/2014.

### رابعاً: المقالات

- 1- الكاهنة إرزيل، تأثر المستهلك بحماية حقوق الملكية الفكرية، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 1 العدد الرابع، 2017.
- 2- راضية مشري، الحماية الجزائية للرسوم والنماذج الصناعية، مجلة افاق علمية المجلد 11، العدد 2.
- 3- فتحي بن جديد، مدى كفاية الحماية الادارية والجزائية للرسوم والنماذج الصناعيين في التشريع الجزائري، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 2 ، العدد 2.
- 4- وفاء عز الدين، ليات حماية المستهلك من الأشهار التجاري التضليلي، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 3، العدد 2، 2020.



حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... أ. حليلة كوسة

حماية المستهلك من الخداع والتضليل الواقع على العلامات التجارية

## *Protecting Consumers from Deception and Misrepresentation of Trademarks*

أ / حليلة كوسة

جامعة باتنة -01-

ملخص:

تعد أساليب التضليل والخداع الواقعة على العلامة التجارية من أهم الممارسات المنافية للقانون، والتي تمس العون الاقتصادي بالدرجة الأولى، والمستهلك بالدرجة الثانية، وتختلف صور هذا الغش والتضليل باختلاف الأسلوب الممارس فيها، كالإشهار المظلل للعلامة، جرائم تقليد العلامة، وكذا التطفل التجاري على العلامة. وعليه فقد أصبح الداعي إلى حماية المستهلك مطلباً هاماً وضرورياً، الأمر الذي دفع معظم التشريعات ومنها التشريع الجزائري إلى وضع مختلف الآليات القانونية الكفيلة بتوفير الحماية اللازمة للمستهلك ضد هذه الاعتداءات، لكن التساؤل الذي يثور هو حول مدى فعالية هذه الآليات لاسيما في العصر الحالي.

### **Abstract:**

*Shading and deception on the trademark are among the most important illegal practices that affect economic aid in the first place, and the consumer in the second degree, and the forms of this fraud and shading differ according to the method practiced in them, such as the dark advertising of the mark, counterfeiting crimes, as well as commercial intrusion on the mark. Accordingly, the call for consumer protection has become an important and necessary requirement, which prompted most of the legislation, including the Algerian legislation, to put in place various legal mechanisms to provide the necessary protection to the consumer against these attacks, but the question that arises is about the effectiveness of these mechanisms, especially in the current era.*

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

مقدمة:

تعد العلامة التجارية أحد أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية، ولها دور مميز في الحياة الاقتصادية المعاصرة، إذ تعتبر همزة وصل بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة، ونتيجة التطور الاقتصادي الذي يشهده العالم قد يستغل بعض المنتجين والتجار ومقدمي الخدمات الإثهار التجاري لتضليل جمهور المستهلكين من خلال إيقاعهم في الغلط عن طريق الترويج لسلع تحمل علامات مقلدة أو سلع مغشوشة تحمل علامات أصلية، لاسيما مع التطورات التكنولوجية الحاصلة والتي ساهمت بدورها في استفحال ظاهرة الخداع والغش التسويقي للسلع والخدمات.

كما قد يسلك هؤلاء في سبيل الخداع والتضليل أسلوب التطفل التجاري على العلامات والذي يعد ممارسة منافية للقانون من خلال الاستفادة من مبادرات وجهود وخبرة آخرين لهم علامة مميزة، وذلك من أجل جلب الزبائن إلى مشروعه، ويختلف عن التقليد على أساس أن المنتج المتطفل عليه ليس مماثلاً.

ونظراً لما قد تلحقه هذه الممارسات من أضرار تمس المستهلك بالدرجة الأولى، فقد سعت أغلب التشريعات ومنها التشريع الجزائري، إلى وضع مجموعة من الآليات القانونية لمحاربة هذه الظواهر، وحماية العلامة التجارية من الجرائم الواقعة عليها، وبالتالي حماية المستهلكين، وذلك من خلال فرض جزاءات مدنية وجزائية ضد مرتكبي هاته الجرائم في قانون العقوبات والقانون المدني، وكذا القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، والقانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

كما تم وضع هيئات وأجهزة مختصة تسهر على توفير الحماية، كأجهزة الرقابة الإدارية وجمعيات حماية المستهلك، غير أن الإشكال المطروح هو: ما مدى فعالية الآليات القانونية لحماية المستهلك الجزائري من أساليب التضليل والخداع الواقعة على العلامات التجارية المميزة؟

كمحاولة للإجابة عن هذه الإشكالية ارتأينا تقسيم هذه المداخلة إلى محورين:



حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

المحور الأول: أساليب التضليل والخداع الواقعة على العلامات التجارية المميزة.  
المحور الثاني: الآليات القانونية لحماية المستهلك من العلامات التجارية المغشوشة.

المحور الأول: أساليب التضليل والخداع الواقعة على العلامات التجارية المميزة

لقد عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية على أنها: " كل الرموز القابلة للتشكيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توظيفها والألوان بمفردها أو مركبة، التي ستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات لشخص طبيعي أو معنوي عن السلع وخدمات غيره".<sup>1</sup>

وانطلاقا من نص المادة أعلاه، ولكي تستفيد العلامة من الحماية القانونية يجب أن تكون مميزة عن غيرها، أي يشترط في العلامة أن تميز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها. ولا يقصد من هذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئا أصيلا، مبتكرا لم يكن موجودا من قبل، بل تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات.<sup>2</sup> فضلا عن شرط تسجيل العلامة وقيدها في السجل.

هذا وتتعدد صور وأساليب خداع المستهلك من خلال ممارسة التضليل على العلامات التجارية، غير أنه قد ارتأينا في هذه المداخلة تسليط الضوء على أهم هذه الصور، وعليه سنقسم هذا المحور إلى ثلاث عناصر:

أولا- الإشهار المضلل للعلامة التجارية.

ثانيا- تقليد العلامات التجارية.

ثالثا- التطفل التجاري على العلامة التجارية.

<sup>1</sup> المادة 1/2 من الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر عدد 44، المؤرخ في 23 يوليو 2003.

<sup>2</sup> سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون سنة نشر، ص 270.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

## أولا- الإشهار المضلل للعلامة التجارية

يعد الإشهار التضليلي من أهم الأساليب التي يتم اللجوء إليها لخداع المستهلك، لاسيما في عصرنا الحالي الذي طغت فيه الإشهارات التجارية عبر مختلف وسائل الاتصال، لذا سنحاول تعريف الإشهار المضلل وحالاته، وتحديد أهم أساليب الخداع فيه كما يلي:

- 1- تعريف الإشهار المضلل وحالاته: عرف المشرع الجزائري الإشهار التضليلي بموجب المادة 28 من القانون رقم 02 - 04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي نصت على أنه: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:
- يتضمن تصريحات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أو وفرته أو مميزاته.
- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه.
- يتعلق بعرض معين لسلع أو الخدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان تلك الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

من خلال نص هذه المادة نستنتج أن المشرع الجزائري تدخل ليضبط هذا النشاط من خلال تحديده للحالات التي يعتبر الإشهار فيها تضليليا، وقد جاءت على سبيل المثال لا الحصر وهو ما يتضح من عبارة لاسيما. وهذه الحالات هي:

- الإشهار المفضي إلى التضليل: من خلال الفقرة الأولى في نص المادة 28 من القانون 04-02 السالف الذكر فإنه يُستنتج أنه لا يشترط أن يقع التضليل فعلا، بل يكفي أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي مستقبلا إلى تضليل المستهلك، ومن ثمة فإن تحديد مدى انطباق هذه الصورة ينطلق من

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

مضمون الإشهار ومحتواه بغض النظر عن النتائج الفعلية للإشهار ، وفي ذلك تكريس لحماية المستهلك.<sup>1</sup>

ولقد واجه المشرع تضليل المستهلك في عدة قوانين منها الأمر 06 - 03 المتعلق بالعلامات، حيث نص في المادة السابعة منه على الرموز المستثناة من التسجيل كعلامة تجارية و ما يهمننا في هذا المقام الفقرتين 5 و6 ، إذ أن وضع هذه الرموز على المنتجات أو الخدمات من شأنه تضليل المستهلك بأن يتوهم أن هذا المنتج أو الخدمة تم إنتاجها في دولة المستخدمة لهذه المنتجات ، أو قد حظيت برقابة أو موافقة هيئات أو منظمات معينة إلا إذا حصل الترخيص الذي هو بمثابة دليل على مصداقية هذه الرموز.<sup>2</sup>

إذ من الواضح أن المشرع قد استهدف في هاتين الحالتين حماية المستهلك من أي تضليل قد يحدثه الرمز المشكل للعلامة بشأن تعريف أو خصائص المنتج أو خدمة

- الإشهار المفضي إلى اللبس: يتضح من الفقرة الثانية لنص المادة 28 من القانون 02 - 04 السالف الذكر أن المشرع في هذه الصورة أيضا لم يستوجب وقوع اللبس فعلا، وإنما يكفي إمكانية حدوثه في المستقبل، كما أن المشرع لم يشترط على غرار الصورة السابقة أي قصد لللبس لدى صاحب الإشهار. وعلة حظر هذا النوع من الإشهارات بالنسبة للمستهلك، تتجلى في أن اللبس الحاصل نتيجة الإشهار من شأنه توليد الشك والأوهام في ذهن المستهلك، فيقدم على اقتناء ما لم يقصد اقتناؤه فعلا من السلع والخدمات أو التعاقد مع من لم يكن ينوي التعاقد معه، ولا يكون ذلك إلا إذا كان هذا الإشهار يتضمن عناصر تقليد منتج أو سلعة أو علامة منتج أو مقدم خدمات آخر، وبالتالي فإن المشرع من خلال حظره للإشهار المفضي لللبس يستهدف حماية رضا المستهلك و ذلك بأن يكون اختياره حرا ونزيها لا يشوبه أي لبس.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة ورقلة، الجزائر، 2007 / 2006، ص 126 .

<sup>2</sup> أنظر : الفقرتين 5 و 6 من المادة 7 من الأمر 06 - 03 المتعلق بالعلامات.

<sup>3</sup> عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص. 128

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

وقد اعتبرت الفقرة الثانية من المادة 27 من القانون رقم 02 - 04 الإشهار المفضي إلى اللبس من الأعمال التجارية الغير نزيهة بنصها : " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في أحكام هذا القانون لاسيما الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي - 2 ... : تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس،<sup>1</sup> أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك ."

نستنتج من هذه المادة أن المشرع قد تشدد بشأن الشروط الواجب توفرها لاعتبار الممارسة التجارية غير نزيهة، لكنه لم يشترط أن يصل الأمر إلى حد إشهار العلامة أو المنتوج أو الخدمة محل التقليد في مقابل تساهل شروط قيام الإشهار المفضي إلى اللبس لكون الأمر وصل في هذه الحالة لدرجة الإشهار.

يعتبر إشهار مفضيا للبس كل إشهار يستهدف فيه العون الاقتصادي عمدا زرع الشك والأوهام في ذهن المستهلك، ومن خلال تقليد علامة أو منتوج أو خدمة أو إشهار عون اقتصادي منافس، فالشك والأوهام التي تعمد العون الاقتصادي زرعها لدى المستهلك هي عين اللبس، الذي تدخل المشرع لحماية المستهلك منه بل إننا نكون حينئذ بصدد أشد مظاهر التضليل وعدم النزاهة.

■ **الإشهار المضخم:** في هذه الصورة للإشهار التضليلي يتصدى المشرع للأعوان الاقتصاديين الذين يبثون إشهارات تفوق قدراتهم الحقيقة ، والعلة في حظر هذا النوع من الإشهارات ترجع لتأثيرها على استقرار التوازن بين العرض و الطلب وما ينجر عنه من تذبذب في الأسعار وهز ثقة المستهلك.<sup>2</sup>

2- أساليب الخداع في الإشهار المضلل

يقصد بالأساليب الشكل الذي يظهر به الإشهار للمستهلك على نحو يؤدي إلى خداعه وبالتالي الوقوع في الخطأ، إذ يعد ظهور الإشهار بهذا الشكل أسلوبا للتضليل

<sup>1</sup> عرفته الفقرة الأولى من المادة 3 من القانون 02 - 04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 134، 135.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليمة كوسة

وأساليب التضليل في الإشهار متعددة ويصعب حصرها بدقة، لكن الفقه عادة ما يعتمد على الأساليب التالية:

أ- الادعاء بتفرد المنتجات: تتضمن بعض الرسائل الإشهارية التأكيد على تفرد السلعة المعلن عنها وتفوقها أو عدم وجود ما يضاهيها بين مثيلاتها من المنتجات، وقد يكون ذلك غير حقيقي مما يعتبر في نهاية الأمر محققا لمستوى معين من الخداع والاحتيال في محتوى الإشهار،<sup>1</sup> ومثال ذلك أن يقوم المعلن الادعاء أنه الوكيل الوحيد والحصري لعلامة تجارية معينة، وبعد ذلك يتضح أنه ليس الوكيل الرسمي لتلك العلامة، وأنه يقوم ببيع منتجات تحمل علامات مقلدة للعلامة المعلن عنها.

ب- نوع النشاط التجاري: يتمثل هذا الأسلوب بأن تدعي إحدى الشركات التجارية كذبا، في إشهارها لنوع معين من السلع والمنتجات إلى درجة ارتباط الاسم التجاري الذي تحمله المنشأة بهذا الإنتاج، ومثال ذلك ما زعمته شركة لطحن الحبوب في إشهارها عن قيامها بإنتاج أفضل أنواع القمح في العالم ثم يتضح بأن هذه الشركة لا تقوم بإنتاج الدقيق المذكور بل تقوم بالطحن لشركة أخرى غيرها، وتقوم هي فقط بشرائه من هذه الشركة الثانية.<sup>2</sup>

ت- شهادات الخبراء والمختصين: يلاحظ في الآونة الأخيرة أن المعلنون يلجئون للمشاهير أو خبراء معتمدين ليقرروا بما ورد في الإشهار وذلك لجذب جمهور المستهلكين نحو المنتجات المعلن عنها. حيث يدعي هؤلاء بأن ما تم الإشهار عنه هو الأجود في السوق، وأنه يعكس اختيارهم المفضل كمحاولة لإضفاء أكبر قدر من المصداقية على الرسالة الإشهارية، ومثاله أن يقر خبير مختص في مجال الهواتف الذكية بأن الهاتف الحامل لعلامة معينة هو الأفضل والأقل ثمنا من أي هاتف ذو علامة أخرى الموجودة في السوق، بينما يتضح عكس ذلك.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار التجاري الكاذب أو المضلل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص قانون أعمال، جامعة سطيف 02، الجزائر، 2015 / 2014، ص 144.

<sup>2</sup> ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري و المقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، جامعة وهران، الجزائر، 2013 / 2012، ص 112.

<sup>3</sup> بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 151.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

## ثانيا- تقليد العلامة التجارية

سيتم التطرق أولا إلى تعريف التقليد وصوره، ثم متطلبات العلامة التجارية المقلدة.

### 1- تعريف تقليد العلامة وصوره

أ- تعريف التقليد: عرف الفقه تقليد العلامة بأنه اصطناع علامة مطابقة تمام التطابق للعلامة التجارية حتى ولو أضاف لها المقلد ألفاظا أو صفة أو نوع أو صنف، وتوسع آخرون في إطلاق معنى التقليد على كل اصطناع أو محاكاة لعلامة تماثل في مجموعها العلامة الأصلية، تماثلا من شأنه أن يخدع الجمهور ويضلله بخصوص مصدر البضاعة التي تحمل العلامة المقلدة، أي أن التقليد يكون بوضع علامة مشابهة، أو قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى، بحيث يصعب التفرقة بينهما أو تمييز إحداها عن الأخرى، لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يضلل جمهور المستهلكين.<sup>1</sup>

ومما لا شك فيه أن التوسع في مفهوم التقليد يوفر أكثر حماية للعلامة التجارية فلا يقصرها على مجرد الحالات الصعبة التي يكون إثبات التقليد فيها شبه مستحيل، فيكفي أن تكون العلامة المقلدة قادرة على جعل الشخص العادي يتوهم صحتها.

وبالرجوع إلى الأمر 06 - 03 المتعلق بالعلامات، نجد أنه أكد في المادة 26 عل أنه: "يعد مرتكبا جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة."

وعليه لم يقدم المشرع الجزائري تعريفا للتقليد، ولم يحدد الأشكال التي يتخذها المساس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة رغم تجريمه للفعل، مفسحا بذلك المجال أمام الفقه، وقد أحسن بذلك صنعا، لأن التقليد يتخذ عدة صور يصعب في غالب الأحيان حصرها، وهي تتزايد بمرور الزمن وتتطور بالتطور التكنولوجي.

<sup>1</sup> المختار بن قوية، دور العلامة في حماية المستهلك، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، بدون سنة، ص 229.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

ب- أهم صور وأشكال التقليد: وتتمثل في:

- استنساخ العلامة التجارية: ويسمى أيضا التقليد بالنسخ، ويتم بنقل العلامة بطريقة مطابقة وكلية أو بطريقة مماثلة للعلامة وشبيهة بشكل يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور وجذب المستهلك.<sup>1</sup>
- التقليد بالنسخ والتشبيه: ويكون بمجرد نقل أجزاء أساسية للعلامة التجارية الأصلية فتتحقق عملية الوهم من خلالها في ذهن المستهلك، وهو ما يسمى بالمحاكاة التدليسية.
- التقليد باستعمال العلامة المقلدة أو الأصلية: ويتخذ هذا الشكل من التقليد أيضا صورة للتقليد باستعمال العلامة الأصلية للغير، حيث يضع العلامة الأصلية على سلع غير أصلية وغير تابعة في المنتج لتلك العلامة وهو ما يخلق لبسا في ذهن المستهلك.<sup>2</sup>
- بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع: ويظهر هذا الشكل خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمستورد الذي يحمل بضائع مقلدة فتعرض للبيع، فهل يتحمل البائع مسؤولية ذلك بوصفه مهمل ومتعاون مع المقلد أم يعد طريقا سهلا لتصريف المنتج المقلد؟

والملاحظ أن المشرع الجزائري لم ينص على هذا النوع من التقليد في الأمر 06/03،<sup>3</sup> غير أنه تدارك الأمر في قانون الجمارك، لاسيما في المادة 22 من القانون رقم 07-79، والتي جاء في مفهومها أنه تخضع للمصادرة البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة.

هذا ويأخذ التقليد في كل شكل من الأشكال المذكورة أعلاه عدة صور، كالتزوير والإلصاق، كما يحدث التقليد بالزيادة أو النقصان في الحروف الخاصة بالعلامة أو استبدالها. وهي الصورة الأكثر انتشارا، إذ يختار المقلد مثلا الاسم

<sup>1</sup> بلهوارى نسرين، تجريم واثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر1، 2013/2012، ص 53.

<sup>2</sup> كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، جامعة بسكرة، العدد 11، ص 484.

<sup>3</sup> بلهوارى نسرين، مرجع سابق، ص 67.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

الموضوع في العلامة التجارية، ويقوم بتغيير بعض الحروف أو إضافة حرف لا يغير نطق الكلمة أو يغير ترتيب بعض الحروف مما يزيد من الالتباس، ومن الأمثلة على ذلك *puna* بدلا من *puma*. فينشأ تقارب ذهني بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة، وهو الهدف الذي يسعى إليه المقلد.

وتجدر الإشارة إلى أن هنالك معايير أو مبادئ جاء بها القضاء لتحديد التقليد وهي: مبدأ العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، مبدأ العبرة بالصورة العامة للعلامة ومبدأ العبرة بما يتخذ به المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه.<sup>1</sup>

هذا وقد أصبح للتقليد صورة حديثة ارتبط ظهورها بظهور الانترنت، وتتمثل في القرصنة الالكترونية للعلامة التجارية، ومعناها: أن يقوم شخص أو مشروع لا يمتلك أي حق على علامة تجارية بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت، وذلك بقصد الإضرار بمالك هذه العلامة، أو بقصد إعادة بيع العنوان الالكتروني إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالى فيه.<sup>2</sup>

## 2- متطلبات العلامة التجارية المقلدة

لم يبين المشرع الجزائري الشروط التي يمكن القول معها أن العلامة التجارية مقلدة، وهذا على خلاف ما ذهب إليه التشريعات المقارنة في هذا المجال، حيث نصت على وجوب توفر مجموعة من الشروط في العلامة التجارية المقلدة، كأن تكون العلامة مسجلة قانونا من جهة، ومن جهة أخرى أن يقوم المقلد بأخذ عنصر أساسي من العلامة التجارية ويضيفه إلى علامة أخرى، والأهم هو تقليد العناصر المحمية، والتي تم إيداعها حسب الشروط القانونية المعمول بها. أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا سبيل للقول بقيام جريمة، وعليه فإن جريمة تقليد العلامة التجارية تتحقق بمجرد أن يأخذ المقلد عنصرا أساسيا من علامة مسجلة

<sup>1</sup> حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، مجلد 17 عدد 4 ديسمبر 2018، العدد 47، ص 26 - 29.

<sup>2</sup> شريف محمد غانم، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، الدليل الالكتروني، للقانون العربي، ص 56.



حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة  
ويضيفه في علامة أخرى دون توفر سوء النية، وإذا كان هناك تقليد بقصد التديليس  
والغش فإن تقدير ذلك يعود إلى القاضي الذي يأخذ بعين الاعتبار مدى قدرة  
المستهلك على التمييز بين المنتجات.<sup>1</sup>

وإذا كانت التشريعات المقارنة قد قررت مجموعة من المتطلبات للعلامة  
التجارية المقلدة فإن التشريع الجزائري قد اكتفى بان تكون العلامة مسجلة فقط.

وبناء على ما تقدم يمكن القول بأن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية لا  
يعتبر تقليدا ما لم تتوافر في العلامة المقلدة جملة من الشروط وهي كالآتي:

أ- أن لا تكون العلامة التجارية فارقة: ومعناه أن لا تحمل العلامة أي إشارات أو  
رموز فارقة تميزها عن العلامة المراد تقليدها، فالتشابه وحده كاف لقيام جريمة  
التقليد سواء حصل بالعلامة ذاتها أو بالألوان أو بالأحرف التي من شأنها تضليل  
الجمهور.<sup>2</sup>

ب- أن يحدث التقليد لبسا من شأنه تضليل الجمهور: وهو ما يدل على توافر  
نية الغش، فالتضليل إما أن يكون في المصدر الشخصي للمنتجات، أو في المظهر  
الخارجي للعلامة التجارية، حيث أنه لا يكفي في التقليد أن تكون العلامة  
مضللة لعلامة أخرى، بل يجب أن يكون الغرض من التقليد هو التضليل في  
المنتجات، وهو لا يتوافر إلا عند تشابه المنتجات التي ستوضع عليها العلامة  
المقلدة.

أما التضليل في المظهر الخارجي، فيصعب تقديره، لأنه مسألة واقعية  
وموضوعية يستخلصها القاضي من ظروف ووقائع كل دعوى على حدا.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ط1، منشورات الحلبي  
الحقوقية، بيروت، ص244.

<sup>2</sup> نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، ط1، 2010، ص 178.

<sup>3</sup> اعتبر قضاة المحكمة العليا الجزائرية أن علامة " افري موكاح" تختلف عن " افري إبراهيم" لأن الاسم العائلي لكل  
علامة يميزها عن الأخرى، وأكدت على أنه لإبطال علامة تجارية يجب القيام بمناقشة الاسم المراد حمايته والتأكد  
من أنه يحمل تسمية تتوفر على الخاصيات والمميزات الواردة في المادة 02 من الأمر رقم 57/66 . أنظر: القرار

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليمة كوسة

### ثالثا- التطفل التجاري على العلامات التجارية

يعد التطفل التجاري من أهم الممارسات المنافية للقانون والتي تمس العون الاقتصادي بالدرجة الأولى والمستهلك بالدرجة الثانية، وسنحاول في هذه النقطة تعريف التطفل، ثم الإشارة إلى بعض أشكاله:

1- تعريف التطفل التجاري: نسب أول تعريف للتطفل في 1956 إلى الفقيه سان جال والذي اقترح في رسالة دكتوراه له بضرورة الاعتراف بالمنافسة الطفيلية والتطفل التجاري، واعتبره بأنه: "سعي الغير للعيش في كنف الآخر للاستفادة من الجهود التي بذلها والشهرة التي حققها اسمه ومنتجاته"<sup>1</sup>.

ويعني ذلك أنّ التطفل يعد ممارسة يقوم بها شخص منافس من خلال الاستفادة من مبادرات وجهود وخبرة آخرين لهم علامة مميزة أو علامة مسجلة من أجل جلب الزبائن إلى مشروعه، بدون بذل أي مجهود من قبله وبصورة مخالفة للأعراف التجارية ومبادئ الاستقامة في العمل التجاري. وهو يختلف عن التقليد على أساس أنّ المنتج المتطفل عليه ليس مماثل.

هذا ولم يعرف التطفل التجاري في النصوص الجزائرية بهذه التسمية، وإنما نجد تطبيقاته من خلال ما تم النص عليه في إطار المقطع الثالث من المادة 27 من قانون 02-04 المتضمن الممارسات التجارية، والتي تنص على أنه: "استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها".

وقد تجنب المشرع وضع تعريف محدد للمزاحمة غير المشروعة لعدم وجود تعريف يتسم بالمرونة والشمولية، من أجل توسيع نطاق الأفعال القابلة للملاحقة والتي تتغير وتتطور بتطور العصر، وعليه يتبين أن المشرع قد ترك للقضاء مهمة تكييف أفعال الممارسات غير المشروعة.

---

رقم 190797 المؤرخ في 1999/07/13، قضية (م.م) ضد(م.م)، المجلة القضائية الجزائرية، عدد 1، سنة 2000، ص 95.

<sup>1</sup> Saint- Gall(Yves), Concurrence déloyale et concurrence parasitaire( ou agissement parasitaire ;R.I.P.I.A, p19.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

2- أساليب التطفل التجاري: يأخذ التطفل التجاري عدة أساليب وصور ، غير أن بعض الفقه يعتبر أنّ أساليب التطفل تخرج عن مجال المنافسة على المنتج نفسه، وهي تظهر في أسلوبين أساسيين: انتهاك شهرة الغير، انتهاك التقنية والأفكار.<sup>1</sup>

أ- غصب شهرة الغير: وتنصب صورة انتهاك الشهرة على بعض عناصر المحل التجاري لاسيما العلامة التجارية والاسم التجاري، وذلك نظرا لما تلعبه العلامة من دور مميز في الحياة الاقتصادية المعاصرة باعتبارها همزة وصل بين مالك العلامة والمستهلك، فمن خلال العلامة تتمكن المؤسسة الاقتصادية من جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، وهنا يجد السلوك الطفيلي مجاله الخصب. ومن صور هذا الانتهاك الواقع على العلامة استعمال علامة تجارية ذات سمعة داخل السوق، ثم اعتمادها بالنسبة لمنتج أو خدمة بالنسبة لسوق آخر، أو تقمص إعلان تابع لشركة ذات سمعة كبيرة أو استغلال مهارة وتقنية عون اقتصادي دون ترخيص أو موافقة من صاحبها، كما يدخل ضمن التطفل استغلال حملة الإشهار أو حتى الصيغ الإشهارية من طرف أحد الأعوان الاقتصاديين، واعتمادها في الترويج لمنتجات أو خدمات العون المتطفل، بدون ترخيص أو موافقة من العون الاقتصادي المتضرر.<sup>2</sup>

وبالنسبة للمشرع الجزائري نجده قد اعتنق التصنيف الثاني لأوجه التطفل التجاري، حيث حظر التطفل التجاري بموجب المقطع الثالث من المادة 27 من قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والتي جاء فيها أنه ومن بين الممارسات التجارية غير النزيهة: " استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص أو موافقة من صاحبها." بمعنى أنّ أوجه التطفل في إطار هذا القانون تكون إما غصب الشهرة أو غصب التقنية والأفكار.

لكن ما يعاب على المشرع أنه كان لا بد أن يخصص لهذا السلوك أحكاما خاصا على أساس أنّ الممارسات التجارية بالمفهوم التقليدي تختلف عنها بالمفهوم

<sup>1</sup> - عبد الرحمان السيد قرمان، مرجع سابق، ص 59.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 60.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

الحديث، بمعنى أنّ التطفل التجاري في صورة غصب الشهرة أو التقنية أو الأفكار لا تتوافر فيه نفس الشروط في قيام دعوى المنافسة غير المشروعة لاسيما شرط أن يكون المنتج مماثل.

ب- انتهاك التقنية والأفكار: فيعد متطفلا كل عون اقتصادي يقوم بشكل ظاهر باستعمال التقنية التي استعملها منافسه وقد كان هذا الأخير قد انفراد وسبق إليها هو من قبل، أو أن يكون قد استعمل فكرة أو جملة أفكار تنسب للمنافس.

هذا وتعد البرمجيات المجال الخصب لأسلوب الانتهاكات التقنية وتعد الدعاية والإعلان المجال الخصب لغصب الأفكار.<sup>23</sup> كما أنه لاشك أنّ برامج الحاسب الالكتروني تقوم على تقنيات معينة يفترض حمايتها، ومن ثمة فإنّ غصب تلك التقنيات يشكل شكلا من أشكال الطفيلية.

## المحور الثاني: الآليات القانونية لحماية المستهلك من التضليل الواقع

### على العلامات التجارية

إلى جانب الحماية القضائية الردعية التي أولتها الدولة للمستهلك، فقد خول المشرع الجزائري بموجب نصوص خاصة لبعض الهيئات والمصالح الدفاع عن حقوقه وحمايته من أي غش أو تضليل من خلال مراقبة ومحاربة مرتكبيه من طرف هذه الهيئات الإدارية (وزارة التجارة- الولاية والبلدية- ضباط الشرطة القضائية- المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم ومجلس المنافسة - مصالح رقابة الجودة وقمع الغش- الجمارك...)، أو عن طريق فتح المجال للمجتمع المدني ( جمعيات حماية المستهلك) بتكريس الحماية الوقائية للمستهلك من العلامات المقلدة.

أما بالنسبة للحماية القضائية للمستهلك من أساليب الخداع والتضليل الواقع على العلامة التجارية، فسنحاول التطرق إليها في هذا المحور، وذلك وفق الترتيب التالي:

<sup>23</sup> عبد الرحمان السيد قرمان، مرجع سابق، ص 60-61.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

أولاً- حماية المستهلك من الإشهار المضلل للعلامة التجارية.

ثانياً- حماية المستهلك من العلامات التجارية المقلدة.

ثالثاً- حماية المستهلك من التطفل التجاري الواقع على العلامة.

أولاً - حماية المستهلك من الإشهار المظلل للعلامة التجارية

إذا كان الهدف من الإشهار هو إمداد المستهلك بقدر وافر من المعلومات حول السلع والخدمات لا العكس، كان لابد من توفير حماية فعالة للمستهلك من الإشهارات المضللة بالقدر اللازم لمواجهة الأخطار والأضرار التي قد تنشأ كأثر للتضليل. لذلك سنتعرض إلى حماية المستهلك مدنياً، ثم نتعرض إلى الحماية الجزائية.

1- الحماية المدنية: في ظل أحكام القانون المدني يمكن رفع عدة دعاوى منها:

أ- طلب إبطال العقد لعبب الغلط والتدليس طبقاً للمواد 81 ، 82 ، و 86 من القانون المدني، ثم أوضحت المادة 82 من القانون المدني معيار الغلط الجوهرية وهو عدم تعاقده المستهلك لولا وقوعه في الغلط، وما يستنتج من خلال هاذين المادتين أن المشرع يمنع أن يترك المستهلك يقع في الغلط، ولا بد أن تكون المعلومات الواردة في الرسالة الإشهارية صادقة في إخبارها عن المنتج أو الخدمة محل العقد ، بل تعداه إلى إقرار حق المستهلك طلب إبطال العقد نتيجة الغلط الذي وقع فيه بسبب طريقة الإشهار عن هذه المنتجات والخدمات.<sup>24</sup>

كذلك وفر المشرع للمستهلك دعوى التدليس لمواجهة الأضرار الناتجة عن الإشهار المخادع و المضلل، وذلك من خلال نص المادة 86 من القانون المدني الجزائي، و الهدف من دعوى التدليس هو إبطال العقد وإرجاع الحالة إلى ما كان عليها المتعاقدان قبل التعاقد.

ب- طلب التنفيذ العيني أو فسخ العقد أو قبول المبيع غير المطابق مع انتقاص الثمن: يحق للمستهلك المتضرر من الإشهار الخادع طلب التنفيذ العيني من المعلن بتسليمه شيء مطابق للنوع الذي تضمنته الرسالة الإشهارية، وذلك وفقاً لما نصت

<sup>24</sup> بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 162 .

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليمة كوسة

عليه المادة 164 من القانون المدني، فإذا لم يتم الإعلان بتنفيذ التزامه جاز للمستهلك أن يحصل على شيء من النوع ذاته على نفقة المدين بعد أن يطلب ترخيصاً من القاضي، وهذا ما أقرته المادة 170 من القانون المدني الجزائري. كما يجوز أيضاً للمستهلك المتضرر، بدلاً من طلب التنفيذ العيني، أن يطلب فسخ العقد لإخلال البائع الإعلان بتنفيذ التزامه، ويجوز من جهة أخرى أن يقبل المبيع غير المطابق للإشهار في مقابل إنقاص الثمن، إذا ثبت وجود نقص في قيمة المبيع المسلم إليه عن قيمته المبينة في الإشهار.<sup>25</sup>

ت- رفع دعوى ضمان العيوب الخفية: ويجوز للمستهلك أيضاً رفع دعوى ضمان العيوب الخفية، إذا أجاز اعتبار النقص في المبيع المسلم إليه عيباً خفياً حسب المادة 379 الفقرة الأولى من القانون المدني. أما إذا شكل الإشهار عملاً ضاراً طبقاً لنص المادة 124 من القانون المدني فيمكن للمستهلك رفع دعوى المسؤولية التقصيرية بعد أن يثبت بأنه تضرر من اقتناء المنتج أو الخدمة جراء الإشهار التضليلي.

كذلك تضمنت المادة 23 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الإشارة إلى حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيب الخفي فقد منح المشرع لهذا الأخير مثله مثل المستهلك العادي الحق في ضمان العيوب الخفية، ونص تقريباً على نفس الآليات التي يستوفي بها هذا الحق، وهي الفسخ ورد المبيع، استبقاء المبيع وإصلاح العيب، أو استبداله بأخر مماثل، وكل ذلك دون الإخلال بحق المشتري في التعويض عن الضرر اللاحق به.<sup>26</sup>

2- الحماية الجزائية: رغم اللجوء إلى أعمال نصوص قانون العقوبات لمواجهة الإشهار المضلل، إلا أن المشرع لم يهمل مواجهته بل خصه بنصوص قانونية في بعض القوانين الخاصة. لذا سنتطرق من خلال هذا الفرع إلى حماية المستهلك جنائياً من خلال قانون العقوبات أولاً، ثم نتطرق إلى الحماية الجنائية في بعض القوانين الخاصة ثانياً.

<sup>25</sup> أنظر: نص المادة 365 من القانون المدني الجزائري.

<sup>26</sup> القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر رقم 28، مؤرخة في 16 مايو 2018.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... أ. حليمة كوسة

أ- حماية المستهلك في قانون العقوبات: بالرجوع إلى قانون العقوبات يمكن أن نصنف الإشهار التضليلي على أنه من صورة من صور جريمة النصب والاحتيال وجريمة الخداع.

فبالنسبة لجريمة النصب والاحتيال عرفها المشرع في المادة 372: " ... إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو عتاد مالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء...". ويعاقب على هذه الجريمة حسب نص المادة 372 من قانون العقوبات بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر و بغرامة من 500 إلى 20.000 دج. وعلى الرغم من أهمية استعمال النص العقابي الخاص بجريمة النصب لمكافحة الإشهار المضلل، إلا أن النص المشار إليه لا يكفي لتوفير ردع مناسب.

وبالنسبة لجريمة الخداع فقد أقر المشرع الجزائري عقوبة لجريمة الخداع بنص المادة 429 من قانون العقوبات بقولها: " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 2000 إلى 20 ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

-سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية ، أو في التركيب ، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

-سواء في نوعها أو مصدرها.

-سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

في جميع الحالات فإنّ على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق".

غير أنّ الأخذ بجريمة الخداع لا يوفر حماية كافية من الإشهار الكاذب أو المضلل، لأنه لم يقصد من سننها مواجهة الإشهار المضلل بوجه خاص، ومن ثم لا تنطبق إلا متى اعتبر الإعلان خادعا.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> ملال نوال، المرجع السابق، ص 201 .

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

ب- حماية المستهلك في بعض القوانين الخاصة: بالإضافة إلى الحماية التي يوفرها قانون العقوبات والتي تبين لنا أنها غير كافية في توفير حماية للمستهلك من الإشهار المضلل، فقد أورد المشرع نصوصا في بعض القوانين الخاصة بغرض توفير حماية إضافية للمستهلك من الإشهارات المضللة ولتي نذكر منها:

✓ حماية المستهلك في الأمر 06 - 03 المتعلق بالعلامات التجارية: تضمن الأمر - 03 06 المتعلق بالعلامات الحماية الجزائية للعلامة من المواد 26 إلى 33 منه، و العلامة المشمولة على الحماية الجزائية هي العلامات المسجلة فقط. حتى يتمكن مالك العلامة من إثبات وقوع اعتداء على حقه في العلامة، منحه المشرع الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية من أجل الحفاظ على حقوقه. وذلك من خلال نصوص قانونية خاصة في القانون 06 - 03 المتعلق بالعلامات وهي كالتالي:

- إبطال العلامة التجارية: يمكن للجهة القضائية المختصة أن تقوم بإبطال تسجيل العلامة التجارية بأثر رجعي من تاريخ الإيداع و ذلك بطلب من المعهد الوطني للملكية الصناعية أو من صاحب العلامة المعتدى أو التي سيتعدى عليها عندما يتبين أنه ما كان ينبغي تسجيل العلامة نتيجة أسباب عدة،<sup>28</sup> و التي من بينها الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع أو الخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها كالمصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة. و تجدر الإشارة إلى أن دعوى الإبطال لا يمكن إقامتها إذا اكتسبت العلامة المقلدة أو المزورة صفة التمييز مما يجعلها دعوى تحفظية.

- إلغاء العلامة التجارية: يمكن للجهة القضائية المختصة إلغاء تسجيل العلامة التجارية بناء على طلب من المعهد الوطني للملكية الصناعية أو من صاحب العلامة المعتدى أو التي سيتعدى عليها.<sup>29</sup>

✓ حماية المستهلك في قانون 02 - 04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية: اعتبر المشرع الجزائري الإشهار التضليلي ممارسة تجارية غير نزيهة بموجب المادة 27 فقرة 02 من القانون 02 - 04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و تطرق كذلك إلى الحالات التي يكون فيها الإشهار التجاري

<sup>28</sup> أنظر : المادة 21 من الأمر 06 - 03 المتعلق بالعلامات.

<sup>29</sup> أنظر : المادة 30 من الأمر 06 - 03 .



حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليمة كوسة

إشهارا غير مشروع أو إشهار مضلل بموجب المادة 28 من القانون السالف الذكر. وقد أقر له عقوبة بموجب نص المادة 38 من القانون 02 - 04 السالف الذكر على أنه " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة و ممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28 و 29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار إلى خمسة ملايين دينار". كما أقر لها عقوبات إضافية تتمثل أساسا في حجز و مصادرة البضائع محل الإشهار التضليلي، وكذلك الغلق الإداري والحجز.

كما أنه و في حالة العود فإن المشرع قد شدد من العقوبات السابقة الذكر حتى تصل إلى الحبس من ثلاث أشهر إلى سنة واحدة وهذا بحسب نص المادة 47 الفقرة الرابعة من القانون 02 - 04 السالف الذكر.

### ثانيا- حماية المستهلك من العلامات التجارية المقلدة

يشكل كل من القانون المدني و قانون العقوبات وقانون العلامات وقانون براءة الاختراع وبقية القواعد أسسا قانونية لتوفير الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية، إذ يسمح من خلالها للمتضرر برفع دعوى قانونية، وذلك من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، أو دعوى التقليد .

1- الحماية المدنية: وتشمل دعوى المنافسة غير المشروعة. حيث تؤسس هذه الدعوى على نص المادة 27 من القانون رقم 02-04 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ذلك أن ارتكاب أعمال المنافسة غير المشروعة يتم ردها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، ولممارسة هذه الدعوى لابد من توافر مجموعة من الشروط أو العناصر وهي:

■ الخطأ: وقد استقر الفقه والقضاء في تحديدهما لمعنى الخطأ على معيار القيام بأفعال لا تتفق وقواعد الأمانة والثقة في التجارة والصناعة، حيث يتمثل الخطأ في مخالفة القوانين والأنظمة. كاستعمال علامة تجارية خلافا لحظر قانوني أو إتباع أساليب ممنوعة في التجارة، وعليه فإن الخطأ في دعوى المنافسة غير

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليمة كوسة

المشروعة هو القيام بعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، وقيام حالة المنافسة حقيقية.<sup>30</sup>

■ **الضرر:** لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أدى الفعل غير المشروع ( التقليد ) إلى إحداث ضرر، ويستوي أن يكون الضرر ماديا أو معنويا، حالا أو مستقبلا، فيمكن رفع هذه الدعوى حتى وإن كان الضرر غير محقق بل يتوقع حدوثه مستقبلا، وبالتالي تمتد صلاحية القاضي للحد من تمادي أفعال المنافسة غير المشروعة التي تحدث ضررا في المستقبل، وفي هذه الحالة يتم إجبار المقلد عن الكف عن فعله غير المشروع دون تكليف المدعي بإثبات الضرر.<sup>31</sup>

■ **العلاقة السببية:** ويقصد بها أن الضرر الحاصل كان نتيجة للخطأ الذي ارتكبه المدعى عليه، وعلى التاجر المتضرر أن يقيم الدليل على ارتكاب فعل التقليد بكافة طرق الإثبات، إلا أن الأمر يكون أكثر صعوبة في حالة إثبات علاقة سببية في الضرر المحتمل.

إذن تعتبر دعوى المنافسة دعوى علاجية عن طريق إصلاحها للضرر اللاحق بالضحية، وهذا عن طريق التعويض الذي يختص بتقديره قاضي الموضوع، ويكون إما نقديا أو عينيا، كما يمكن للمحكمة اتخاذ كافة التدابير المناسبة لوقف الممارسات غير المشروعة ومنع وقوع الضرر مستقبلا.

● **الحماية الجزائية:** وتتمثل في رفع دعوى التقليد ، على أساس أنّ التقليد يشكل جنحة حسب المادة 429 من قانون العقوبات. وقد نص المشرع أيضا على جنحة تقليد العلامة في الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات في المادة 26 منه: " يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة."

<sup>30</sup> سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، مذكرة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، جامعة الجزائر، 2016/2017، ص.196

<sup>31</sup> بن دريس حليمة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2013/2014، ص.145

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

من خلال تحليلنا لنص المادة أعلاه نستنتج أنّ المشرع الجزائري اعتبر أنّ جميع الاعتداءات التي يمكن أن تمس العلامة وملكية صاحبها فعلا من أفعال التقليد دون أن يحدد صور هذه الاعتداءات مكتفيا بعبارة " الحقوق الاستثنائية".

ويلاحظ أنّه حتى يشكل فعل التقليد هذا ركنا ماديا في جريمة تقليد العلامة لا بد من توافر الشروط التالية:

- أن تكون العلامة مسجلة.
- أن يتم التقليد بصورة تؤدي إلى تضليل الغير وانخداعه وبالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المقلدة أو البضائع التي تحمل علامة أصلية.
- أن يتم بدون موافقة صاحب العلامة.
- هذا وقد حدد المشرع جزاءات تتمثل في الحبس من ستة(6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار(2500000دج) إلى عشرة ملايين دينار(10000000دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:
- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.
- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة.
- إتلاف الأشياء محل المخالفة.

ثالثا- حماية المستهلك من التطفل التجاري على العلامة

وسع القضاء الفرنسي من مفهوم الطفيلية التجارية، فقد اندرجت هذه الممارسة ضمن المفهوم الواسع لدعوى المنافسة غير المشروعة، واعتبرها غير مشروعة تستحق التعويض وفقا لمبادئ المسؤولية المدنية، وذلك في حالتين:

- إذا استغل الغير بدون وجه حق الرموز والإشارات المميزة خارج إطار الغرض الذي خصصها صاحبها للاستخدام فيه أي خارج إطار مبدأ التخصص كأن تستعمل رمز الأسد لبيعو خارج مجال السيارات.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

- إذا قام الغير بإعادة طبع التسجيلات الصوتية التي لا يتمتع المنتجون بأي حق استثنائي عليها كأن يعيد مغني تركيب أغنية أو لحن سابق لم يكن صاحبه قد قيده باسمه أي لا يملك عليه أي حق استثنائي.<sup>32</sup>

إذن تعتبر دعوى المنافسة هي الحل الوحيد حاليا في حماية الشخص المتطفل عليه وبالتالي حماية المستهلك من الوقوع في الغش والتضليل، وذلك عن طريق إصلاحها للضرر اللاحق بالضحية، وهذا من خلال اتخاذ كافة التدابير لوقف الممارسات الطفيلية غير المشروعة ومنع وقوعها مستقبلا. والتعويض الذي يختص بتقديره قاضي الموضوع، ويكون إما نقديا أو عينيا. ونحيل بخصوص هذه الدعوى لما سبق قوله عن حماية المستهلك مدنيا من العلامات المقلدة، نظرا لعدم وجود أحكام خاصة بهذا السلوك في حد ذاته.

## خاتمة

بناء على ما تقدم تمّ التوصل للنتائج والتوصيات التالية:

- قام المشرع بالتصدي للإشهار التضليلي للعلامات التجارية في نصوص قانونية متناثرة في عدة قوانين منها قانون العقوبات إذ تكيف على أساس أنها جريمة نصب واحتيال و خداع ، وكذلك مَكَّن المستهلك من رفع الدعوى التديسية لاستيفاء حقه من المنتجين والتجار و مقدمي الخدمات ، لكن بالرغم من وجود هذه الآليات القانونية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي للعلامات التجارية إلا أنها تعتبر غير كافية لتوفير حماية كاملة للمستهلك بالمقارنة مع الربح الذي يحققه هؤلاء الأشخاص من خلال ارتكابهم لتلك الجرائم.
- رغم أن المشرع قد أرسى قواعد قانونية لحماية المستهلك وتحقيق سلامته من العلامات التجارية المقلدة، غير أنّ الواقع يثبت العكس، لاسيما في ظل تشتت المواد القانونية في مكافحة التقليد في نصوص متفرقة عامة وخاصة، وعدم وجود قانون موحد خاص بالتقليد يسهل ويعمل على مكافحته، بالإضافة إلى انتشار التجارة الرقمية التي يصعب التعامل معها، وعليه يمكن القول أن سلامة

<sup>32</sup> عبد الرحمان السيد قرمان، المنافسة الطفيلية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص36.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

المستهلك تعود للمستهلك ذاته، من خلال حرصه وكشفه للاشهارات الكاذبة والمضللة الخاصة بالعلامات التجارية المقلدة، والتبليغ عن مختلف التجاوزات، والتعاون مع جهات أخرى، كالأعوان الإداريين المكلفين بالرقابة وجمعيات حماية المستهلك.

- إن كان التطفل التجاري هو إحدى الممارسات التي يجب وضع الخط عليها ومحاربتها على أساس أنها تعد خطر اقتصادي غير معلن عنه، فإنه من الضروري التأكيد عليه من قبل المشرع الجزائري صراحة حتى لا يبقى محل تأويلات وقرءات تحيد عن مفهومه.

- تعديل قانون العلامات، بإضافة مواد خاصة بالتطفل التجاري على العلامة، والتقليد الإلكتروني للعلامات التجارية عن طريق الاستعانة بخبراء مختصين في هذا المجال، مع تشديد العقوبات المتعلقة بذلك.

- ضرورة التنفيذ الصارم لمختلف القوانين عن طريق السهر على محاربة كل أشكال الفساد الإداري التي من الممكن أن تساهم في تفاقم مظاهر التقليد.

- إنشاء إدارة لجمع البيانات والمعلومات عن السلع المغشوشة والمقلدة، وعمليات القرصنة.

- استحداث طرق وآليات تقنية عالية الدقة للتفتيش الجمركي.

- العمل على الاستثمار في العامل البشري و تأطير الخبراء في هذا المجال، مع تكوين قضاة مختصين للفصل في مثل هذا النوع من القضايا المتعلقة بدعاوى التقليد سواء منها الجزائية أو المدنية.

- يعتبر المستهلك هو نفسه أول خطوة في ضمان حمايته، قبل أن تكون الهيئات الإدارية والقضائية مسؤولة عن حمايته، فلا بدّ على المستهلك أينما كان أن يكون واثقا من نفسه واعيا لحقوقه دون أن ينقاد لإشباع رغباته بواسطة منتجات أقل قيمة وأقل أمنا تضره ولا تنفعه، وهذا من خلال عدم تهافته على المنتجات الاستهلاكية إلا بالقدر الذي يتماشى مع حاجاته وإمكاناته المالية، والتزامه بمبدأ ترشيد استهلاكه وعقلنة إنفاقه، وهذا كله لأجل حماية نفسه من الغش والخداع الذي يمكن أن يمارس عليه في هذا المجال.

حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

وفي الأخير لا يسعنا القول إلا أن تحقيق حماية فعالة للمستهلك لا تقوم إلا بتضافر جهود الأطراف التالية:

الدولة كمشروع ومراقب، والمستهلك كطرف أساسي وصاحب حق، والمتدخل كصاحب مصلحة، بالإضافة إلى جمعيات حماية المستهلك، وتبقى دائما الوقاية خير من العلاج.

### قائمة المصادر والمراجع:

أولا- باللغة العربية:

1-النصوص القانونية:

- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر عدد 44، المؤرخ في 23 يوليو 2003.
  - الامر 58/75 المؤرخ في 1975/11/26 المتضمن القانون المدني الجزائري، جريدة رسمية عدد 78 المعدل والمتمم.
  - القانون 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 4 الصادرة في 2004/06/27 المعدل والمتمم.
  - القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج رقم 28، مؤرخة في 16 مايو 2018.
- 2-الكتب:
- سمير جميل حسين الفتلاوي، ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، دون سنة نشر.
  - شريف محمد غانم، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، الدليل الالكتروني، للقانون العرب.
  - حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية ، الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
  - نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، ط1، 2010.
  - عبد الرحمان السيد قرمان، المنافسة الطفيلية، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2002.
- 3- الرسائل العلمية:

## حماية المستهلك من الخداع والتضليل..... \_\_\_\_\_ أ. حليلة كوسة

- عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص ، جامعة ورقلة ، الجزائر ، 2006 / 2007 .
- بن خالد فاتح ، حماية المستهلك من الإشهار التجاري الكاذب أو المضلل ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص قانون أعمال ، جامعة سطيف 02 ، الجزائر ، 2014 / 2015 .
- ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري و المقارن ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين ، جامعة وهران، الجزائر، 2012 / 2013 .
- المختار بن قوية، دور العلامة في حماية المستهلك، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 1 ، بدون سنة.
- بلهوارى نسرين، تجريم واثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، 2013/2012 .
- سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن. مذكرة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، جامعة الجزائر، 2017/2016 .
- بن دريس حليلة ، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، 2014/2013 .

### 4- المجلات العلمية:

- كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، جامعة بسكرة، العدد 11 .
  - حمادي محمد رضا، يوسفات علي هاشم، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، مجلد 17 عدد 4 ديسمبر 2018 .
- ثانيا: باللغة الفرنسية:

- Saint- Gall(Yves), Concurrence déloyale et concurrence parasitaire(ou agissement parasitaire ;R.I.P.I.A.,





تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك

## *The Impact of Counterfeit products on Consumer Health*

د. عبد العلي حموتة

جامعة باتنة 1

ملخص:

يعتبر فعل التقليد الظاهرة الأكثر انتشارا في الآونة الأخيرة، ويرجع سبب انتشار ظاهرة تقليد المنتجات إلى غياب الرقابة الفعلية من السلطات المختصة وعجزها عن مواكبة مختلف الأفعال المشكلة للتقليد نتيجة التطور التكنولوجي الهائل، مما شجع الأشخاص على التقليد وحصولهم على أرباح خيالية نتيجة تقليد مختلف المنتجات، واستغلالهم لحقوق الملكية الصناعية دون ترخيص مسبق من أصحاب الحقوق. وينتج عن التقليد عدة اثار سلبية تعود على الاقتصاد الوطني وكذا تمس بصحة وأمن المستهلك.

الكلمات المفتاحية: المنتجات، التقليد، تقليد المنتجات، المستهلك.

### **Abstract:**

*The act of counterfeiting is considered the most widespread phenomenon in recent times, and the reason for the spread of the phenomenon of counterfeiting products is due to the absence of actual control by the competent authorities and their inability to keep pace with the various acts formed by imitation as a result of the tremendous technological development, which encouraged people to imitate and obtain imaginary profits as a result of imitation of various products, and their exploitation For industrial property rights without prior authorization from the rights holders.*

*Imitation has many negative effects on the national economy, as well as affecting the health and security of consumers.*

**Keywords:** Products, imitation, product imitation, consumer.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة

مقدمة:

سوف نستعرض في هذه الدراسة مدى تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك، من خلال التعرض إلى التقليد كفعل مجرم يعاقب عليه القانون، ونحاول ربط تأثير فعل التقليد للمنتجات على صحة وأمن المستهلك ومختلف الاثار الناجمة عن ذلك، ولدراسة تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك نستعرض الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير المنتجات المقلدة على صحة وأمن المستهلك؟

وللإجابة على الإشكالية السابقة سوف نتطرق إلى الخطة التالية:

المحور الأول: مفهوم المستهلك والمنتجات المقلدة.

المحور الثاني: أثار استخدام المنتجات المقلدة على صحة المستهلك.

المحور الأول: مفهوم المستهلك والمنتجات المقلدة.

يعتبر المستهلك الطرف الضعيف في الحالة التعاقدية وذلك نظرا للشروط المفروضة عليه مسبقا خاصة في بعض المجالات، لذلك وجب حمايته من مختلف المنتجات المعروضة في شتى قنوات التوزيع، وتكمن أهمية حماية المستهلك من هذه المنتجات خاصة إذا كانت منتجات مقلدة، مما ينتج عنه اثار سلبية تمس بصحة المستهلك.

سوف نستعرض تعريف المستهلك وسلوكه اتجاه المنتجات المقلدة.

1- تعريف المستهلك: لقد أوردت الكثير من التعاريف للمستهلك ومن بين هذه التعاريف:

أ- التعريف الفقهي: لقد انقسم الفقه إلى اتجاهين: اتجاه يتبنى التعريف الموسع للمستهلك، واتجاه يتبنى المفهوم الضيق.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حمودة

أ-1-التعريف الضيق للمستهلك: المستهلك هو الشخص الذي يقوم بشراء السلع واقتناء الخدمات من أجل الاستعمال الشخصي أو أن يتم استعمالها من طرف أفراد الأسرة أو الأشخاص الذين هم تحت رعايته.<sup>1</sup>

كذلك عرف الفقيه لورانس المستهلك على أنه: "المجهودات التي تبذل لوضع المشتري على قدم المساواة مع البائع، فالمستهلكون يرغبون في معرفة الشيء الذي يأكلونه وماهية مدة صلاحيته، وما إن كان المنتج امن عند استعماله من طرف المستهلك وغير ضار بالبيئة وما إلى ذلك، فضلا على أن المستهلكين لا يرودون أن يتم خداعهم وأن لا يلحقهم أي ضرر".<sup>2</sup>

نلاحظ أن الفقيه لورانس عرف المستهلك استنادا إلى الحماية التي تبذل في سبيل تحقيق رغبة المشتري، للحفاظ على أمنه وسلامته.

كذلك تم تعريف المستهلك على أنه الشخص الطبيعي الذي يقتني سلعا أو خدمة لأغراض غير مهنية.<sup>3</sup>

ويستند أنصار هذا الاتجاه على مجموعة من النقاط الأساسية هي:

استبعاد المهني من نطاق الاستهلاك، ذلك أنه بتعاقد المستمر من أجل حاجاته المهنية يكون أكثر حرصا من المستهلك العادي،

تبني التعريف الضيق للمستهلك من شأنه توضيح الإطار القانوني للمستهلك بشكل دقيق، حيث يتعذر معرفة ما إذا كان المهني يتعاقد من أجل أموره الشخصية، أو يتعاقد من أجل أموره المهنية،

في حالة اعتبار المهني الذي يتعاقد في غير تخصصه مهنيا، يتوجب اعتبار المستهلك الذي يتعاقد في نطاق اختصاصه مهنيا.

<sup>1</sup> الحاج طارق واخرون، التسويق من المنتج إلى المستهلك، دار صفا للنشر، الأردن، ط1، 1990، ص49.  
<sup>2</sup> زعبي عمار، حماية المستهلك في الجزائر نضا وتطبيقا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008، ص3.

<sup>3</sup>Jean CALAIS, Frank STEIN METZ, Droit de la consommation, 7 édition Dalloz, Paris, 2006 P 07.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
يتضح من خلال ما سبق، حسب أصحاب هذا الموقف أن المستهلك هو كل  
شخص يقوم بإبرام عقد من أجل اقتناء مستلزماته الشخصية، أو مستلزمات  
أشخاص هم تحت رعايته وكفالتة.

أ-2- التعريف الموسع للمستهلك: يقوم هذا المذهب على الأساس الموسع  
لتعريف المستهلك، حيث كلما اتسعت دائرة الأشخاص المستهلكين كلما  
زاد انتفاعهم من قانون الاستهلاك.<sup>1</sup>

حيث يرون أن الشخص المحترف يمكن أن يكتسب صفة المستهلك، وذلك  
أثناء قيامه بالتصرفات التي لا تندرج ضمن اختصاصه المهني، حيث يعد كالشخص  
العادي الذي يفقد صفة الاحترافية أثناء اقتنائه للمنتجات والخدمات، كالمحامي  
الذي يقتني أجهزة الإعلام الآلي، أو التاجر الذي يشتري نظام إنذار لوضعه في المحل  
التجاري.<sup>2</sup>

وقد استندوا إلى أن الشخص غير الحرفي يقف موقف الجاهل وعديم الخبرة  
بمختلف أسرار المهن الأخرى، ما يجعله ضعيفا أمام المهني المتخصص.<sup>3</sup>

ب- التعريف القانوني: لقد عرف المشرع الجزائري المستهلك في القانون رقم  
03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بموجب المادة الثالثة  
الفقرة الأولى، على أنه: "المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني  
بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل  
تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان  
متكفل به."<sup>4</sup>

---

1 زاوية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 36.  
2 شطابي علي، حماية المستهلك من المنتجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في  
القانون، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجائر 1، 2013/2014، ص 6.  
3 بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في  
القانون، تخصص عقود مدنية، كلية الحقوق، جامعة العربي ابن مهدي، أم البواقي، 2011/2012، ص 23.  
4 قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15،  
مؤرخة في 08 فبراير 2009.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حمودة  
نلاحظ أن المشرع الجزائري أعطى للشخص المعنوي صفة المستهلك وذلك في حالة اقتنائه منتج موجه للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية، سواء كان الاقتناء بمقابل أو مجاناً، ونفس الأمر فيما يخص الشخص الطبيعي، مما يفهم بأن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الضيق لتعريف المستهلك.

كذلك عرف المشرع الجزائري المستهلك بموجب القانون رقم 02/04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. بموجب المادة الثالثة الفقرة الثانية بقوله: "المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقبض سلعاً قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضة ومجردة من كل طابع مهني".<sup>1</sup>

2- تعريف المنتجات المقلدة: عرف المشرع الجزائري المنتج بموجب المادة الثالثة الفقرة العاشرة من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على أنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً".

كذلك تم تعريف المنتج على أنه كل ما يتم عرضه في السوق من أجل الامتلاك أو الاستعمال أو الاستهلاك من أجل تلبية حاجات المستهلك.<sup>2</sup>

ولقد نص قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ثلاثة أنواع من المنتجات وهي:

1-1- المنتج السليم والنزيه والقابل للتسويق: هو عبارة عن كل منتج خال من أي نقص أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة المستهلك أو مصالحه المادية والمعنوية.

2-1- المنتج المضمون: كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها بما في ذلك المدة لا يشكل أي خطر أو يشكل أخطار محدودة في

<sup>1</sup> قانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، مؤرخة في 27 جوان 2004.

<sup>2</sup> لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008، ص 73.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حمودة  
أدنى مستوى تناسب مع استعمال المنتج، وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى  
حماية عالية لصحة وسلامة المستهلك.

1-3- المنتج الخطير: كل منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون المحدد  
أعلاه.

3: أركان جنحة التقليد: حتى تثبت جنحة تقليد المنتجات لا بد من توافر  
الأركان الثلاث التي تقوم عليها مختلف الجرائم، سواء الركن المادي أو  
الشرعي أو المعنوي، غير أن الأخير محل اختلاف حول الفقهاء، فمنهم من  
لا يشترط ضرورة توفره وإنما يكتفي بوجود الفعل المجرم قانونياً، حيث  
بوجود الفعل ونص التجريم تقوم جنحة التقليد، أما بالنسبة للركن  
المعنوي فيتم النظر إليه في إطار تحمل مسؤولية جرم التقليد، أما جنحة  
التقليد فهي ثابتة بمجرد وقوع فعل التقليد، غير أن هناك من ينفي جرم  
التقليد استناداً إلى عدم وجود القصد الجنائي أو ما يسمى الركن  
المعنوي.<sup>1</sup>

1-الركن الشرعي: من خلال التسمية يتبين لنا مدى أهمية الركن الشرعي في  
شرعية أو لا شرعية التقليد، فما مدى أخذ المشرع الجزائري بفكرة مبدأ  
شرعية الجرائم والعقوبات فيما يخص العلامات التجارية؟

لقد نصت مختلف التشريعات على مبدأ الشرعية في الجرائم بصفة عامة،  
ومنها المشرع الجزائري الذي أخذ بمبدأ الشرعية، بداية بهرم التشريع وهو الدستور  
حيث نص في المادة [142]: "تخضع العقوبات الجزائية إلى مبدأي الشرعية  
والشخصية."

أي أن جميع العقوبات الجزائية لا يمكن للقاضي أن يطبقها، إلا إذا وجد  
نص قانوني يشرع له الحق في توقيع العقوبة على الجرم الذي اقترفه الشخص  
المعتدي على العلامة التجارية.

<sup>1</sup>Roger MERLE, André VITU, **Traité de droit criminel**, tome1, Edit CUJAS, 3eme  
édition, Paris,1978,P 151

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
وكذلك بموجب قانون العقوبات، في نص المادة الأولى: "لا جريمة ولا عقوبة  
أو تدابير أمن بغير القانون"

يفهم من خلال المادة السابقة أن القانون هو الذي يقرر مدى كون الفعل  
جرم يكتسب صبغة يعاقب عليه القانون أولاً يمثل جرم يعاقب عليه القانون.

ونظراً لخطورة جرم التقليد فقد نص عليه المشرع الجزائري في الأمر 06/03  
السالف الذكر، كجريمة يعاقب عليه القانون، وأعطى مفهوم واسع للتقليد من  
حيث تعريفه في المادة [26] من الأمر 06 /03 المتعلق بالعلامات، حيث نصت: "...يعد  
جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به  
الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة.

يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد من 27 إلى 33].

فالمشرع عكس ما هو معمول به في التشريع السابق المتعلق بالعلامات، حيث  
حدد مجموعة من الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة، لم يتم بتحديد صور  
التقليد التي يمكن أن ترد على العلامة، وإنما اكتفى بالمفهوم الواسع للتقليد وذلك  
ربما لاتساع دائرة الأفعال الواردة على العلامة وعدم حصرها في صور معينة.

كذلك من باب الشرعية نجد أن جرم التقليد يعاقب عليه في الأمر 06/03  
السالف الذكر، بموجب المواد من [27 إلى 33]، حيث نصت المادة [33] على: "مع  
مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر 156/66 من الأمر  
08 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، فإن كل شخص  
ارتكب جنحة تقليد يعاقب...".

يستشف من نص هذه المادة شرعية عقاب الشخص الذي قام بفعل  
التقليد.

كذلك يتمثل الركن الشرعي في مختلف الاتفاقيات التي تصادق عليها  
الجزائر، كاتفاقية باريس لحقوق الملكية الفكرية السابقة الذكر، حيث بمجرد أن

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
تصادق عليها الدولة تصبح ملزمة ببنود هذه الاتفاقية التي تسمو على القوانين  
الداخلية.<sup>1</sup> فنصت اتفاقية باريس في المادة [06] مكرر 01 على أنه:

“تتعهد دول الاتحاد سواء من تلقاء نفسها إذا أجاز تشريعها ذلك، أو بناء على  
طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل وبمنع استعمال العلامة الصناعية أو  
التجارية التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى  
السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها  
فعلا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية و مستعملة على منتجات  
مماثلة أو مشابهة، كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة  
يشكل نسخا لتلك العلامة المشهورة أو تقليدا لها من شأنه إيجاد لبس بها“.

كما نجد أن اتفاقية تريبس حثت الدول الأعضاء على وجوب توقيع  
العقوبات اللازمة على الأشخاص اللذين يقومون بالتعدي على حقوق الملكية  
الفكرية.

2-الركن المادي: الركن المادي هو عبارة عن الفعل الذي يتجسد في مجموعة  
من الخطوات والتصميمات ذات الصبغة التقنية والفنية التي تتميز في  
الدقة في الملاحظة والنقل التام أو الشبه التام عن طريق استخدام  
وسائل ومعدات حديثة تسمح بنقل خصائص وجوهر الرموز والعناصر  
الأساسية المكونة للعلامة التجارية محل التقليد والاعتداء.

تعتبر جنحة التقليد من الجنح الذكية، التي يستعمل فيها الشخص المقلد  
التقنية الحديثة من المعارف والتكنولوجيا، وخاصة فيما يخص العلامات الحديثة،  
كالعلامة التي يعبر عنها بالصوت أو التنسيق المختلف للألوان، أو علامات تعتمد في  
جوهرها على الرائحة المنبعثة منها، ما يشكل إشكالية كبيرة لدى القضاء في معرفة  
تقليد العلامة من عدمه، فما مدى اعتماد أهمية الركن المادي لتقدير وجود التقليد  
من عدمه عند القاضي؟

<sup>1</sup> - المادة 132 من دستور سنة 1996 التي تنص على: “المعاهدات التي يصادق عليها رئيس الجمهورية حسب  
الشروط تسمو على النصوص القانونية.“



تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حمودة

يعتبر تسويق وعرض السلع والبضائع للبيع من أكثر الطرق التي يتم من خلالها التعرف على البضائع المقلدة، وكذلك قد تتم معرفة العلامة المقلدة عن طريق مصلحة التسجيل، حيث يلجأ الشخص المقلد ورغبة منه في حماية نفسه أولاً وعلامته ثانية إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية من أجل تسجيل العلامة التجارية المقلدة.

ففي حالة تأكد مالك العلامة أن تقليدا قد وقع على علامته، يحق له اللجوء إلى القضاء من أجل وقف أعمال التقليد وشطب العلامة المقلدة، بعد إعدار الشخص المقلد بالجرم الذي قام به، ويعتبر تاريخ نقل العلامة هو تاريخ وقوع فعل التقليد على العلامة.<sup>1</sup>

ويمكن القول أن تقليد العلامة قد يرد على العلامة بشكل مباشر كاصطناع علامة مشابهة إلى حد ما بالعلامة المقلدة، أو بشكل غير مباشر حيث يرد على قيمة العلامة، ويمكن أن يكون التقليد بالشكل المعروف الكلاسيكي، أو عن طريق الوسائل الإلكترونية<sup>2</sup> [تقليد حديث].

**الفقرة الأولى: الاعتداء المباشر على العلامة:** لقد حسم المشرع الجزائري بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، كافة التساؤلات والاختلافات، حيث لم يميز بين الاعتداء الذي يطال العلامة التجارية في حد ذاتها، وبين الاعتداء الذي يطال قيمة العلامة التجارية، حيث جعل فعل التقليد كل مساس بالحقوق الإستثنائية التي تمس بصاحب العلامة التجارية، ونجد نوعين من الأفعال تشكل اعتداء مباشر على العلامة، عن طريق النقل، والتقليد عن طريق التشبيه.

---

<sup>1</sup> المادة [61] من اتفاقية تريبس: "يجوز للبلدان الأعضاء فرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية في حالات أخرى من حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية....".

<sup>2</sup> - حمادي زويبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم والعقاب أم ازدواجية في المعنى؟" المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة-بجاية، عدد1، 2010، ص120.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
1 / التقليد بالنقل [*La contrefaçon par reproduction*]: التقليد  
بالنقل هو نقل العلامة نقلا مطابقا، أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث  
تكاد تكون مطابقة للعلامة الأصلية.<sup>1</sup>

إن التقليد بالنقل، يتم عن طريق قيام الشخص المرتكب لفعل التقليد،  
بنقل المكونات الأساسية والجوهرية المشكلة للعلامة والمحمية نقلا تاما أو شبه تام  
باستخدام وسائل تقنية ومعارف فنية، حيث ينتج من خلاله تضليل المستهلك وعدم  
تفرقة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة.

درج الفقه على تسمية التقليد بالنقل بالتزوير *La contrefaçon* لكون  
الأخير يعرف بالنقل الأمين كليا أو جزئيا للعناصر الأساسية المكونة للعلامة التجارية.<sup>2</sup>

حيث نصت بعض التشريعات في قوانينها الداخلية على التزوير، كالتشريع  
المصري والأردني، في حين نجد غياب مصطلح التزوير في الأمر 06/03 المتعلق  
بالعلامات، فإلى أي مدى يحمي المشرع الوطني العلامة التجارية من فعل التزوير؟

باستقراء نصوص الأمر السالف المتعلق بالعلامات لا نجد فيه مصطلح  
التزوير، بل نص المشرع الجزائري على فعل التقليد كجريمة تطال العلامات  
التجارية، ما يفهم أن سكوت المشرع الجزائري يدخل التزوير ضمن المفهوم الواسع  
للتقليد الذي عرفه المشرع بالمساس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة.

لكن الفقه ذهب في اتجاه آخر، من خلال محاولته التفرقة بين مصطلح  
التزوير *La contrefaçon*، والتقليد *Imitation*، حيث اعتبر الأخير مجرد نقل  
للعناصر الأساسية والجوهرية المكونة للعلامة والمحمية عن طريق التسجيل، ففي

---

<sup>1</sup>بارة سعيدة، حماية الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي-العلامة التجارية نموذجًا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة  
الدكتوراه في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة،  
بجاية، 2017/2018، ص100.

<sup>2</sup>Sylviane Durrande, **Droit des marque**, Recueil DALLOZ, N° 03, 06 novembre, 2003, P  
2685.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
حالة عدم تسجيل هذه العناصر فلا مجال للحديث عن التقليد،<sup>1</sup> أما التزوير فهو  
النقل الكلي والتام للعلامة بكل خصائصها بحيث لا نستطيع التفرقة بينها وبين  
العلامة الأصلية، لكن هناك من لا يفرق بينهما ويعتبرهما وجهان لعملة واحدة.<sup>2</sup>  
غير أنه يمكن القول أن التزوير يشمل التقليد الذي يتم عن طريق النقل، ولا  
يشمل التقليد بالتشبيه.

يعد التزوير قائما حتى في حالة عدم إحداث اللبس والخلط في ذهن  
المستهلك، فالعبرة بوقوع فعل التزوير، المجرم بحد ذاته.<sup>3</sup>

إن العبرة بالتقليد، هو أن يرد التقليد على العناصر الأساسية والرئيسية  
المحمية، والتي تم إيداعها بشكل قانوني، سواء كانت هذه العناصر رموز أو أشكال أو  
عبارات اسمية، وفي حالة ما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا مجال  
للحديث عن فعل التقليد، ولقاضي الموضوع السلطة التقديرية في وجود التقليد من  
عدمه، حيث يستند في تقديره إلى أوجه الشبه لا أوجه الاختلاف بين العلامة  
الأصلية والعلامة المقلدة، والعبرة كذلك بالمظهر العام<sup>4</sup> المشكل للعلامة لا بالعناصر  
الجزئية التي تتكون منها العلامة.

## 2/ التقليد بالتشبيه *La contrefaçon par imitation*: يعتبر التقليد

بالتشبيه الصورة الغالبة والمنتشرة بالنسبة للاعتداءات الواقعة على  
العلامة التجارية، حيث يسمى تقليدا بالتشبيه كل اصطناع لعلامة

---

<sup>1</sup> علي كلون، الملكية الصناعية وجريمة التقليد في التشريع التونسي، مؤتمر التقليد في ضوء القانون والاجتهاد  
القضائي، 2011/04/30، المحكمة العليا، الجزائر، ص 21. القضائي، 2011/04/30، المحكمة العليا، الجزائر،  
ص 21.

<sup>2</sup> نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 64.  
<sup>3</sup> عبدالله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص

<sup>4</sup>Albert CHAVANNE, et Claudine SALOMON,;Marque de Fabrique,de commerce ou de  
service,Dalloz ,1997, p70

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
مشابهة للعلامة الأصلية من أجل الحصول على ميزتها،<sup>1</sup> وذلك عن طريق  
إثارة الخلط واللبس لدى المستهلك.

كما عرفه البعض بأنه وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه من العلامة  
الأصلية بهدف إحداث اللبس والخلط في ذهن المستهلك.<sup>2</sup>

إذا يعتبر عنصر التشبيه للعلامة الأصلية، الفارق الأساسي بين التقليد بالنقل  
والتقليد بالتشبيه، حيث يعتبر الأول صورة طبق الأصل للعلامة الأصلية، مما  
يصعب الكشف عنه، لذا فهو قليل الحصول في الواقع، بينما التشبيه يقع على  
بعض العناصر المكونة للعلامة الأصلية دون العناصر الأخرى.

وفي هذا الإطار وسع كلا من الفقه والقضاء الفرنسي من دائرة التشبيه، وجعلوا  
له صورا، فنجد ما يسمى التشبيه بالقياس [*Imitation par analogie*]، أو التشبيه  
بجمع الأفكار [*Imitation par association d'idées*]، وهو فعل التشبيه الذي يترك  
انطبعا في ذهن المستهلك عن طريق النطق والكتابة، فالمستهلك المتوسط الحرص، يقع  
بسهولة في اللبس والخلط بين العلامتين الأصلية والمقلدة، ونجد أيضا التشبيه بالترادف  
بين الكلمتين، حيث نجد العلامتين مترادفتين، وهناك أيضا التشبيه  
المتعارض [*Imitation par contraste*]، فهو عكس التشبيه المترادف [*Imitation par*  
*synonyme*].<sup>3</sup>

أما المشرع الجزائري فقد، حسم الأمر بموجب الأمر 06/03 السالف الذكر،  
واعتبر كل أنواع التشبيه تقليدا وأفرد لهم عقوبة واحدة.

وللحديث عن التشبيه، لا بد من أن نقف على المعايير التي يعتمد عليها المشرع  
لتقدير وجود التشبيه من عدمه، فما هي المعايير التي يتبعها المشرع للحكم بوجود  
التشابه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة؟

<sup>1</sup> وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، العدد الحادي عشر، ص 481.

<sup>2</sup> Haroun AII, La protection des marques au Maghreb, OPU, Alger, 1979, p183.

<sup>3</sup> راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق  
والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 214.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
يقف القضاء على عدة معايير من أجل التعرف على وجود التقليد من عدمه،  
فمن بين هذه المعايير: العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف، حيث يرى القضاء  
ضرورة النظر إلى أوجه الشبه بين العلامتين كل على حدى، حتى يتسنى له معرفة  
نسبة الشبه بينهما، ومدى قدرة العلامة المقلدة على جعل المستهلك يقع في اللبس  
والخلط في العلامة الأصلية، ويجب أن تكون العناصر التي وقع عليها التقليد مذكورة  
أثناء إيداع العلامة للتسجيل حتى تتمتع بالحماية اللازمة.

وكمثال لذلك نجد القضاء الجزائري في قضية بين شركة بروكتالوقامبل  
الدولية صاحبة العلامة التجارية [ariel]، وشركة ي.ش.م.ف صاحبة العلامة  
التجارية [ariell]، حيث أسس القضاء حكمه بناء على أوجه الشبه بين العلامتين  
سواء من حيث النطق، الذي يصعب على المستهلك الحريص الكشف عنه، فما  
بالك بالمستهلك العادي المتوسط الحرص، أو من حيث الكتابة المتشابهة إلى حد كبير  
جدا ما يخلق اللبس والخلط لدى المستهلك، فالفرق يكمن في حرف واحد وهو  
الحرف الأخير [l]، وأيضا وجود الشبه في اللون ما يؤدي حتما بتظليل المستهلك  
ووقوعه في اللبس والخلط.<sup>1</sup>

وفي قضية قضت المحكمة العليا في الجزائر بتأييد القرار المستأنف من  
المجلس القاضي، بوجود تشابه بين علامة *bref* وعلامة *chef*. بعد قيام المجلس  
بالخبرة اللازمة، وأمر المعهد الوطني للملكية الصناعية بشطب علامة الطاعن  
باعتبارها علامة لاحقة لعلامة الشركة المدعية.<sup>2</sup>

وكذلك العبرة بالخلط واللبس لدى المستهلك، حيث يراعي القاضي أثناء  
تقديره للتقليد بالشبه المستهلك العادي المتوسط الحرص بشرط أن لا تكون  
العلامتين أمام أعينه،<sup>3</sup> وأن لا تكون متجاورتين، ومدى قدرة العلامة على إيقاعه في  
اللبس والخلط بالنسبة لمنتجات العلامة الأصلية، لهذا حرص المشرع الجزائري على

<sup>1</sup>Albert Chavanne, Claudine Salomon, op.cit, P77.

<sup>2</sup> حكم غير منشور، مجلس قضاء وهران، الغرفة التجارية، 2004/03/27، مشار إليه لدى مؤلف فرجة زراوي  
صالح، المرجع السابق، ص262.

<sup>3</sup> مجلة المحكمة العليا، التقليد في مفهوم الاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا، الغرفة التجارية  
والبحرية، قرار صادر بتاريخ 2010/02/04، عدد خاص، ص34.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حمودة  
حظر تسجيل العلامة المشابهة أو المطابقة للعلامة الأصلية، وجعلها ضمن العلامات  
المستثناة من التسجيل.<sup>1</sup>

ولقد أكد القضاء الجزائري هذا المبدأ في إحدى القضايا المعروضة عليه، بين  
شركة الجين -البقرة الظريفة- *société la vache gracieuse*، مالكة العلامة  
*danis*، وبين شركة جارفي دنون *société gervaisdanone*، مالكة العلامة  
*dani*، أنهاتين العلامتين مختلفتين من حيث: "النطق ومن حيث الأشكال سوى ما  
يخص الرسوم والألوان، ومن ثم لا تخلق أي خلط من طرف المستهلكين بما أن  
العلامتين منفردتين من الناحية البصرية ومن الناحية الفونتيكية...".<sup>2</sup>

يلاحظ من خلال الحكم السابق أن القاضي اعتمد على معيار الخلط الذي  
قد تحدثه العلامة لتقدير وجود التشابه من عدمه، حيث وصل في استنتاجه، أن  
العلامتين مختلفتين من الناحية البصرية ومن الناحية الفونتيكية لذا لا يوجد  
تشابه بينهما، وبذلك عدم حدوث اللبس والخلط لدى المستهلك. ويأخذ القضاء  
معيار آخر لتقدير وجود التشابه بين العلامتين وهو معيار المستهلك العادي المتوسط  
الحرص، وهو ما أكده القضاء الجزائري في إحدى القضايا المعروضة عليه، ففي  
قضية بين الشركة المالكة لعلامة برانس والشركة المالكة لعلامة برانسس، ذهبت  
المحكمة العليا في قرار لها<sup>3</sup> بالقول: " أن الكلمتين هما عبارة عن لقب يمنح لكل من  
يتولى الإمارة سواء كان ذكرا أم أنثى وأنه باختصار. النطق بها لا يشكل أي تشابه  
يمكنه إحداث خطر اللبس والتشابه بينهما من طرف المستهلك ذو الانتباه  
المتوسط، وبالتالي فإن إيداع علامة برانسس من طرف المطعون ضدها لا يشكل  
أي تقليد غير مشروع لعلامة برانس".

نلاحظ من خلال هذا الحكم أن المحكمة العليا، أعطت حق إيداع علامة  
برانساس إلى المطعون ضدها، استنادا إلى عدم وجود خطر اللبس بين العلامتين

<sup>1</sup> المادة [07] من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات السالف الذكر.

<sup>2</sup> حكم غير منشور، مجلس قضاء وهران، القسم التجاري، 2004/03/27، مشار إليه لدى مؤلف فرحة زراوي  
صالح، المرجع السابق، ص262.

<sup>3</sup> - قرار المحكمة العليا، رقم 261209، الصادر في 2002/02/05، الغرفة التجارية والبحرية، المجلة القضائية  
عدد01، 2003، ص 265-268.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حمودة  
بالنسبة للمستهلك المتوسط الانتباه، غير أن الكلمتين الممثلتين للعلامة التجارية كانتا في غاية التقارب من حيث اللفظ، ومن حيث الكتابة، ما يحدث اللبس لدى المستهلك المتوسط، دون المستهلك الذكي الفطن، وكذا القول في منطوق المحكمة العليا مصطلح تقليد غير مشروع، فكأن الاجتهاد القضائي المتمثل في المحكمة العليا يميز بين التقليد المشروع وبين التقليد المشروع، في حين أن فعل التقليد يعتبر غير مشروع برمته في ضوء التشريع كالأمر المتعلق بالعلامات التجارية، وهذا أمر غريب؟.

الفقرة الثانية: الاعتداء غير المباشر: يتمثل الاعتداء غير المباشر في الاعتداء على القيمة التجارية للعلامة، بحيث تكون جميع الأفعال واردة على علامة تم تقليدها، ويمكن أن نورد أمثلة على ذلك، كاستعمال علامة مقلدة، أو وضع علامة مملوكة للغير، أو بيع وعرض منتجات تحمل علامة مقلدة أو مشابهة.

1/ استعمال علامة مقلدة أو مشابهة: نقصد بذلك أي استعمال للعلامة التجارية دون إذن صاحبها، ودون ترخيص مسبق منه، حيث خوله القانون حق متابعة كل من استعمال لغرض تجاري علامة أو اسم تجاري لبضائع وسلع وخدمات متشابهة أو متماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.<sup>1</sup>

يعتبر فعل الاستعمال فعل مستقل تماما عن التقليد والتشبيه<sup>32</sup>، فيمكن أن يكون الشخص المقلد نفسه الذي يستعمل العلامة المقلدة، ويمكن أن يكون شخص آخر، ولا يشترط وجود نية منافسة<sup>33</sup> من الشخص الذي يقوم باستعمال هذه العلامة.

وتجدر الإشارة أنه يمكن استعمال علامة مشابهة للعلامة التجارية، بشرط أن يحصل صاحب العلامة المشابهة بتصريح مكتوب من قبل مالك العلامة الأصلية ويقدمه إلى المعهد الوطني للملكية الصناعية أثناء إيداع العلامة للتسجيل، وهذا ما نص عليه المرسوم التنفيذي 277/05 السالف الذكر.

<sup>1</sup>المادة [09] الفقرة 01 و02 من الأمر 06/03 السالف الذكر

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك ————— د. عبد العلي حموتة  
أما بالنسبة للجزء، فبالنسبة في التشريع الجزائري لا يفرق بين الاستعمال  
وبين التقليد، إذ يعتبر جميع هذه الأفعال مساسا بالحقوق الإستثنائية لمالك  
العلامة.

واشترط القضاء الفرنسي ضرورة أن يكون الاستعمال في المجال التجاري،  
حيث قضى بجنة تقليد استعمال علامة مقلدة على أوراق تجارية، كالفواتير  
والأغلفة.<sup>1</sup>

ولا يشترط أن يكون الاستعمال على المنتجات والبضائع، بل يكفي استعمال  
العلامة المقلدة في الدعاية الإعلانية من أجل بيع هذه السلع، وهذا ما قضت به  
المحكمة الفرنسية بالنسبة للإعلان المصق في واجهة المحل من أجل بيع المواد  
الطبية المقلدة بسعر أقل من سعر التاجر المنافس.<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة إلى أن التفرقة بين التقليد وفعل الاستعمال، يؤدي بنا إلى  
التساؤل حول الركن المعنوي للجريمتين، فبالنسبة للتقليد فإن القصد الجنائي  
قائم بحق الشخص الذي يقوم بفعل التزوير أو التقليد، لعلمه بوجود العلامة  
التجارية في السوق، أو يمكن الاطلاع عليهما لدى المصلحة المختصة بالتسجيل، لذا  
فعنصر العمدية [سوء النية] مفترض في حقه، فما مدى اعتماد هذا العنصر في  
جريمة استعمال العلامة المقلدة؟

إن المشرع الجزائري لا يميز بين مختلف الجرائم التي تقع على العلامة  
التجارية، حيث حصرها في مفهوم واسع تحت عنوان التقليد الذي هو الاعتداء على  
الحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة.

لكن يمكن الوصول إلى نتيجة بسيطة عن طريق المادة [3/09] من الأمر  
المتعلق بالعلامات التجارية، التي تنص على: "يمكن التمسك بالحق المخول بموجب

---

<sup>1</sup> علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2011،  
ص 297.

<sup>2</sup> GALLOUX Jean-Christophe, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, Paris, 2000, p.  
405.



تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
تسجيل العلامة في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا أو اسما تجاريا  
مشابها إلى اللبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة، دون ترخيص المالك".

كذلك نصت المادة [10] من نفس الأمر أنه لا يحق لصاحب العلامة أن يمنع  
الغير الذي يستعمل عن حسن نية اسمه أو عنوانه أو اسمه المستعار استخداما  
تجاريا.

من خلال المادتين يفهم أن المشرع الجزائري اشترط سوء نية في الشخص  
الذي يعتدي على العلامة عن طريق استعمال علامة أو اسم يشابه علامته التجارية،  
حيث يحق له منعه من الاستعمال، إلا إذا كان الاستعمال بحسن نية، ويكون وارد  
على الاسم أو العنوان أو الاسم المستعار في المجال التجاري.

ولقد اشترط المشرع المصري صراحة سوء نية الشخص الذي يستعمل علامة  
تجارية مطابقة أو مشابهة للعلامة التجارية حتى تقوم المسؤولية عليه.<sup>1</sup>

يبدو أن المشرع المصري كان على حق في ذلك، لأنه في حالة كون الشخص  
الذي يستعمل علامة تجارية، غير الشخص الذي قام بالتقليد، فإنه في هذه الحالة  
يعد حسن النية باعتباره يجهل أن العلامة مقلدة، كمن يشتري آلة تقوم بعملية  
الإنتاج، وهذه الآلة تحمل علامة تجارية مقلدة، وكان الشخص الذي يستعمل الآلة  
فلاح بسيط لا يعرف عن التقليد شيئا، فلا نستطيع أن نحاكمه بجنحة استعمال  
علامة مقلدة، لانتفاء علمه بالتقليد الذي حصل.

2/ وضع علامة مملوكة للغير: إن استعمال ووضع علامة مماثلة على السلع  
والخدمات التي سجلت من أجلها العلامة الأصلية المملوكة للغير، لا يقتصر على  
العلامة المقلدة بل يشمل كذلك العلامة الأصلية حيث يعتبر اعتداء على حقوق  
صاحب العلامة، إلا إذا كان هذا الاستعمال أو الوضع مرخص به من قبل مالك  
العلامة بموجب عقد الترخيص، فعملية وضع علامة مماثلة للعلامة الأصلية  
المملوكة للغير، تعتبر من أخطر الاعتداءات التي تقع على العلامة التجارية

<sup>1</sup> نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية: الملكية الصناعية، دراسة مقارنة في القوانين؛ الأردني والإماراتي  
والفرنسي، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص.ص 342/343.

## تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة

وخاصة في مجال الأدوية ومجال التغذية، إذ تمس مباشرة بصحة وسلامة المستهلك بالدرجة الأولى، حيث يعتقد أن هذا المنتج هو نفسه الذي اعتاد على اقتنائه بنفس الجودة والمواصفات، وتوجد عدة طرق لعملية وضع العلامة على السلع، لكن غالبا ما تتم في وضع المنتج داخل القارورات أو الأكياس أو العلب المخصصة للمنتج الأصلي أو صناديق فارغة تحمل علامة وضعت مسبقا عليها،<sup>1</sup> حتى تسهل عملية التديليس وإيقاع المستهلك في الغلط واللبس، من جهة، والتستر من جهات المراقبة كأعوان قمع الغش، وأعوان إدارة الجمارك، وهناك من يرى ضرورة استعمال العلامة استعمالا تجاريا، وأن تكون لنفس السلع والخدمات التي سجلت من أجلها العلامة، إلا إذا كانت العلامة مشهورة، لكن القضاء الفرنسي في هذه الحالة يحمي العلامة بالنسبة لسلع وخدمات غير مماثلة عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، حيث يعتبرها ممارسة طفيلية، ونشير إلى أنه ظهرت مؤخرا عمليات وضع حديثة على دعامة إلكترونية لعلامة مملوكة للغير، دون موافقة صاحب العلامة، فمن خلالها يقوم الشخص المعتدي بوضع العلامة كاسم دومين، يتم من خلاله الترويج لسلع وخدمات تتماثل مع السلع والخدمات التجارية للغير مالك العلامة الأصلية، وهذا ما نجده بالنسبة للشركة ذات الشهرة العالمية *AKKAOUI* التي تختص بصناعة وبيع لعب الأطفال، حيث وجد اسم دومين يحمل لعلامة تجارية مماثلة لعلامة *AKKAOUI* تختص بترفيه الكبار، مما جعل المحكمة الأمريكية العليا تقضي بأن علامة *AKKAOUI* تم الترويج لها عبر مختلف القنوات خلال فترة استعمالها الممتد من سنة 1983، لذا أصدرت حكما يقضي بحذف اسم دومين على الانترنت.<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة في هذه الحالة إلى سوء نية الشخص، الذي قام بوضع العلامة على سلع وخدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة الأصلية من أجلها، حيث كان يعلم بوجود العلامة، أو أن هناك ظروفًا توحى على أنه يمكن أن يعلم بوجود علامة مملوكة للغير، كالرجوع إلى مصلحة التسجيل للتأكد من وجود العلامة أو لا، هذا في حالة عدم وضع العلامة على محل العلامة الأصلية، كالعب والزجاجات والصناديق،

<sup>1</sup> محمدي سماح، الحماية القانونية للعلامة التجارية -دراسة مقارنة- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، 2016/2015، ص 145.

<sup>2</sup>المادة [9/07] من الأمر 06/03 السالف الذكر، المتعلق بالعلامات التجارية.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
لأن كل علامة تختص بنوع معين يميزها عن باقي العلامات كزجاجة المشروب  
الغازية *Coca Cola*.

3/ بيع وعرض سلع تحمل علامة مقلدة أو مشابهة: في هذه الحالة تقوم اللجنة،  
عن طريق بيع السلع المقلدة أو المشابهة للعلامة الأصلية، أو عرضها للبيع  
بمختلف طرق ووسائل العرض، فقد يتم عرضها في واجهة المحلات التجارية  
بالنسبة لمن يزاول نشاط تجاري قار، وقد تتم عن طريق عرضها في الأسواق  
والطرق بالنسبة للشخص الذي يمارس نشاط تجاري غير قار.<sup>1</sup>

وقد نجد العرض عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي [facebook] مثلا،  
وعن طريق الانترنت كأسماء الدومين، حيث تعتبر من بين الطرق الحديثة لترويج  
وتسويق السلع التي تحمل علامة أصلية أو علامة تم تقليدها، ولقيام هذه الجريمة  
لا بد من وجود عقد بيع حسب ما تقتضيه القواعد العامة ويدخل في هذا الإطار  
تخزين السلع والبضائع من أجل بيعها،<sup>2</sup> إذا يخرج من النطاق مختلف العقود  
الأخرى كالهبة، لكن بعض الفقه يرى إلى أن المشرع لا يقصد البيع بعينه، وإنما  
يقصد جميع العقود التي تؤدي إلى نقل ملكية العلامة المقلدة، كالمقايضة<sup>3</sup> مثلا،  
وإنما خص المشرع عقد البيع كونه الصورة الغالبة للعقود التي تؤدي إلى نقل ملكية  
العلامة المقلدة، لذا يعد مرتكبا لهذه الجريمة، كل من قام بالبيع سواء حقق ربحا  
أم لم يحقق الربح<sup>4</sup>، وسواء كانت العلامة المقلدة تحمل سلعا ذات جودة عالية من  
السلع الأصلية أولا، ولا يهم أن يكون الثمن معجلا أو مؤجلا، أو يتم الدفع عن  
طريق أقساط، ويمكن التنبيه هنا أن المشرع بالنسبة لقانون العلامات يتكلم على  
بيع السلع والمحلية ونسي بذلك السلع المستوردة من الخارج عكس المشرع الفرنسي  
الذي نص على عقاب كل من يستورد سلعا تحمل علامات مقلدة أو مزورة، غير أنه  
نجد في قانون الجمارك ما يمنع ذلك، حيث نص المشرع الجزائري في المادة [22] من

<sup>1</sup>سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ط2، 1998، ص 597.

<sup>2</sup>CHAVANNE Albert, SALOMON Claudine, op-cit, p. 81.

<sup>3</sup>نعني بالنشاط التجاري القار، الذي له محل تجاري ثابت يحمل اسما تجاريا، وعنوانا تجاريا ثابت في السجل التجاري الخاص به، بخلاف النشاط التجاري غير القار، الذي ليس له محل تجاري ثابت.

<sup>4</sup>CHAVANNE Albert, SALOMON Claudine, op-cit, p. 83

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
القانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 أوت 1998 المتعلق بقانون الجمارك<sup>1</sup> على أنه: "تحظر عند الاستيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة على المنتجات نفسها أو على الأغلفة أو الصناديق أو الأحزمة أو الأظرفة أو الأشرطة أو الملصقات التي من شأنها أن توحي بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري...".

يفهم من خلال ما سبق أن المشرع يمنع استيراد كل البضائع والسلع التي تحمل علامة مزورة أو تم تقليدها في الخارج، حيث توحي بأنها ذات منشأ جزائري، والهدف من المنع هو حماية المستهلك بالدرجة الأولى من الوقوع في اللبس والتدليس.

وقد أصدر المشرع القرار 07/15/2002 الذي يحدد كيفية تطبيق هذه المادة.

أما بالنسبة للركن المعنوي في هذه الجريمة فهي من الجرائم التي تشترط سوء نية الشخص الذي يعرض أو يقوم ببيع السلع والبضائع التي تحمل سلعا مقلدة،، فإذا ثبت سوء نية البائع ثبت الجرم في حقه.

### 3-الركن المعنوي لجنحة التقليد: يفهم من نص المادة [26] من الأمر 06/03

المتعلق بالعلامات، أن المشرع لم ينص صراحة على القصد الجنائي لمركب مختلف جرائم التقليد، بخلاف النص القديم في القانون الملغى الذي اشترط سوء النية، بقوله "عن قصد"، أو "المحاكاة التدليسية"، وكان الأخرى بالمشرع الجزائري أن يبين في النص الجرائم التي لا تقوم إلا بضرورة توفر القصد الجنائي، حتى لا يقع القاضي في اللبس أثناء تطبيق النصوص القانونية، وكذا مراعاة بحسن نية بعض الأشخاص، فالتاجر الذي يقوم ببيع بضاعة مقلدة لا يعلم في الأساس أنها مقلدة، خاصة إذا كان التاجر بسيط ولا علم له بمثل هذه الأمور، وكذا الفلاح الذي يستعمل آلة صناعية تحمل علامة مقلدة، لا يعرف أنه في حالة استعمال علامة مقلدة، فهذه الأصناف البسيطة لا يمكن الاحتجاج عليها بقريئة النشر للعلامة التجارية في النشرة الرسمية، بحكم أن وضعهم لا يسمح لهم بمعرفة مثل هذه الأشياء، وهذا ما نص عليه المشرع المغربي،<sup>2</sup> حيث عبر عنه بعبارة "عمد" ما يفهم أنه

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 375.

<sup>2</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 756.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
يشترط ضرورة توفر القصد الجنائي حتى يقوم جرم التقليد في حقهم،  
بخلاف الدعوى المدنية التي لم يشترط فيها إثبات سون نية الشخص الذي  
قام بفعل الاعتداء.

ويذهب جانب من الفقه إلى أن هذه الجرائم من الجرائم المادية التي لا  
تشتري الركن المعنوي، وإنما بمجرد حصول الفعل، نكون أمام الجريمة، فالقصد  
الجنائي هما مفترض، حيث أنه لا يحق للجاني أن يحتج بعدم علمه بوجود العلامة  
طالما أن هناك ظروفًا تسمح له بمعرفة بوجود العلامة من عدمها، كالمعهد الوطني  
للملكية الصناعية الذي يتولى بدوره نشر العلامات التجارية في النشرة الرسمية.<sup>1</sup>

### المحور الثاني: اثار استخدام المنتجات المقلدة على صحة المستهلك.

ينتج عن تقليد المنتجات عدة اثار سلبية تمس بصورة أساسية بصحة  
المستهلك، خاصة بالنسبة للمنتجات المتمثلة في قطاع الأدوية، حيث أن تقليد الدواء  
يعد شيئًا خطيرًا بالنسبة للمستهلك، حيث يؤدي استهلاك الدواء المقلد إلى ظهور  
مضاعفات خطيرة تمس بصورة مباشرة بصحة وسلامة المستهلك، خاصة في حالة  
تفشي الأمراض المعدية العصرية كفيروس كورونا، حيث أن تقليد الكمادات  
الجراحية والمعقمات المستعملة، واللقاحات المستخدمة يعد شيئًا خطيرًا، خاصة أن  
لقاح هذا المرض ما زال في طور البحث والتطوير والتجارب السريرية، وللحد من  
خطر تقليد الأدوية يجب مراعاة بعض الأمور منها:

1- يجب على المستهلك أن لا يشتري الدواء من المواقع الإلكترونية والتي غالبًا  
ما تكون عرضة للقرصنة، وإنما يجب التوجه نحو الصيدلية من أجل  
اقتناء الدواء.

2- عدم شراء الدواء إلا بوصفة طبية معتمدة من قبل طبيب مختص،  
وتجنب شراء الأدوية البديلة غير معروفة لدى الطبيب.

<sup>1</sup> - بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 109

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة

3- عدم شراء الدواء الذي يصفه الصيدلي، خاصة إذا صاحب الدواء إشهار خاص من قبل الصيدلي، كعبارة دواء يشفي الأمراض المستعصية.<sup>1</sup>

4- كذلك يمكن كشف الدواء المقلد من خلال سعر البيع فغالبا ما يكون الدواء المقلد رخيص الثمن مقارنة بالدواء الأصلي.

كذلك نجد أن الألبسة المقلدة تؤثر تأثيرا سلبيا على صحة المستهلك، حيث تترك هذه الألبسة طفح جلدية وتورمات خبيثة، نتيجة المادة المستعملة في صنع الألبسة، مما يؤثر سلبا على الصحة خاصة الأطفال الصغار حيث يفقدون المناعة اللازمة، حيث نجد حالات أدت إلى بتر الأقدام للأطفال نتيجة استعمال الأحذية المقلدة، التي يدخل في تصنيعها مواد مجهولة قد تكون سامة نتيجة التقليد وغياب الرقابة.

نجد أيضا حالات تقليد تمس بصحة المستهلك وهذه الحالة هي تقليد منتجات صناعية تحمل علامة تجارية مشهورة، فقد وجد القضاء الأمريكي في قضية *Textron v. Aviation Sales*، أن أغلب حالات تحطم طائرات الهليكوبتر، راجع إلى تقليد المدعى عليه قطع غيار تعود لشركة *Bell Helicopter* المعروفة بقطع الغيار ذات الجودة العالية.<sup>2</sup>

كذلك نجد أن تقليد الهواتف الذكية والمنتشر بقوة في السوق التجارية يشكل خطرا مباشرا على صحة المستهلك، فقد تعرضت فتاة في ولاية كاليفورنيا الأمريكية سنة 2008 إلى حروق من الدرجة الثانية ناتجة عن عطل في هاتفها الخليوي، ونفس الشيء حصل لشاب سعودي في سنة 2014،<sup>3</sup> فتقليد الهواتف الذكية يشكل خطر كبير على المستهلك، فينبغي للمستهلك أن لا يقتني الهواتف

<sup>1</sup> عكروم عادل، "الحماية الجزائرية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر- جريمة التقليد"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية -جامعة باتنة 1، عدد 5، 2015، ص 289.

تاريخ الزيارة: <https://www.interpol.int/ar/4/13/8/4202/04/23><sup>2</sup>

<sup>3</sup> ملوكة بورة، انعكاسات تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات الدول واليات محاربتها-حالة الجزائر - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، فرع تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص 110.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
الذكية غير المشهورة، ويجب أن يراعي السعر الحقيقي للهاتف في حالة الاقتناء،  
والتوجه إلى الوكالات التجارية المعتمدة من قبل الشركة المنتجة للهاتف الذكي من  
أجل الشراء والتأكد من سلامة الهاتف.

## خاتمة

من خلال ما سبق ذكره يتضح لنا جليا خطر التقليد على صحة المستهلك من  
خلال خطورة الأفعال المشككة لعنصر التقليد، حيث يصعب على المستهلك العادي  
كشف المنتجات الأصلية من المنتجات المقلدة لذا وجب تكريس حماية فعالة  
للمستهلك من المنتجات المقلدة خاصة المنتجات الغذائية التي تمس بصورة أساسية  
بصحة المستهلك.

ومن أجل حماية المستهلك من تأثير المنتجات المقلدة على صحته سوف  
نستعرض التوصيات التي من شأنها أن تحد من خطورة انتشار ظاهرة التقليد،  
خاصة تلك التي تمس المنتجات الغذائية:

1- العمل على مراقبة المنتجات المستوردة من الخارج، من خلال إعطاء  
مصالح الجمارك المختصة السلطة الواسعة في عملية فحص ومراقبة  
السلع والمنتجات.

2- يجب على الدول الأعضاء في اتفاقية منظمة التجارة العالمية تفعيل  
مختلف نصوص الاتفاقية من أجل حماية الملكية الفكرية، والعمل من  
الحد من انتشار ظاهرة التقليد من خلال تفعيل نصوص اتفاقية تريبس.

3- مراقبة مختلف القنوات التجارية التي يتم من خلالها تسويق وترويج  
المنتجات المقلدة.

4- تحسيس المستهلك حول خطورة اقتناء المنتجات المقلدة، من خلال إبراز  
الآثار السلبية التي تنجم عن التقليد.

تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة  
5- سن قوانين تماشى والتطور التكنولوجي، حتى تتصدى للتقليد الحديث  
خاصة في مجال استخدام الأنترنت، حيث يتم استخدام معدات  
وأدوات حديثة في التقليد.

### قائمة المصادر والمراجع:

#### أولاً- باللغة العربية:

##### 1-النصوص القانونية:

- قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، مؤرخة في 08 فبراير 2009.
- قانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، مؤرخة في 27 جوان 2004.
- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر عدد 44، المؤرخ في 23 يوليو 2003.

##### 2-الكتب:

- الحاج طارق واخرون. التسويق من المنتج إلى المستهلك، دار صفا للنشر، الأردن، ط1، 1990.
- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
- عبدالله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2011.
- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ط2، 1998.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.



### تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة

#### 3- الرسائل العلمية:

- زعيي عمار، حماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقا، مذكرة ماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008.
- شطابي علي، حماية المستهلك من المنتجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في القانون، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجائر 1، 2014/2013.
- بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة ماجستير في القانون، تخصص عقود مدنية، كلية الحقوق، جامعة العربي ابن مهيدي، أم البواقي، 2012/2011.
- لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008.
- بارة سعيدة، حماية الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي-العلامة التجارية -نموذج-، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2018/2017.
- راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.
- محمدي سماح، الحماية القانونية للعلامة التجارية -دراسة مقارنة- أطروحة دكتوراه علوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2016/2015.
- ملوكة بوورة، انعكاسات تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات الدول واليات محاربتها-حالة الجزائر- أطروحة دكتوراه العلوم الثالث في العلوم التجارية، فرع تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015.

#### 4- المجلات العلمية:

- حمادي زويبر، تقليد العلامات في القانون الجزائري: ازدواجية في التجريم والعقاب أم ازدواجية في المعنى؟" المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة-بجاية، عدد 1، 2010.

## تأثير المنتجات المقلدة على صحة المستهلك \_\_\_\_\_ د. عبد العلي حموتة

- عكروم عادل، "الحماية الجزائرية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر-جريمة التقليد"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية -جامعة باتنة 1 ، عدد5، 2015.
- وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري. مجلة المفكر، العدد الحادي عشر.

### 5-الملتقيات والأيام الدراسية

- علي كحلون، الملكية الصناعية وجريمة التقليد في التشريع التونسي، مؤتمر التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، 2011/04/30، المحكمة العليا، الجزائر.
- 6 الاحكام والقرارات القضائية
- مجلة المحكمة العليا، التقليد في مفهوم الاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، قرار صادر بتاريخ 2010/02/04، عدد خاص.
- قرار المحكمة العليا، رقم 261209، الصادر في 2002/02/05، الغرفة التجارية والبحرية، المجلة القضائية عدد01. 2003.
- 7 المواقع الالكترونية
- <https://www.interpol.int/ar/4/13/8/4> تاريخ الزيارة: 2021/04/23

### ثانيا: باللغة الفرنسية:

- Jean CALAIS, Frank STEIN METZ, Droit de la consommation, 7 édition Dalloz, Paris, 2006 .
- Roger MERLE, André VITU, **Traité de droit criminel**, tome1, Edit CUJAS, 3eme édition, Paris, 1978.
- Sylviane Durrande, **Droit des marque**, Recueil DALLOZ, N° 03, 06 novembre, 2003,
- Albert CHAVANNE, et Claudine SALOMON, :**Marque de Fabrique, de commerce ou de service**, Dalloz , 1997.
- Haroun All, La protection des marques au Maghreb, OPU ,Alger , 1979.
- GALLOUX Jean-Christophe, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, Paris,

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك من الغسيل الأخضر

### *The Consumer The Role of Environmental Mark in Protecting from Green Washin*

أ/ وهيبة شادة

جامعة باتنة 1

ملخص:

تعد العلامة البيئية آلية طوعية تهدف إلى حماية النظام البيئي عبر التقليل من الآثار السلبية الناجمة عن التطور التكنولوجي والصناعي الذي عرفه المجتمع والفرد، وقد استطاعت هذه العلامة دخول السوق العالمي وكذا الاستحواذ على حصة سوقية ضمنه - وإن كانت محدودة - نتيجة لما لها من قدرة على جذب المستهلك الأخضر وحمايته من الغسيل الأخضر باعتباره العنصر الفاعل في وجود عملية الإنتاج وكذا الاستهلاك المستدام.

وعليه ومن خلال هذه الدراسة سنتطرق إلى مفهوم العلامة البيئية وكذا مفهوم الغسيل الأخضر، بالإضافة إلى تبيان الآليات المعتمدة من قبل هذه العلامة لفرض الحماية لهذا النوع من المستهلكين. الكلمات المفتاحية: العلامة البيئية، الغسيل الأخضر، المستهلك الأخضر، الوعي البيئي، المنتج الأخضر.

#### **Summary:**

*The eco-label is a voluntary mechanism that aims to protect the ecosystem by reducing the negative effects resulting from the technological and industrial development known to society and the individual. This trademark has been able to enter the global market as well as acquire a market share within it - albeit limited - as a result of its ability to attract The green consumer and its protection from green washing as the active element in the existence of the production process as well as sustainable consumption.*

*Accordingly, and through this study, we will address the concept of the environmental label, as well as the concept of green*

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
*washing, in addition to clarifying the mechanisms adopted by this mark to impose protection for this type of consumers.*  
**Keywords:** *environmental label, green washing, green consumer, environmental awareness, green product.*

#### مقدمة:

تعد العلامة البيئية من متطلبات العصر الحالي، فقد استطاعت خلال الفترة الأخيرة أن تتحول إلى أداة اقتصادية فعالة في التقليل من الضرر البيئي، نتيجة لتبني الدول الاقتصادية وكذا الشركات الصناعية والخدمية التوجه البيئي ضمن سياستها العامة.

وقد برزت أهمية هذه العلامة إثر انعقاد مؤتمر البيئة والتنمية في ريو دي جانيرو سنة 1992، الذي أكد على دور الملصقات البيئية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة عبر إحداث مقاربة طوعية بين الشركات والفاعلين في مجال حماية البيئة، وتعد علامة "الملاك الأزرق" المنشأة في ألمانيا سنة 1977 أول علامة بيئية تم من خلالها وسم المنتجات ذات البعد البيئي.

والأكيد أن مساهمة هذه العلامة في تحسين تموقع الشركات ضمن السوق التنافسي أدى إلى بروز وتنامي ظاهرة الغسيل الأخضر الذي يشكل في الواقع آلية تسويقية احتيالية تعمل على جذب المستهلك بما فيها المستهلك الأخضر من خلال ادعاءاتها البيئية الكاذبة أو المضللة حول منتوجاتها، فكان لزاما على العلامة البيئية التدخل بجملة من الآليات لحماية هذه الفئة من المستهلكين من آثار الغسيل الأخضر التي يمكن أن تؤدي إلى حد فقدان المستهلك لثقلته في العلامات البيئية.

وعلى هذا الأساس تكمن إشكالية هذه المداخلة في التالي:

كيف يمكن للعلامة البيئية أن تحمي المستهلك من الغسيل الأخضر؟

وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا الخطة التالية:

المحور الأول: مفهوم العلامة البيئية

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة

أولاً: تعريف العلامة البيئية

ثانياً: أشكال العلامة البيئية

المحور الثاني: العلامة البيئية كألية لحماية المستهلك من الغسيل الأخضر

أولاً: مفهوم الغسيل الأخضر

ثانياً: ضمانات حماية المستهلك من الغسيل الأخضر

## المحور الأول: مفهوم العلامة البيئية

لقد اعتمدت منظمة التقييس العالمية (ISO) - بموجب مخطط 14000 ISO - ثلاث أنواع من الملصقات البيئية<sup>1</sup> (écolabel)، أهمها النوع الأول الذي يطلق عليه " العلامة البيئية"، هذه العلامة التي استطاعت أن تبرز نتيجة لتوافر المصادقية حول إدعاءاتها البيئية مقارنة بغيرها من الأنواع المعتمدة.

هذه العلامة التي تمكنت من تجاوز وظائف العلامة التقليدية، بحيث تحولت إلى آلية تسعى جل الشركات الفاعلة في السوق التنافسي إلى تبنيها وإنفاذها ضمن سياستها الخاصة بهدف توسيع نطاق حصصها السوقية.

ومن هذا المنطلق لابد من التعرّيج على تعريف العلامة البيئية (أولاً)، وكذا الأشكال التي تتخذها هذه العلامة لغرض حمايتها (ثانياً).

## أولاً: تعريف العلامة البيئية

إن محاولة ضبط مفهوم العلامة البيئية يستلزم التطرق إلى التعريف الفقهي في ظل الغياب التام للتعريف القانوني، مع تبيان الخصائص التي تتسم بها مقارنة لغيرها من العلامات.

---

<sup>1</sup> - تتمثل أنواع الملصقات البيئية فيكل من:

- النوع الأول: العلامات البيئية ISO 14024

- النوع الثاني: مطالبات الإفصاح الذاتي. ISO 14021

- النوع الثالث: الإفصاح البيئي. ISO 14025

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة

## 1- التعريف الفقهي للعلامة البيئية:

لقد ظهرت العديد من التعريفات الفقهية إلا أن ضبطها لمفهوم العلامة البيئية لا ينطوي إلا على وظيفتها أو خصائصها، وعليه عُرِّفَت هذه العلامة على أنها عبارة عن "منظومة متكاملة تهدف لإبراز تميز بعض المنتجات التي تبرهن على أعلى مستويات الجودة من ناحية المحافظة على البيئة وتبرز القيام بمجهودات ملحوظة في مجال استعمالات التكنولوجيات النظيفة".<sup>1</sup>

هذا التعريف أكد على قدرة هذه العلامة في تحقيق الأداء والجودة البيئية ضمن المنتج عبر استخدام التكنولوجيات النظيفة من بداية العملية الانتاجية إلى غاية انتهاء دورة حياة هذا المنتج.

وهناك من عرفها على أنها: " هي تلك التي تمنح من الجهات الحكومية أو جهات خاصة لإعلام المستهلكين أن المنتج الذي يحمل العلامة أكثر أفضلية من المنظور البيئي عن غيره من المنتجات المماثلة، كما أنه يتم الحصول عليها على أسس اختيارية دون إجبار".<sup>2</sup>

أما هذا التعريف فقد بيّن بعض الخصائص التي تتميز بها هذه العلامة مقارنة بغيرها من الملصقات البيئية أو حتى العلامات التقليدية.

وقد عرفت كذلك على أنها: "هي إشارات أو رموز أو أختام، توضع على السلع أو الخدمات، وتتمثل وظيفتها الأساسية في الإشارة إلى أن المنتجات المتعلقة باستخدامها تفي وتلبي معايير التفضيل البيئي أو تقلل الضرر البيئي".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - منية براهيم يوسف، "العلامة البيئية في العلاقات بين التجارة والبيئة: التجربة التونسية خطوات نحو الاستدامة"، مداخلة ضمن اجتماع الخبراء العرب حول العلاقات بين التجارة والبيئة، القاهرة، نوفمبر، 2007.

<http://css.escwa.org.lb/sdpd11-13nov07/11.pdf>, 02/04/2021, 11:08.

<sup>2</sup> - عبد المطلب بيبصار، " المعايير البيئية وأثرها على القدرة التنافسية للمؤسسات"، مجلة الإمتياز لبحوث الإقتصاد

والإدارة، مجلد 03، عدد02، 2020، ص ص 145-157، ص 156

<sup>3</sup> -Jeffry Belson, "ECOLABES : OWNERSHIP, USE, AND THE PUBLIC INTEREST", the law journal of the international trademark association, vol° 102, n°6, November-December 2012, pp 1254- 1272, p1254.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
هذا التعريف يوضح أن العلامة البيئية لا تختلف عن باقي العلامات من حيث كونها عبارة عن إشارة أو رمز أو ختم يتكون من أحرف أو أرقام أو أشكال معينة تهدف إلى تمييز جملة من السلع والخدمات مقارنة بالمنتجات الأخرى المنتمية إلى نفس الفئة، إلا أن الاختلاف القائم بينهما هو امتثال هذه العلامة للبعد البيئي.

## 2- خصائص العلامة البيئية:

ومن خلال هذه التعريف المذكورة أعلاه يمكن تحديد الفوارق التي تميز هذه العلامة عن غيرها من العلامات المتواجدة على مستوى السوق الدولي، بحيث تتمثل في التالي:

أ- أنها علامة طوعية واختيارية فلا يمكن إجبار المؤسسات الصناعية والخدمية على تبنيها وإنفاذها ضمن سياستها الخاصة، إلا أن تحول العلامة البيئية إلى استراتيجية تسويقية تسمح بتحقيق القدرة التنافسية في السوق وكذا الربحية دفع بهذه المؤسسات إلى السعي نحو وسم منتوجاتها بهذه العلامة.

ب- أنها علامة تعود ملكيتها للدول كعلامة (*energy star*) وعلامة (*nordic ecolabel*) أو لجهات خاصة بالمنظمات غير الحكومية، أو حتى شركات تجارية كعلامة (*woolmark*). وهذا ما يجعلها علامة ذات هدف ربحي أو غير ربحي لغرض فرض قواعد صارمة تحمي وتعيد التوازن إلى النظام البيئي.

ج- أنها علامة ذات مصداقية مقارنة بغيرها من العلامات، بحيث تستمد هذه المصداقية من:

- تعدد المعايير البيئية الصارمة والمحددة مسبقا من قبل الجهة المصادقة.
- استقلالية الجهة المصادقة المانحة لشهادة امتثال المؤسسات الصناعية والخدمية لتلك الاشتراطات البيئية<sup>1</sup>، فهي جهة بعيدة كل البعد عن تلك العلاقة القائمة بين المؤسسة الصناعية أو الخدمية والمستهلك.<sup>1</sup>

---

“ecolebels are signs, symbols, or seals, use with goods or services, whose essential function is to indicate that the products in connection with which they are used satisfy criteria for environmental preferability or reduced environmental harm”.

<sup>1</sup>- آمال مهري، أثر العلامة البيئية على السلوك الشرائي المسؤول - دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين على مستوى الشرق الجزائري - أطروحة دكتوراه، التسويق الاستراتيجي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة سطيف، 2016/2017، ص 64.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
د- أنها علامة إيجابية وليست علامة سلبية أو تحذيرية، بحيث تتضمن معلومات  
بيئية إيجابية،<sup>2</sup> كما أنها تمنح لكل مؤسسة تمتثل للاشتراطات البيئية المحددة  
مسبقا وبدون تمييز.

ه- أنها علامة تتمتع بازدواجية الوظيفة من حيث كونها علامة تجارية تعمل على  
تحديد مصدر المنتج بالإضافة إلى كونها آلية لحماية البيئة وتحقيق أهداف  
التنمية المستدامة من خلال تشجيع أفراد المجتمع على تبني الاستهلاك  
المستدام.

و- أنها علامة لا تتميز بتنظيم خاص ضمن القوانين الناظمة لحقوق الملكية  
الصناعية، وعليه وجب على مالكيها حمايتها عبر تبني أحد أشكال العلامات  
المنصوص عليها ضمن هذه القوانين.

وما يجدر الإشارة إليه أن المشرع الجزائري لم يتبنى مفهوم هذه العلامة أو  
نظاما قانونيا خاصا بها ضمن القوانين الناظمة لحقوق الملكية الصناعية وعلى وجه  
أخص الأمر 06/03<sup>3</sup> المتعلق بالعلامات أو حتى ضمن سياستها العامة، على عكس  
تجربة الدولة التونسية التي قامت بهذا الأمر من خلال العلامة البيئية التونسية،  
المنشأة سنة 2007.

### ثانيا: أشكال العلامة البيئية:

انطلاقا من كون العلامة البيئية علامة اختيارية، فلا يمكن أن نجد لها  
تنظيم قانوني خاص بها على مستوى التشريعات المقارنة لغرض حمايتها ورد الاعتداء  
عنها خاصة وأنها علامة ذات سمعة وشهرة على مستوى السوق العالمي، لذلك برزت

---

<sup>1</sup> -Fabienne Chameroi, les labels sont -ils des marques ?counstruction d'un cadre  
conceptuel pour les labels a partir de l'avis d'experts en marketing, p 14 .

[www.afm-arketing.org/en/system/files/publications/20160516235818\\_CHAMEROY.pdf](http://www.afm-arketing.org/en/system/files/publications/20160516235818_CHAMEROY.pdf),

06 /04/2021,19 :51.

<sup>2</sup> - عبد المطلب بيبصار، المرجع السابق، ص 156.

<sup>3</sup> - الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر. رقم 44، صادرة بتاريخ 23 يوليو  
2003.



دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
عدة أشكال لهذه العلامة انطلاقا من القوانين الناظمة للعلامة باعتبارها الأحكام  
العامّة المعمول بها، وعليه تتمثل هذه الأشكال في كل من:

### 1- علامة فردية:

بالرغم من الأهمية التي تحظى بها العلامة البيئية الفردية وما لها من قدرة  
على فرض التمييز إلا أنها لم تحظى بتعريف فقهي إلا نادرا، حيث تعرف العلامة  
البيئية الفردية على أنها: " كل إشارة أو سمة، بما فيها الكلمات أو الأحرف أو الأرقام،  
الرسوم أو الألوان أو صور الأشكال أو الشعارات، أو مزيج من كل هذه الأدوات  
تستعمل للتعريف بأن المنتج أو السلعة أو الخدمة آمن وصادق للبيئة من جهة  
وأداة لتمييزه عن باقي المنتجات والسلع المماثلة"<sup>1</sup>.

أما فيما يتعلق بالتعريف التشريعي نجد أن المشرع الجزائري لم يتناول  
موضوع العلامة البيئية الفردية ضمن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وإنما عرف  
العلامة الفردية بصفة عامة، وعليه فلا وجود للاختلاف بين العلامة البيئية الفردية  
والعلامة الفردية التقليدية من الناحية التشريعية على عكس الاتجاه الفقهي الذي  
يؤكد أن الاختلاف قائم من خلال انتهاج هذه العلامة للبعد البيئي.

وللتوضيح فإن عدم خضوع العلامة البيئية الفردية للرقابة أو عدم توافر  
سند مرجعي يؤكد احترامها للأهداف البيئية المتبناة من طرف مالكيها يدخل هذه  
العلامة في نطاق الغسيل الأخضر.

وكمثال على علامة البيئية التي تتخذ شكل علامة فردية نجد علامة  
(woolmark) التي أنشأت سنة 1964، وهي علامة التابعة لشركة أسترالية خاصة  
بمزارعي الصوف، حيث تمنح شهادة اعتماد للشركات التي تثبت امتثالها للاشتراطات  
البيئية المحددة سابقا من طرف هذه الشركة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مطماطي راوية، فرحات حمو، " العلامة التجارية البيئية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري"، مجلة القانون  
العقاري والبيئية، مجلد 07، عدد 13، 2019، صص 94-109، ص 99.

<sup>2</sup> - the woolmark certification program, <https://www.woolmark.fr/industry/certification/>  
06/04/2021,19:55.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
2- علامة جماعية:

لقد شكل نص المادة 7 مكرر من اتفاقية باريس المبرمة سنة 1883<sup>1</sup> المرجع القانوني الأساسي في تبنى وإعمال العلامة الجماعية، إلا أنه لم يتضمن تعريف هذا النوع من العلامات التجارية، وعليه تعرف العلامة الجماعية من الناحية الفقهية على أنها عبارة عن " علامة تجارية مملوكة لمنظمة أو جمعية يستخدمها أعضاؤها لتعريف أنفسهم بمستوى الجودة أو الدقة أو الأصل الجغرافي أو الخصائص الأخرى التي تحددها المنظمة"<sup>2</sup>.

بالرجوع إلى هذا التعريف يتضح أنها مملوكة لكيان معنوي، بحيث يستخدمها أعضاؤها فقط وتحت رقابة مالكيها، بهدف التعريف بمنتجاتهم وخدماتهم، لكن يعاب على هذا التعريف اقتصار الضبط على العلامة الجماعية التجارية دون العلامة الجماعية العضوية التي لا تستغل في التجارة. وهذا على عكس ما تناولته المادة 7 مكرر من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

أما من الناحية التشريعية فقد عرفها المشرع الجزائري ضمن المادة 2 من القانون 06/03 المتعلق بالعلامات التي تضمنت ما يلي: "العلامة الجماعية: كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والانتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها".

من خلال هذا التعريف يتضح أن أعمال العلامة الجماعية في السوق يسمح بحماية العلامة التقليدية من العراقيل التقليدية التي قد تواجهها بدخولها السوق بصفتها الفردية لا الجماعية كما يسمح بتظافر جهود التجار تحت لواء هذه العلامة بدلا من التنافس فيما بينهم.

<sup>1</sup> - اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883.

<sup>2</sup> - Prachi gupta, " collective trade marks : an overview", munaptra intellectual property reports, v°3, \_ October 2013, pp 147-154, p 147.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيب شادة  
3- علامة تصديق:

أما علامة التصديق وهي نوع خاص من العلامات الجماعية تسمح بضمان الجودة للسلع أو الخدمات المدرجة تحت لوائها، فهي تعمل على نقل المعلومات الخاصة بعملية الإنتاج أو المكونات أو حتى منشأها الجغرافي للمستهلك بحيث تضمن له تلك الجودة.

وقد عرفها المشرع الفرنسي من المادة 1/715 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي المعدل بموجب الأمر رقم 1169 /2019<sup>1</sup> على أنها عبارة عن علامة لها القدرة على تمييز السلع والخدمات وضمائها من حيث المواد أو طريقة التصنيع أو الخدمة أو الجودة أو الدقة أو خصائص أخرى.

أما المشرع الجزائري لم يتناول موضوع علامة التصديق الجماعية ضمن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بالرغم من الاختلاف القائم بين كل من العلامة الجماعية وعلامة التصديق.

والأكيد أن هذه العلامة يمكن استخدامها من طرف كل صاحب منتج أو خدمة خاضعة للمعايير المحددة مسبقا ضمن النظام المعمول به من طرف مالك هذه العلامة، وهو عكس ما يعمل به ضمن العلامة الجماعية البسيطة التي لا يحق استخدامها إلا من طرف أعضاء الكيان القانوني المعنوي والحقيقة أن هذا الاختلاف يعد النقطة الفاصلة بين العلامة الجماعية البسيطة وعلامة التصديق الجماعية.

وكمثال على العلامة البيئية التي تتخذ شكل علامة تصديق نجد علامة (energy star) التي نشأت سنة 1992 في الولايات المتحدة الأمريكية كبرنامج لوكالة حماية البيئة (EPA) وتدار من طرف الحكومة والوكالة المفوضة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - L. 715-1 Ordonnance n°2019-1169 du 13 novembre 2019 – " Une marque de garantie est une marque ainsi désignée lors de son dépôt et propre à distinguer les produits ou les services pour lesquels la matière, le mode de fabrication ou de prestation, la qualité, la précision ou d'autres caractéristiques sont garantis".

<sup>2</sup> - What is ENERGY STAR, <https://www.energystar.gov/about?s=mega>, , 03/04/2021, 22 :10

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
المحور الثاني: العلامة البيئية كألية لحماية المستهلك من الغسيل الأخضر

لقد برزت أهمية العلامة البيئية ضمن السوق التنافسي كضمانة للمستهلك نتيجة لتدهور البيئي الذي عرفه العالم من جهة، بالإضافة إلى انتشار ظاهرة الغسيل الأخضر الذي تمكن من زعزعة ثقة المستهلك وكذا تلويث السوق بمنتجات لا تمثل مهاييا للاشتراطات البيئية التي تدعي الشركات تبنيها ضمن سياستها أو تعمل على المبالغة فيها بهدف جذب العملاء.

ومن هذا المنطلق لابد من التعرير على مفهوم الغسيل الأخضر (أولا)، وكذا الوسائل المعتمدة من طرف العلامة البيئية لغرض حماية المستهلك (ثانيا).

### أولا: مفهوم الغسيل الأخضر

لقد ظهر الغسيل الأخضر في أواخر الثمانينات كاستراتيجية احتيالية اعتمدها الشركات التجارية نتيجة للضغوط المتزايدة حول القضايا البيئية، بالإضافة إلى سعيها لتوسيع نطاق حصصها السوقية وكذا الربحية، ولقد برزت خطورة هذا السلوك المؤسسي للعلن بموجب تقرير شركة *terra choice*<sup>1</sup> سنة 2007 الذي تضمن خطايا الست للغسيل الأخضر، وعليه لابد من تحديد المقصود بالغسيل الأخضر المأخوذ من المصطلح الإنجليزي "greenwashing" مع تبيان آثاره على مختلف المستويات.

### 1- تعريف الغسيل الأخضر:

يقصد بالغسيل الأخضر على أنه: "سلوك تنتهجه الشركات الضارة من وجهة نظر اجتماعية أو بيئية، وفي محاولة للحفاظ على وتوسيع أسواقها تدعي أنها صديقة للبيئة وأنها رائدة في الكفاح من أجل القضاء على الفقر".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - وهي عبارة عن شركة تسويق بيئية مقرها دولة كندا.

<sup>2</sup> - زكية مقري، " أثر استراتيجية السلوك الإستهلاكي المسؤول للحد من ممارسات الغسيل الأخضر"، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 06، العدد 02، 2014، ص ص 143-172، ص 152.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
الواضح أن الغسيل الأخضر ما هو إلا جملة من الادعاءات البيئية الكاذبة أو  
المضللة التي تسمح للشركات بالاستمرارية في السوق مع إمكانية التوسع في حصصها  
السوقية نتيجة لخداع وتضليل المستهلكين واقناعهم بمدى مساهمتها في حماية  
البيئة.

وهناك من عرفها على أنها: " هو فعل متعمد من قبل المنظمات لحجب  
معلومات قد تكون ضارة أو تقوم بتقديم معلومات لتمرير صورة خاطئة عن المنظمة  
أنها خضراء أو صديقة للبيئة".<sup>1</sup>

أما هذا التعريف فقد وضح إمكانية هذه المنظمات من الوصول إلى أهدافها  
التجارية عبر الاتصال التسويقي الذي يمرر جملة من المعلومات إلى المستهلك بهدف  
إقناعه بالصورة الإيجابية لهذه المؤسسات نحو البيئة والمستهلك وكذا توجيه قراره  
الشرائي.

والأكيد أن بروز هذا المصطلح كان لوصف سلوك الشركة الصناعية أو  
الخدمية التي تدعي امتثالها للالتزام البيئي لغرض تضليل وإرباك المستهلك ودفعه إلى  
اقتناء منتوجاتها حتى وإن تضمنت خطورة على النظام البيئي، إلا أن نطاق الغسيل  
الأخضر توسع ليشمل كذلك جميع السلوكيات المؤسسية التي تهدف إلى المبالغة في  
ادعاءاتها البيئية لغرض:<sup>2</sup>

أ- تحويل انتباه الفاعلين والنشطاء في مجال حماية البيئة عن سياستها  
العامة في عملية الإنتاج والتصنيع التي عادة ما تخلف نفايات وانبعاثات  
مضرة بالبيئة.

ب- تثبيط مساعي الحكومات في فرض معايير بيئية إلزامية وأكثر صرامة من  
تلك المعايير التي تدعي أو تمتثل لها الشركات المصنعة.

وعادة ما تقوم هذه الشركات بطرح علامة تجارية ذات اخضرار أو تتضمن  
شكل من أشكال التي ترمز للطبيعة كالأشجار وغيرها من الأشكال أو حتى إضافة

<sup>1</sup> - بن دريس حليلة، المرجع السابق، ص 153.

<sup>2</sup> - سليم حميداني، مريم فلكاوي، " حماية البيئة بين التزامات الإنتاج النظيف زسلوك الغسيل الأخضر"، مجلة العلوم القانونية  
والإجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد الرابع، العدد الأول، 2019، ص ص 340-353، ص 345.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
كلمة "green" أو "éco" أو "enviro"، للدلالة على تبنيها البعد البيئي خلال دورة  
حياة المنتج.

## 2- آثار الغسيل الأخضر:

بالرغم من العائدات المالية التي يمكن أن تحققها المؤسسات التجارية  
بموجب استخدامها لإستراتيجية الغسيل الأخضر سواء على مستوى علامتها التجارية  
أو ضمن إعلاناتها المروجة لمنتجاتها الأخضر، إلا أن ربحيتها ذات مدى قصير، ويرجع  
تفسير هذا الأمر برمته إلى الآثار السلبية الناتجة عن هذه الإستراتيجية التسويقية  
والتي تبرز على مختلف المستويات المحددة أدناه:

### أ- على مستوى المنافسة في السوق:

فالأكد أن العلامات البيئية المضللة تنافس العلامات البيئية الرسمية  
ضمن السوق، بالرغم من الاختلاف القائم بين كلا المنتجين التابعة لهذه العلامات،  
خاصة من حيث مدى صرامة المعايير البيئية المعتمدة وكذا جودة المنتج، بالإضافة  
إلى عامل آخر يقيم هذا الإختلاف وهو سعر المنتج، بحيث تتميز أسعار العلامات  
المضللة بالإنخفاض مقارنة بتلك المعتمدة من ملاك العلامات البيئية الرسمية.

والأكيد أن عدم إدراك المستهلك العادي لهذا الاختلاف يجعل من منتج  
العلامة البيئية المضللة الأكثر اقتناء، هذا ما يؤثر سلبا على العلامات البيئية  
الرسمية من حيث تراجع عائداتهم المالية بسبب تراجع المبيعات مع إمكانية تراجع  
مصداقيتها.<sup>1</sup>

والواضح أن هذا التأثير قد يرجع بالسلب في النهاية على جهود الفاعلين  
والنشطاء في مجال حماية البيئة.

---

<sup>1</sup> - زكية مقري، "أثر استراتيجية السلوك الإستهلاكي المسؤول للحد من ممارسات الغسيل الأخضر"، المرجع السابق،  
ص 162-163.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
ب- على مستوى المستهلك:

يعد المستهلك العنصر الفاعل في وجود عملية الإنتاج والاستهلاك وكذا الركيزة الأساسية في تحفيز المنافسة على الجودة البيئية، لذلك تسعى الشركات التجارية إلى ضمان ولائه لعلامتها التجارية، والمعلوم أن المستهلك العادي أقل خبرة في مجال القضايا البيئية وأكثر ارتباكاً في اختيار المنتج الأخضر الذي يلي متطلباته البيئية، مما يجعله ضحية للغسيل الأخضر.

إن وقوع المستهلك في نطاق الغسيل الأخضر يؤثر سلباً على قراراته الشرائية المستقبلية، بحيث أن فقدانه لثقته في العلامة التجارية المضللة يجعله يقاطع منتوجاتها، وقد يصل الأمر إلى مقاطعته لكل المنتجات البيئية نتيجة لفقدانه الثقة في العلامات البيئية ككل،<sup>1</sup> وهذا الأمر يعود بالسلب على المدى الطويل على العلامات البيئية الرسمية التي تتنافس على الجودة البيئية ضمن السوق الدولي.

#### ثانياً: ضمانات حماية المستهلك من الغسيل الأخضر

لقد تبنت جل التشريعات المقارنة مبدأ حماية المستهلك باعتباره الطرف الأضعف في المعادلة الاقتصادية، وعليه فقد كرست جملة من الآليات القانونية، بما فيها الآليات المكرسة ضمن القانون الناظم للعلامة وإن كان يحمي المستهلك بطريقة غير مباشرة، لكن ما يميز العلامة البيئية هو اعتمادها على آليات أخرى نظراً لكونها علامة طوعية.

وما يجدر الإشارة إليه أن المستهلك المعني بهذه الحماية هو المستهلك الأخضر فإدراكه بالقضايا البيئية يدفعه إلى البحث عن المنتجات الخضراء واقتنائها، حيث يعرف على أنه: "صاحب قرار الشراء الذي يتجنب المنتجات المضرة وغير الودية بيئياً، ويسعى لشراء المنتجات الودية بيئياً".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - زكية مقري، المرجع السابق، ص 162.

<sup>2</sup> - مهري شفيقة، مهري آمال، " الوعي البيئي ومحددات الاستهلاك المسؤول لدى المستهلك - دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين على مستوى الشرق الجزائري"، مجلة آفاق العلوم، المجلد 4، القسم الإقتصادي، العدد 16، 2019، ص ص 591-608، ص596.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
فحماية المستهلك الأخضر لا يمكن أن تتم إلا من خلال تفعيل جهود هذه  
العلامة نحو توجيه سلوكه الشرائي وجعله يتبنى السلوك الشرائي المسؤول، وعليه  
فإن الآليات التي تعتمد عليها العلامة البيئية في حماية هذه الفئة تتمثل في كل من:

### 1- حماية المستهلك عبر نشر الوعي الاستهلاكي البيئي

يعد الوعي البيئي العنصر الفعال في تحقيق العلامة البيئية لأهدافها المسطرة  
ضمن سياستها العامة والتي على رأسها البقاء والاستمرارية في السوق بالإضافة إلى  
تحقيق الربحية – إن كانت علامة تتبنى طبعاً الربحية ضمن سياستها -، حيث يعرف  
على أنه: " تلك العملية القائمة على المعرفة والإدراك بالمشكلات البيئية وأسبابها  
وأثارها وكيفية مواجهتها والوقوف على الإمكانيات المتوفرة واللازمة لذلك، مما يؤدي  
إلى سلوك مغاير وتعديل المفاهيم الخاطئة حول البيئة لكي يصبح الأفراد أكثر تأثراً  
وايجابية في مواجهة مشكلات بيئتهم".<sup>1</sup>

لقد وضع هذا التعريف أهمية ودور الوعي البيئي في حماية البيئة من خلال  
توعية أفراد المجتمع بحجم القضايا البيئية ومدى أثرها السلبي على حياته وصحته،  
بالإضافة إلى دوره الفعال في الحد من هذه الآثار.

والأكيد أن التطرق إلى مفهوم الوعي البيئي يستلزم بالضرورة التحدث عن  
الوعي الاستهلاكي البيئي يعد هذا الأخير جزء لا يمكن الاستغناء عنه ضمن مفهوم  
الوعي البيئي باعتباره الدعامة الأساسية القائمة على إحداث تغيير في سلوكيات  
المستهلك أثناء اتخاذ قراره الشرائي وتفادي الغسيل الأخضر، حيث يعرف هو الآخر  
على أنه: "البحث عن كيفية إدراك كل ما يتعلق بالاستهلاك البيئي وإدراك المستهلك  
للآثار البيئية للمنتجات، بالإضافة لمعايير الاستهلاك البيئي من خلال تبني سلوك  
استهلاكي بيئي أو ما يعرف بسلوك المستهلك الأخضر الذي يتأثر في استجابته للعناصر  
البيئية في تقييم وشراء واستخدام المنتجات".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - جريبي السيتي، بن خديجة منصف، بوخذنة أمينة، " أثر الوعي البيئي على سلوك المستهلكين تجاه المنتجات  
الصديقة للبيئة- دراسة عينة من أساتذة جامعات الشرق الجزائري"، مجلة العلوم الاقتصادية، مجلد 18، عدد2،  
2017، ص ص 87-103، ص91.

<sup>2</sup> - مهري شفيقة، مهري آمال، المرجع السابق، ص 593.



دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
وعليه فإدراك المستهلك بالقضايا البيئية من جهة، وإلمامه بالثقافة  
الاستهلاكية البيئية من جهة أخرى تجعل منه الفاعل الأساسي في تحقيق الاستهلاك  
المسؤول دون الوقوع في نطاق الغسيل الأخضر الذي يشكل خطر حقيقي على  
صحته وسلامته بالإضافة إلى بيئته، وبالتبعية توجه نحو تحقيق الهدف الأسمى  
من الوعي البيئي - وبكل الأنماط التي يتضمنها هذا المفهوم - وهو تنفيذ أسس  
وأهداف التنمية المستدامة.

إن جهود العلامة البيئية في تثقيف وتوعية المستهلك بأهمية التوجه نحو  
الاستهلاك الأخضر واقتناء منتجاتها الخضراء يستلزم من مالكي هذه العلامة تسخير  
كل الوسائل المتاحة لتحقيق ذلك سواء كان على مستوى البيئة التقليدية  
كاستخدام وسائل الإعلام (كإقامة مقابلات، دورات إعلامية، مؤتمرات  
صحفية... إلخ)، الكتيبات، الإعلانات والملصقات... إلخ، أو على مستوى البيئة  
الإلكترونية كحملات التوعية المنشورة ضمن وسائط التواصل الاجتماعية أو المواقع  
الإلكترونية الخاصة بالعلامة البيئية.

## 2- حماية المستهلك عبر طرح منتج أخضر في السوق

الواضح مما سبق أن التوعية البيئية لا تكفي لتحقيق العلامة البيئية  
غرضها، وإنما يستوجب على مالك العلامة البيئية طرح بديل للمنتجات الواقعة  
تحت لواء الغسيل الأخضر ضمن السوق، فحماية المستهلك الأخضر يستلزم تفعيل  
التوعية بمدى أهمية الاستهلاك البيئي عبر تقديم منتج يمثل للمعايير البيئية  
العاملة على الحد أو التقليل من الضرر البيئي خلال دورة حياته ابتداء من المواد  
الأولية، الإنتاج، التوزيع، إلى غاية مرحلة ما بعد الاستهلاك والمتعلقة بإعادة تدوير  
المنتج.

هذا المنتج الذي يجب أن يتوافق على حملة من الخصائص أهمها:

- >> أن تكون منتجات ذات منافع بيئية.
- أن تكون أقل إضرارا وتكلفة مقارنة بما يماثلها من منتجات.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة

- أن تكون أكثر استخداما للطاقة القابلة للتجديد، وأقل استخداما للمواد غير المتجددة.

- أن تكون قابلة للتدوير»<sup>1</sup>.

وما يجدر توضيحه في هذا المقام أن جهود العلامة البيئية في حماية المستهلك تبقى مرهونة في الواقع بعدة أبعاد وعلى رأسها الحالة الاقتصادية للمستهلك، فالأكيد أن القدرة الشرائية للمستهلك العادي أو حتى المستهلك الأخضر تعد فاعل حقيقي في التأثير على خياراته وتوجيه قراراته الشرائية التي قد تلزمه باقتناء سلع وخدمات لا تتمثل نهائيا للاشتراطات البيئية أو لا تتمثل بما يكفي للحد أو التقليل من الضرر البيئي بالرغم من إدراكه ووعيه بالقضايا البيئية.

#### خاتمة:

في ختام هذه الدراسة يتضح أهمية هذه العلامة، فهي آلية استلزم وجودها متطلبات التوجه البيئي ضمن المجال الاقتصادي بالرغم من عدم وجود نصوص قانونية تعمل على رد الاعتداء عن هذه العلامة، والأكيد أن تميزها بخاصية الطوعية جعلتها من العلامات التي تلقى اهتماما بالغا من الحكومات والمنظمات غير الحكومية، بالإضافة إلى الشركات التجارية الكبرى.

كما يتضح من خلال هذه الدراسة دورها الفعال في حماية المستهلك من ظاهرة الغسيل الأخضر من خلال تبنيها آليات استلزم وجودها الطبيعة التي تتمتع بها هذه العلامة، التي تتمثل في نشر الوعي البيئي بما فيه الوعي الاستهلاكي البيئي، وكذا عبر طرح منتج ذا بعد بيئي.

---

<sup>1</sup> نقلا عن زكية مقري، "التسويق الأخضر في مواجهة ظاهرة الغسيل الأخضر (مقاربة لتبني التوجه البيئي)"، مجمع مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثانية، نمو المؤسسات والإقتصاديات بين تحقيق الأداء المالية وتحديات الأداء البيئي المنعقد بجامعة ورقلة يومي 22 و23 نوفمبر، ص 355-373، ص 370.

دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة  
وما يجدر الإشارة إليه أنه بالرغم من أهمية هذه العلامة، إلا أنها لم تحظى  
بتشريع خاص ضمن القوانين الناظمة لحقوق الملكية الصناعية مما يجعل آلية  
حمايتها تخضع للقواعد العامة المنصوص عليها ضمن قانون العلامات.

كما أن المشرع الجزائري وبالرغم من تبنيه البعد البيئي ضمن سياسته  
العامة، إلا أنه لم يترجم بوادرها هذا التبنّي ضمن القوانين الناظمة للمجال البيئي أو  
حتى قانون 03/06 المتعلق بالعلامات.

وعليه وجب على المشرع الجزائري التدخل بهدف مواكبة الدول في حماية  
البيئة والمستهلك عبر تبني هذا النوع من العلامات وكذا إعماله على أرض الواقع  
أخذاً بذلك تجربة الدولة التونسية.

### قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- باللغة العربية:

#### 1- النصوص القانونية:

- الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج. رقم 44، صادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.
- 2- الرسائل العلمية:
  - أمال مهري، أثر العلامة البيئية على السلوك الشرائحي المسؤول- دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين على مستوى الشرق الجزائري- أطروحة دكتوراه، التسويق الاستراتيجي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة سطيف، 2016/2017.
- 3- المجالات العلمية:
  - عبد المطلب بيبصار، " المعايير البيئية وأثرها على القدرة التنافسية للمؤسسات"، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، مجلد 03، عدد 02، 2020.
  - مطماطي راوية، فرحات حمو، " العلامة التجارية البيئية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري"، مجلة القانون العقاري والبيئة، مجلد 07، عدد 13، 2019.
  - زكية مقري، " أثار استراتيجية لسلوك الاستهلاكي المسؤول للحد من ممارسات الغسيل الأخضر"، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 06، العدد 02، 2014.
  - سليم حميداني، مريم فلكاوي، " حماية البيئة بين التزامات الإنتاج النظيف وسلوك الغسيل الأخضر"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد الرابع، العدد الأول، 2019.

## دور العلامة البيئية في حماية المستهلك ... \_\_\_\_\_ أ. وهيبة شادة

- مهري شفيقة، مهري أمال، " الوعي البيئي ومحددات الاستهلاك المسؤول لدى المستهلك- دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين على مستوى الشرق الجزائري"، مجلة أفاق للعلوم، المجلد 4، القسم الاقتصادي، العدد 16، 2019.
  - جريبي السبتي، بن خديجة منصف، بوخدنة أمنة، " أثر الوعي البيئي على سلوك المستهلكين تجاه المنتجات الصديقة للبيئة- دراسة عينة من أساتذة جامعات الشرق الجزائري"، مجلة العلوم الاقتصادية، مجلد 18 ن عدد 2، 2017.
- 5\_ الملتقيات والندوات:
- منية براهيم يوسف، "العلامة البيئية في العلاقات بين التجارة والبيئة: التجربة التونسية خطوات نحو الاستدامة"، مداخلة ضمن اجتماع الخبراء العرب حول العلاقات بين التجارة والبيئة، القاهرة، نوفمبر، 2007.

<http://css.escwa.org.lb/sdpd11-13nov07/11.pdf,02/04/2021,11:08>

ثانيا: باللغة الفرنسية:

- Jeffrey Belson, "ECOLABES : OWNERSHIP, USE, AND THE PUBLIC INTEREST", the law journal of the international trademark association, vol° 102, n°6, November-December 2012
- Fabienne Chamero, les labels sont –ils des marques ?counstruction d'un cadre conceptuel pour les labels a partir de l'avis d'experts en marketing, p 14 .
- [www.afm-marketing.org/en/system/files/publications/20160516235818\\_CHAMEROY.pdf](http://www.afm-marketing.org/en/system/files/publications/20160516235818_CHAMEROY.pdf), 06 /04/2021,19 :51
- the woolmark certification program, <https://www.woolmark.fr/industry/certification/> 06/04/2021,19:55
- Prachi gupta, " collective trade marks : an overview", munaptra intellectual property reports, v°3, October 2013
- L. 715-1 Ordonnance n°2019-1169 du 13 novembre 2019 –" Une marque de garantie est une marque ainsi désignée lors de son dépôt et propre à distinguer les produits ou les services pour lesquels la matière, le mode de fabrication ou de prestation, la qualité, la précision ou d'autres caractéristiques sont garantis".
- What is ENERGY STAR, <https://www.energystar.gov/about?s=mega> , 03/04/2021, 22 :10

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

تضليل المستهلك في جودة المنتجات ذات المؤشر الجغرافي المحمي.

## *The Title of The Intervention: Misleading The Consumer about The Quality of Products with a Protected Geographical Indication.*

مروة جزيري

جامعة باتنة 1

### الملخص

تسعى مختلف التشريعات إلى ضبط القوانين الداخلية من أجل مساهمة التطورات الراهنة وتتبع الممارسات الغير النزيهة لإضفاء الحماية اللازمة من مختلف الأفعال التي تشكل اعتداء على المؤشر الجغرافي، لذا فإن الحديث عن هذه الأفعال هو بالضرورة يشكل تضليلاً لجمهور المستهلكين، مما يؤثر على ثقة وسلامة المستهلك من جهة وعلى صاحب الحق على المؤشر الجغرافي من ناحية أخرى خاصة في ظل التعاملات الاقتصادية في إطار التعاقد الإلكتروني وكذا في ظل البيئة التقليدية، مما يتطلب معه منح ضمانات أكثر للمستهلك وضرورة توفير مبدأ الحيطة والحذر تفادياً للوقوع في الخطأ واللبس في مصدر مختلف المنتجات. وفي هذا الشأن فإنه إلى جانب جل النصوص القانونية فيما يتعلق بالحماية نجد أن لإدارة الجمارك صاحبة الرقابة على حركات تنقل المنتجات دور في عمليتي الاستيراد والتصدير لمحاربة الغش والتضليل، كما أن للاتفاقيات الدولية الدور الفعال لوضع حد لهذه الجرائم لضمان أوفر حول جودة المنتجات، فالمؤشر الجغرافي من البيانات الإجبارية التي تدخل في مجال وسم المواد الغذائية والتي تعكس مدى جودة هذه المنتجات ما يبعث الثقة لدى جمهور المستهلكين باعتباره الحجر الأساس في العلاقة الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: المؤشرات الجغرافية، التضليل، المستهلك، إدارة الجمارك، آليات الحماية.

### Summary

*up with current developments and follow unfair practices to impart the necessary protection from various acts that constitute an assault on the geographical indication, so talking about these acts necessarily constitutes misleading of the public of consumers, which affects consumer confidence and safety on the one hand and*

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

*on the other hand. The holder of the right to the geographical indication on the other hand, especially in light of economic transactions within the framework of electronic contracting as well as in the traditional environment, which requires with him to grant more guarantees to the consumer and the need to provide the principle of caution and caution in order to avoid error and confusion in the source of various products. In this regard, in addition to most of the legal texts regarding protection, we find that the Customs Administration, which has control over the movement of products, has a role in the import and export process to combat fraud and misleading, and international agreements have an effective role to put an end to these crimes to ensure more abundant quality of products. Compulsory data that are included in the field of foodstuff stamp, which reflect the quality of these products, which inspires confidence in the public of consumers as the cornerstone of the economic relationship.*

**Key words:** geographical indications; misleading; consumer; customs administration; protection mechanisms.

#### مقدمة

لعبت التطورات التكنولوجية دورا هاما في مجال تعزيز القدرة التنافسية من خلال مختلف السلع والمنتجات التي تتمتع بجودة تميزها عن غيرها في الأسواق، وهذا راجع للميزات المرتبطة بها في مجال البيئة التي أنشأت فيها، إلى جانب العنصر البشري الذي يساهم في إنتاجها مما أدى إلى وجود ركائز قانونية تحمي البيانات التي تحملها هذه المنتجات والتي يتطلب إلزاما إعلام المستهلك بها لمعرفة مكان منشأ كل السلع التي يقتنئها، وفي سبيل ذلك أصبح النطاق التنافسي بين الأعوان الاقتصاديين عرضة لأساليب الغش والخداع والتضليل الذي من شأنه أن يؤثر بشكل مباشر على حرية اقتناء المستهلك لهذه المنتجات، فلكي يكتسي المؤشر الجغرافي الصبغة القانونية للحماية لا بد من توافر شروط الحماية الموضوعية والشكلية التي من خلالها يمارس كل من تعرض للاعتداء حقه في مباشرة اجراءات رفع الدعوى وكل وسائل الدفاع.

وعلى هذا الأساس فإن مختلف الأفعال التي تمس بالمؤشر الجغرافي من خلال الغش والخداع التي يعمد إليها الأعوان الاقتصاديين في مجال المنافسة الغير الشريفة من شأنها أن تؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين مما يزعزع ثقتهم في اقتناء مختلف المنتجات.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
ولعل أهمية الموضوع تكمن في ضرورة تسخير آليات حماية يتم من خلالها  
المحافظة على حق المستهلك، والحرص على توعيته وتحسيسه بمدى خطورة  
الأعمال الغير شريفة من خلال دور الإعلام والحرص على معرفة مصدر منشأ كل  
المنتجات الغذائية والصناعية وحتى الدوائية، هذا ما يشكل مساس بشهرة تلك  
المناطق التي تتميز عن غيرها بإنتاج سلع لا يوجد مثلها في الأسواق من خلال مباشرة  
الدعاوى من كل من لحقه ضرر عن تلك الإعلانات الكاذبة المضللة، خاصة في إطار  
التعاملات الإلكترونية.

وعليه فالإشكال المطروح هو: كيف عالج المشرع الجزائري القواعد التي  
تحمي المستهلك من التضليل بشأن مصدر مختلف المنتجات؟  
وللإجابة على الإشكال المطروح فإننا ارتئينا اتباع المنهج التحليلي من خلال  
تحليل مختلف النصوص القانونية، وكذا المنهج الوصفي بشأن الوقوف عند تحديد  
أهم المفاهيم وتوضيحها بشكل مبسط مع استخدام أداة المقارنة في بعض المواطن  
مع مختلف التشريعات والاتفاقيات الدولية.

وعليه قسمنا الموضوع إلى محورين:

المحور الأول: المؤشر الجغرافي كضمانة لحماية المستهلك.

المحور الثاني: أثر حماية المستهلك من التضليل بموجب المؤشرات الجغرافية.

المحور الأول: المؤشر الجغرافي كضمانة لحماية المستهلك.

يعتبر المؤشر الجغرافي أحد أهم عناصر الملكية الصناعية، حيث يتمتع  
بأحكام قانونية تضي الحماية متى توفرت شروط حماية لذلك، ويعود اهتمام كل  
التشريعات والاتفاقيات الدولية لهذا العنصر نظرا لما يتمتع به من دور فعال في  
تمييز السلع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> : تعني كلمة سلعة كل منتج طبيعي أو زراعي أو أي منتج حرفي يدوي أو صناعي، كما تعني كلمة منتج الشخص  
الذي ينتج أو يستغل منتجات زراعية أو طبيعية أو يصنع منتجات حرفية يدوية أو صناعية أو يتاجر في هذه  
المنتجات، نقلا عن سعيد بن عبد الله بن محمود المعشري، حقوق الملكية الصناعية، ب ط، دار الجامعة الجديدة،  
عمان، 2015، ص351.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

وترجمة الجودة التي تتمتع بها من أجل كسب العملاء والجمهور وهو ما يمنح شهرة خاصة، والتي تنطوي تحت معايير خاصة ترجع أساسا للمنطقة الجغرافية التي تم إنتاج المنتجات الزراعية أو الصناعية فيها لأن المؤشر الجغرافي لا يميّز المنتجات الزراعية فحسب، بل منها الحرف التقليدية التي تعكس تقاليد منطقة معينة، بما فيها العنصر البشري الذي له دور أيضا من خلال معرفة خصائص المنطقة والذي يمتاز بالإتقان والدقة في صناعة مختلف المنتجات مما يجعلها مرتبطة بها ارتباطا وثيقا.

إن الأهمية الاقتصادية التي يعكسها المؤشر الجغرافي تمثل نقطة قوة للأعوان الاقتصاديين مما يجعل باب المنافسة مفتوحا، إلا أنّ البعض يعتمد إلى أسلوب غير نزيه يؤثر على المستهلك بهدف جذب الجمهور وعزوفهم عن منتجات العون الاقتصادي صاحب المنتجات ذات المؤشر المحمي قانونا، فمن هذا المنطلق من خلال هذا المحور نقف عند تحديد أبرز المفاهيم مما يقتضي عرض كل من مفهوم المؤشر الجغرافي والمستهلك، وتوضيح مدى ارتباط هذين العاملين من أجل مكافحة ظاهرة التضليل للمحافظة على وتيرة التنوع في مجال المنتجات ودعم الثقة لدى المستهلكين.

### أولاً: مفهوم المؤشرات الجغرافية.

بداية يمكن القول أن المؤشر الجغرافي هو عبارة على رمز يوضح منشأ منتج معين مما يجعل هذا الرمز أكثر عرضة للاعتداء، إما بجريمة التقليد التي تعتبر من أخطر الظواهر المتفشية في كافة دول العالم والتي يتطلب مكافحتها إتباع سياسات خاصة بتظافر جهود أعوان إدارة الجمارك وغيرها من المصالح المختصة التي لها الدافع الأكبر في ضمان التنمية الاقتصادية أو من خلال الغش على منتجات ذات مؤشر آخر لا يعكس خصائص المميّزة للمؤشر المستخدم.

(وبناء عليه فإن من ينتفع بمؤشر جغرافي على غير الحقيقة، إنما يسيء إلى المستهلكين والمنتجين في هذه المنطقة الجغرافية. فمن يشير إلى نوع من الشاي بتسمية دارجيلنغ على الرغم من أنه لم يزرع في بساتين دارجيلنغ للشاي يكون قد



تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
اعتدى على المؤشر الجغرافي وأساء إلى مستهلكي ومنتجي شاي دار جيلنغ،<sup>1</sup> خاصة في ظل تعود المستهلكين على اقتناء مثل هذه المنتجات والتي لها شهرة خاصة يسعى أصحابها إلى ترويجها ولها شعبية داخل المجتمع.

كما أنه (حتى يتم إعلام المستهلكين<sup>2</sup> بشكل كامل فإن القانون لا يكتفي بفرض الالتزامات على عاتق المحترفين، وإنما يضع بين أيديهم علامات مختلفة تسمح لهم بالاستعلام عن المنتجات والخدمات المعروضة في السوق).<sup>3</sup>

بالرجوع إلى التشريع الجزائري نجد الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ حيث تعرّض لتسميات المنشأ من خلال المادة 01 بقولها: ((تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يعيّن منتجا ناشئا فيه وتكون جودة هذا المنتج أو ميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية)).

يفهم من هذا التعريف أنه يقصد بتسمية المنشأ كل اسم يعيّن المنتجات التي لها علاقة لصيقة بالأرض أي بالمكان الجغرافي.

كذلك نجد أن قانون الجمارك رقم 17-04<sup>4</sup> يعرف بلد المنشأ من خلال المادة 14 بقولها: ((يعتبر بلد منشأ بضاعة ما، البلد الذي تم فيه الحصول عليها كليا أو خضعت فيه إلى عمليات تحويل جوهري ماعدا في حالة تطبيق أحكام خاصة بقواعد المنشأ التفضيلية المنصوص عليها في الاتفاقيات أو الاتفاقات التجارية التعريفية الدولية المبرمة بين الجزائر وبلد ما، أو مجموعة من البلدان أو اتحاد جمركي أو إقليم جمركي)). لذلك نجد أن كل التشريعات نظمت حقوق الملكية الصناعية واختلفت بشأن المؤشرات الجغرافية في التسميات الاصطلاحية لها.

<sup>1</sup> جمال عبد الرحمن محمد علي، أبو هشيمة عادل محمود حوتة، حقوق الملكية الفكرية، ب ط، دار الكتب القانونية، القاهرة، الإمارات، 2015، ص 35.

<sup>2</sup> الغرض من إعلام جمهور المستهلكين إنما هو من أجل ترقية مختلف المنتجات.

<sup>3</sup> بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، ب ط، دار الكتاب الحديث، سيدي بلعباس، 2006، ص 88.

<sup>4</sup> قانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998 المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017 والمتضمن قانون الجمارك ج ر مؤرخة في 19 فيفري 2017 عدد 11.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
حيث (نجد من أمثلة تسميات المنشأ تسمية روكفور للجبنة المصنوعة في إقليم روكفور في فرنسا فانضاج الجبنة في كهوف روكفور يعطيها مزايا وخصائصها المعروفة، تسمية شمبانيا للنبيد المنتج في إقليم شمبانيا شمال شرق فرنسا، وقد أنتج هذا النبيد منذ عهد الإمبراطورية الرومانية ولا يزال أحسن مشروب معتق في العالم).<sup>1</sup> كذلك تسمية هافانا للتبغ المزروع في منطقة هافانا في كوبا وتسمية توسكانا لزيت الزيتون المنتج في مقاطعة توسكانا بإيطاليا.<sup>2</sup> نجد أيضا من تسميات المنشأ في الجزائر دقلة نور بمنطقة بسكرة ومشمش نقاوس منسوبة إلى منطقة نقاوس بباتنة.

ومن جهة أخرى (تعترف اتفاقية باريس بموجب المادة الأولى بتسميات المنشأ وتسميات المصدر حيث تنص الفقرة الثانية من المادة الأولى على أنه: ((تشمل حماية الملكية الصناعية...وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ))، و الملاحظ أن (أو) الواردة في المادة تدل على أن الاتفاقية تعتبر كل من بيانات المصدر وتسميات المنشأ مصطلحا واحدا ينتهي إلى نفس المعنى، وهذا الخلط موجود حتى في النسخة الفرنسية الأصلية).<sup>3</sup>

(أما تسميات المنشأ *appellations of origin*، نجد تعريف هذا المصطلح في اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي والمعروف باتفاق لشبونة *lisbon agreement* حيث أنشأ هذا الاتفاق نظام دولي لحماية تسميات المنشأ المتمتعة بالحماية الوطنية في أحد البلدان الأعضاء في الاتفاق بل وتسجيلها دوليا، نجد من ذلك نص المادة 02 فقرة 2 من الاتفاق بلد المنشأ هو البلد الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج، أو هو البلد

<sup>1</sup>: زواوي الكاهنة، أعمال المناقشة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 15، ب س، ص 429.

<sup>2</sup>: نشأت محمد عبد الفتاح، الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية، طرابلس لبنان، 29/ 30 نوفمبر 2011، ص 05.

<sup>3</sup>: بن الشيخ حسين، الحماية القانونية للمعلومات والمعارف السرية في ضوء التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في الملكية الفكرية، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015، ص 48.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي يمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها  
المنتج).<sup>1</sup>

نستنتج من خلال هذا التعريف أن تسمية المنشأ هي نوع من بيانات المصدر  
والتي تدل بالضرورة على المكان الجغرافي المرتبطة به بيئة تدل على جودة المنتجات.

أما عن تسمية المصدر فهي ما يدل على مصدر المنتج، يعني أنها لا تضمن  
جودته في حين أن تسمية المنشأ هي الاسم الجغرافي وهي من يحدد جودة المنتج، فهي  
ما يعبر عن النطاق الجمركي للمنتجات ولعل تداخل المفاهيم يتطلب منا توضيح أكثر  
للمصطلحات ودقتها وإزالة كل لبس لذلك فإن بيان المصدر *indication of*  
*source* هو (كل عبارة أو إشارة تستعمل للدلالة على أن سلعة ما أو خدمة ما تأتي  
من بلد أو منطقة أو مكان معين، ومن ثمة فإن بيان أية خصائص بها راجعة بصورة  
أساسية إلى منشأها الجغرافي).<sup>2</sup> من أمثلة ذلك عبارة صنع في سويسرا *made in*  
*swiss* معناه أن بلد الإنتاج في هذه الحالة هو سويسرا.

كما نجد من ناحية أخرى قرار مؤرخ في 27 رجب عام 1437 الموافق 5 مايو  
سنة 2016 يحدد القواعد المتعلقة بإجراء الاعتراف بتسميات المنشأ والأسماء  
الجغرافية وعلامات الجودة الفلاحية جريدة رسمية عدد 76 ص15، حيث جاء ينص  
على طلبات الاعتراف وأحكام تتعلق بالاعتراف والتسجيل وكذا الإلغاء وغيرها، مما  
يستشف أخذ المشرع بمصطلح الاسم الجغرافي من خلال هذا القرار.

وهذا ما اتجهت إليه اتفاقية تريبس غير أن هذه الأخيرة لم تنضم إليها  
الجزائر لكنها بصدد الانضمام إليها، حيث يتطلب منها تعديل القوانين الداخلية بما  
يتوافق مع أحكامها المنصوص عليها. فالجزائر انضمت لاتفاقية باريس والتي بدورها  
تطرق إلى تسميات المنشأ في نصوصها شأنها شأن الجزائر باعتبارها الاتفاقية الأم  
والدستور العالمي لكل الدول الأعضاء، كما أن اتفاقية تريبس جاءت معرفة  
للمؤشرات الجغرافية من خلال مادتها 22 فقرة 01.

<sup>1</sup>: نشأت محمد عبد الفتاح، الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية، المرجع السابق، ص4،5 .

<sup>2</sup>: المرجع نفسه، ص04.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

وعليه فإن بيانات المصدر تعتبر أشمل من المؤشرات الجغرافية والمؤشرات الجغرافية أشمل من تسميات المنشأ، وبالتالي يمكن اعتبار أن كل تسمية منشأ مؤشرات جغرافية لكن العكس غير صحيح، مما يفهم بأن المؤشرات الجغرافية في منظور اتفاقية تريبس إنما تحوي بيانات المصدر وتسميات المنشأ.

نخلص إلى أن للمؤشرات الجغرافية خصوصية مميزة لها، خاصة ارتباط المؤشر ببعض المعاني الإنسانية قد تكون زراعية صناعة تقليدية أو حرفية ترتبط بتقاليد الإنسان، وخاصة الاستئثار بها والاستفادة منها، وكذا خاصة تأثير المنطقة الجغرافية على نوعية المنتج وخاصة عدم انتقال الإنتاج بالإضافة إلى تأثيرها على الاقتصاد وفوائدها التي تعود للمنتجين والمستهلكين.<sup>1</sup>

(وكما يجب أن نشير إلى أن اتفاقية مدريد *madrid* المبرمة في 14 أبريل المتعلقة بقمع بيانات المصدر أو المنشأ المزورة أو غير القانونية، تهدف إلى تحقيق الائتمان في التجارة الدولية وحماية بيانات المصدر).<sup>2</sup>

فمتى تواجدت سلع أو بضائع تحمل بيانات مضللة فإنه يتم اتخاذ التدابير بشأنها كما يتم حجزها وبالتالي فإن الحديث عن المؤشر الجغرافي يجعلنا نوضح مفهوم البضاعة، والتي تحمل هذا المؤشر الجغرافي.

(البضاعة كل منقول يكون محل للتعامل سواء كان ناتج من زراعة أو صناعة وسواء كان صلباً أم سائلاً أو غازياً).<sup>3</sup>

وفي إطار تحديد ما يميز المؤشرات الجغرافية عن تسميات المنشأ فإن المؤشرات الجغرافية تحدد سلعة ما بمنشئها في مكان معين وبالاستناد إلى منشأ السلع لا يربط المستهلك بين السلعة والجودة في حين أن تسميات المنشأ هي نوع

---

<sup>1</sup>: انظر برايم سليمان، الإطار القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية في إقليم كوردستان، جامعة سوران، جامعة إيشك، 2018، ص1481.

<sup>2</sup>: فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، ب ط، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران 2001، ص 397،398.

<sup>3</sup>: معوض عبد التواب، جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، الجزء 1، ط1، ب دار نشر، 2003، ص45.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
خاص من المؤشرات الجغرافية فالمصطلح محدد في اتفاقية باريس ومعرف في اتفاق  
لشبونة.<sup>1</sup>

وعليه باعتبار أن تسمية المنشأ هي التسمية الجغرافية لجهة ما أو جزء منها،  
تستخدم للدالة على منتج نشأ داخل هذه الجهة حيث تعود نوعيته أو خصائصه  
كلياً أو أساساً للبيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية، بينما يعني  
المؤشر الجغرافي هو المؤشر الذي يحدد منشأ المنتج في جهة أو منطقة حيث تعود  
السمعة لهذا المنتج بصورة أساسية إلى منشئه الجغرافي فنقطة التمييز بينهما هو  
أن تسمية المنشأ تمنح عندما تكون نوعية المنتج عائدة بشكل كلي أو أساسي  
للمنطقة الجغرافية، بينما نكون أمام مؤشر جغرافي عندما تكون النوعية عائدة  
بشكل حصري أو أساسي إلى منطقة جغرافية محددة وجوهر الفرق بينهما هو كلمة  
كلياً والتي تتعلق بالتسمية وكلمة أساساً التي تعود للمؤشر، ومعناهما أن المؤشر  
الجغرافي لا يشترط لتوفره أن تكون المزايا عائدة كلياً إلى المنطقة الجغرافية بل  
يمكن توفره في سلعة تعود نوعيتها بصفة أساسية فقط لهذه المنطقة.<sup>2</sup>

ثانياً: تحديد مفهوم المستهلك.

عرف تحديد مفهوم المستهلك جدلاً كبيراً فقد اهتمت بتحديد مفهومه  
مختلف التشريعات، وكذا الفقه والاقتصاديين فهناك من يعرفه من منظور ضيق  
وهناك من يعرفه من مفهوم واسع، ولعل الهدف من ذلك هو إضفاء الحماية  
القانونية لهذا المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاقتصادية، نظراً لأن  
هناك من يفتقر لدور الإعلام الذي يعتبر حقه من قبل أي متدخل من أجل معرفة  
ما يقتنيه من مواد تسد رغباته واحتياجاته الشخصية.

(فالمقصود بالمستهلك بالمفهوم الواسع الشخص الذي يحصل على السلع  
والخدمات المتنوعة، كما هو الحال بشراء المواد الغذائية وغيرها من الأغراض،  
والمستهلك المقصود بالحماية والاهتمام هو الشخص الذي يسعى للحصول على

<sup>1</sup> : انظر المنظمة العالمية للملكية الفكرية، مقدمة المؤشرات الجغرافية، ص13.

<sup>2</sup> : انظر عجة الجيلالي، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، ج4، ط1، مكتبة زين الحقوقية والأدبية،  
الجزائر، 2015، ص250.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
متطلباته الأساسية أو الكمالية منها وغيرها من الخدمات والوسائل التي تعينه على  
الحصول على متطلبات حياته من غذاء وكساء وأدوات للاستعمال الضروري أو  
للزينة والرفاهية وما يشابه ذلك من الأشياء التي يحصل عليها من الأسواق على  
أساس التعامل مع التجار، وأصحاب المهن والحرف).<sup>1</sup>

أما عن المستهلك في المفهوم الضيق هو كل شخص يقتني أو يستعمل سلعة أو  
خدمة لغرض غير مهني أي من أجل إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، أي هو كل  
شخص طبيعي يحصل على السلع والخدمات عن طريق البيع أو التأجير أو القرض أو  
التأمين وغيره، ويدخل ضمن مفهوم المستهلك هو من يستعمل تلك السلع والخدمات  
لغرض غير مهني فاقتناء السلعة من قبل أطراف العائلة يعتبر هؤلاء مستهلكين.<sup>2</sup>

أما بالنسبة للمشرع الجزائري نص على مفهوم المستهلك من خلال المادة 3  
الفقرة 1 من القانون 03-09<sup>3</sup> بقولها: ((كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو  
مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية  
أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به)).

من جهة أخرى نجد أن الاقتصاديين حاولوا تحديد مفهوم للمستهلك  
باعتباره طرف مهمّ يتطلب الحماية نتيجة لكل اعتداء طالما هو صاحب مصلحة  
ويسهر على اقتناء ما يخدمه دون ضرر، فلا بد من حماية حقه بكل الوسائل إما عن  
طريقه باعتباره طرف مدني أو بواسطة جمعيات حماية المستهلك وغيرها من لهم  
الصلاحيات في التدخل وضمان كل حق يتم الاعتداء عليه بطرق غير نزيهة.

وبالتالي فإن تعريفه من الناحية الاقتصادية نجد *hugues michel et sumpf joseph*  
عرفه بأنه: (الشخص الذي يشتري منتجات للاستعمال الشخصي،

<sup>1</sup> : رباح غسان، قانون حماية المستهلك، ط2، مكتبة زين الحقوقية والأدبية، بيروت، 2011، ص18.

<sup>2</sup> : انظر بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق  
والعلوم السياسية جامعة أو بكر بلقايد تلمسان، 2013/2012، ص34.

<sup>3</sup> : القانون رقم 03-09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك  
وقمع الغش ج ر العدد 15 ص 13، المعدل والمتمم بالقانون 18-09 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق  
10 يونيو سنة 2018 ج ر عدد 35، ص5.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
على أن نأخذ بعين الاعتبار متغيرات نابغة من الفرد ذاته، ومتغيرات خارجية وكذلك  
خصائص المنتج مع ضرورة الربط بين هذه المتغيرات الثلاث).<sup>1</sup>

فحماية المستهلك تنصب على تجسيد آليات تضمن حقوقه وضرورة  
الحصول عليها، مما يضمن سلامته وصحته مهما اختلفت طريقة التعاقد التي يبرمها  
المستهلك مع المتدخل أو العون الاقتصادي في هذا الشأن.

وبالرجوع إلى أحكام المحكمة العليا لا نجد حكماً يتضمّن تحديد مفهوم  
المستهلك، وعليه فإنه بالرجوع لمحكمة النقض الفرنسية نجدها أصدرت حكماً  
بتاريخ 28 أبريل 1987 يعتبر شركة تجارية بوصفها مستهلك تستفيد من نصوص  
قانون 10 يناير 1978 الخاص بحماية المستهلك للسلع والخدمات من الشروط  
التعسفية على الرغم من أنها شخصاً معنوياً يباشر أنشطة تجارية في مجال  
العقارات، من خلال هذا الحكم يتضح أن قضاء فرنسا بعدما كان يتبنى المفهوم  
الضيق للمستهلك انتهج مجالاً آخر من خلال توسيع نطاق الحماية لتشمل المبي  
مثل المستهلك العادي.<sup>2</sup>

أما عن الاستهلاك فهو عملية اقتصادية تمثل الحلقة الأخيرة في سلسلة  
العمليات الاقتصادية التي تحصل في إطار الجماعة، والتي تمر انطلاقاً من مرحلة  
استخلاص المواد الأولية وصولاً إلى كونها محددة للاستهلاك إما أغذية أو أدوات بين  
يدي المستهلك.<sup>3</sup>

وبالتالي إن الحديث على المستهلك وتحديد مفهومه يعني إعطاء أبعاد الحماية  
وتقرير حقه في الحماية الصحية من جهة وضمنان مصلحته الاقتصادية من جهة  
أخرى.

من خلال ما تم عرضه من تحديد المفاهيم ومدى ربطها بالموضوع هو تلك  
الأحكام التي تعكس حماية هذا المستهلك من خطر الجرائم التي يرتكبها المتدخلين،

---

<sup>1</sup>: سلامي فيروز، بندي عبد الله عبد السلام، الرقابة على الجودة لحماية المستهلك في القطاع الغذائي الزراعي -  
دراسة ميدانية-، مجلة الحقيقة، العدد 33، ص 80.

<sup>2</sup>: انظر بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، المرجع السابق، ص 37.

<sup>3</sup>: انظر رباح عثمان، قانون حماية المستهلك الجديد، المرجع السابق، ص 19.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
ففي مجال تسميات المنشأ من خلال نص المادة 30 من الأمر 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ نجد أن مجرد بيع منتجات تحمل تسمية منشأ مقلدة لا تعكس مصدر المنتج الحقيقي، فإنه يتحقق معها الركن المادي مما يتطلب قيام المسؤولية جراء جريمة التقليد وهو ما سبب تضليلا وخط في ذهن المستهلك.<sup>1</sup>

وعلى هذا الأساس تتجلى أهمية البيانات لأن جموع المستهلكين يتخذون قرار شراء سلعة معينة بناء على تلك البيانات التي تمثل حقيقة وطبيعة المنتجات ومصدرها، فعدم ظهورها أو عدم صحتها يدخل جمهور المستهلكين ويفقدتهم الثقة في هذا المنتج.<sup>2</sup>

## المحور الثاني: أثر حماية المستهلك من التضليل بموجب المؤشرات الجغرافية.

إن الأصل في قواعد التجارة هو مبدأ المنافسة الحرة وهو ما يترجم المبدأ المكرس دستوريا في أن حرية الصناعة والتجارة تمارس في إطار القانون ما يعني ذلك هو عدم الإخلال بالقواعد المحددة قانونا، ففي مجال اجتذاب المستهلكين وخلق جو المنافسة باعتماد أساليب غير مشروعة يجعل المستهلك في مركز ضعيف يتطلب الحماية والذي يصعب عليه تحديد المنتج الأصلي من المزيف بشأن مصدره.

وتعددت وسائل التعامل مع المستهلك باعتباره متعاقدًا مع الطرف الآخر خاصة في ظل التطورات الراهنة وظهور وسائل تكنولوجية حديثة، مما جعل ذلك يخلق نمط وقاعدة يتم من خلالها التواصل مع الغير إلكترونيا عن طريق ما يسمى بالعقد الإلكتروني، ولهذا السبب من خلال هذا المحور نتطرق إلى بعض القواعد التي تتضمن الحماية المسخرة للمستهلك في إطار البيئة التقليدية من خلال المعاملات العادية بين المستهلك والمتدخل، وكذا تسليط الضوء على المعاملات التي تتم إلكترونيا و ما ينجم عنها من تضليل وإعلانات كاذبة من شأنها أن تضلل جمهور

<sup>1</sup> : انظر عكروم عادل، الحماية الجزائرية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد5، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر باتنة، مارس2015، ص288.

<sup>2</sup>: انظر الجنيبيهي منير محمد، الجنيبيهي ممدوح محمد، العلامات والأسماء التجارية، ب ط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000، ص 36.



تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
المستهلكين وتفقدتهم الثقة في جودة المنتجات المعروضة، وهذا راجع لمدى مصداقية  
الجهات التي تتقصد ارتكاب جريمة التقليد بتمثيل مصدر منتج معين والذي بدوره  
معتاد عليه بالاقتناء من قبل المستهلك، مما يوقعه في الخلط بسبب الإشهارات  
والإعلانات وكل هذا ينطوي تحت المنافسات غير المشروعة والتي تصدى لها القانون  
من خلال القواعد العامة والتي تمنح من خلالها صاحب الحق المتضرر المطالبة  
بالتعويض، وكل من له مصلحة في ضمان حقه خاصة وأنها تحت لواء الدعوى  
الوقائية.

### أولاً: حماية المستهلك في البيئة التقليدية.

بداية يمكن القول أن التعاقد الذي يكون بين المستهلك والمتدخل يكون في  
إطار تعاملات تقليدية أي بدون توفر وسيلة إلكترونية، وهو عادة ما يتم بالعرض  
والطلب مما تتحقق معه نتيجة توفر كل حاجيات المستهلك وتسد رغباته وقناعته  
بجودة ذلك المنتج ومصدره الموثوق، لكن عندما يكون هناك أساليب غير مشروعة  
عن طريق أسلوب التضليل والغش والتدليس فهنا يتطلب وجود أسانيد قانونية  
تكفل حماية للمستهلك وضرورة معرفة مدى كفايتها لكي يمارس كل من له مصلحة  
حقوقه والدفاع عنها.

بالرجوع إلى موضوع التضليل فقد عرفته الفقرة 03 من المادة 03 من  
القانون 02-04<sup>1</sup> المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بنصها: ((كل إعلان  
يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات، مهما كان  
المكان أو وسائل الاتصال المستعملة)).

حيث نجد نص المادة 28 من القانون 02-04 السالف الذكر تنص على أنه  
يكون الإشهار تضليلياً وبالتالي ممنوع وغير شرعي لا سيما: ((إذا كان يتضمن  
تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو  
خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته، يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس  
مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه...)).

<sup>1</sup>: القانون 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2006 يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج ر عدد 14 المعدل  
والمتمم بالقانون رقم 10-06 مؤرخ في 18 أوت 2010 ج ر عدد 46 سنة 2010.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

يفهم من هذا الصياغ أن المقصود من البيانات إنما تلك التي تتعلق بوسم الأغذية والتي تتعلق بصفة مباشرة بمصدر المنتجات الحقيقية التي تحمل مؤشرا جغرافيا محميا قانونا، فلا يصح أن يعمد العون الاقتصادي أو المؤسسات في سبيل التنافس وجذب العملاء أن تدعي أن منتجات ما تأتي من مكان جغرافي معين وهو محمي أنها صنعت في ذلك المكان وهو مخالف لحقيقة منشأ هذه السلعة ولا يحمل ولا جزء صغير من صفاتها ولا خصائصها، وبالتالي نكون أمام أحد صور المنافسة الغير المشروعة التي تتطلب توقيع الجزاء العقابي والمطالبة بالتعويض متى وجد هناك ضرر وتبين أفعال المنافسة غير النزيهة وباشرت المؤسسات إشهارات تضليلية لتستقطب الجمهور بحيث تسحب جمهور المنشأ الحقيقي الذي يتمتع بشهرة خاصة وطنيا وحتى عالميا بحكم جودة تلك المنتجات التي صنعت فيه أو أنتجت داخله.

وفي هذا الشأن فإن خداع المتعاقد الآخر يعتبر أولا خطأ مدنيا يثير المسؤولية العقدية لمرتكبه كما أن هذا التصرف قد يكون في مرحلة ما قبل التعاقد ما يترجم مرحلة الإشهار التضليلي، حيث يشكل هذا الطابع العامل الأساسي لقيام الجنحة المنصوص عليها في نص المادة 28 السالفة الذكر، حيث نصت على بعض الأمثلة كالإشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتج أو الخدمة، مما يؤدي بالالتباس مع منتجات البائع الأخر ذات المنشأ الحقيقي على سبيل المثال وبالتالي فإن تقديم الطابع التضليلي من طرف القاضي يتم بالرجوع إلى معيار المستهلك المتوسط الذكاء *consommateur moyen* العادي النبیه والحريص *le bon père de famille* والمعروف في القانون المدني.<sup>1</sup>

وبالتالي فلكي تتحقق جريمة التضليل أو إيهام الجمهور فلا بد من توافر أركان يتمحور أهم ركن في العنصر المادي المتمثل في إيهام جمهور المستهلكين بأن السلعة تتضمن تسمية يتبين للمتعاملين أنها حقيقة المنشأ للمنتج المعروض للبيع، أو وجد إشهار تضليلي يتعلق به، بالإضافة إلى الركن المعنوي الذي يثبت توفر القصد تحقيق الواقعة الإجرامية من خلال الإضرار بالغير دون أن يهتم بمصير المستهلك حتى، لأن ما

1 : انظر كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، ب ط، منشورات بغدادي، الجزائر، ب س ن، ص 120.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
يهمه هو وصوله لكسب الربح وجذب المستهلكين لمنتجاته وهذا ما ذهب إليه المشرع  
المصري من خلال حصر أفعال المنافسة غير المشروعة.

من ناحية أخرى نجد أن اتفاقية تريبس نصت على ثلاث مواد تتعلق بتحديد مفهوم المؤشر الجغرافي وتحديد المعايير العامة لحمايته فمن خلال نص المادة 22 من الاتفاقية نجدها وضعت معايير تتلخص في ثلاث محاور، وهي تدور في فلك الحماية الأول أن لا تستخدم أي وسيلة تزيف حقيقة المؤشر الجغرافي بما يؤدي إلى التضليل أو المنافسة غير المشروعة، والثاني أن لا تسجل العلامة التجارية أو تبطل إذا تألفت من مؤشر مزيف أو مؤشر يؤدي إلى تضليل الجمهور بشأن منشأ السلعة، والثالث أن لا يكون المؤشر لذاته يؤدي إلى تصور كاذب بالرغم من صحته كأن يصور للجمهور كذبا أن السلع المعينة نشأت في مساحة جغرافية أخرى رغم أنها صحيحة حرفيا فيما يتعلق بالإقليم الذي نشأت فيه، أو أي رقعة أو منطقة منه.<sup>1</sup>

(وركزت الاتفاقية تفصيلا على حماية إضافية خاصة بالمؤشرات الجغرافية للمشروبات الكحولية نظرا لرواج تجارة هذه السلع دوليا وكثرة الخداع والتضليل المرتبط بها).<sup>2</sup>

فمثلا عندما نجد منافس يوضح بأن هذا المؤشر الجغرافي تقليدا لا يمكن أن نعتد به فهو يبقى فعلا غير مشروع، (كما إذا قام منافس باستخدام مؤشر جغرافي لترويج سلعة ما حتى ولو أوضح هذا المنافس المنشأ الحقيقي لها أو ذكر أنها مقلدة أو أنها إحدى أصنافها أو أنواعها، فمثلا إذا قام بالإعلان عن نوع من المشروبات الكحولية التي ينتجها وذكر أنها تقليد كالفادوس *calvados* فإنه يعتبر وفقا للمادة 23 من اتفاقية التريبس معتديا على المؤشر الجغرافي الأصيل حتى على الرغم من عدم حصول تضليل للجمهور).<sup>3</sup>

<sup>1</sup> : انظر خاطر صبري حمد، تفريد قواعد تريبس في قوانين الملكية الفكرية، ب ط، دار الكتب القانونية، مصر الإمارات، 2012، ص103.

<sup>2</sup> : زروتي الطيب، الدولي للملكية الفكرية تحليل ووثائق، ط 1، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004، ص109.

<sup>3</sup> : محمد بن جلال وفاء، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، ب ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000، ص126.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

كما أن المشرع المصري يرحب بالحكمة التشريعية من توفير الحماية القانونية لمنتجات وسلع منطقة جغرافية معينة يقتضي ضمنا أن تتمتع هذه المنطقة الجغرافية بشهرة خاصة تبرر إقبال الجمهور عليها.<sup>1</sup> ففي هذا الصياغ لا يتصور أن يستخدم تاجرا مؤشرا جغرافيا على سلعة لا يتمتع بشهرة كبيرة فيها رواج كبير.

وفي هذا الشأن نشير إلى حكم صادر عن محكمة النقض الفرنسية عن الغرفة التجارية والمالية والاقتصادية تحت رقم 366 المؤرخ في 14 أبريل 2021 (17-822.25)، في نزاع يتعلق بتسمية منشأ المحمية "جبنة مورير"، حيث تم الإشارة فيه من خلال الفقرات المذكورة (... أن الأسماء المسجلة والمرتبطة بالمنتجات محمية من أي إشارة كاذبة أو مضللة فيما يتعلق بمصدر المنتج أو أصله أو طبيعته أو صفاته الجوهرية التي تظهر على الغلاف أو العبوة... الخ، كما تم الإشارة في الفقرة "د" على أنّ أي ممارسة أخرى من شأنها تضليل المستهلك فيما يتعلق بالمنشأ الحقيقي للمنتج (...).<sup>2</sup> وهنا يستنتج أن أي مؤشر محمي فهو حماية آلية للمستهلك من كل اعتداء على مصدر المنتجات، لكونها تحمل خطورة تؤثر على سلامة المستهلك الذي ينبغي تعزيز حمايته أكثر لأنه العنصر الفعال في العلاقة الاقتصادية.

إن الاتفاقيات الدولية جاءت لحماية أصحاب الحقوق بالدرجة الأولى مما يستشف منها بأنها حماية آلية للمستهلك نجد من ذلك اتفاقية مدريد الخاصة بقمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لسنة 1891.

لذلك نجد أن الغاية من هذا الاتفاق أن كل سلعة التي تحمل بيانا زائفا أو مضللا حول مصدرها ويشار فيه "أي البيان الزائف أو المضلل" بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى أن إحدى الدول المتعاقدة أو أي مكان فيها هو البلد أو المكان الأصلي لتلك السلع، يجب حجزها عند الاستيراد أو حظر استيرادها أو اتخاذ التدابير والعقوبات الأخرى، كما أنه يحظر استخدام أي بيان دعائي التي من شأنها أن تخدع الجمهور فيما يخص مصدر السلع عند بيعها أو عرضها للبيع، حيث تختص محاكم

<sup>1</sup>: انظر أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، ب ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010، ص133.

<sup>2</sup>: نقلا عن [www.courdecassation.fr2021/08/08](http://www.courdecassation.fr2021/08/08) 16:53pm

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
كل دولة متعاقدة بالبت في مسألة التسميات التي لا تخضع لأحكام هذا الاتفاق  
باستثناء التسميات الإقليمية الخاصة بمصدر منتجات النبيذ.<sup>1</sup>

وعليه فإن كل فعل يتضمن تضليل للجمهور حول منشأ ومصدر المنتجات  
المعروضة، فإنه شكل فعل غير مشروع يتطلب العقاب من جهة وتوفير حماية من  
جهة أخرى للمستهلك.

خاصة أن لدعوى المنافسة غير المشروعة وظيفة وقائية إلى جانب دورها في  
التعويض عن الضرر فلها نطاق واسع يمتد ليشمل التعويض عن الضرر، فضلا  
عن حماية حقوق الملكية الصناعية.<sup>2</sup>

ففي سبيل الحماية أنيطت لجمعيات حماية المستهلك دور فعال في حماية  
الحقوق الثابتة لجمهور المستهلكين، وبالرجوع إلى نص المادة 65 من القانون 02-04  
المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر نجده أعطى مكنة  
مباشرة دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قائم بجريمة التقليد من خلال  
المطالبة بالتعويض عما لحق من ضرر.<sup>3</sup>

لذلك فإن المستهلك يلعب دورا هاما في تفعيل الحماية من منطلق أنه  
صاحب المصلحة الأولى ويمكن لعب هذا الدور الفعال في الحماية من خلال  
التنظيمات المختلفة التي يعمل ضمنها، مما يتيح كشف الممارسات التجارية التي  
تقود إلى الإخلال بحماية المستهلك، كما يتعين عليه الحذر بالنسبة للسلع المستوردة  
والتأكد من أمرين أولهما البلد الأصلي للسلعة واسم البلد الذي صنعت فيه إضافة  
إلى ضرورة وجود رقم رخصة التصنيع من البلد الأصلي للسلعة، وفي هذا الشأن  
فترجع مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر إلى وزارة التجارة، حيث

---

<sup>1</sup>: انظر زين الدين صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، ط3، دار الثقافة، عمان، 2015، ص300.  
<sup>2</sup>: زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط2، الحامد للنشر والتوزيع، عمان  
الاردن، 2007، ص121.  
<sup>3</sup>: انظر لعوارم وهيبه بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الجزائر، 2015،  
ص265.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
تتولى تنفيذ نظام مراقبة السلع الغذائية وغير غذائية والخدمات ومدى مطابقتها  
واستجابتها لمعايير ومقاييس الجودة والصحة.<sup>1</sup>

لذا فإن لوزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية دور فعّال وملموس في إطار  
الحماية للمستهلك، حيث أنها تتولى تنفيذ سياسة الدولة من الإشراف على عملية  
تصدير واستيراد السلع الغذائية والمنتجات بالإضافة إلى التنسيق مع بعض الوزارات  
والأجهزة التي تعمل على الحماية،<sup>2</sup> من بينها دور إدارة الجمارك في ضبط البضائع  
ذات المؤشر الجغرافي المحمي التي تم وسمها على مواد غير منشأها الأصلي فهي تعتبر  
الواجهة الأمامية للدولة، وتسهر على المحافظة على الاقتصاد الوطني في سبيل  
محاربة كل السلع المغشوشة والتخلص منها خارج القنوات التجارية والعمل على  
تنفيذ إجراءات المعاينة والحجز وفقا للمحاضر الجمركية وغيرها من الإجراءات وهو  
ما يترجم آليات الحماية للمستهلك بغض النظر عن العقوبات المسلطة عن المهم  
الرئيسي الذي قام بتضليل جمهور المستهلكين.

#### ثانيا: حماية المستهلك في البيئة الرقمية.

أحيانا يلجأ المتدخل إلى الإعلان عن السلعة عن طريق أجهزة الإعلام  
والاتصال وهو ما يدعى بالبيئة الرقمية، مما يدفع المستهلك إلى التعاقد لذا ينبغي  
تظافر الجهود والحرص على سلامته من المعاملات التي تتم عن طريق الإعلانات  
الإلكترونية.

وبالتالي فإن الغش ينطوي على مصدر السلعة ومنشأها الحقيقي الذي ينبغي  
المحافظة على جودته من خلال المنطقة أو النطاق الجغرافي الذي يأتي منه.

(ويكون الغش حاصلا في مصدر البضاعة إذا كان الشيء المبيع من مصدر آخر  
غير المتفق عليه بشرط أن يكون للمصدر أثر في تعيين جنسه، وهذا المصدر يرجع إما

---

<sup>1</sup>: انظر دزيري حفيظة، حقوق الملكية الصناعية أثر ظاهرة التقليد على المستهلك، ب ط، دار الهدى، الجزائر، ب  
س ن، ص 127، 128.

<sup>2</sup>: انظر خلف أحمد(محمد محمود علي)، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشرعية  
الإسلامية دراسة مقارنة، ب ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005، ص 500.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

إلى الإقليم الذي تنبت فيه البضاعة أصلاً إذا كانت مما يزرع أو تنشأ فيه وذلك كبيع بساط تركي باسم بساط عجمي<sup>1</sup>.

لذلك تعمل إتفاقية تريبس على حماية المؤشرات الجغرافية ومن استخدامها بقصد التضليل حيث توجي للمستهلك أن السلعة المعينة نشأت في إقليم جغرافي معين غير منشأها الحقيقي، فقد يحدث وأن يقوم شخص ما باستخدام مؤشر جغرافي حقيقي على سلع نشأت في الإقليم الجغرافي الذي يشير إليه المؤشر لكنه يقوم بتضليل الجمهور، ويضع على السلعة مؤشراً يفيد أن هذه السلعة نشأت داخل إقليم جغرافي مخالفاً لحقيقته الذي أنشأ فيه أصلاً، كأن تكون السلعة من البن اليمني وعلماً مؤشراً جغرافياً بن يمني *yemen coffee*، وهو مؤشر حقيقياً فيقوم شخص آخر بوضع مؤشر جغرافي آخر يفيد بأنه من البرازيل وليكن بن برازيلي، بحيث يعتقد معه المستهلك أن هذا البن أنتج فعلاً في البرازيل وليس في اليمن حيث ترجع الأسباب لترويج هذه السلع ونيل الشهرة وقد تكون بإضرار بسمعة المنتج الأصلي<sup>3</sup>.

وعلى هذا الأساس يعتمد بعض المنافسين إلى اختراق مواقع أصحاب المنتجات ذات الجودة العالية والتي تتمتع بمنشأ مشهور، لأن صاحب المنتج الحقيقي يخصص موقع لترويج مختلف هذه المنتجات ولكي يسهل على المستهلك التعامل عن بعد في إطار العلاقات الإلكترونية الدولية، وفي هذا الشأن يصبح المستهلك حيال هذه القرصنة ضحية هذه المعاملات الغير النزهة رغم أن القرصنة تخص المصنفات الرقمية.

حيث أدت القفزة الرقمية في العالم إلى إحداث أثر بالغ على كافة جوانب الحياة وكان لها أثر مباشر على الملكية الفكرية بالتحديد، فمتى كان استغلال الوسائل الإلكترونية قصد بتضليل المستهلك فإنه يفتح الباب لصاحب المصلحة

<sup>1</sup>: مع العلم أن المصدر الحقيقي لهذا البساط كونه إيراني.

<sup>2</sup>: معوض عبد التواب، جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، ج1، المرجع السابق، ص50.

<sup>3</sup>: انظر، اللهبي حميد محمد علي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011، ص253.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
برفع دعواه أمام المحكمة المختصة، بطلب منع استخدام أي مؤشر جغرافي إذا كان  
من شأن هذا الاستخدام تضليل المستهلك بشأن المنشأ الحقيقي.<sup>1</sup>

فتقتضي ضرورات الحياة حماية مصلحة المستهلك ومنع كل ممارسة  
احتكارية والمحافظة على وتيرة المنافسة النزيهة من كل غش صناعي أو تجاري  
والإعلانات الكاذبة المضللة، والعمل على تزويد المستهلك بكافة المعلومات التي تمكنه  
من التعرف أكثر على ما يقنيه، كما له كامل الحق في الاستماع إليه حول أي إشكال  
أو شكوى تقدم من قبله من جراء الغش.

فلقد أدى ضعف الحماية القانونية التي توفرها النظرية التقليدية للالتزامات  
في شأن حماية المستهلك والتطور التكنولوجي المتسارع إلى ضرورة إصدار تشريعات  
تهدف في المقام الأول لحماية المستهلك لذلك تعددت مبررات حماية المستهلك في  
العقد الإلكتروني، والتي يكمن مردها إلى ثلاث أسباب جوهرية أولها التطور الحديث  
في شبكة المعلومات الدولية، وثانيها حاجة المستهلك إلى مختلف الخدمات  
الإلكترونية وآخرها قلة الوعي والثقافة المعلوماتية لدى المستهلك.<sup>2</sup>

وما تجدر الإشارة إليه في مدى علاقة قانون المنافسة بقانون حماية حقوق  
المستهلك أن كلا من القانونين هما من عائلة واحد، وهي عائلة القانون الاقتصادي  
فهما أداتين جوهريتين من أدوات السياسة الاقتصادية، كما يتمحور حق المستهلك  
في توعيته ومعرفة كل ما هو مطروح من سلع وخدمات بالإضافة إلى ضرورة ( معرفة  
المستهلك بكل ما يرتبط بعناصر السلعة أو الخدمة التي يحتاجها، وقد يكون ذلك  
من خلال زيادة معرفته بأهمية وفوائد المنافسة وتحرير الأسعار وما يتيح له فرصة  
للتفاوض على السعر الذي يتفق مع قدراته الشرائية).<sup>3</sup>

<sup>1</sup>: انظر عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت، ب ط، دار  
الجامعة الجديدة، 2008، ص 19، 86.

<sup>2</sup>: انظر منصور أحمد عصام، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني، ب ط، دار الجامعة الجديدة،  
الإسكندرية، 2019، ص 61، 62.

<sup>3</sup>: الشناق معين فندي، الإحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010، ص 64.



تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

وإذا ما رجعنا إلى تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني فإن القانون رقم 18-05<sup>1</sup> حدد مفهومه في المادة 6 منه فقرة 3: ((كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي)).

وفي صياغ ذات المادة تنص الفقرة 6 منها على الإشهار الإلكتروني بقولها (( كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية)).

غير أنه باعتبار أن اتفاقية تريبس تكفل حماية إضافية للمؤشرات الجغرافية المرتبطة بالمشروبات الكحولية إلا أن القانون رقم 18-05 يمنع أن تكون محلا للمعاملات التعاقدية في البيئة الرقمية، وهو ما أشارت إليه نص المادة 3 فقرة 2 حيث تنص هذه المادة على أنه: ((تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي - لعب القمار والرهان واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية)). وأقرت عقوبات لذلك بناء على نص المادة 37 منه حيث يعاقب بغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج كل من يعرض للبيع، أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني، المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 3 من القانون ذاته.

لذلك فإن النص على العقوبات يعني المنع حماية للمستهلك، وما تجدر الإشارة إليه من ناحية أخرى أن المستهلك ليس وحده صاحب المصلحة، بل يمكن لأي شخص منع الغير من الاستخدام غير المشروع للمؤشر الجغرافي والمطالبة بالتعويض دون الحاجة إلى إثبات أن المستهلكين قد وقعوا في التضليل أو لخداع كما إذا قام منافس باستخدام مؤشر جغرافي في ترويج سلعة ما، حتى لو أوضح هذا المنافس المنشأ الحقيقي لها أو أنها أحد أصنافها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>: القانون رقم 18-05 مؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28، ص 04.

<sup>2</sup>: انظر سماوي ريم سعود، براءات الاختراع في الصناعات الدوائية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص 63.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
فالتجارة الإلكترونية تعد ثمرة لإنجازات علمية متقدمة في عدة مجالات،  
وبالتالي فالتعاملات في إطار التجارة الإلكترونية تختلف من عدة جوانب عن تلك  
التجارة التقليدية بدءاً من عملية الاتصال عبر وسائط إلكترونية انتهاءً بعمليات  
تسليم كل السلع والخدمات، وما يصحبها من تسوية للمدفوعات الإلكترونية ومن  
ثمّ فإن نمو التجارة مبني على مدى الثقة المتبادلة بين الأطراف.<sup>1</sup>

وبالتالي ومهما كانت طبيعة العقد المبرم بين المتدخل والمستهلك بشأن  
منتجات تحمل مؤشرات جغرافية، فلا بد أن يراعى فيها مصلحة المستهلك بالدرجة  
الأولى لأن حقه مكفول قانوناً ويمارس كافة السلطات للدفاع عن حقه في مجابهة  
أشكال الغش.

وبالتالي ينبغي أن يسان المستهلك من عبث الإعلانات الكاذبة التي تصدر عن  
طريق أجهزة الإعلام بوسائلها المختلفة.<sup>2</sup>

(وكثيراً ما نجد إشهارة إلكترونية تحيل المستهلك إلى مواقع إلكترونية تسوّق  
لمنتجات مشابهة لمنتجات ذات علامة تجارية أو وسم تجاري مع بعض الفروقات  
التي لا يمكن أن ينتبه إليها المستهلك سيما إذا تطابقت من حيث الشكل واللون  
ومميزات أخرى، كما أن ترك بيان مهم بما يؤدي إلى خداع المستهلك يندرج أيضاً  
تحت الإعلان الكاذب أو المضلل الموجب للمسؤولية فيعتبر حجب المعلومات  
الحقيقية عن المستهلك من صور الإعلان المضلل).<sup>3</sup>

ومتى توفرت معطيات قيام ظاهرة التضليل للمستهلك أو صاحب المصلحة  
مباشرة الدعوى الجزائية والمدنية والتي يقوم تأسيسها على وجهين، وجه يتضمن  
تنفيذ العقد بتسليم الشيء المبيع محل الاشهار ووجه يتمثل في دعوى بطلان العقد.

<sup>1</sup>: انظر رباح غسان، قانون حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 57.

<sup>2</sup>: انظر الشرنباصي رمضان علي السيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ب ط، دار الجامعة الجديدة للنشر،  
الإسكندرية، 2004، ص 185.

<sup>3</sup>: بوخالفة عبد الكريم، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي الإلكتروني، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ب س،  
ص 128، 129.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
وعليه فإن أوجه التضليل قد تتمحور فقط في تغييرها إنها قد تنطوي في  
الحجب وعدم كفاية المعلومات وذلك بعدم الإفصاح عنها والتكتم على أهم وأبرز  
المعلومات خاصة أن مختلف الإعلانات تدفع المستهلك للتعاقد مما يلحق معه  
أضراراً خاصة من قبل الشركات الوهمية التي تسعى وراء الربح بايهام المستهلك  
بمنتج قادم من منطقة معينة فيرتفع معها سعر ذلك المنتج وفي الأخير لا يستحق  
هذا المنتج سعر خيالي يثقل على المستهلك وقدرته الشرائية.

وفي هذا الإطار (إن قانون حماية المستهلك وقمع الغش حمل المنتج "المتدخل"  
التزامات عديدة اتجاه المستهلك وأهم الالتزامات والتي تتعلق بنظام تسميات المنشأ  
بشكل كبير هي ما أطلق عليه المشرع اسم "إلزامية مطابقة المنتجات"، والذي جعله  
عنواناً للفصل الثالث من الباب الثاني المخصص لحماية المستهلك حيث خص هذا  
الالتزام بأحكام قانونية أمرت فرضت أن يلبي كل منتج من المنتجات المعروضة  
للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك بالنظر إلى عدة عناصر، ذكرها على سبيل  
الحصر لا على سبيل المثال حسب ما تدل عليه صياغة النص القانوني ومن بين  
هذه العناصر "منشأ المنتجات ومميزاتها الأساسية" وهي نفسها العناصر التي يقوم  
عليها نظام تسميات المنشأ).<sup>1</sup>

أما فيما يتعلق بالإشهارات الغير مرغوب فيها فنجد أنها لا تلقى قبولا لدى  
أغلب المستهلكين نظرا للمخاطر التي تسببها له، فقد أصبح الاهتمام بهذا الأخير من  
الأولويات في مجال المعاملات الإلكترونية ومن ناحية أخرى فإن المشرع ألزم المورد  
الإلكتروني على تبني نظام الرفض أو الاعتراض *opt-out* حيث يقوم على فكرة  
مؤداها أن المعلن يمكنه إرسال إعلاناته التجارية للمستهلك عبر بريده الإلكتروني  
دون أن يسأل موافقته المسبقة على الإرسال، فإذا ما أعلن المستهلك رغبته في رفض  
الإعلانات يرسل هذه الرغبة للمعلن، فهذا النظام لا يعتبر غير مشروع إذا ما تم قبل  
الاعتراض لكن إذا تم بعده عدّ غير مشروعاً لأن رغبة المستهلك تبقى هي الأساس،  
وكيف المشرع الجزائري جريمة الإشهار الإلكتروني بأنها جنحة وفقاً لنص المادة 40

<sup>1</sup> : دقاري حورية، مساهمة تسميات المنشأ في ضمان الجودة، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في الحقوق،  
تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012/2013، ص83.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
من القانون 05-18 السالف الذكر والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث تمثلت  
العقوبة في غرامة تتراوح بين 50.000 و500.000 دج.<sup>1</sup>

وبالتالي فإن المستهلك أعلم بما يخدم مصلحته دون ما حاجة لأي ضغط أو  
إلزام خاصة أن العون الاقتصادي يبذل كل الجهود لكي يقدم المستهلك على  
التفاوض والتعاقد، وبالرجوع إلى درجة وعي المستهلك فلا يمكن أن تكون تلك القدرة  
الكافية والشاملة لمختلف بعض الرموز وغيرها من ذلك نجد دراسة في إطار اللائحة  
المفوضية الأوروبية التنظيمية، حيث أجريت دراسة استقصائية للمستهلكين تغطي  
جميع دول الإتحاد الأوروبي الهدف منها الحصول على معلومات بمدى معرفة  
المستهلك بمختلف الملصقات ذات الترميز PDO/ PGI وهي رموز الأغذية ذات  
الجودة العالية، مما أسفر عن تلك الدراسات درجة قلة الوعي بالشعارين في مجال  
تمييز المنتجات ذات المؤشر الجغرافي عالي الجودة.<sup>2</sup>

دون الإغفال على حق المستهلك في العدول حيث نصت المادة 11 من القانون  
05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بأنه يجب على المورد الإلكتروني أن يحدد  
شروط وأجال العدول عند الاقتضاء، كما نصت المادة 23 أيضا على أنه: (( يجب  
على المورد الإلكتروني استعادته، في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو  
في حالة ما إذا كان المنتج معيبا)).<sup>3</sup>

يستشف من خلال ما سبق أن قواعد الحماية الواردة في القانون المتعلق  
بالتجارة الإلكترونية جاءت في مصف المستهلك باعتباره الطرف الضعيف، ويكمن

---

<sup>1</sup> : انظر خوالف صراح، كريم زينب، دور قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني  
من الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية،  
مجلد 12، العدد 3، جويلية 2020، ص 256، 258.

<sup>2</sup>: Ramona teuber;producers' and consumers' Expectations towards geographical  
indications- Empirical Evidence for Hessian apple wine;Justus-liebig university  
Giessen; germany; peper prepared for presentation at the 113th eae seminar  
september3-6;2009;pp07.

<sup>3</sup>: انظر العمري صالحه، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية، مجلة  
الاجتهاد القضائي، المجلد 13، عدد خاص، جامعة محمد خيضر بسكرة، 15جانفي 2021، ص ص 148-133،  
ص 138.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري  
الخطر خاصة في مجال المعاملات في البيئة الرقمية مما يتطلب تعزيز آليات حماية  
أكثر خاصة في ظل تطور أساليب المنافسات غير النزهاء التي لا حصر لها.

خاتمة.

نستنتج من خلال ما سبق أن المؤشرات الجغرافية تعتبر علامة جودة  
المنتجات التي تتمتع بميزات عالية ألفت المستهلك اقتناءها فسلطة الاختيار مفتوحة  
أمامه وترجع له بالدرجة الأولى، فهي تعتبر كضمانة لحماية المستهلك لأن المؤشر  
الجغرافي محمي بموجب القواعد القانونية وحتى دوليا من خلال مختلف الاتفاقيات  
التي تبنت تكريس محاربة مختلف السلع والمنتجات المقلدة والمضللة، وبالتالي فإن  
المشعر الجزائري تولى هو الآخر وضع ترسانة قانونية من خلالها تم تحديد النصوص  
التي تنظم عمليات تنظيم التجارة كيف تتم وحدد أيضا آليات الحماية والعقوبات  
التي تقع على عاتق كل متدخل أو عون اقتصادي يعمد إلى مباشرة المنافسات  
الاحتكارية والغير نزهاء من خلال استغلال المؤشرات الجغرافية المحمية على منتجات  
لا تعكس المنطقة الحقيقية لهذه المنتجات سواء الزراعية أو الصناعية، ومن جهة  
أخرى ورغم حظر ممارسة عمليات التعامل الإلكترونية مع المستهلك بشأن ما يتعلق  
بالمؤشرات الجغرافية فإن ممارستها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وعن طريق  
الإشهارات الكاذبة التي من شأنها أن تضلل الجمهور من خلال الوسائط الإلكترونية،  
يترتب عليها جزاءات تمكّن المستهلك أو من ينوب عنه ولكل صاحب مصلحة مباشرة  
الدعوى التي يطالب فيها بالدفاع عن حقه، من جهة أخرى يمكنه أن يتمسك بحقه  
في العدول متى امتنع المتدخل عن تنفيذه لالتزامه أو تعمد حجب معطيات أصل  
مختلف المنتجات فكل هذه النتائج تعكس خطورة ظاهرة التضليل المتفشية عالميا  
من مختلف دول العالم، والتي يمارسها أعوان اقتصاديين قصد الإضرار إما بسمعة  
المنتجات ذات المساحة الجغرافية المشهورة أو تحقيقا للربح خاصة ما يؤثر منها على  
القدرة الشرائية للمستهلك وعليه نخلص إلى وضع بعض التوصيات المقترحة تتمثل  
أولاها في:

❖ ضرورة تنصيب خبراء يختصون بإجراء دراسات ميدانية تفقدية للتأكد  
من صحة مطابقة المنتجات للبيانات والوسم الظاهر عليها، ضمانا لسلامة  
جمهور المستهلكين من خطر ما ينتج عن تلك المنتجات المقلدة.

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

- ❖ توعية وتحسيس المستهلك عن طريق برامج إرشادية بتوظيف الحرص والحذر عند اقتناء السلع ذات المؤشرات الجغرافية المحمية.
  - ❖ الحث على تعيين مختلف المؤشرات الجغرافية ذات السمعة العالمية والجودة العالية بشارات يصعب معها تقليدها على منتجات من ذات الصنف.
  - ❖ العمل على جمع بعض النصوص المتفرقة المتعلقة بحماية المستهلك في إطار حقوق الملكية الصناعية ضمن قانون المؤشرات الجغرافية.
  - ❖ تعديل المشرع للأمر 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ بما يتوافق مع التطورات الراهنة كغيره من عناصر الملكية الصناعية.
- قائمة المراجع.

أولاً: القوانين.

- 1: قرار مؤرخ في 27 رجب عام 1437 الموافق 5 مايو سنة 2016 يحدد القواعد المتعلقة بإجراء الاعتراف بتسميات المنشأ والأسماء الجغرافية وعلامات الجودة الفلاحية جريدة رسمية عدد 76 ص15.
- 2: القانون 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2006 يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج ر عدد 14 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-10 مؤرخ في 18 أوت 2010 ج ر عدد 46 سنة 2010.
- 3: قانون رقم 10-98 المؤرخ في 22 أوت 1998 المعدل والمتمم بالقانون رقم 04-17 المؤرخ في 16 فيفري 2017 والمتضمن قانون الجمارك ج ر مؤرخة في 19 فيفري 2017 عدد 11.
- 4: القانون رقم 05-18 مؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28 ص04 .
- 5: القانون رقم 03-09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر العدد 15 ص 13، المعدل والمتمم بالقانون 09-18 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق ل10 يونيو سنة 2018 ج ر عدد 35 ص5.

## تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

ثانيا: الكتب.

- 1: الجنبهبي منير محمد، الجنبهبي ممدوح محمد، العلامات والأسماء التجارية، ب ط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000.
- 2: الشرنباصي رمضان علي السيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ب ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004.
- 3: الشناق معين فندي، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010.
- 4: اللهي حميد محمد علي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011.
- 5: المعشري سعيد بن عبد الله بن محمود، حقوق الملكية الصناعية، ب ط، دار الجامعة الجديدة، عمان، 2015.
- 6: أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الإتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، ب ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010.
- 7: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، ب ط، دار الكتاب الحديث، سيدي بلعباس، 2006.
- 8: جمال عبد الرحمن محمد علي ، أبو هشيمة عادل محمود حوتة ،حقوق الملكية الفكرية ،ب ط، دار الكتب القانونية، القاهرة، الإمارات، 2015.
- 9: خاطر صبري حمد، تفريد قواعد تريبس في قوانين الملكية الفكرية، ب ط، دار الكتب القانونية ، مصر الإمارات، 2012.
- 10: خلف أحمد(محمد محمود علي)، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية دراسة مقارنة، ب ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005.
- 11: دزيري حفيظة، حقوق الملكية الصناعية أثر ظاهرة التقليد على المستهلك، ب ط، دار الهدى، الجزائر، ب س ن .
- 12: رياح غسان، قانون حماية المستهلك، ط2، مكتبة زين الحقوقية والأدبية، بيروت، 2011.
- 13: زروتي الطيب، الدولي للملكية الفكرية تحليل ووثائق، ط 1، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004.

## تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

14: زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط2، الحامد للنشر والتوزيع ، عمان الاردن، 2007 .

15: زين الدين صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، ط3، دار الثقافة، عمان، 2015.

16: سماوي ريم سعود، براءات الاختراع في الصناعات الدوائية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008 .

17: عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت، ب ط، دار الجامعة الجديدة، 2008 .

18: عجة الجيلالي، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، ج4، ط1، مكتبة زين الحقوقية والأدبية، الجزائر، 2015.

19: فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، ب ط، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران ، 2001.

20: كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، ب ط، منشورات بغدادي، الجزائر، ب س ن .

21: وهيبة بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الجزائر، 2015 .

22: محمد بن جلال وفاء، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية(تريبس)، ب ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000 .

23: معوض عبد التواب، جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، الجزء 1، ط1، ب دار نشر، 2003.

24: منصور أحمد عصام، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني، ب ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019 .



## تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

ثالثا: المقالات العلمية.

- 1: بوخالفة عبد الكريم، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي الإلكتروني، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ب س.
- 2: خوالف صراح، كريم زينب، دور قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد12، العدد3، جويلية2020.
- 3: زواوي الكاهنة، أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 15، ب س .
- 4: سلاحي فيروز، بندي عبد الله عبد السلام، الرقابة على الجودة لحماية المستهلك في القطاع الغذائي الزراعي- دراسة ميدانية-، مجلة الحقيقة، العدد33.
- 5: عكروم عادل، الحماية الجزائرية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد5، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر باتنة، مارس2015.
- 6: العمري صالحة، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد13، عدد خاص، جامعة محمد خيضر بسكرة، 15جانفي2021، ص 148-133 .
- 7: نشأت محمد عبد الفتاح، الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية، طرابلس لبنان، 29/30نوفمبر 2011 .

رابعا: الرسائل الجامعية.

- 1: بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أوبكر بلقايد تلمسان، 2013/2012 .
- 2: برايم سليمان، الإطار القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية في إقليم كورديستان، جامعة سوران، جامعة إيشك، 2018 .
- 3: بن الشيخ حسين، الحماية القانونية للمعلومات والمعارف السرية في ضوء التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في الملكية الفكرية، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015 .

تضليل المستهلك في جودة المنتجات... \_\_\_\_\_ أ. مروة جزيري

4: درقاوي حورية، مساهمة تسميات المنشأ في ضمان الجودة، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012/2013.

خامسا: المواقع الالكترونية

1: حكم رقم 366 (17-822.25)، المؤرخ في 14 أبريل 2021، محكمة النقض الفرنسية الغرفة التجارية والمالية والإقتصادية، 2021 نقلا عن

pm/08/08 16:532021 www.courdecassation.fr.

سادسا: مدونات.

1: المنظمة العالمية للملكية الفكرية، مقدمة المؤشرات الجغرافية.

سابعا: مقالات أجنبية.

1Ramona teuber ;producers' and consumers' Expectations towards geographical indications- Empirical Evidence for Hessian apple wine;Justus-liebig university Giessen; germany; peper prepared for presentation at the 113th eaae seminer september3-6;2009;pp07.

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية وحماية للمستهلك في الأزمات  
والطوارئ.

## *The effect of Compulsory licenses in establishing competitiveness and protecting consumers in crises and emergencies*

هشام سلمون  
جامعة باتنة 1

### الملخص:

يعتبر الاختراع سمة من سمات التطور الإنساني ومعيارا لتحديد التطور التكنولوجي الذي تقوم عليه الحضارات ويندرج ضمن حقوق الملكية الفكرية والصناعية التي ظهرت بوادرها مع الثورة الصناعية، مما أدى إلى ضرورة إضفاء الحماية على حقوق الملكية الصناعية والتي تعد مؤشرا بأن دولة ما متقدمة أو متخلفة.

إن الحماية القانونية لبراءة الاختراع والتي بموجبها يتمتع مالك البراءة استثناء في استغلال ابتكاره قد كرسه اتفاقية تريبس ونصت عليه الدول المنظمة لها في تشريعاتها الوطنية إلا أن هذا الحق مقيد بالترخيص الإجباري الذي يعد استثناء على الأصل العام لتحقيق المصلحة العامة في حالات الطوارئ والأزمات بدون إذن صاحب البراءة أو من غير إرادته، حيث أن التراخيص الإجبارية وضعت لموازنة الحق الاستثنائي لصاحب البراءة مع الحقوق والأهداف المرجوة من تحقيقها ولقد نص المشرع الجزائري في الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع على الترخيص الإجباري والذي يكون وفقا لشروط محددة و حالات معينة تتعلق بالمصلحة العامة التي تشمل حماية المستهلك المقتني للمنتوجات موضوع التراخيص الإجبارية وتكريس مبدأ التنافسية بين أصحاب البراءات لتحديد و خفض الأسعار لهذه المنتوجات .

الكلمات المفتاحية: براءة الاختراع، ملكية صناعية، تراخيص إجبارية، منافسة مشروعة، حماية المستهلك.

### **Summary:**

*The invention is considered a feature of human development and a criterion for determining the technological development upon which civilizations are based, and is included in the intellectual and industrial property rights that emerged with the industrial revolution, which led to the need to give protection to industrial property rights, which is an indication that a country is advanced or Lagging behind.*

*The legal protection of the patent, according to which the patent owner enjoys the exclusive exploitation of his innovation, has been enshrined in the TRIPS Agreement and stipulated by the countries organizing it in their national legislations, but this right is restricted by the compulsory license, which is an exception to the general principle to achieve the public interest in cases of emergency and crisis without the permission of the owner Innocence or against his will, Whereas, the compulsory licenses are designed to balance the exclusive right of the patent owner with the rights and objectives sought to be achieved, and the Algerian legislator has stipulated in the order 07/03 related to the patent on the compulsory license, which is in accordance with specific conditions and specific cases related to the public interest that include the protection of the acquiring consumer For the products subject to compulsory licenses and the dedication of the principle of competition among patent holders to determine and reduce prices for these products.*

**Key words:** patent, industrial property, compulsory licenses, legitimate competition, consumer protection.

### **مقدمة:**

تعتبر براءة الاختراع جانبا مهما في الملكية الصناعية إذ تحظى بحماية قانونية تخول لصاحب البراءة احتكار استغلال الاختراع ومنع الغير من القيام بهذا الاستغلال دون موافقته أو بتراخيص منه، هذا ما أقرته اتفاقية تريبس وأدرجته الدول المنظمة إليها في تشريعاتها الوطنية.

إلا أن نظام التراخيص الإجبارية يعتبر استثناء الحقوق المترتبة على براءة الاختراع وتقييدا لاحتكار الاستغلال و هو ما يعد من المرونة الممنوحة للدول

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
النامية لمساعدتها على تلبية حاجاتها الضرورية هذا وقد حددت اتفاقية تريبس  
حالات منح هذه التراخيص الإجبارية وهو ما كان له تأثير على تكريس التنافسية  
وحماية المستهلك لاسيما في ظل الأزمات و الطوارئ، إذ أنه يمنع تكوين احتكارات  
المنتجات المشمولة بالبراءات في الأسواق المحلية والعالمية وينظم حماية  
الاختراعات لاستغلالها وفقا لمتطلبات الاقتصاد والمصلحة العامة، وقد نظم المشرع  
الجزائري القواعد المنظمة للتراخيص الإجبارية بموجب الأمر 07/03 المتعلق ببراءات  
الاختراع على ضوء أحكام اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية  
الفكرية (تريبس) فموضوع التراخيص الإجبارية يكتسي أهمية بالغة لما له من  
انعكاسات على حماية المستهلك لمنتجات ابتكرت حديثا وذلك في ظل المنافسة لا  
سيما الأزمات و الطوارئ من انتشار الأوبئة والأمراض على الصعيد العالمي.

- فما مدى تأثير التراخيص الإجبارية على تكريس التنافسية وحماية المستهلك  
في الأزمات والطوارئ؟

وسنتناول الإجابة عن هذا الإشكالية من خلال:

**المحور الأول: مفهوم التراخيص الإجبارية.**

**أولا: تعريف التراخيص الإجبارية.**

**ثانيا: شروط وحالات منح التراخيص الإجبارية.**

**المحور الثاني: أثر التراخيص الإجبارية على التنافسية وحماية المستهلك في  
ظل الأزمات و الطوارئ.**

**أولا: أثر التراخيص الإجبارية على التنافسية.**

**ثانيا: أثر التراخيص الإجبارية على حماية المستهلك.**

**المحور الأول: مفهوم التراخيص الإجبارية**

إن استعمال الاختراع المحمي ببراءة الاختراع حق كفلته اتفاقية تريبس  
والدول المنظمة لها إلا أنه تم تقييد ذلك بإمكانية منح التراخيص الإجبارية في حالة

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
ضرورة خدمة المجتمع، وتعتبر التراخيص الإجبارية استثناء على الأصل العام الذي  
يجبر المالك البراءة حول احتكارها والتصرف فيها وعليه فإن هذا الاستثناء يجب أن  
لا يتجاوز الحدود القانونية المسموح بها التي وضعت لأجلها.<sup>1</sup>

### أولاً: تعريف التراخيص الإجباري:

لقد عرف الفقهاء أنرولد و جانيك (*ARNOLD AND JANIKE*) التراخيص  
الإجباري بأنه " كل موقف يحصل فيه صاحب البراءة على مقابل مالي جراء  
التعدي على اختراعه" ، وهذا التعريف قد جاء مقصوراً على جزء من تراخيص  
إجباري فقد أشار لفكرة المقابل المالي كجزاء للتعدي على اختراعه بالرغم من أن  
التراخيص الإجباري لا يوجد به اعتداء على حق المخترع لأنها رخصة من السلطة  
العامة للغير باستعمال للاختراع لقاء تعويض مالي مقابل للمخترع، و بنفس الوقت  
فإن هذا التعريف أنكر دور السلطة العامة وإرادة صاحب البراءة للاختراع و رفضه  
للتراخيص الاتفاقي و دور الغير.<sup>2</sup>

ويعرف الدكتور هاوارد فورمان (*HAWARD-FORMAN*) التراخيص  
الإجباري بأنه " امتياز باستغلال شخص حق ملكية فكرية عائدا للغير بدون موافقة  
مالك البراءة بأسلوب يشكل في الوضع العادي".

الوضع العادي جريمة تعد على براءة الاختراع بموجب المنح بقرار من المحكمة  
ومثل هذا الامتياز يتوجب منحه بواسطة القانون بعد إجراءات تؤدي إلى منح  
التراخيص وقد يصدر مباشرة دون خدمة الإجراءات سابق.

وقد جاء هذا التعريف أكثر دقة من التعريف السابق من خلال إشارته إلى  
إرادة مالك الاختراع والحاجة إلى إجراءات قانونية خاصة للحصول عليه، إلا  
أنه لم يشر إلى حالات التراخيص الإجباري من ناحية والتعويض العادل الذي يحصل  
على صاحب البراءة من ناحية أخرى.

<sup>1</sup> عبد القادر، دانا حمة باقي، حقوق الملكية الفكرية ذات الصلة بالأصناف النباتية الجديدة والمنتجات الدوائية،  
مصر، دار النشر والبرمجيات 2009، ص 532 .

<sup>2</sup> عبد الله الخشروم- التراخيص الإجبارية لبراءة الاختراع-مجلة مؤتم للبحوث و الدراسات- المجلد 15- العدد 4-  
سنة 2001، ص 200.

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
ويعرف الدكتور سينوت حليم دوس التراخيص الإجباري بأنه إجراء إداري  
لمواجهة الإخلال بالتزامات عقد إداري مبرم بين المخترع والسلطة العامة محل تنفيذه  
اختراع اشاعا لاحتياجات المرافق العامة، ويؤدي هذا الإجراء إلى إخلال الغير محل  
المخترع الأصلي دون موافقته في تنفيذ ابتكاره مقابل تعويضه بتعويض عادل يحصل  
عليه مع بقاء الاختراع باسم صاحبه الأصلي.<sup>1</sup>

ولجأ المشرع الجزائري كغيره من التشريعات للترخيص الإجباري من أجل  
ترخيص المصلحة العامة على المصلحة الخاصة.<sup>2</sup>

ولقد نص المشرع الجزائري في الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع على  
الترخيص الإجباري في المواد 38 إلى 45 وهذه المواد تتعلق بالترخيص الإجبارية لعدم  
الاستغلال أو النقص فيه و المادتين 40 و 50 على الرخص الإجبارية للمنفعة العامة،  
حيث نظم المشرع الجزائري التراخيص الإجبارية التي تدعو الحاجة إليهما لعدم  
الاستغلال أو عدم كفايته، وذلك بعد مدة 04 سنوات من تاريخ طلب البراءة، أو 03  
سنوات من تاريخ تسليمها، ويشترط عدم إبداء صاحب البراءة أعذار مشروعة يبرر  
فيها عدم القيام بالاستغلال.<sup>3</sup>

حيث نظم المشرع الجزائري التراخيص الإجبارية التي تدعو الحاجة إليهما لعدم  
الاستغلال أو عدم كفايته وذلك بعد 4 سنوات من تاريخ طلب البراءة أو 08 سنوات  
من تاريخ تسليمها ويشترط عدم إبداء صاحب البراءة أعذارا مشروعة يبرر فيها عدم  
القيام بالاستغلال.

---

<sup>1</sup> ريم سعود سماوي، براءة الاختراع في الصناعات الدوائية، التنظيم القانوني للتراخيص الاتفاقية في ضوء منظمة  
التجارة العالمية (W.T.O)، ط1 دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2008، ص 144 .

<sup>2</sup> موسى مرمون، ملكية براءة الاختراع في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم، قانون خاص كلية الحقوق  
جامعة قسنطينة 01، 2013-2012، ص53.

<sup>3</sup> براءة الاختراع بحث متوفر على الموقع الإلكتروني [djelfa.info/vd/showthread.php](http://djelfa.info/vd/showthread.php) بتاريخ 11-04-2020

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
أما بالنسبة لاتفاقية تريبس فقد نصت على التراخيص الإجبارية في المادة 31  
المعنونة بالاستخدامات الأخرى بدون الحصول على موافقة صاحب البراءة.<sup>1</sup>

### ثانيا شروط منح التراخيص الإجبارية:

لقد نصت المادة 31 من اتفاقية تريبس على شروط منح التراخيص الإجبارية وتتمثل  
في:

- 1- تقييم كل حالة على مدى وإصدار القرار الملائم
- 2- التقدم بطلب سابق لصاحب البراءة الحصول على ترخيص اتفاقي
- 3- تحديد مدة ونطاق الترخيص الإجباري
- 4- عدم جواز كون الاستخدام مطلقا.
- 5- لا يجوز أن يكون الاستخدام قابلا للتنازل عنه للغير.
- 6- يجب أن يكون لهدف توفير الاختراع في الأسواق المحلية.
- 7- التعويض الملائم في كل حالة على حدة مع الأخذ في الحسبان كل ترخيص  
وكذلك السوق الذي يستغل فيه والغرض أي من أجله قد منح الترخيص بحيث  
تكون التعويضات كافية حسب الظروف كل حالة مع مراعاة القيمة الاقتصادية.
- 8- يعلق الترخيص إذا انتهت الظروف التي أدت إليه.
- 9- ولا يقتصر الترخيص على شخص يعينه دون غيره.

- نلاحظ أن اتفاقية تريبس قد فرضت قواعد معينة على الدول الأعضاء أن  
تلتزم باحترامها عند منح تراخيص استخدام الاختراعات بغير موافقة صاحب الحق  
أكان الاستخدام من قبل الحكومة أو غير المخول منها يهدف الحد من منح التراخيص  
الإجبارية كونه استثناء على الأصل العام وتعتبر الحد الأدنى من الشروط والقواعد  
الرئيسية التي تلتزم الدول الأعضاء بمراعاتها، و بنفس الوقت تركت الاتفاقية للدول  
الأعضاء الحرية في تحديد أسباب منح التراخيص في ضوء الأسس الواردة وفقا لنص  
المادة 31 من الاتفاقية فيحق للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تشترط

<sup>1</sup> بن لعامر وليد، النظام القانوني للصناعات الدوائية في القانون الجزائري و اتفاقية تريبس، أطروحة دكتوراه، تخصص  
ملكية صناعية، جامعة باتنة 1، 2020/2019، ص 157 .



التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
أشكالا مختلفة من التراخيص الإجبارية فقد تمنح هذه التراخيص لأسباب تتعلق  
بالصحة العامة و الطوارئ و الافتقار للاستغلال فرفض التعامل و الممارسات غير  
التنافسية و مصالح وطنية أخرى.<sup>1</sup>

وقد نص المشرع الجزائري إلى تحديد الحالات التي يمكن فيها الوزير المكلف  
بالصناعة منح رخص إجبارية لمصلحة من مصالح الدولة وفقا للمادة 49 من الأمر  
07/03 المتعلق ببراءة الاختراع بقوله: "يمكن للوزير المكلف بالملكية الصناعية في أي  
وقت منح رخصة إجبارية لمصلحة من مصالح الدولة أو الغير الذي يتم تعيينه من  
طرفه لطلب براءة أو لبراءة الاختراع وذلك في إحدى الحالات التي تعتمد عليها  
المصلحة العامة وخاصة الاختراعات المتعلقة بالأمن الوطني، التغذية و الصحة، أو  
تنمية قطاعات اقتصادية وطنية أخرى، ولا سيما عندما يكون سعر المواد  
الصيدلانية المحمية بواسطة البراءة مخالفا ومرتفعا بالنسبة للأسعار المتوسطة في  
السوق كما يتم اللجوء إلى تطبيق هذا النوع من التراخيص الإجبارية عندما ترى  
هيئة قضائية أو إدارية، إن صاحب البراءة أو من هو مرخص له باستغلالها يستغل  
البراءة بطريقة مخالفة للقواعد التنافسية وعندما يرى الوزير المكلف بالملكية  
الصناعية أن استغلال تطبيقا لهذه الفقرة يسمح بالعدول من هذا التصرف".<sup>2</sup>

أ- التراخيص الإجبارية للمنفعة العامة: تنص المادة 49 من الأمر 07/03 حالات  
يمكن للوزير المكلف بالصناعة منح ترخيص إجباري لمصلحة من  
مصالح الدولة في حالة:

ب- 1- ضرورات المصلحة العامة وترتبط المصلحة العامة بكل من الأمن الوطني  
والتنمية والتغذية والصحة.

ت- 2- حالة استغلال براءة الاختراع بطريقة مخالفة للقواعد التنافسية:  
هذا وقد اشترط المشرع الجزائري لأعمال هذه الحالة التي بالمنفعة العامة من خلال:

<sup>1</sup> ريم سعود سماوي، المرجع السابق، ص 147 .

<sup>2</sup> موسى مرمون، الترخيص الإجباري لاستغلال براءة الاختراع في القانون الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة 30  
عدد 1 سنة 2020، ص 693-710، ص 703 .

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون

3- صدور قرار قضائي أو إداري يقضي بأن صاحب البراءة أو من هو مرخص باستغلالها سواء بموجب ترخيص اتفاقي أو إجباري يستغل بطريقة مخالفة القواعد التنافسية لاختراع المحمي بالبراءة.

متى رأى الوزير المكلف بالصناعة أن استغلال البراءة يسمح بالقضاء على الممارسات المخالفة للقواعد التنافسية<sup>1</sup>.

ب/ التراخيص الإجبارية لعدم الاستغلال أو النقص فيه: لقد نصت المادة 385 من الأمر 07/03 أنه يمكن اللجوء للتراخيص الإجبارية لعدم الاستغلال أو الاستغلال و ذلك بعد مرور 3 سنوات من تاريخ صدور البراءة أو 4 سنوات من تاريخ إيداع الطلب لأي جهة مختصة و تمنح الرخص الإجبارية إلا إذا استحال على مالك البراءة أو يقدم عذرا شرعا لعدم قيامه بالاستغلال أو لنقص فيه.

وهنا نميز بين حالتين:

1-عدم استغلال الاختراع خلال المدة القانونية المقررة فلم يحدد المشرع الجزائي المقصود بالاستغلال الذي يلتزم به مالك براءة الاختراع والذي يترتب على الإخلال به منح رخصة إجبارية للغير للقيام به، ( 3 سنوات من تاريخ البراءة أو 4 سنوات من تاريخ إيداع الطلب).

2-عدم كفاية الاستغلال لحاجات السوق الوطنية و في حالة وجود استغلال للاختراع لكن هذا الاستغلال فيه نقص الاستغلال إلا أنه يقصد به عدم كفايته لسد حاجيات السوق الوطنية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بن لعامر وليد، المرجع السابق، ص 160 .

<sup>2</sup> موسى مرمون، التراخيص الإجباري لاستغلال براءة الاختراع في القانون الجزائري المرجع السابق ص 704.

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
المحور الثاني: أثر التراخيص الإجبارية على التنافسية وحماية المستهلك  
في ظل الأزمات والطوارئ

-تعتبر التراخيص الإجبارية استثناء على الأصل العام الذي هو حماية براءة الاختراع  
هوأن يتم اللجوء إلى التراخيص الإجبارية بغرض تحقيق مصلحة العامة للدولة كنوع  
من المرونة أقرته اتفاقية تريبس لفائدة الدول النامية، ونجد أن المشرع الجزائري  
قد انتهج هذا الأسلوب لاسيما في حماية المستهلك في ظل الأزمات والطوارئ وهو ما  
سنتناوله في هذا المحور من خلال:

أولاً: أثر التراخيص الإجبارية على التنافسية

- يعتبر أحد أسباب منح التراخيص الإجبارية تعسف صاحب البراءة في استعمال  
حقه في تلك البراءة بما يحول دون المنافسة المشروعة من قبل الغير والمقصود  
بذلك هي الممارسات التي قد يلجأ لها مالك البراءة الدوائية احتكار السوق سواء  
كانت وسائل مباشرة أو غير مباشرة بحيث تؤدي بذاتها لإحداث النتيجة لتحقيق  
سعر المنتج إلى درجة تصل إلى الخسارة بقصد القضاء على المنافسة ثم إعادة رفع  
السعر أو غير مباشرة كعرقلة نقل التكنولوجيا مثل منح تدریس الأيدي العاملة.<sup>1</sup>

ولقد أكدت التراخيص الإجبارية على أنها آلية فعالة لتحفيز المنافسة وسلاح  
موثوق به يمكن أن يدفع صاحب البراءة، إلى منح تخفيضات في الأسعار، ومن  
ناحية أخرى يدفع أصحاب البراءات إلى منح تراخيص تعاقدية بشروط وأحكام  
معقولة، فعلى سبيل المثال أعلنت دولة البرازيل بأنها قادرة على إنتاج نسخ عامة من  
أدوية فيروس نقص المناعة البشرية، وأنها مستعدة حسب الاقتضاء للاستصدار  
تراخيص إجبارية من أجل الحصول على خصوصيات المنتجات المسجلة ببراءة  
الاختراع من شركات الأدوية على مدار عدد السنوات، ولقد أثمرت هذه الإستراتيجية  
التي اتبعتها دولة البرازيل، ولم يكن عليها منح تراخيص إجبارية في كثير من الأحيان،  
ومع ذلك تم منح ترخيص في 2007 للاستخدام العام، لأغراض غير تجارية من شركة  
(EFA VIREUZ) لمدة 05 سنوات، ولكن ما يأخذ على اتفاقية التراخيص الإجبارية

<sup>1</sup> ريم سعود سماوي، المرجع السابق، ص150.

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
في حل مشكلة الحصول على الأدوية في البلدان النامية أنه يمكن أن يكون فعالا في  
البلدان النامية الأخرى لأنها لا تملك القدرة الصناعية مثل البرازيل.<sup>1</sup>

إن منح التراخيص الإجبارية لمنح الاحتكار لاسيما في الأزمت و الطوارئ يدخل  
في صميم المنفعة العامة وهو ما يغلق المجال أمام صاحب براءة الاختراع في اللجوء  
لدعوى المنافسة غير المشروعة التي تعتبر الوسيلة القانونية المقررة لحماية أصحاب  
براءة الاختراع الدوائية والحصول على التعويضات الناجمة في التعدي على حقوقهم  
الاستثنائية.<sup>2</sup>

فبمفهوم المخالفة أن التراخيص الإجبارية تستبعد اللجوء إلى القضاء بدعوى  
المنافسة غير المشروعة إذ أنه لا يكون هناك أصل قانوني لكون حالة الضرورة أو  
الأزمة التي بموجبها تم منح الترخيص الإجباري و بذلك نستنتج أن التراخيص  
الإجبارية تكرر التنافسية.

### ثانيا: أثر التراخيص الإجبارية على حماية المستهلك

إن من واجب الدولة حماية الصحة والحفاظ على سلامة مواطنها لاسيما  
في ظل تفشي الأمراض والأوبئة وتفشي فيروس كورونا أثر على الحياة العامة واقتصاد  
الدول فتعتمد الدولة في هذه الحالة على نظام التراخيص الإجبارية لتغطية حاجات  
مواطنيها في مجال الأدوية سواء لإنتاجها أو لتصديرها.

فالدول النامية تعتمد في معظمها على الاستيراد من الخارج نظرا للعقر  
التكنولوجي والتقني بهذا الصدد ووجود الحماية الدوائية سيفرض ارتفاع أسعار تلك  
الأدوية وحق منتجيها في تحديد مناطق الاستيراد وأسعاره وتكاليف الاحتكار هذا  
سيحملها المستوردون لمستهلكي تلك الأدوية والذين هم في الأغلب لأأم من الفقراء.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بن لعامر وليد، المرجع السابق، ص 162.

<sup>2</sup> عباس حلمي، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر، 1983، ص 72

<sup>3</sup> رماء خالد جودة، تأثير قوانين الملكية الفكرية الصناعية على الصناعات الدوائية، أطروحة ماجستير، كلية الدراسات  
العلية، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين 2017، ص 90

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
فلا شك إسباغ الحماية المتشددة على البراءات الدوائية بغرض وجود  
تراخيص إجبارية تمنحها الدولة وفق شروط معينة وحالات محددة لتوفير الأدوية  
لمواطنيها حفاظا على الصحة العامة تتمثل أساسا في:

- تعتبر هذه التراخيص التي يمنحها الوزير المكلف بالملكية الصناعية في أي وقت دون  
مراجعة المالك، حق منح رخصة إجبارية في مجال التغذية والصحة لفائدة  
مصلحة من مصالح الدولة أو للغير الذي يعينه باستغلال الإنجاز، ويكون ذلك  
مقابل عوض.

- تنتشر هذه الرخصة في مجال الأدوية و المواد الصيدلانية المحملة ببراءة الاختراع  
أو بالنسبة لطريقة صنع هذه المنتجات و تتم وذلك عندما تكون هذه المواد غير  
متوفرة للجمهور وليس في متناوله بالكمية أو النوعية الكافية، ويكون سعرها  
مخالفا ومرتفعا بالنسبة للأسعار المتوسطة للسوق، وهذا ما مفاده أنه لا يمكن  
تطبيق هذه الرخصة بالنسبة للأدوية التي لم تحصل على التصريح لوضعها في  
السوق.<sup>1</sup>

كذلك الأدوية المقلدة تؤثر على المستهلك مما أوجب على المشرع الجزائري  
لرعاية صحة المستهلك لاسيما في ظل الأزمات والطوارئ باللجوء إلى التراخيص  
الإجبارية للحد من ابتكار أصحاب البراءة مما أدى به إلى تجريم التقليد في الأدوية.

1- في قانون العقوبات المادة 431 ق ع التي تنص، يعاقب بالحبس في سنتين إلى 05  
سنوات وغرامة من 10 إلى 50 ألف.

- كذلك من خلال قانون الصحة المادة 211 والمادة 425 التي تعاقب من 5 إلى 10  
سنوات وبغرامة في مليون إلى 5 ملايين دج عن منع الأدوية المقلدة (03).

كما أن قانون حماية المستهلك نص من خلال المادة 70 على أنه يعاقب  
بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من يزور أي منتج  
موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري الحيواني (04).

<sup>1</sup> نعمان وهبية، استغلال حقوق الملكية الصناعية و النمو الاقتصادي، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق بن عكنون،  
الجزائر، 2010/2009، ص 82 .

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
- لا يمكن المخاطرة بأن يتم منح التراخيص الإجبارية لفترة طويلة لأنها ستصبح  
وضعا تقليديا يستفيد منه نموذجا اقتصاديا، كما انه لا يمكن أن يتم منح  
التراخيص الإجبارية لفترة قصيرة هذا لأنه لا تسمح بالوصول إلى الأهداف المرجوة  
من الترخيص لذلك يجب أن تأخذ بعين الاعتبار ظروف القضية والتي قد تكون  
تطويرية بحد ذاتها في حالة التراخيص الإجبارية.<sup>1</sup>

- في حالة الأزمات و الطوارئ سواء كان منتج دوائي أو أي منتج أزمات، حيث يترتب  
عنه أضرار للمستهلك و أضرار بالمنظمة العامة مما سيفسح المجال أمام منتج  
تراخيص إجبارية.

### الخاتمة:

-إن التراخيص الإجبارية آلية تسمح للدول النامية استغلال براءات اختراع في  
حالات معينة وفقا لشروط محددة بالرغم من أن الحقوق الاحتكارية والحصرية التي  
يتمتع بها صاحب البراءة وذلك استثناء على الحماية القانونية للإبراء وهو ما جاءت  
به اتفاقية الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية "تريبس" كمرونة للدول النامية  
التي لا تقوى لاقتصادياتها على توفير متطلبات مواطنيها، إذ تعد التراخيص الإجبارية  
استثناء على الأصل العام الذي يجيز لمالك البراءة حق احتكارها والتصرف فيه،  
وعليه فإن هذا الاستثناء لا يجب أن يتجاوز الحدود القانونية المسموح بها والتي  
وضع من أجلها ، فهي بذلك آلية قانونية مهمة للاستجابة السريعة لحالات الأزمات  
والطوارئ حفاظا على المصلحة العامة، كما تعتبر التراخيص الإجبارية محفزا فعالا  
للمنافسة إذ تدفع بصاحب براءة الاختراع إلى منح تخفيضات في الأسعار ، ومن  
ناحية أخرى يدفع أصحاب البراءات إلى منح تراخيص تعاقدية بشروط معقولة،  
وهو ما ينعكس إيجابا بتوفير المتوجات للمستهلك.

<sup>1</sup> بن لعامر وليد، المرجع السابق، المرجع السابق، ص167.

التراخيص الإجبارية تكريس للتنافسية... \_\_\_\_\_ أ. هشام سلمون  
قائمة المراجع:

- 01- عبد القادر، دانا حمة باقي ، حقوق الملكية الفكرية ذات الصلة بالأصناف النباتية الجديدة والمنتجات الدوائية، مصر، دار النشر والبرمجيات. 2009.
- 02- عبد الله الخشروم- التراخيص الإجبارية لبراءة الاختراع -مجلة مؤتمة للبحوث و الدراسات- المجلد 15- العدد 4- سنة 2001 .
- 03 - ريم سعود سماوي، براءة الاختراع في الصناعات الدوائية، التنظيم القانوني للتراخيص الاتفاقية في ضوء منظمة التجارة العالمية ( W.T.O ) ، ط1 دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 2008 .
- 04- موسى مرمون، ملكية براءة الاختراع في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم ، قانون خاص كلية الحقوق جامعة قسنطينة 01 ، 2013 -2012.
- 05- براءة الاختراع بحث متوفر على الموقع الالكتروني [djelfa.info/vd/showthread.php](http://djelfa.info/vd/showthread.php) بتاريخ 2020-04-11 على الساعة 12:00
- 06- بن لعامر وليد، النظام القانوني للصناعات الدوائية في القانون الجزائري و اتفاقية تريبس، أطروحة دكتوراه، تخصص ملكية صناعية، جامعة باتنة 1 ، 2020./2019
- 07 - عباس حلمي، الأعمال التجارية، التاجر ، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر ، 1983.
- 08 - رماء خالد جودة، تأثير قوانين الملكية الفكرية الصناعية على الصناعات الدوائية ، أطروحة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح ، نابلس ، فلسطين. 2017.
- 09- نعمان وهيبية، استغلال حقوق الملكية الصناعية و النمو الاقتصادي ، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزائر ، 2010/2009.





جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك

## *The Controversy of Trade Secrets between The Interest of its Owner and Consumer Protection*

أ. شهرزاد لكحل

جامعة باتنة 1

الملخص:

الأسرار التجارية كحق من حقوق الملكية الفكرية تمنح لصاحبها حق الاستئثار بحقه الفكري الذي يحقق له قيمة اقتصادية تجاه منافسيه من خلال اتخاذ صاحبها تدابير واجراءات معينة للمحافظة على السرية التي تعتبر شرطا جوهريا في الحماية ، غير ان هذه السرية تتعارض مع حق المستهلك في الاعلام باعتباره الطرف الأساسي في العلاقة التجارية من خلال اقتنائه لمواد ومنتجات قد تحتوي في تركيبها على اسرار مهما كانت طبيعتها صناعية ، مواد كيميائية أو زراعية لاسيما ما تعلق منها بتغذيته وصحته كالمأكولات والمشروبات وكذا الأدوية ومستحضرات التجميل ومن هنا تتبادر لنا اشكالية مدى تأثير الأسرار التجارية على المستهلك بين وجوب الحفاظ على السرية من جهة وضرورة اعلام المستهلك من جهة اخرى؟ اين تغلب مصلحة صاحب السر التجاري على مصلحة المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة في ظل وجود القليل من الأحكام وقوانين الملكية الفكرية التي يمكن أن يحمي من خلالها.

الكلمات المفتاحية: الأسرار التجارية، المستهلك، حق الإعلام، السرية

### **Summary :**

*Trade secrets as an intellectual property right that grants its owner the right to monopolize his intellectual right that achieves economic value towards his competitors by taking certain measures and procedures to maintain confidentiality, which is considered an essential condition for protection, but this confidentiality contradicts the consumer's right to the media as he is the primary*

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكلل

*party In the commercial relationship through his acquisition of materials and products that may contain in their composition secrets regardless of their industrial nature, chemical or agricultural materials, especially those related to their nutrition and health such as food and beverages, as well as medicines and cosmetics. Confidentiality on the one hand and the need to inform the consumer on the other hand? Where does the interest of the owner of the trade secret prevail over the interest of the consumer, as he is the weak party in the relationship in light of the few provisions and intellectual property laws that he can protect through..*

**Key words:** trade secrets, consumer, right to information, confidentiality

## مقدمة

قد تؤثر حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة على الفرد باعتباره مستهلك من خلال انحياز قوانين الملكية الفكرية الى حماية أصحابها أكثر من حرصها على حماية المستهلك باعتبارها حقوق فكرية تساهم في التطور والاستثمار لاسيما التكنولوجي منها ، حيث يتم توجيه نتائج هذه الحقوق من براءات اختراع علامات تجارية رسوم ونماذج وغيرها من حقوق الملكية الفكرية للمستهلك باعتباره الطرف الثالث في العلاقة التجارية بعد عملية الانتاج والتوزيع مما قد ينجر عنه بعض الآثار السلبية بسبب قواعد الحماية المقررة لهذه الحقوق الفكرية مما ينجر عنه ضرورة وجود توازن بين الحقوق والمصالح لكل من اصحاب حقوق الملكية الفكرية من جهة والمستهلكين من جهة ثانية.

فبالنسبة لبراء الاختراع على سبيل المثال يعتبر الافصاح عن الاختراع للجمهور هو المقابل للحصول على شهادة براءة الاختراع والحق في استغلال الحصري للاختراع لمدة 20 سنة ، اما بالنسبة للعلامات التجارية فيشترط فيها ان لا تكون مقلدة أو تشكل تضليل بالنسبة للمستهلك لخداعه واقحامه على اقتناء سلع وخدمات مقلدة وغيرها من باقي حقوق الملكية الفكرية ، غير ان الأمر يختلف تماما بالنسبة لموضوع الأسرار التجارية التي تتوقف حمايتها على المحافظة على سريتها وعدم الافصاح عنها

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل  
اين يختفي عنصر التوازن بين حقوق صاحب السر التجاري و مصلحة المستهلك  
خاصة فيما يخص الاسرار التجارية الموجهة لتغذية وصحة هذا الأخير.

ومن هنا تتبادر لنا الاشكالية التالية: مدى تأثير الأسرار التجارية على المستهلك  
بين وجوب الحفاظ على السرية من جهة وضرورة اعلام المستهلك من جهة اخرى؟

للإجابة على هذه الاشكالية قسمت هذه الدراسة إلى ما يلي:

المحور الأول: مفهوم الأسرار التجارية وشروط حمايتها

أولاً: مفهوم السر التجاري

ثانياً: شروط حماية السر التجاري

المحور الثاني: علاقة الاسرار التجارية بالمستهلك وأثرها عليه

أولاً: علاقة السر التجاري بالمستهلك

ثانياً: أثر السر التجاري على المستهلك

المحور الأول: مفهوم الأسرار التجارية وشروط حمايتها

على خلاف الحماية القانونية لبراءات الاختراع وباقي حقوق الملكية الصناعية  
تتمتع الأسرار التجارية بالحماية دون الحاجة الى تسجيلها حيث لا تتطلب أي  
اجراءات شكلية كباقي حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة، كما أن السر التجاري  
يمكن حمايته لفترة زمنية غير محدودة ما لم يتم الكشف عنه من قبل صاحبه أو  
من قبل الغير.

أولاً: مفهوم السر التجاري

لقد اعتبرت اتفاقية التريس الأسرار التجارية شكلاً من اشكال الملكية الفكرية  
بحيث خصتها بالقسم السابع من الجزء الثاني منها أطلقت عليه تسمية المعلومات  
غير المفصح عنها وتناولت احكامه في المادة 39 منها حيث لم تعطي لها تعريف محدد،  
ولمعرفة مفهوم السر التجاري يتعين علينا التطرق لتعريفه وصوره من خلال ما يلي:

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل

### 1-تعريف السر التجاري:

في الواقع لا يوجد تعريف محدد للسر التجاري غير أن القانون الأمريكي كان السابق في تحديد تعرف للسر التجاري في عدة من قوانينه، فاسر التجاري يجوز أن يكون في شكل تركيبية، آلة أو مجموعة من المعلومات التي يستخدمها شخص ما في أعماله وتكفل له الحصول على ميزة معينة في مواجهة منافسيه الذين لا يستخدمونها ولا يعلمون بها، كما قد يكون مركب كيميائي معين أو طريقة تصنيع كعلاجية أو حفظ مواد. ومن ثم فالأسرار التجارية ترتبط أساسا بكيفية إنتاج السلع سواء تعلق الأمر بالآلات أو طرق الصنع.<sup>1</sup>

من خلال ما تقدم اعلاه يمكن أن نستخلص بأن موضوع الأسرار التجارية يرتبط بصورة مباشرة مع المستهلك الذي يقتني آلات أو مواد كيميائية تحتوي على أسرار تجارية دون أن يعرف مكوناتها الأصلية والتي قد تؤثر عليه بشكل سلبي خاصة فيما يخص المواد الكيميائية الاستهلاكية سواء كان في شكل غذاء أو مستحضرات تجميل أو ادوية.

كما توسع مفهوم السر التجاري بعد صدور القانون الأمريكي الموحد للأسرار التجارية سنة 1979 حيث عرف الأسرار التجارية بأنها: "معلومات تشمل كل وصف، تصميم أو مجموع أو برنامج أو أسلوب أو وسائل أو فن صناعي أو طريقة تكوين لها قيمة اقتصادية في حد ذاتها قائمة أو محتملة، نظرا لأنها غير معروفة عموما للأشخاص الذين يستطيعون الاستفادة من كشف هذه المعلومات أو استعمالها ولا يكون بإمكانهم الحصول عليها بوسائل مشروعة."<sup>2</sup>

بالرغم من التوسع في إدراج ما يمكن اعتباره سرا تجاريا إلا أننا في هذه الدراسة سنركز على الأسرار التجارية التي قد تؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على المستهلك من جهة تغذيته وصحته كطرق الصنع والتكوين التي تحتوي على أسرار تجارية.

<sup>1</sup> نيفين حسين كراره، التزام المخترع بالإفصاح عن سر الاختراع، دار النهضة العربية للنشر، مصر، 2014، ص 90-89  
<sup>2</sup> عمر كامل السواعد، الأساس القانوني لحماية الأسرار التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط 1، 2009، الاردين، ص 38.

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكلل

## 2- صور الأسرار التجارية:

تتعدد الأوجه التي يكون عليها السر التجاري فقد تكون خبرة تقنية أو معارف فنية أو أسرار صناعية أو معلومات تجارية أو تكنولوجية أو أي معلومة تتوفر فيها شروط الحماية بموجب الأسرار التجارية، كما تنقسم الأسرار التجارية من جهة أخرى إلى قسمين، فهناك الأسرار التجارية التي تخص الاختراعات التي تستوفي معايير الحماية بموجب البراءة بحيث يمكن حمايتها بموجب البراءة ولصاحبها الاختيار بين حمايتها بموجب البراءة أو الاحتفاظ بها كسر تجاري وهناك الطرائق التي لا تستوفي معايير الحماية بموجب البراءة بحيث يمكن حمايتها كأسرار تجارية فقط.

أ-الخبرة التقنية: وهي مجموعة المهارات والخبرات التي يكتسبها العامل خلال فترة عمله في منشأة صناعية أو شركة تجارية بحيث تكون على شكل تدريب أو تخطيط أو تنظيم يتلقاه العامل أثناء أدائه لمهامه قد تتجسد في خدمات هندسية أو وثائق مكتوبة تشكل قيمة مالية للمنشأة من الناحية الاقتصادية وبالتالي تستحق الحماية<sup>1</sup>.

## ب- المعارف الفنية:

هي مجموعة المهارات التي يمتلكها شخص في أي مجال من مجالات الفن الصناعي ويختلف مفهومها بحسب القطاع المتعامل فيه، فهناك اختلاف واسع حول مفهومها فهناك من يعتبرها أشمل من الأسرار التجارية على أساس أنها تشتمل على كل المعلومات والوسائل والبيانات والتركيبات التي تصلح أن تكون سرا تجاريا ومثالها المهارات المتعلقة بالتطوير والتنفيذ بالنسبة للإنتاج والأمور غير الصناعية مثل قوائم العملاء وكل المعلومات التي من شأنها التأثير على المنافسة، غير أن أغلبية الفقه الأمريكي يعتبرون المعرفة الفنية كجزء من الأسرار التجارية ويبررون ذلك بأن الأسرار معلومات تتعلق بالإنتاج أو توزيع البضائع والخدمات وطبيعة السر التجاري

<sup>1</sup> عماد محمد حمد الابراهيم، الحماية المدنية لبراءات الاختراع و الاسرار التجارية، مكتبة القانون والاقتصاد للنشر، ط1، 2016، السعودية، ص43.

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك — أ. شهرزاد لكحل  
الواقعية تحتوي على كل المفاهيم السرية المتعلقة بالعملية الصناعية والأساليب  
التجارية وهذا ما انتهجته التشريعات المقارنة الحديثة.<sup>1</sup>

### ج- الأسرار الصناعية:

هو كل طريقة صناعية تطبق في صناعة ما وتبقى سرية بالنسبة للمنافسين  
بحيث تقدم فائدة تجارية اقتصادية، فالسر الصناعي ما هو إلا طريقة فنية منفذة  
فقط في صناعة معينة يخص شركة معينة وهو بالتالي عنصر من عناصر المعرفة  
الفنية يتمتع بحماية قانونية.<sup>2</sup>

### د- المعارف التكنولوجية:

عرفتها سميحة القليوبي بأنها: "التطبيق العملي للأبحاث العلمية والوسيلة  
للحصول على أفضل التطبيقات للأبحاث العلمية".<sup>3</sup>

### ثانيا: شروط حماية السر التجاري

حتى يتمتع السر التجاري مهما كانت صورته بحماية قانونية لا بد من توافر  
شروط معينة تنصب على نوعين من المعلومات الأولى تخص الأشخاص الطبيعيين  
والاعتباريين واتي تقع تحت سيطرتهم بصورة قانونية اما النوع الثاني فيتعلق ببيانات  
الاختبارات والمعلومات السرية الأخرى التي يلزم تقديمها للجهات الحكومية المختصة  
للحصول ترخيص بتسويق الادوية او المنتجات الكيمائية الزراعية، حيث يجب على  
الدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية حماية هذه المعلومات بواسطة قواعد  
المنافسة غير المشروعة المنصوص عليها في المادة 10 مكرر من اتفاقية باريس بشأن  
الملكية الصناعية.

<sup>1</sup> ابراهيم محمد عبيدات، المفهوم والطبيعة القانونية وآلية الحماية دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،  
2015، ص38-40.

<sup>2</sup> راجي عبد العزيز المعرفة الفنية حق من حقوق الملكية وفقا للتشريع الجزائري والسر الصناعي، مجلة الحقوق والعلوم  
السياسية جامعة خنشلة، العدد 2016، 06، ص72-76

<sup>3</sup> عماد محمد حمد الابراهيم، المرجع السابق، ص45.

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكلل  
حيث نصت عليها المادة 2/39 من اتفاقية التريس على ثلاث شروط لحماية  
السر التجاري وهي:

1-السرية: وتعني انها سرية من حيث أنها ليست بمجموعها أو في الشكل والتجميع  
الدقيقين لمكوناتها معروفة عادة أو سهلة الحصول عليها من قبل أشخاص في  
أوساط المتعاملين عادة في النوع المعني من المعلومات، حيث تفقد المعلومات قيمتها  
بمجرد الكشف عنها للجمهور أو اذا أمكن الحصول عليها بسهولة من الأشخاص  
الذين يتعاملون بهذا النوع من المعلومات.<sup>1</sup>

2-ذات قيمة تجارية (قيمة اقتصادية): يتحقق هذا الشرط إذا كانت المعلومات  
مميزة ومفيدة في مجال نشاط صاحب السر التجاري أو المشاريع المنافسة له بحيث  
تعطي له ميزة تنافسية في مواجهة منافسيه الذين لم يسبق لهم استعمالها أو  
يجهلوها سواء بشكل كلي او نسبي.<sup>2</sup>

3-اتخاذ تدابير معقولة للحفاظ على السرية: لم تحدد اتفاقية التريس ماهي  
الاجراءات التي يجب على مالك السرار التجارية اتخاذها للمحافظة عليها لكنها  
اوجبت اتخاذ خطوات أو تدابير معقولة بحسب ظروف وطبيعة المعلومات قيمتها  
ونوع النشاط الذي يستخدم فيه.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، المنافسة في ظل اتفاقية التريس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، مركز  
الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015، ص207-208.

<sup>2</sup> قيس علي محافظة، الآثار القانونية المترتبة على حماية الأسرار التجارية و الاختراعات "دراسة مقارنة"، مجلة  
دراسات، علوم الشريعة والقانون، مج38، ع2011، ص1، ص96.

<sup>3</sup> عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، المنافسة في ظل اتفاقية التريس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، المرجع  
السابق، ص212.

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك — أ. شهرزاد لكحل

المحور الثاني: علاقة الأسرار التجارية بالمستهلك وأثرها عليه

أولاً: علاقة الأسرار التجارية بالمستهلك

نظراً للتقدم الصناعي والتكنولوجي في مجال السلع والخدمات وما ينجر عنه من آثار سلبية بالنسبة للمستهلك الذي غالباً ما يجهل المواد الأساسية المكونة لتلك السلع والخدمات تحت غطاء ما يسمى بحقوق الملكية الفكرية وخاصة الصناعية منها، أين يجد المستهلك نفسه بين تنافس تجاري وتسابق نحو التفوق الاقتصادي من قبل الأعوان الاقتصاديين دون مراعاة مصلحته أو الأضرار التي قد يتعرض لها من جراء المواد المكونة خاصة للسلع الموجهة للاستهلاك في شكل غذاء، دواء أو مستحضرات تجميل والتي غالباً ما تحتوي على مواد مسرطنة وسامة وحتى معدلة جينياً قد تؤدي في بعض الحالات بحياة المستهلك ومن هنا تبرز العلاقة الجدلية بين السر التجاري الذي يتم حمايته بالمحافظة على سرية وبين حق المستهلك في الإعلام.

1- حق المستهلك في الإعلام:

عرفه المشرع الجزائري في المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من خلال استعمال مصطلح الوسم،<sup>1</sup> على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة".<sup>2</sup>

نستخلص من هذه المادة أنه على كل متدخل سواء كان عارض لسلع أو مقدم خدمات القيام بإعلام المستهلك حو المسائل الأساسية والجوهرية التي دفعت به لاقتناء هذه السلع أو طلب الخدمة وتحديد شروط التعاقد ومحلله وكذلك

<sup>1</sup> الوسم وهو: كل البيانات والكتابات والإشارات أو العلامات والمميزات أو الصور والتماثيل المرتبطة بالسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو سمة أو بطاقة أو ملصقة أو ختم أو معلقة أو مرفقة دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها"

<sup>2</sup> المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج (عدد 15، الصادر في 2009).



جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل  
مواصفات وكيفية الاستعمال ومكونات المنتج ومصدره أو البلد المنشأ والشروط  
المتعلقة بالتغليف وكيفية حفظ المنتج، وبيان تاريخ انتهاء صلاحيته وكل المعلومات  
التي أشارت إليها المادة 17، 18 من القانون رقم 03/09 والمتعلقة أساسا بوسم  
المنتج.

فضلا عن المعلومات التي جاء بها المرسوم التنفيذي رقم 378/13 الذي يحدد  
الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>(1)</sup>

وكذلك كون الوسم يعتبر طريقة لإعلام المستهلك بالمنتج، فقد نصت المادة  
12 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر على بيان إلزامي وهي تسمية المادة قائمة  
المكونات، وهذا ما يتعارض مع السرية الأزيمة في الأسرار التجارية اين يحتفظ صاحب  
السر التجاري ببعض المكونات الأساسية المشكلة للسلعة ومثال ذلك ما قامت به  
شركة كوكا كولا التي احتفظت بسر خلطة هذا المشروب لمدة عقد من الزمن دون  
كشفه الى يومنا هذا، وهنا تبرز اشكالية مشروعية الأسرار الصناعية خاصة بالنسبة  
لصحة المستهلك ما تعلق منها بالغذاء والدواء.

## 2- حماية صحة المستهلك وسلامته:

تعتبر هذه الحماية محل اهتمام معظم التشريعات وفي مقدمتها الجزائر نظرا  
لخطورتها ومساسها المباشر بصحة المستهلك وخاصة في عصر التكنولوجيا وما  
تطرحه من منتوجات وأدوية معقدة التركيب وغالبا ما تكون العناصر الكيميائية في  
تركيبها لهذا فإن الأطباء على سبيل المثال لا يجوز لهم وصف أو استعمال ادوية  
صيدلانية غير تلك التي تعدها اللجنة الوطنية ويصادق عليها الوزير المكلف  
بالصحة.<sup>2</sup>

(1) مرسوم تنفيذي رقم 378 / 13 مؤرخ في 5 محرم 143، الموافق لـ 9 نوفمبر 2013، يحدد شروط و كيفيات  
إعلام المستهلك ج 1 عدد 58، الصادر في 2013.

<sup>2</sup> زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية  
المهنية، جامعة تيزو وزو، كلية الحقوق، 2011، ص30.

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك — أ. شهرزاد لكحل

ثانياً: أثر الأسرار التجارية على المستهلك

تعتبر السرية شرطاً ضرورياً ولازماً لحماية الأسرار التجارية بالإضافة لشرطي القيمة الاقتصادية واتخاذ تدابير معقولة للحفاظ على السرية كما سبق عرضه أعلاه وبالتالي يسعى صاحب السر التجاري للحفاظ على سره من خلال اتخاذ تدابير معقولة ومناسبة وطبيعة السر المراد حمايته وهذا ما قد يؤثر على المستهلك إذا ما كان السر المراد حمايته ينطوي على مواد مضرّة أو قد تضر بصحة المستهلك.

1-أسباب الحماية بموجب السر التجاري:

-من حيث نطاق الحماية يوفر السر التجاري لصاحبه حماية واسعة من تلك التي توفرها حقوق الملكية الفكرية الأخرى ذلك انه لا يتطلب شرط الجودة، القابلية للتطبيق الصناعي أو الخطوة الابداعية ولا حتى شرط التسجيل.

-من حيث مدة الحماية يتمتع السر التجاري بمدة حماية غير محدودة تنتهي بانكشاف السر.

-نظام حماية الأسرار التجارية يشمل عدة أنواع من الأسرار الصناعية، تجارية، ادارية وكذا الأسرار المتعلقة بصحة الانسان كالغذاء والدواء.

-السرية شرط نسبي وليس مطلق ذلك انه يجوز ان يمتلكه أو يعلم به أكثر من شخص أو مشروع في نفس الوقت دون أن يؤثر ذلك على السرية.

-السر التجاري له قيمة اقتصادية بسبب السرية ولا يوجد معيار محدد للقيمة الاقتصادية أو التجارية للسر التجاري يكفي أن يكون للسر فائدة كزيادة المبيعات أو تقليل نفقات الانتاج على سبيل المثال.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سماح حسين علي، حماية الأسرار التجارية من المنافسة غير المشروعة، مجلة العلوم الإنسانية، مج22 ، عدد2، 2015 ، ص 881-882.

## جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل

إذن من خلال ما تم عرضه أعلاه يمكن أن نستخلص أن صاحب السر التجاري ما يهيمه هو حماية مصالحه من خلال المحافظة على السرية دون مراعاته لمصلحة المستهلك وصحته وهنا تقع مسؤولية حماية المستهلك في هذه الحالة على الدولة التي يتعين عليها أن تتدخل في حالة ما اذا اثر السر التجاري على المستهلك بصورة مباشرة في حالة استهلاكه للغذاء والدواء او بصورة غير مباشرة اذا ما تعلق الأمر بالمواد الاستهلاكية التي ينتج آثارها على المدى الطويل كمستحضرات التجميل وهذا ما ادى بمعظم الدول النامية الى رفض فكرة الحماية بموجب الأسرار التجارية نظرا لعدم الكشف عن سر الاختراع الذي ينجر عنه عدة سلبيات من بينها احتكار المعرفة لمدة طويلة من الزمن، ارتفاع أسعار المنتجات التي تنطوي على أسرار تجارية بسبب ضرورة الحصول عليها بموجب ترخيص يتضمن شرط الحفاظ على السرية لاسيما ما تعلق منها بالأدوية، وهذا ما يؤثر بالتأكيد على المستهلك باعتباره الطرف الضعيف.

## 2- أثر تطبيق اتفاقية التريس والأسرار التجارية على الصناعات الدوائية للدول النامية:

من بين المواضيع الأكثر تأثرا باتفاق التريس نجد موضوع الصحة الذي يندرج تحت التكنولوجيا الحديثة مما أدى الى ظهور منافسة بين المجموعات الغربية الكبرى وبعض الدول النامية مثل الهند، البرازيل بخصوص موضوع الأدوية وتعلقه بالصحة العامة حيث كانت الدول النامية تعارض بشدة براءات الاختراع في مجال الأدوية مما يترتب عنها من حقوق احتكارية لأصحابها مما ادى الى ارتفاع اسعار الأدوية واثره على صحة المستهلك في الدول النامية وحرصا على توفير الأدوية بأسعار معقولة تتناسب مع الدول النامية حيث اتجهت تشريعاتها الصادرة قبل تطبيق اتفاقية التريس الى استبعاد الاختراعات الدوائية من الحماية المقررة بموجب براءات الاختراع للحد من سيطرة شركات الأدوية بحيث اتيح للدول النامية انشاء شركات صناعات دوائية لإنتاج ادوية جديدة دون أن تدفع مقابل مرتفع للشركات التي ابتكرتها مما ادى الى توفير ادوية بأسعار معتدلة تتناسب ومستويات الدول النامية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نجيبه بادي بوقميحة، تأثير اتفاق تريس على الدول النامية، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2018، ص 21-23.

## جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل

لكن بعد تطبيق اتفاقية التريس التي جاءت احكامها لمصلحة الدول المتقدمة على حساب الدول النامية التي عارضت احكام اتفاقية التريس ادى ذلك الى عقد عدة مؤتمرات دون نتيجة الى غاية انعقاد مؤتمر الدوحة 2001 الذي كان مصب اهتمام كل من الدول المتقدمة و الدول النامية و امام تمسك الشركات المصنعة للأدوية بحقها في حماية ابتكارها عن طريق الحصول على ارباح مقابل الجهد المبذول وتحمل نفقات البحث والتطوير غير ان الدول النامية تشير الى ان براءات الاختراع والأسرار التجارية في مجال الدواء هي السبب المباشر في ارتفاع أسعار الادوية المستوردة ومن ثمة التأثير سلبا على مستوى الرعاية الصحية للمستهلك.<sup>1</sup>

نشير هنا أن براءات الاختراع الدوائية تتداخل مع موضوع الأسرار التجارية ذلك أن معظم البراءات في مجال الأدوية يتم الاحتفاظ بجانب منها في شكل أسرار تجارية تتعلق بتركيبية الدواء الحقيقية وهذا ما يثير جدلا عند مرور المدة القانونية لسقوط الحماية بموجب براءة الاختراع في الملك العام اين يجد الباحثين في مجال تطوير الادوية أن براءة الاختراع لم يتم الافصاح عنها بصورة دقيقة وتنطوي على أسرار تجارية، مما يتطلب الحصول على ترخيص من صاحبه أو اللجوء الى عملية الهندسة العكسية لمعرفة تركيبية الدواء.

ومن جهة أخرى تركت اتفاقية التريس مساحة واسعة للدول النامية لتتحرك فيها حيث أن الكثير من المصطلحات لم يحدد معناها وترك تفسيرها لدول الأعضاء والتي يتعين على الدول الأعضاء تحديدها معناها على النحو الذي يحقق مصالحها ، حيث أوضحت المادة 39 /2 من اتفاقية التريس الشروط العامة لحماية المعلومات غير المفصح عنها وهي أن تكون سرية وذات قيمة اقتصادية وأن يتخذ صاحبها التدابير اللازمة للمحافظة على سريتها، في حين حددت الفقرة 3 من نفس المادة أعلاه شرطين لحماية البيانات السرية والمعلومات الأخرى التي يجب تقديمها إلى الجهات الحكومية للحصول على ترخيص بتسويق الأدوية والمنتجات الكيمائية الزراعية وهما:

<sup>1</sup> نجيبه بادي بوقميحة، المرجع السابق، ص31

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل

- أن يكون تقديم البيانات للجهات الحكومية لازماً للحصول على ترخيص بتسويق الأدوية أو المنتجات الكيميائية الزراعية.

- أن يدخل في مكونات الأدوية أو المنتجات الكيميائية الزراعية التي يراد الترخيص بتسويقها كيانات كيميائية جديدة.

حيث اجازت المادة 3/39 من اتفاقية الترس للجهات الحكومية المختصة الافصاح عن البيانات والمعلومات السرية في حالتين:

### الحالة الأولى: إذا كان الافصاح لازم لحماية الصحة العامة

ومفهوم الصحة العامة هنا مفهوم واسع لا يشمل الجمهور فقط (المستهلكين) بل قد يشمل وزارة الصحة في حالة احتمال وقوع كارثة صحية فيجوز للجهة الحكومية هنا افشاء البيانات او المعلومات السرية الى الطبيب المعالج إذا كانت هذه البيانات والمعلومات تفيد في تحديد نوع العلاج.

### الحالة الثانية: الافصاح المقترن باتخاذ خطوات لضمان عدم الاستخدام التجاري غير المنصف للبيانات او المعلومات السرية

ومثال ذلك في حالة افشاء الجهة الحكومية المعلومات والبيانات السرية من أجل الحصول على تراخيص لتسويق الأدوية المشمولة بالحماية عن طريق براءة الاختراع الى المرخص له ترخيصاً اجبارياً باستغلال البراءة لكن بشرط تعهد المرخص له كتابة بعدم افشاء سرية البيانات او المعلومات.<sup>1</sup>

يبدو من خلال هذين الشرطين وجود حماية ضمنية للمستهلك من خلال ان الفقرة 3 من المادة 39 لم تتطلب الاعتراف بحقوق استثنائية ولكن الحماية في إطار قواعد المنافسة غير المشروعة لان ذلك سيساعد على دخول الأدوية الجنيسة في المنافسة، مما يساعد في الحصول على الأدوية بأسعار منخفضة، ووفقاً لهذا المعنى

<sup>1</sup> عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، المنافسة في ظل اتفاقية الترس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، المرجع السابق، ص225-226

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكلل  
سيكون الإفصاح عن المعلومات مباحا من خلال السماح بالتراخيص الاجبارية  
للحصول على الموافقة التسويقية خصوصا عندما تكون هذه التراخيص تهدف  
لمعالجة الممارسات غير التنافسية أو لإشباع حاجات الصحة العامة.<sup>1</sup>

3-الحلول المقترحة لتقليل من الاثار السلبية لتطبيق اتفاقية التريس على  
الصناعات الدوائية:

على الرغم من تخلف صناعة الدواء في الدول النامية وعدم قدرتها على  
مسايرة التطور الصناعي في هذا المجال، فقد تم الاتفاق على التريس الذي زاد من  
القيود والأثقال على الدول النامية بعد فرض حماية أكثر على المنتجات الدوائية من  
خلال براءات الاختراع الدوائية وكذا الأسرار التجارية في مجال الأدوية دون الأخذ في  
عين الاعتبار أوضاع تلك الدول وظروفها الاقتصادية والاجتماعية ولتقليل من هذه  
الأزمة يتعين على الدول النامية ان تنتهج في تشريعاتها الوطنية المتعلقة بالملكية  
الفكرية من خلال مراعاة ما يلي:

-تضييق مجال الحماية للاختراعات الدوائية من خلال استبعاد المواد  
الطبيعية التي تستخدم في صناعة الدواء من الحماية.

-استبعاد الأدوية المعروفة أصلا من نطاق الحماية في حالة استعماله من  
قبل في التشخيص و العلاج أو الجراحة فلا يجوز منح براءة اختراع او حماية  
بموجب سر تجاري لدواء معروف لعلاج الضغط واكتشاف فاعليته لعلاج السرطان  
على سبيل المثال.

-على الدول النامية الاهتمام بشركات الأدوية المحلية في مواجهة الشركات الأجنبية  
من خلال تطويرها ومنحها مزايا.

---

<sup>1</sup> عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، الثغرات وبنود الاستثناءات في ظل اتفاقية التريس (دراسة مقارنة)، مركز الدراسات  
العربية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015، ص287-289

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل

-التوسيع في نطاق قائمة الأدوية الحيوية التي تصدرها منظمة الصحة العالمية التي تحتوي على الأدوية الرئيسية والأكثر تقدماً في نطاق العلاج ومنحها الحرية الكاملة في إنتاجها بدون قيود.

-العمل على وضع نظام خاص بالتراخيص الإجبارية وخاصة بالنسبة للأدوية.

-تطبيق التكامل بين الشركات الدوائية في الدول النامية سواء في مجال تبادل المعلومات الخاصة بالمواد الخام وإنشاء هيئات مشتركة للتسويق.

-التكامل والاندماج من جانب شركات الدواء في الدول النامية لتستطيع ان تواجه المنافسة من قبل الشركات الكبرى متعددة الجنسيات.

-الاعتماد في إنتاج الدواء على الخامات الدوائية الوطنية وحماية الثروات البيولوجية لدى الدول النامية.<sup>1</sup>

## خاتمة

من خلال هذه الدراسة يمكن لنا أن نستخلص النتائج التالية:

- تعتبر الأسرار التجارية من بين حقوق الملكية الفكرية التي تحظى بحماية قانونية دولية أكثر منها وطنية مما يسمح لصاحبها بالاستئثار بحقه الفكري لمدة زمنية غير محدودة ودون حاجة لتسجيل مثلما هو الأمر بالنسبة لحقوق الملكية الفكرية الأخرى مما يجعل للأسرار التجارية خصوصية السرية التي تتمثل في الحماية دون الإفصاح عن الابتكار أو الاختراع تحت ما أطلقت عليه اتفاقية التريس المعلومات غير المفصح عنها في المادة 39 منها.

- تعدد صور الأسرار التجارية بين أسرار صناعية، معارف فنية، خبرات تقنية ومعارف تكنولوجية موجهة لخدمة المستهلك الذي يجهل تماماً تركيبة المواد

<sup>1</sup> محمد حسن عبد المجيد الحداد، الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية وأثرها الاقتصادي، دار الكتب القانونية، مصر، 2011، ص 331-336

جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهرزاد لكحل  
والمنتجات التي يقتنيها خاصة ما تعلق منها بغذائه كالمأكولات والمشروبات و ما  
يتعلق بصحته كالأدوية ومستحضرات التجميل مما قد يضر بصحته.

-اصطدام حق المستهلك في الاعلام المخول له في كل التشريعات بضرورة علمه  
بتفاصيل كل المواد التي يقتنيها وبين حق صاحب السر التجاري في المحافظة على  
أسراره بموجب اتفاقية التريس الدولية التي تمنح له هذا الحق لمدة غير محدودة.

- ضرورة وضع قوانين متوازنة بين حق المستهلك في الاعلام وحق صاحب السر  
التجاري في المحافظة على سره لاسيما في مجال الغذاء والدواء.

-المستهلك في الدول النامية هو الأكثر تأثرا بموضوع الأسرار التجارية لاسيما في مجال  
الصناعات الدوائية من المستهلك في الدول المتقدمة.

-على الدول النامية التمسك بضرورة تعديل احكام اتفاقية التريس التي جاءت  
لتخدم مصالح الدول المتقدمة لأنها من انشاء الشركات الكبرى كشركة فايزر  
للأدوية وشركة مونسانتو للتغذية.

### قائمة المصادر والمراجع:

أولا- باللغة العربية:

#### 1-النصوص القانونية:

- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ( عدد  
15، الصادر في 2009).
- مرسوم تنفيذي رقم 13 / 378 مؤرخ في 5 محرم 143، الموافق لـ 9 نوفمبر 2013، يحدد  
شروط وكيفية إعلام المستهلك ج 1 عدد 58، الصادر في 2013.

#### 2-الكتب:

- نيفين حسين كراه ، التزام المخترع بالإفصاح عن سر الاختراع ، دار النهضة العربية للنشر  
، مصر، 2014.



## جدلية الأسرار التجارية بين مصلحة مالكيها وحماية المستهلك – أ. شهريزاد لكحل

- عمر كامل السواعد، الأساس القانوني لحماية الأسرار التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2009، الأردن
- عماد محمد حمد الابراهيم، الحماية المدنية لبراءات الاختراع والاسرار التجارية ، مكتبة القانون والاقتصاد للنشر، ط1، 2016 ، السعودية
- ابراهيم محمد عبيدات، المفهوم والطبيعة القانونية وآلية الحماية دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، 2015،
- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، المنافسة في ظل اتفاقية التبريس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015
- قيس علي محافظة، الآثار القانونية المترتبة على حماية الأسرار التجارية والاختراعات "دراسة مقارنة"، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، مج38، ع1، 2011
- نجيبة بادي بوقميحة، تأثير اتفاق تريس على الدول النامية، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2018
- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، الثغرات وبنود الاستثناءات في ظل اتفاقية التريس(دراسة مقارنة)، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015
- محمد حسن عبد المجيد الحداد، الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية وأثرها الاقتصادي، دار الكتب القانونية، مصر، 2011

### 3- الرسائل العلمية:

- زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية ، جامعة تيزو وزو، كلية الحقوق، 2011

### - المجلات العلمية:

- سماح حسين علي، حماية الأسرار التجارية من المنافسة غير المشروعة، مجلة العلوم الإنسانية، مج22 ، عدد2 ، 2015.
- قيس علي محافظة، الآثار القانونية المترتبة على حماية الأسرار التجارية والاختراعات "دراسة مقارنة"، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، مج38، ع1، 2011.
- راجي عبد العزيز المعرفة الفنية حق من حقوق الملكية وفقا للتشريع الجزائري والسر الصناعي، مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة خنشلة، العدد06، 2016.



الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد

الحماية المدنية للمستهلك ضمن قواعد الملكية الصناعية

"دعوى المنافسة الغير مشروعة"

## *Mechanism for The Action of unfair Competition as a Consumer Protection Within Industrial Property Rules*

ريمة عبد الصمد

جامعة باتنة1

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تبيان الحماية القانونية المكرسة للمستهلك ضمن القوانين المنظمة للملكية الصناعية، من خلال تناول الحماية المدنية المكفولة للمبتكرات الجديدة المتمثلة في براءة الاختراع، والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة وكذا الرسوم والنماذج الصناعية.

إضافة إلى الحماية المدنية المكفولة عن طريق المنافسة غير المشروعة للشارات المميزة والمتمثلة في العلامات وكذا تسمية المنشأ، وبالرغم من أن المستهلك طرف مهم في المعادلة إلا أن حمايته كانت ضمنية في القوانين المنظمة للملكية الصناعية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، الملكية الصناعية، دعوى المنافسة غير المشروعة.

### **Abstract:**

*This study aims at simplifying the legal protection devoted to the consumer within industrial property laws, by dealing with civil protection guaranteed for new innovation, formal designs for integrated circuits as well as industrial designs.*

*In addition to civil protection guaranteed by illegal competition for distinctive decisions, as well as naming of origin, although consumer is an important party in equation, but its protection has been implicit in industrial property laws.*

**Mots-clés:** Consumer, industrial property, illegal competition suit.

مقدمة:

تعتبر المنافسة المشروعة الدعامة الأساسية للتقدم الصناعي وتحقيق الأرباح، فهي تهدف إلى تنمية الاقتصاد وتحقيق التقدم، غير أنه إذا استعملت فيها وسائل وأساليب مخالفة للأعراف التجارية عد ذلك منافسة غير نزيهة، وجب تعويض المتضرر عنها ضمن الحماية المدنية والتي هي حماية عامة يستظل بها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة باعتبارها وسيلة لحماية الحقوق المعنوية من الاعتداء عليها.

تعد المادة 10 مكرر من اتفاقية باريس المبرمة سنة 1883 الأساس القانوني الأول لدعوى المنافسة غير المشروعة حيث نصت هذه المادة على ما يلي: "تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة"، أما عن اتفاقية تريبس المبرمة ضمن المنظمة العالمية للتجارة فقد تبنت وبشكل أساسي المبدأ المعمول به ضمن اتفاقية باريس، وهذا بموجب المادة 02 من اتفاقية تريبس.

أما على الصعيد الوطني، نجد أن المشرع الجزائري تناول الأساس القانوني لهذه الدعوى في نص المادة 124 من القانون المدني،<sup>1</sup> إضافة إلى المواد 06، 07، 10، 11، 12 من قانون المنافسة<sup>2</sup> التي تمنع هذه الممارسات المقيدة للمنافسة، نتيجة للضرر الذي تلحقه بالعون الاقتصادي. والقانون 02/04 المعدل والمتمم من خلال المادتين 26 و 27 منه.

فتجاوز العون الاقتصادي حدود المنافسة المشروعة ينتج عنه تضرر كل من العون المنافس، والمستهلك، إضافة إلى الاقتصاد الوطني، ومن هنا سنحاول تسليط الضوء على الحماية الممنوحة للمستهلك في إطار قواعد الملكية الصناعية باعتباره

<sup>1</sup> تنص المادة 124 من القانون المدني على: " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلتزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

<sup>2</sup> الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، ج ر رقم 43 الصادرة بتاريخ 20 يوليو 2003.

<sup>3</sup> قانون 02 / 04 مؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 43 المعدل والمتمم من خلال قانون رقم 10 / 06 مؤرخ في 15 أوت 2010 ج ر عدد 46،

الحماية المدنية للمستهلك ... أ. ريمة عبد الصمد  
طرف مهم وفعال في المعادلة، وعليه نطرح الإشكالية التالية: مدى كفاية دعوى  
المنافسة غير المشروعة كألية مدنية لحماية المستهلك في إطار قواعد الملكية  
الصناعية؟

للإجابة على هذه الإشكالية قمت بتقسيم الموضوع إلى محورين:

المحور الأول: تكريس حماية المستهلك مدنيا ضمن القواعد المنظمة  
للمبتكرات الجديدة، إذ سنتعرف على دعوى المنافسة غير المشروعة المتعلقة ببراءة  
الاختراع (أولا)، دعوى المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالرسوم والنماذج (ثانيا)،  
دعوى المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة.

أما المحور الثاني: تكريس حماية المستهلك مدنيا ضمن القواعد المنظمة  
للسارات المميزة، نتناول دعوى المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالعلامة (أولا)،  
دعوى المنافسة غير المشروعة المتعلقة بتسمية المنشأ (ثانيا).

### المنهج المتبع:

اعتمدت في دراستي هذه على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وذلك بوصف  
صور المنافسة غير المشروعة المتعلقة بعناصر الملكية الصناعية، وتحليل خطوات  
مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة بهدف إبراز دور المستهلك وتسيط الضوء على  
المكانة التي منحها المشرع الجزائري للمستهلك بهدف توفير الحماية المدنية اللازمة له،  
إضافة إلى تحليل النصوص القانونية المتعلقة بدعوى المنافسة غير المشروعة.

### المحور الأول: تكريس حماية المستهلك مدنيا ضمن القواعد المنظمة للمبتكرات الجديدة.

تقررت حقوق الملكية الفكرية عامة، والملكية الصناعية على الخصوص  
لتنظيم المنافسة المشروعة بين التجار والصناع، فعندما يكفل القانون حقا فإنه  
يتكفل بإيجاد الوسائل اللازمة لحمايته، والمشرع الجزائري وفر وسائل عدة لحماية  
عناصر الملكية الصناعية بكافة أشكالها من خلال الدفاع على حق الاستغلال  
الاستثنائي لها، والسماح للمتضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة من سلوك

الحماية المدنية للمستهلك ... أ. ريمة عبد الصمد  
دعوى المنافسة غير المشروعة بغرض التصدي للاعتداء الواقع بطريقة مباشرة من  
خلال المطالبة بالتعويض عن الضرر، أو من خلال الحماية الإجرائية التي تتسم  
بالتابع الاحترازي في الحالات التي يكون فيها الاعتداء وشيك.

فقد تكون عناصر الملكية الصناعية عرضة للاعتداء عليها من قبل  
المشروعات المنافسة بهدف جلب واستقطاب الزبائن، سواء كان فعل التعدي هذا  
يمس بالمبتكرات الجديدة أو الشارات المميزة.

تشمل المبتكرات الجديدة على ابتكارات جديدة ذات قيمة نفعية، من خلال  
الإضافة التي تقدمها للمجتمع والتطور الحاصل بسببها، أو ابتكارات ذات طابع جمالي  
فني.

وتشمل هذه الفئة من المبتكرات الجديدة كل من الرسوم والنماذج  
الصناعية، براءة الاختراع، والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة.

## 1. المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالرسوم والنماذج الصناعية

عرف الفقه الرسم الصناعي على أنه كل تركيب للخطوط يعطي السلعة  
طابعا مميزا عن مثيلاتها ملونا كان أو غير ملون لاستخدامه في الإنتاج الصناعي.<sup>1</sup>

فالرسم الصناعي هو: "كل رسم أو شكل ذا طابع فني، وأنه يطبق على  
المنتجات عند صنعها لإكتسابها ذوقا ومظهرا جميلا يجذب العملاء ويميزها عن  
غيرها."<sup>2</sup>

كما عرفه المشرع الجزائري: "كل تركيب خطوط أو الوان يقصد به إعطاء  
مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سميحة القيلوبي، المرجع السابق، ص 183.

<sup>2</sup> صلاح الدين عبد اللطيف الناهي، الوديز في الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الفرقان، الأردن،  
سنة 1983، ص 210، 211.

<sup>3</sup> المادة الأولى من الأمر 86/66.

الحماية المدنية للمستهلك ... أ. ريمة عبد الصمد  
أما النموذج الصناعي فيعرفه الفقه على أنه كل شكل خاص تصب فيه  
السلعة ويتضمن حجما معيناً يضفي عليها مظهراً يميزه عن المنتجات المماثلة.

يعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل ومركب بالألوان أو بدونها، أو كل شيء  
صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع  
وحدات أخرى، ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي<sup>1</sup>.

فالنموذج الصناعي هو القالب الخارجي الذي تظهر فيه المنتجات فيعطي لها  
صفة الجاذبية والجمال.<sup>2</sup>

بناء على المادتين 13 و14 من الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج  
الصناعية يتضح أن حماية إيداع الرسوم والنماذج تنقسم إلى مدتين، المدة الأولى  
سنة واحدة من تاريخ الإيداع وإذا أراد المعني تمديد مدة الحماية فيجب عليه طلب  
إلى المعهد الوطني للملكية الصناعية حتى تمدد المدة إلى تسعة سنوات.

أقر المشرع الجزائري ضمناً الحق في التعويض المدني لكل صاحب رسم  
ونموذج تعرض لاعتداء على حقه فعليا أو افتراضيا عما لحقه من ضرر بسبب فعل  
الغير غير المشروع، غير أن المشرع لم ينص في مجال الرسوم والنماذج على دفع  
التعويض المدني بخلاف براءة الاختراع (المادة 2/58)، والعلامة (المادة 01/29).<sup>3</sup>

فالمشرع الجزائري منح لصاحب المنشآت الصناعية ومن له مصلحة التقاضي  
المدني الحق في الحصول على تعويض مادي عن الأضرار التي لحقته تأسيساً على  
دعوى المنافسة غير المشروعة، ويتضح أن مكان المستهلك من الحماية غير واضح بل  
هو ضمناً باعتبار أن له مصلحة وأنه متضرراً من أي فعل غير مشروع يسبب ضرراً  
مباشراً أو احتمالياً بالرسوم والنماذج، فالحماية مكفولة بالأساس للمبدع في مجال

<sup>1</sup> المادة الأولى من الأمر 86/66.

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، حقوق الملكية الفكرية، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع،  
الجزائر، ط 2006، ص 290.

<sup>3</sup> ناصر موسى، الحماية المدنية للرسوم والنماذج الصناعية في التشريع الجزائري، ص 155.

الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد  
الرسوم والنماذج دون ذكر واضح ومحدد للحالات التي يلجأ فيها المستهلك باعتباره  
متضرراً إلى دعوى المنافسة غير المشروعة.

## 2. المنافسة غير المشروعة المتعلقة ببراءة الاختراع.

يأخذ شكل التعدي على براءة الاختراع صورتين، وهما التعدي على منتج  
معين أو على طريق الصنع.<sup>1</sup>

### أ/ التعدي على المنتج موضوع الاختراع :

يكون ذلك من خلال حيازة المنتجات المقلدة أو الإتجار بها، ويشترط في ذلك  
توفر قصد الإتجار بها، أما حيازتها بهدف الاستعمال الشخصي فلا تقوم المسؤولية،  
لأن هدف المشرع حماية المستهلك والمخترع وفي حيازتها ضرر للشخص نفسه فقط.<sup>2</sup>  
أو ادعاء الحصول على براءة الاختراع ويكون ذلك من خلال وضع بيانات كاذبة تؤدي  
لإيهام الجمهور بأن الفاعل حصل على براءة الاختراع عن المنتجات التي يتاجر بها  
بغرض استمالة المستهلك، وفي هذه الحالة علم الفاعل مفترض ولا يقبل اثبات  
العكس فوضع تلك البيانات على المنتجات أو من خلال الإعلان عنها دليل على سوء  
نية الفاعل.<sup>3</sup> كما قد يكون التعدي على المنتج في شكل استعمال براءة اختراع  
مملوكة للغير تكون في حالة خرق التزام قانوني يجعل من البراءة ملك لشخص آخر<sup>4</sup>  
فالشخص الذي يحصل على براءة اختراع بطريقة غير مشروعة بالاعتماد على  
الاحتيال والغش أو السطو على الاختراع الأصلي عند عرضه في معرض دولي قبل  
إيداع طلب براءة الاختراع يعد فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> بناء على المادة 28 من اتفاقية تريبس، فبراءة الاختراع تعطي لصاحبها الحقوق التالية:

- حين يكون موضوع البراءة منتجاً مادياً، حق منع أطراف لم تحصل على موافقته من هذه الأفعال صنع أو استخدام  
أو عرض للبيع أو بيع أو استيراد ذلك المنتج لهذه الأغراض.

- حين يكون موضوع البراءة عملية صناعية، حق منع الاستخدام الفعلي للطريقة، ومن هذه الأفعال: استخدام عرض  
للبيع أو بيع أو استيراد على الأقل المنتج الذي يتم الحصول عليه مباشرة بهذه الطريقة لهذه الأغراض.

<sup>2</sup> عماد حمد محمود الإبراهيم، الحماية المدنية لبراءة الاختراع والأسرار التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص،  
فلسطين، 2012، ص 91.

<sup>3</sup> القيلوبي سميحة، مرجع سابق، ص 365.

<sup>4</sup> عماد حمد محمود الإبراهيم، مرجع سابق، ص 92.



الحماية المدنية للمستهلك ... أ. ريمة عبد الصمد

## ب/ التعدي على طريقة الصنع موضوع الاختراع

يكون الاختراع في حالة الطريقة الجديدة المعتمدة للإنتاج والتي لم يسبق اعتمادها للوصول إلى نتيجة، في هذه الحالة يتمتع المبدع ببراءة اختراع الطريقة المبتكرة للوصول إلى المنتج ودون المساس بحق صاحب البراءة على المنتج الذي اخترعه بهذه الطريقة أو بأي طريقة كانت.

ولصاحب البراءة منع الغير من استغلال الاختراع بأي طريقة من طرق الأبحاث والتجارب التي أجراها ودون الاستعانة بالاختراع المحمي عن طريق البراءة .

ففي حالة التعدي على براءة الاختراع وفقا للحالات السابقة الذكر، كفل المشرع الجزائري لصاحب الاختراع عدة وسائل من الحماية للدفاع عن الحق في الاستغلال الاستثنائي بالاختراع، وتشكل دعوى المنافسة غير المشروعة وسيلة الحماية المدنية الأمثل لحماية براءة الاختراع، لتوفيرها للحماية اللازمة للبراءة المسجلة أو الغير مسجلة فلا يشترط في هذه الدعوى أن يكون الحق مكتملا بجميع عناصره وتهدف الى تعويض الضرر ووقف أعمال المنافسة غير المشروعة معا ولا تتعلق بأفعال واردة على سبيل الحصر.<sup>1</sup>

كما أنه لا يشترط في الضرر الحاصل أن يكون جسيما وإنما يعتبر قائما ولو كان ضرا طفيفا كما لا يشترط أن يكون الضرر أكيدا فيكفي في الضرر حتى يثبت أن يكون احتماليا، و بذلك تكون دعوى المنافسة غير المشروعة وقائية و ليست دعوى علاجية فقط كما هو الحال في دعوى المسؤولية المدنية.

### 3. المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة.

تقوم صناعة الدوائر المتكاملة على أسس في غاية الدقة والتعقيد، تتم على أساس إدماج العديد من الوظائف الكهربائية بأسلوب معين في مكون مادي صغير، فكلما صغر حجم الدائرة المتكاملة كلما كبر الجهد المبذول في إنجازها، فصناعتها

<sup>1</sup> عماد حمد محمود الابراهيم، ص 141.

الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد  
تتطلب الكفاءة وميزانية ضخمة لذا نجد أن الدول المتقدمة تسيطر بالكامل على  
إنتاج الدائرة المتكاملة في الوقت الذي تفتقر فيه الدول المتخلفة لهذا المنتج.

وتعرف التصاميم الشكلية للدائرة المتكاملة على أنها ثلاثية الأبعاد من حيث  
وصفها، وتكون معدة للتصنيع من حيث الغرض منها، كما تؤدي وظيفة إلكترونية  
تتجلى أهميتها في صنع الأدوات والأجهزة الإلكترونية، التي تدخل في تركيبه المنتج عن  
طريق الدائرة المتكاملة.<sup>1</sup>

والمشروع الجزائري تولى وضع تعريف للتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة على  
أنه: "منتج في شكله النهائي أو في شكله الانتقالي يكون أحد عناصره على الأقل  
عنصرا نشطا، وكل الارتباطات أو جزء منها هي جزء متكامل من جسم و/أو سطح  
لقطعة من مادة، ويكون مخصصا لأداء وظيفة إلكترونية".<sup>2</sup>

الاعتداء على التصميم الشكلي للدائرة يظهر في شكلين

#### أ. استنساخ التصميم الشكلي للدائرة المتكاملة

تظهر عملية الاستنساخ من خلال قيام قراصنة البرامج بنقل أو نسخ المنتج  
المحمي أو جزء منه أو استخدام ذات الأفكار، بغرض إنتاج منتج فكري جديد  
ليظهر كمنتج أصلي جديد. اصطلاح عليه المشروع الجزائري بمصطلح التقليد،  
التقليد وهو عكس الابتكار، ويتم بقيام المقلد بإعادة إنتاج الشيء المبتكر بدون رضا  
مالك الحق و سواء كان ذلك الشيء -المبتكر- مماثل للشيء الأصلي أو كان غير  
مماثل تماما، وإنما قريب منه إلى درجة كبيرة، لذلك يشترط لقيام التقليد التماثل أو  
التقارب بين التصميم الشكلي الأصلي والتصميم الشكلي المقلد.

إلا أنه لا يعد اعتداء بالتقليد على التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة في

حالة:

<sup>1</sup> برادعي قوسم، حماية التصاميم الطوبوغرافية للدوائر المتكاملة بين النظرية التقليدية والحديثة للملكية الفكرية، دراسة  
مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، 2015/2016، ص 25

<sup>2</sup> المادة 02 من الأمر 08/03 الصادر في 19 يوليو 2003، المتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة.

الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد  
إذا تم دمج تصميم تخطيطي في دائرة متكاملة لا تمتد إليه الحماية، وكان التصميم التخطيطي الأصلي مبتكرا بالاستناد إلى تحليل آخر، أي أن الاستنساخ لا يتعلق بالجوانب الأصلية أو المبتكرة في التصميم الأصلي، بل يتعلق بجوانب هي أصلا مستنسخة عن تصاميم أخرى.

- إذا تم استنساخ دائرة متكاملة تتضمن تصميمًا شكليًا متوفرًا في السوق وبرضا صاحبها،
- إذا كان الاستغلال لأغراض خاصة هدفها التقييم أو البحث العلمي، فالحماية القانونية تقتصر على الاستعمال التجاري للتصميم، والقصد من هذا الاستثناء هو تشجيع الابتكار في مجال التصميم التخطيطي المفيدة في الحياة العلمية لمواكبة التطور الإلكتروني.
- إذا تم التقليد من قبل شخص أمر بإنجاز عمل دون علم هذا الشخص بواقعة التقليد يمكنه مواصلة إنجاز عمله على المخزون الذي طلب منه قبل إعلامه بذلك، شرط دفع مقابل لصاحب الحق أي صاحب التصميم الأصلي.
- استعمال الحق المقلد يعتبر في حد ذاته اعتداء حتى ولو كان مستقلا عن فعل التقليد، غير أن هذا بشرط أن يكون الاستعمال قد تم لأغراض مهنية أو تجارية، وليس لأغراض علمية أو شخصية بحتة دون هدف تحقيق الربح . أما إذا كان هذا المستعمل هو نفسه من قلد الحق المحمي دون موافقة مالكه، فلا يعد إذا كان الاستعمال قد تم لأغراض تجارية بقصد الربح أو أغراض شخصية بقصد البحث مثلا.

ب. الاعتداء على التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة بالبيع والتسويق

لم يكتف المشرع الجزائري بمنع التقليد بل منع أيضا عرض التصميم المحمي أو للبيع، أو بيعها فعلا، أو تسويقه. ويشترط المشرع لهذه الجرائم أن تكون بقصد التجارة سواء قام بها مرة واحدة أو عدة مرات، وسواء حقق ربحا أم لا. وقد نص عليها المشرع في نص المادة 05 من الأمر 08/03 المتعلق بحماية التصاميم

الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد  
الشكلية للدوائر<sup>1</sup> في هذه الحالة فإن تقليد التصميم قد تم بالفعل، و موضوع هذا  
الاعتداء ليس التقليد، وإنما هو القيام ببيع التصميمات المقلدة، عرضها للبيع، أو  
تسويقها باستيرادها داخل الوطن وتوزيعها.

وسواء كان استيراد التصميم التخطيطي أو بيعه أو توزيعه تم على وجه  
الانفراد، أو كان مندمجا في دائرة متكاملة، أو كان أحد المكونات لسلعة، المهم انه  
يلزم لتوافر هذه الجريمة أن يثبت أن أيا من هذه الأفعال قد تم بقصد التجارة.  
لكن إذا كان الشخص الذي بأشهره الأعمال أو أمر بمباشرتها لا يعلم، وليس لديه  
سبب معقول لكي يعلم بأنه تصميم تخطيطي غير مشروع، فيجوز له مباشرة هذه  
الأعمال بعد علمه، لكن فقط بالنسبة للكمية الموجودة، على أن يدفع لمالك الحق  
أي صاحب التصميم التخطيطي الأصلي، تعويضا عادلا، يتم الاتفاق عليه.

أجاز المشرع الجزائري لصاحب التصميم، أن يقوم برفع الدعوى المدنية في  
حالة ثبوت الاعتداء على أي من الحقوق التي كفلها له القانون، عما يكون قد  
أصابه من أضرار نتيجة لذلك وأن يطلب تعويضا.

وتكون الحماية بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة والتي تغطي جميع  
الاعتداءات التي قد تحل على التصاميم الشكلية للدائرة المتكاملة، فهي تجمع بين  
والوظيفة الوقائية والعلاجية.<sup>2</sup> إلا أن المشرع الجزائري وفر حماية للمنتج المقلد  
وللمبدع غير أن حماية المستهلك كانت ضمنية كما هو حال باقي عناصر الملكية  
الصناعية السابقة.

<sup>1</sup> الأمر 08/03 الصادر في 19 يوليو 2003، المتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة.

<sup>2</sup> سلام منعم مشعل، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية الرقمية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 15،

عدد 01 سنة 2017، ص 122

الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد  
المحور الثاني: تكريس حماية المستهلك مدنيا ضمن القواعد المنظمة  
للشارات المميزة.

تمثل الشارات المميزة في تلك الإشارات التي تمكن التاجر أو الصانع من تمييز منتجاته أو خدماته عن غيرها من المنتجات أو الخدمات، وتمثل في العلامات، وتسمية المنشأ.

أولاً: المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالعلامة

يقصد بالعلامة التجارية: " كل رمز أو إشارة لسلع أو خدمات تاجر تميزه عن غيره من التجار ، وهي بهذا المفهوم تهدف إلى تحقيق مصالح كافة الأعوان الاقتصاديين من المنتجين و الموزعين و التجار وكذا المستهلكين، أي تحقق مصالح الاقتصاد الوطني بصورة عامة"<sup>1</sup>.

يعد إتمام عملية التسجيل للعلامة التجارية بالشكل المنصوص عليه في القانون ينتج عنه اعتراف قانوني بهذه العلامة، ويتجسد هذا الاعتراف في الاستفادة من الحماية القانونية التي يرتبها القانون لتلك العلامة المسجلة، وتتجلى هذه الحماية في أن صاحب العلامة التجارية قرر له القانون دعوى قضائية من خلالها يطلب حماية القضاء لحقه في العلامة التجارية ويمكن أن يقاضي كل من يعتدي على هذا الحق بخصوص دعوى المنافسة غير المشروعة كشكل للحماية المدنية فقد اشترط المشرع لقيام هذه الحماية أن تكون العلامة مسجلة .

الأمر 06/03 لم يحدد صور المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالعلامات، فلم يحدد أفعال التعدي الخاصة بالعلامة بل حددت ضمن المادة 27 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بالنص على: "... تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك.."

<sup>1</sup> ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية للمدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، دفاثر السياسة والقانون، جانفي 2012، ص 177

الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد  
من نص المادة أعلاه، نستنتج ضمناً أن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن  
أن يرفعها من أصابه ضرر ناتج عن المنافسة غير المشروعة، سواء كان المنتج للعلامة  
أو الموزع لها كما يمكن للمستهلك رفع هذه الدعوى للتعويض عن الأضرار اللاحقة  
بهم،<sup>1</sup> وحماية المستهلك هنا غير واضحة في القواعد المنظمة للعلامة فهي تستمد من  
القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

### ثانياً: المنافسة غير المشروعة المتعلقة بتسمية المنشأ

يقصد بتسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو  
ناحية أو مكان مسمى من نشأته أن يعين منتجا ناتجا فيه، وتكون جودة هذا المنتج  
أو ميزته منسوبة حصراً لبيئة جغرافية تشمل على عوامل طبيعية وبشرية.<sup>2</sup>

تعد تسمية المنشأ آلية يرمز من خلالها إلى الجودة، تضمن نوعية البضاعة  
المقدمة للمستهلك، ويعد من فعل المنافسة غير المشروعة وفقاً للتشريع الجزائري  
استعمال تسمية منشأ لمنتجات ذات جودة أدنى، وهذا لأن تسمية المنشأ تضمن  
جودة ونوعية البضاعة المقدمة للمستهلك فيكون هذا الأخير على يقين من أن  
المنتجات تتضمن مميزات معينة غير متوفرة في منتجات مشابهة لها.

واعتبر المشرع الجزائري الاستعمال غير المشروع لتسمية المنشأ فعلاً غير  
مشروعاً من خلال نص المادة 28 من الأمر 65/76<sup>3</sup> والتي تنص على "يعد غير  
مشروع الاستعمال المباشر أو غير مباشر لتسمية منشأ مزورة أو منطوية على غش".

والقصد من مصطلح استعمال مباشر، هو عملية وضع تسمية المنشأ المزورة  
على البضاعة بغرض تضليل المستهلك وإيهامه بشراء المنتج أصلياً بصفات

<sup>1</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 181

<sup>2</sup> المادة الأولى من الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، جريدة رسمية عدد 59  
مؤرخة في 23 جويلية 1976.

<sup>3</sup> الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، جريدة رسمية عدد 59 مؤرخة في 23  
جويلية 1976.

الحماية المدنية للمستهلك ... أ. ريمة عبد الصمد  
وخصائص المكان المفترض أنه أنتج فيه، أما الاستعمال غير المباشر تتمثل في عملية  
الدعاية لمنتج ما على أنه منتج منطقة معينة.<sup>1</sup>

## خاتمة

أدت حقوق الملكية الصناعية إلى إحداث ازدهار وتطور في الحركة التجارية  
على المستوى والدولي، وقد أثرت هذه الحقوق بشكل مباشر في المستهلك لما نتج عنها  
من تطوير وسائل توزيع السلع والمنتجات لتسهيل إيصالها إلى المستهلك.

وبغرض تحقيق الربح اشتدت المنافسة بين الأعوان الاقتصادية فظهرت  
المنافسة غير المشروعة التي تعتمد على أفعال غير نزيهة فكانت الخسائر مشتركة لكل  
من المبدع والمستهلك والاقتصاد الوطني

حماية العون الاقتصادي كانت كافية الى حد ما ضمن قواعد الملكية  
الصناعية، غير أن حماية المستهلك كانت ضمنية على اعتبار أن حماية المبدع والمنتج  
هو حماية موازية للمستهلك، فنجد أن حماية المستهلك تستمد من القوانين الخاصة  
فقط.

## قائمة المصادر والمراجع:

أولا- باللغة العربية:

1-النصوص القانونية:

- الأمر 58/75 المؤرخ في 26/11/1975 المتضمن القانون المدني الجزائري، جريدة رسمية عدد 78 المعدل والمتمم.
- الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، ج رقم 43 الصادرة بتاريخ 20 يوليو 2003.

---

<sup>1</sup> عزيزة شبري، حنان مناصرية، تسمية المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14 أبريل 2017، ص 414.

## الحماية المدنية للمستهلك ..... أ. ريمة عبد الصمد

- قانون 04 / 02 مؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 43 ، المعدل والمتمم من خلال قانون رقم 10 / 06 مؤرخ في 15 أوت 2010 ج ر عدد 46
- الأمر 86/66 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، جريدة رسمية عدد 35 الصادرة بتاريخ 03/05/1966.
- الأمر 08/03 الصادر في 19 يوليو 2003، المتعلق بحماية التصميم الشكلية للدوائر المتكاملة.
- الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، جريدة رسمية عدد 59 مؤرخة في 23 جويلية 1976.

### 2-الكتب:

- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية ، ط2، 1998 صلاح الدين عبد اللطيف الناهي، الوديز في الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الفرقان، الأردن، سنة 1983.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، حقوق الملكية الفكرية، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، ط 2006.
- ناصر موسى، الحماية المدنية للرسوم والنماذج الصناعية في التشريع الجزائري.

### 4- الرسائل العلمية:

- عماد حمد محمود الأبراهيم، الحماية المدنية لبراءة الاختراع والأسرار التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، فلسطين، 2012.
- برادعي قوسم، حماية التصميم الطبوغرافية للدوائر المتكاملة بين النظرية التقليدية والحديثة للملكية الفكرية، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، 2016/2015.

### 5- المجلات العلمية:

- سلام منعم مشعل، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية الرقمية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 15، عدد 01 سنة 2017.
- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية للمدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، دفا تر السياسة والقانون، جانفي 2012.
- عزيزة شبري، حنان منصورية، تسمية المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14 أبريل 2017.