جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

تسمية المنشأ _ دراسة مقارنة _

مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر تخصص قانون الاعمال

إعداد الطالب :

– حراث فتيحة

– خيراني مباركة

الأستاذ المشرف :

*** سعودي سعيد**

لجنة المناقشة

الأستاذ: .....رئيسا

الأستاذ : سعودي سعيد .....مشرفا ومقررا

الأستاذ:..... ممتحنا

السنة الجامعة: 2021-2022

بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء

الى روح والدي وقره عيني وسندي بعد الله الى من افتقدته في مسيرتي

الى سندي وقوتي بعد الله امي الحبيبة

الى اليبنوع الذي لا يمل عطاء الى ما حاكت سعادتي بخيوط منسوجة

من قبلبها والدي العزيزة

الى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء والدي العزيز

الى من حبهم يجري في

عروقي اخواتي الغاليات

الى من سرنا سويا ونحن نشق طريق النجاح صديقتي وزميلتي

الى من علموني حروفا من ذهب وكلمات من درر اساتذتي

الكرام

حراث فـ. / خيراني م.

شكر وعرفان

الحمد لله وشكرا يليق بعظيم سلطانه فقد سدد الخطى وشرح الصدر ويسر الامر

نتقدم بأصدق عبارات الشكر والعرفان والامتنان الى الاستاذ

السيد السعودي

سعيد اطال الله عمره على التوجيهات السديدة

كما نشكر الطاقم الاكاديمي والاداري في كليه الحقوق والعلوم السياسية

بجامعه الاغواط

ونشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في انجاز هذا العمل.

مقدمة

حق الملكية هو من أشمل الحقوق واوسعها اذ عرف هذا الحق لأول مرة في العهد الروماني تطور منقطع النظير فنجد في بعض الأحيان حقوق جماعية واحيانا اخرى حقوق فردية فحق الملكية يخول لصاحبه حق التمتع والتصرف بالأشياء أما الثورة الفرنسية كانت من ضمن محاورها الأساسية القضاء على نظام الاقطاع وتحرير الارض من الحقوق الإقطاعية وجميع التكاليف التي كانت مقررة عليها وفي عام 1789م بعد قيام الثورة الفرنسية أقرت الجمعية العامة قانون يتضمن الغاء نظام الاقطاع من جذوره نهائيا[1] وحق الملكية يخول لصاحبه حق التمتع والتصرف بالأشياء بشرط عدم مخالفة القانون والتنظيم والتشريع وينبثق عن حق الملكية ما يسمى بحقوق الملكية الفكرية المتمثلة في الحقوق التي تنتج عن الأنشطة والأعمال الفكرية الصناعية الأدبية والفنية والتي أقرت لها معظم تشريعات العالم الحماية القانونية وأولت لها اهتمام بالغ كونها نتاج التفكير للعقل البشري لذا تقسم حقوق الملكية الفكرية الى قسمين حيث يشمل القسم الاول الحقوق الأدبية والفنية والتي تندرج ضمنها حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، اما القسم الثاني فهو حقوق الملكية الصناعية فترد هذه الأخيرة على منقول معنوي متمثل في الابتكارات الجديدة مثل براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية. او ترد على شارات مميزة تتمثل في العلامات التجارية وتسميات المنشأ او ما يسمى بالمؤشرات الجغرافية وغيرها العديد من الشارات المميزة.

جدير بالذكر انه في القرن التاسع عشر كان الثورة الصناعية التي قامت في أوروبا الأثر البالغ في ظهور الملكية الصناعية اما عن صدور أول قانون فكان بفينيسيا الايطالية 1472 والذي تضمن التطرق لأي عمل جديد فقد نص على ان كل عمل جديد جاء نتاج جهد او مهاره يلزم صاحبه بتسجيله للانتفاع منه وإفادة المجتمع كاملا منه مع حمايته قانونا من خلال خضر استعماله من قبل الغير او القيام بعمل مشابه له بدون

[1] بن قوية مختار ابوزكرياء ،الحماية القانونية للملكية الصناعية وفق التشريع الجزائري للإتفاقيات الدولية، المركز الأكاديمي للنشر، الإسكندرية، مصر، 2020، ص 5

ترخيص مباشر من قبل صاحبه الحقيقي والذي قام بتسجيله لمدة عشر سنوات ونتاج التطور الكبير الذي شهده العالم بعد الثورة الصناعية والتجارية أصبح العالم قرية صغيرة مما ادى الى تفاقم مصالحه بوتيرة غير مسبوقة وبهذا اصبح هذا النوع من الحقوق اي حقوق الملكية الصناعية ذا أهمية كبيرة في ظل التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية السياسية والعلمية والثقافية والاجتماعية التي شهدها العالم.

وتعتبر الملكية الصناعية احدى فروع الملكية الفكرية وتشمل عدة مجالات مختلفة تحتل مكانه جوهريه في الحياة الاقتصادية للدول المتقدمة ومما لا شك فيه فإن حقوق الملكية الصناعية وفي مقدمتها تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية من احدث الفروع القانونية كما وأنها تعتبر معيارا لقياس التقدم والتطور وتشكل تسميات المنشأ احدى الوسائل القاعدية ذات الدور الاساسي في تكريس أسس الجودة النوعية للمنتجات وتجنيد العوامل الطبيعية والبشرية المتواجدة في منطقة معينة لتشجيع المنافسة المشروعة وفق صور النزاهة التجارية، وتعد تسميات المنشأ من العناصر الأساسية لحقوق الملكية الصناعية يتم استخدامها من قبل المنتجين والصناع الاقتصاديين لوضعها على البضائع والسلع وتمييزها عن غيرها مما يساعد في الحصول على منتجات حقيقية ومميزه ذات فعالية كبيره مستمدة من المنطقة الجغرافية التي انتجت فيها هذه السلع مما يكسبها شهره ورواجا تسويقيا كبيرا لهذه السلعة لما تحمله من مواصفات وخصائص وعناصر مؤثرة طبيعية كانت أم بشرية مما يجعلها محل انظار العديد من المستهلكين للإقبال عليها.

ان هذا الحق من حقوق الملكية الصناعية الذي له الاثر الكبير في مجال التسويق الجيد كان في نظر المشرع الجزائري ونظيره المصري يكمن في المنطقة او ذلك الجزء من المنطقة التي تمتلك صفات وخصائص ومميزات لا تملكها مثيلاتها من المناطق مما يجعل ما ينتج في هذه المنطقة من منتجات ذات ميزة خاصة وفقا لما يكتسبه منها من خصائص ومميزات بالإضافة لما يؤثر بها من مناخ وتربة وخبرات اليد العاملة.

ونظرا للأهمية السالفة التي تكتسبها تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية كحق من حقوق الملكية الصناعية في دعم وتطوير الاقتصاد الوطني من خلال العمليات التجارية الوطنية والدولية وتنشيط الاقتصاد العالمي وما تحققه من مداخيل مالية وفي نفس الوقت ما لها من أهمية في السوق التجارية فهي ذات قوة تسويقية كبيرة واقبال جيد على السلع التي تحمل تسميات منشأ معينة او مؤشر جغرافي معين مما يرجع بالربح على مالكها ويجعلها محل انظار المنافسين الاقتصاديين في الميدان التجاري ومنه تصبح محل اعتداء من قبل الغير وضياع الحقوق الاستئثارية لملكها.

ولان تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية اضحت كما سلف ذكره محل التحايل والاعتداء للمساس بها من قبل الكثير في الاسواق التجارية وطنيه كانت ام دولية مما دفع ذلك لتنظيمها وتحديد الإجراءات الواجب اتباعها من اجل ضمان الحماية القانونية لها من كل اشكال الغش والتقليد وفي المقابل تقاعس تطور التجارة والاقتصاد الوطني مما يؤثر سلبا على مردود الدولة ومن هذا المنطلق فإن المشرع الجزائري والمشرع المصري نظاما هذا الحق المندرج ضمن حقوق الملكية الصناعية كشارات مميزه في نصوص قانونية تحكمه وتكفل افضل اليات الحماية القانونية له وحماية دولية في اطار اتفاقيات ومنظمات دولية سعت جاهده لإبراز حقوق الملكية الصناعية وارساء ضمانات تكفل حمايتها.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في الآتي:

ان المؤشرات الجغرافية تشكل وسيلة هامة للتعرف على منشأ السلع والخدمات فهي تشجع على التجارة اذ انها توضح للمستهلك المنشأ الجغرافي للمنتجات الذي غالبا ما يرتبط بصفات نوعية يبحث عنها المستهلك. ان الانتفاع بالمؤشرات الجغرافية لا يقتصر على المنتجات الزراعية فقط وانما تستعمل ايضا للمنتجات الصناعية التي ترجع في الغالب الى العوامل البشرية وابداع صنع البشر في بعض الأقاليم. بما ان هذا العصر هو عصر صناعي متطور تحكمه التكنولوجيا بذلك اصبح الاهتمام بشتى اقسام الملكية الفكرية ضرورة

ملحه، و للأهمية البالغة سينصب موضوع البحث في فرع من فروع الملكية الصناعية وهي المؤشرات الجغرافية وحماية هذه المؤشرات القانونية .

وتبعا لما تمت الإشارة اليه يمكننا تحديد الأهداف التالية :

توضيح مفهوم تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وبيان أهمية الموضوع بالنسبة للحياة الاقتصادية للدول ومدى اسهامه في التطور الاقتصادي وتقدم الدول ثم التعرف على مدى مقدرة الاتفاقيات والمنظمات الدولية والقوانين الوطنية والإقليمية والتي تحمي الملكية الفكرية في توفير الحماية القانونية اللازمة للمؤشرات الجغرافية وانتهاء بالتعرف على طرق حماية المؤشرات الجغرافية على المستويين الدولي والوطني.

ومن بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع هو الرغبة الشديدة في التعمق في مجال الملكية الفكرية خاصة فيما يخص تسميات المنشأ

لان الموضوع لم يجد اهتمام كبير من الدراسات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية والتي ركزت على العلامات التجارية والنماذج الصناعية وبراءة الاختراع وحق المؤلف والحقوق المجاورة وكذا تناول الموضوع لقضية مهمة جدا وهي قضية المنتجات الوطنية وكيفية حماية هذه المنتجات بقوانين تكفل عدم التوغل والتعدي عليها.

ولقد صادفنا اثناء تناولنا لموضوع الدراسة عدة صعوبات يمكن اجمالها في ما يلي:

تشعب الموضوع ضف الى ذلك قلة المصادر والمراجع التي تتضمن الموضوع وعدم وجود أحكام تفصيلية في قوانين الملكية الفكرية الجزائري تتناول الموضوع بصورة مفصلة وكذلك عدم القدرة على التنقل للدول الاخرى مثل جمهورية مصر العربية قانون محل الدراسة المقارنة للحصول على المراجع العلمية.

ونظرا لأهمية تسمية المنشأ الاقتصادية والتجارية والذي اثار شغفنا للتوغل اكثر في الموضوع وذلك بطرحنا للإشكالية التالية :

كيف نظم المشرع الجزائري تسميات المنشأ مقارنه بما هو معمول به في التشريعات الاخرى وما هي الاثار القانونية المترتبة على ذلك ؟

وللاحاطة بكل عناصر الموضوع والاجابة الشاملة على الإشكالية المطروحة اعتمد المنهج الوصفي بهدف توضيح الاطار القانوني المفاهيمي العام لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية في التشريعات الداخلية والاتفاقيات الدولية وكذا اتباع المنهج التحليلي في تحليل المواد القانونية التي تركز على الدراسة في التشريعات الداخلية والاتفاقيات الدولية وتم اتباع المنهج المقارن انطلاقا من ان موضوع الدراسة مقارنة لبيان وجهة نظر كل من المشرعين الجزائري والمصري لتسميات المنشأ وكيفية تنظيم كل منهما لهذا الحق من حقوق الملكية الصناعية .

الفصل الأول :

إنشاء تسميات المنشأ

تعبر تسميات المنشأ عن رسالة معينة شأنها في ذلك شأن العلامات التجارية فهي تقوم باعلام المستهلك المحتمل ان المنتج قد تم إنتاجه في مكان جغرافي معين وانه يتميز بخصائص لا توجد الا في ذلك المكان والانتفاع بتسميات المنشأ يتم وفقا الاستراتيجية محددة بغية الترويج لشركات اقليمية ووطنية[1]، وبذلك تعتبر من أفضل ادوات التنمية الاقتصادية للمناطق والمجتمعات المحلية التي تشتهر بها المنتجات ذات الميزة الخاصة.

ان استعمال تسميات المنشأ من قبل المنتجين لتشخيص منتجاتهم واعطائها شهرة دولية ووطنية هي عمليه قديمة ارتبطت بالظواهر الاقتصادية الخاصة بالإنتاج والتجارة[2]، امام الدور الكبير الذي تلعبه في السوق الاقتصادي والتجاري فإنها تصبح محل للعديد من الاعتداءات من قبل الكثير من الاقتصاديين المنافسين رغبة منهم في تحقيق المزيد من الارباح مما يؤثر ذلك على تسميات المنشأ من الناحية الاقتصادية والتجارية مما دفع بالمشرع الجزائري والمصري لتنظيم تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية في قوانين خاصة بها

[1] مجله الملكية الفكرية الصادرة عن ويبو، ب. ع ، ص22، 2006

[2] فرحة زراوي ،الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، ص 346

المبحث الاول: مفهوم تسميات المنشأ

تتجلى الأهمية البالغة التي تحظى بها تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية بما تحمله هذه المنتجات ذات تسمية المنشأ المعينة من خصائص ومميزات تنسب مباشرة الى مكان إنتاجها مما يمنحها خاصية جذب العملاء وكسب ثقة الجمهور فهي اليه وسيلة يتم الاعتماد عليها لتحديد المكان الذي نشأت فيه السلع وتضمن جودة المنتجات المنتجات المعروضة اذ ان خصوصيه تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تتمحور في الصفات والخصائص المميزة للإنتاج لما يلعبه الإقليم والبيئة الجغرافية للإنتاج وماله من خصائص ومميزات وعوامل طبيعية وبشرية في شهره المنتجات بعيدا عن الدعاية الترويجية للشهرة كما ان مفهوم تسميات المنشأ يشير للالتباس والتشابه في بعض المفاهيم الاخرى ذات الصلة خاصة عناصر الملكية الصناعية.

المطلب الاول: التعريف بتسميات المنشأ

تعد تسميات المنشأ حق من حقوق الملكية الصناعية اذ تؤخذ من اسم مكان إنتاجها ميز لها وتكتسب منه العديد من المميزات والخصائص ستجعلها ذات شهرة عن غيرها ان تسميات المنشأ مصطلح متفق عليه في تشريعات كل الدول جاءت به اتفاقية لشبونة المتعلقة بحماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي.[1]

ان تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية شانها شان باقي حقوق الملكية الصناعية اتفاقية لشبونة المتعلقة بحماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخ في 1958/10/31 بالبرتغال انضمت اليها الجزائر بموجب الأمر 50/72 المؤرخ في 1972/03/23.

[1] اتفاقية لشبونة المتعلقة بحماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخة في 1958/10/31 بالبرتغال انضمت اليها الجزائر بموجب الامر 50/72 المؤرخ في 1972/03/23 .

أولاها المشرع الجزائري والمصري ضمن نصوص القوانين المنظمة لها تعريف قانوني خاص بها وكذا اهتم الفقه في إضفاء تعريف لها لذا سنتطرق للتعريف التشريعي ثم التعريف الذي جاء به الفقه. ثم تعريف تسميات المنشأ في الاتفاقيات الدولية

الفرع الأول :التعريف التشريعي

عرف المشرع الجزائري تسميات المنشأ في المادة الاولى من الأمر رقم (65/76) المتعلق بتسمية المنشأ بانها " تعني تسميات المنشأ الاسم الجغرافي لبلد او منطقة او جزء من منطقة أو ناحية او مكان من شأنه ان يعين منتجا نشأ فيه وتكون جودة هذا المنتج او مميزاته منسوبة حصرا او أساسا للبيئة الجغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية.

ويعد كذلك اسم جغرافي الاسم الذي دون ان يكون تابعا لبلد او منطقة او جزء من منطقة او ساحة او مكان مسمى يكون تابعا لبلد او منطقة او جزء من منطقة او ناحية او مكان مسمى يكون متعلقا مساحه جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات ويقصد بـ

- منتج (بفتح التاء) كل منتج طبيعي او زراعي تقليدي او صناعي خام او مجهز
- منتج (بكسر التاء) كل مستغل لمنتجات طبيعية او صانع ماهر او صناعي ".[1]

وقد عرفها المشرع الجزائري في المادة (04) من القانون (10/98) المتعلق بالجمارك الذي ينص على انه : يعتبر منشأ بضاعة ما للبلد الذي استخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة او جنيت او صنعت منه".[2]

عملت نصوص المواد اعلاه على إبراز العلاقة الوثيقة بين المنتجات والمكان الذي نشأت فيه اي الارض من خلال رجوع الجودة العالية للمنتجات وكفاءتها في تحقيق رغبة المستهلك

[1] المادة 1 من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ المؤرخ في 18 رجب 1396 الموافق لـ 23 جويلية 1976 الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 23 يوليو 1976 ، ع. 59، ص 866

[2] المادة 14 من القانون رقم 10/98 المتعلق بقانون الجمارك المؤرخ في 29 ربيع الثاني 1419 الموافق لـ 22 اوت 1998، يعدل ويتمم الأمر رقم 07/79 المؤرخ في 26 شعبان 1399 الموافق لـ 21 يوليو 1979 الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 1998 ع. 61

وكذا العوامل البشرية والطبيعية التي ساعدت لإنتاج السلع بتلك الجودة وأشار المشرع الجزائري في القانون المنظم لتسميات المنشأ أنها لا تقتصر على الإنتاج الزراعي فقط اذ تمتد الى الإنتاج والصناعي والحرفي والصناعات التقليدية بالإضافة لاشتمالها كل مستغل المنتجات الطبيعية وكل المزارع وصانع.

وأكد المشرع الجزائري من نص المادة 14 اعلى من قانون الجمارك على قوة العلاقة بين الارض والمنتجات التي نشأت فيها مما يدلنا ان تسميات المنشأ ترجع الى خصائصها وجودتها وما تملكه من خصائص وصفات الى البيئة الجغرافية والمكان الذي نشأت فيه المنتجات لما تمتلكه هذه المنطقة من عوامل طبيعية كانت او بشريه ساعدت في منح تسميات المنشأ الشهرة والجودة العالية.

اما المشرع الاردني فقد عرف المؤشرات الجغرافية في المادة الثانية من قانون المؤشرات الجغرافية رقم 8 لسنة 2000 بنصه على انها اي مؤشر يحدد منشأ منتج ببلد معين او بمنطقة او موقع معين من ارضه اذا كانت نوعية المنتج او شهرته او خصائصه الاخرى تعود بصورة اساسيه لذلك المنشأ".[1]

يتضح من نص المادة ان تسمية المنشأ هي علامة توضع على المنتج لتشير انه نشا في منطقة جغرافية معينة لها خصائص وسمات تربط المنتج بها والمشرع الاردني أكد على العلاقة بين المنتجات وبلد نشأتها.

اما المشرع المصري فقد عرف المؤشر الجغرافي في المادة 104 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 بانها :" المؤشرات الجغرافية هي التي تحدد منشأ سلعة ما في منطقة أو جهة في دولة عضو في منظمة التجارة العالمية او تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المثل متى كانت النوعية او السمعة او السمات الاخرى لهذه السلعة

[1] المادة 2 من القانون 8 لسنة 2000 المتعلق بالمؤشرات الجغرافية، الاردني، الصادر بالجريدة الرسمية الأردنية بتاريخ 2000/04/02 ع. 4423 ، ص1255

والمؤثرة في ترويجها راجعه بصورة اساسيه الى منشأها الجغرافي، ويشترط لحماية هذه المؤشرات ان تكون قد اكتسبت الحماية في بلد المنشأ".[1]

من هنا نلحظ ان المشرع المصري قد حذا حذو المشرع الجزائري في اعتبار ان المؤشرات الجغرافية دليل لضمان جودة المنتجات من خلال الخصائص والمميزات التي تحملها هذه المنتجات والتي يعود الى طبيعة المكان الجغرافي الذي نشأت فيه، وعليه فإن المشرع المصري اعتبر ان المؤشر الجغرافي يحدد منشأ سلعة في بلد ما ويرجع معيار التحديد الى السمات والخصائص التي تحملها هذه السلعة مرتبطة بمنشأها الجغرافي وجاء النص صريحا فيما يخص الحماية القانونية بهذا الحق اذا يجب ان تكتسب الحماية في بلد نشأتها ويجب ان تعامل دوله مصر معاملة المثل مع الدولة التي نشأ بها المؤشر الجغرافي، والمؤشرات الجغرافية لا يمكن احتكارها فهي حق جماعي من لمستغلي منطقة معينة لها من المميزات ما يفردها عن غيرها مما يخرج منها من منتجات تنفرد بتلك الخصائص وبالتالي يجب ان تحتوي هذه المنتجات الخارجة من نفس المنطقة على نفس تلك الخصائص المميزة لهذه المنطقة.

فهي حق جماعي لا تزول وتنقص الا بزوال المنتج وماله من خصائص ومميزات باعتباره هو السبب الرئيس وراء منح هذه التسمية وهي ثابتة تخص منتجات معينة مصدرها مكان معين.[2]

ومن الأمثلة على تسميات المنشأ في القانون الجزائري كروم تلمسان[1]، الظهرة[2] جبال تالة[3] كروم معسكر[4] ومن الأمثلة على تسمية المنشأ في القانون الاردني والقانون المصري املاح البحر الميت في الاردن والقطن المصري في مصر.[5]

---

[1] المادة 104 من قانون 88 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 2 جوان 2002، ع. 22 مكرر، ص 83

[2] زواوي كاهنة، اعمال المنافسة غير المشروعة المالية بتسميات المنشأ، مجلة المفكر، مج 10، ع.1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015، ص 429

ومن الأمثلة على تسميات المنشأ في بعض الدول مثل تسمية (هافانا) للتبغ المزروعة في منطقة هافانا في كوبا، تسمية شانبانيا للنبيذ المنتج في اقليم شانبانيا شمال شرق فرنسا تسمية توسكانا لزيت الزيتون المنتج في مقاطعة توسكانا بإيطاليا وتسمية ركفور للجبنة المصنوعة في كهوف إقليم الركفور بفرنسا .[6]

الفرع الثاني: التعريف الفقهي

تعددت التعاريف الفقهية لتسمية المنشأ في كل من الفقه الجزائري والفقه المصري لكنها تدور حول نفس المعنى ونفس الهدف

ولقد عرفها الفقه الجزائري من خلال سمير جميل حسين الفتلاوي على انها: " التسمية التي تشتغل كرمز لمنشأة صناعية في بلد او منطقة او جزء من منطقة او ناحية او مكان مسمى بحيث يكون الإنتاج وخصائصه منسوبا لبنيه جغرافية تتمتع بعوامل طبيعية او بشرية".[7]

---

[1] المرسوم 192/70 المتعلق بمنح التسمية الاصلية بعنوان تلمسان المؤرخ في 3 شوال 1390 هـ الموافق لـ 1 ديسمبر 1970، الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 8 ديسمبر 1970، ع.102، ص 1537

[2] المرسوم رقم 192/70 المتعلق بمنح التسمية الاصلية بعنوان الظهرة المؤرخ في 3 شوال 1390 الموافق لـ 1 ديسمبر 1970، الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 8 ديسمبر 1970، ع. 102، ص 1533-1535

[3] المرسوم رقم 192/70 المتعلق بمنح التسمية الاصلية بعنوان تاله المؤرخ في 3 شوال عام 1300هـ الموافق لي 1 ديسمبر 1970، الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 8 ديسمبر 1970، ع. 10، ص 153 5-1537

[4] المرسوم 192/70 المتعلق بمنح التسمية الاصلية بعنوان كروم معسكر المؤرخ في 3 شوال 1330 هـ الموافق لـ 1 ديسمبر 1970 الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 8 ديسمبر 1970، ع. 102، ص 1531-1532

[5] نهاد الحسيان ، اجتهاد القضاء الاردني في القضايا المتعلقة بالملكية الفكرية، بحث مقدم في مؤتمر الملكية الفكرية والتنمية الاقتصادية، المنظم من طرف وزارة التجارة والصناعة الكويتية بالتعاون مع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج – مركز الملكية الفكرية بمجلس التعاون للتدريب وكلية الحقوق، بجامعة الكويت، يومي 30-31 مارس 2014، ص 20

[6] محمد عبد الفتاح نشأة الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية، مجلس الدولة المصري، طرابلس، لبنان، 2011 منشور على الموقع الالكتروني www.economy.gov تاريخ الزيارة 2022/5/5 الساعة 1:00 ظهرا

[7] سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية، د.م.ج الجزائر، 1988، ص 253

اما نواره حسين فعرفتها على انها " فرع من فروع الملكية الصناعية وبالخصوص فرع من البيانات التجارية والمعيار المميز لها وانها تتخذ من اسم المكان الذي انتجت فيه علامة معينة حيث يرتبط المنتج من بلد او الاقليم الجغرافي كما يرتبط بمواصفات وجودة السلعة وخصائصها التي ترجع أساسا الى هذه البيئة الجغرافية لما فيها من عوامل طبيعية وبشرية وترمي الى تمييز المنتجات او المنشأت عن غيرها يستعملها المنتجون الصناعيون لتشخيص البضائع وتمييزها عن غيرها، ومنحها شهرة وطنية او دولية بناء على المؤشر الجغرافي للمنتوج، وهي ذات أهمية قصوى مرتبطة بما تمنحه من ضمانات للمستهلك فيما يخص الصفات المميزة للمنتجات والتي لها علاقة مباشرة بمكان انشائها".[1]

من هنا ذهب الفقه الجزائري لتأكيد وجود علاقة وثيقة بين المنتجات ومكان نشأتها بهدف تمكين السلعة من شهرتها وكسب ثقة مقتنيها ويجب ان تكتسب صفات وخصائص البنيه الجغرافية التي نشأت فيها .

أما الفقه المصري فكان تعريفه للمؤشر الجغرافي من خلال اجتهادات فقهية منها تعريف سميحة القليوبي بانها " المؤشر الذي يحدد منشأ سلعة معينة في منطقة تحمل خصائص الطبيعية والبشرية، بحيث تعود جودة هذه المنتجات وسمعتها وشهرتها وسمعتها التسويقية في الترويج الى البيئة الجغرافية التي نشأت فيها وكذا المؤشر الذي يحدد منشأ سلعة في منطقة لاحدى دول منظمة التجارة العالمية وتعتمد معامله مصر معاملة المثل ".[2]

وعرفها محمد حسين ابراهيم النجار بانها " تلك المؤشرات الجغرافية التي تهدف لتحديد البيئة الجغرافية للإقليم الذي نشأت فيه سلعة معينة، مع رجوع النوعية والسمعة والسمات التي تمتلكها هذه المنتجات الى المنشأ الجغرافي لها وترجع بصورة اساسيه لهذه البيئة الجغرافية

[1] نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 62

[2] سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ط10، القاهرة، مصر، 2016، ص 669

بما تملكه من خصائص وصفات وعوامل طبيعية وبشرية، وارتباط العلاقة القوية بين السلعة ومكان انتاجها مما يكسبها سرعه البيع واقبال المستهلك عليها والترويج" .[1]

وقد عرفها سعيد بن عبد الله بن حمود المعشري بانها: " الإشارة التي توضع على منتج معين لتشير الى انه انشئ من منطقة جغرافية محدده، ولها خصائص او سمعه ترتبط بمكان نشأتها الجغرافي وتكون نوعيه وجودة هذه المنتجات مرتبطة بالبيئة الجغرافية التي نشأت فيها".[2]

مما سبق نستنتج من التعريفات السالف ذكرها ان كل من الفقه الجزائري والمصري قد اجمع على ان تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية أداة جذب اقتصادية تلعب دورا مهما في جذب المستهلكين واكتساب المنتجات شهرة ومكانة وطنية ودولية، لما لها من خصائص تجعل المستهلك يقبل عليها وهو على ثقة بجودتها ذلك نظرا لخصائصها التي تكتسبها من البيئة الجغرافية التي تنتج فيها ومالها من تأثير العوامل الطبيعية والبشرية على إنتاجها بالشكل المناسب.

اذن فتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تعد دليلا على مكان إنتاج السلع وما يحمله هذا المكان من مميزات وصفات يكسبها للسلعة تجعلها افضل وبالتالي وجود ترابط بين السلعة والإقليم الجغرافي التي تنشا فيه.

[1] محمد محسن ابراهيم النجار، التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية في ضوء أحكام اتفاقية تريبس وقانون الملكية الفكرية، رقم 82 لسنة 2002، دار المطبوعات الجامعية، القاهرة، مصر، 2015، ص 113

[2] سعيد بن عبد الله بن حمود المعشري، حقوق الملكية الصناعية – دراسة فقهيه مقارنه في ظل ما انتجه التشريع العماني، الجامعة الجديدة، مصر، 2010، ص 2615

الفرع الثالث: تعريف تسمية المنشأ وفق الاتفاقيات الدولية

1- تعريف تسميات المنشأ في اتفاقيه باريس:

ان اتفاقية باريس هي الاتفاقية الدولية الاولى ذات الاهتمام الدولي بحقوق الملكية الصناعية لذلك اعترتها العديد من النقائض وفي مقدمتها عدم التنظيم المفصل لتسميات المنشأ كجميع حقوق الملكية الصناعية.

جاء في اتفاقية باريس في مادتها الاولى بالنص على انه " تشمل الملكية الصناعية براءات الاختراع ونماذج والرسوم والنماذج الصناعية والعلاقات الصناعية والتجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر او تسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة".[1]

ما نلحظه ان اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية اعترفت بتسميات المنشأ كحق من حقوق الملكية الصناعية التي تخضع لحمايتها الا انها لم تضع تعريفا لتسميات المنشأ وانما اكتفت بالنص عليها ضمن المواضيع التي تشملها الملكية الصناعية بما في ذلك الفصل بين مصطلح بيانات المصدر ومصطلح تسميات المنشأ ما يدعون للقول ان الاتفاقية تجسيد حماية عامة لتسميات المنشأ متمثلة بالحماية المقررة لحقوق الملكية الصناعية اذ انها لم تتعرض لأي إجراء يخص تسميات المنشأ كما هو الحال بالنسبة لحقوق الملكية الصناعية الاخرى كالعلامات التجارية وبراءات الاختراع.

2- تعريف تسمية المنشأ في اتفاقية لشبونة لعام 1958

عرفت اتفاقيه لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها الدولي في المادة (2) الفقرة (1) منها على انها:" تعني التسمية الجغرافية لاي بلد او اقليم او جهة التي تستخدم للدلالة على احد المنتجات الناشئة في هذا البلد او الاقليم او الجهة والتي تعود جودته او خصائصه كليا او اساسيا الى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية"1

[1] المادة الاولى من اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1983 والمعدل ببروكسل في 14 سبتمبر 1900 وواشنطن في 20 يونيو 1911 ولاهاي في 6 نوفمبر 1925 ولندن في جوان 1934 ولشبونة في 31 اكتوبر 1958 وستوكهولم 14 جويلية 1967 والمنقحة في 28 سبتمبر 1979 .

وتعرف كذلك بأنها " اي جزء من بلد او دولة ما يتم اعتماده قانونيا من اجل الإشارة الى بعض السلع والمنتجات انشئت في هذا الجزء او الدولة لما لها من خصائص وصفات تأخذها من هذا الجزء الاقليمي للبلد المعني بها وما له من خصائص الطبيعية والبشرية تساعد في إنتاج منتجات ذات جودة عالية".[1]

اما وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة تعرفت المؤشر الجغرافي بانه " كل تسمية محمية في مكان المنشأ الموقع على الوثيقة والاتفاقية، وتتكون من اسم اقليم جغرافي او تشتمل عليه، او اي تسمية تشير الى منطقة معينة او تشتمل عليها وتكون متعاقدة في الاتفاقية كما تستخدم لتعيين في سلعة ما انها نشأت في تلك المنطقة وتحمل صفات وخصائص تعود بشكل مباشر واساسي الى ذلك الاقليم الجغرافي بما يحويه من عوامل طبيعية وبشرية ساعدت في منح السلع الشهرة التجارية والخصائص المميزة لها.[2]

بالإضافة الى ذلك فإن وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة استخدم مصطلح المؤشر الجغرافي للدلالة على تسميات المنشأ وعرفتها بأنها "اي مؤشر محمي في الدولة المتعاقدة ويتكون من اسم منطقة جغرافية او يشتمل عليه او اي مؤشر اخر يشير الى تلك المنطقة ويحدد لها خصائص راجعه لذلك المكان".[3]

ان تسميات المنشأ تعد اسم جغرافي لبلد ما او مكان يحتوي على صفات ومميزات ذات خاصية تجعل السلعة ذات جودة عالية ويجب اكتساب السلعة لهذه الخاصية تحمل نفس

---

[1] المادة 2 فقرة 1 من اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخة في 31 اكتوبر 1958 والمعدل بستوكهولم في 14 جويلية 1967، 28 سبتمبر 1979 ودخلت حيز النفاذ في 5 نوفمبر 1983، ص 2
Delphine marie vivien, la protection des indications géographique, ed. Caen, France, 2012, p20

[2] المادة 2 فقرة رئيسية 1 فقرة فرعيه 1و2 من وثيقة جنيف لاتفاقية لشبونة لحماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي التي تم اعتمادها في المؤتمر الدبلوماسي المعني باعتماد وثيقة جنيف الاتفاق لشبونه بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي جنيف يومي 20- 21 مايو 2015، المؤرخ في 20 مايو 2015

[3] المادة 2 فقرة 2 من وثيقة جنيف لاتفاق ؟؟ المرجع السابق

تسمية المنشأ ومن خلال هذا فإن تعريف اتفاقية لشبونة جمعا ومفصلا لتسميات المنشأ دوليا ومتفق مع ما أخذ به كل من المشرع المصري والجزائري.

3- تعريف تسميات المنشأ وفق اتفاقية تريبس

عرفت اتفاقية تريبس في مادتها 22 من الفقرة الاولى تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية على انها: كل المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في ارض بلد عضو او في منطقة او موقع في تلك الارض حين تكون النوعية او السمعة او السمات الاخرى لهذه السلعة راجعة بصورة اساسية الى منشأها الجغرافي .[1]

تشابه تعريف المؤشرات الجغرافية في اتفاقية تريبس مع ما جاءت به اتفاقية لشبونة سالفة الذكر الا ان نقطة الاختلاف تتمحور حول ان اتفاقية لشبونة لا توفر الحماية لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية التي تتضمن اسماء اشارات غير تلك الاسماء الجغرافية، ان التسمية الجغرافية تدخل تحت اتفاقية تريبس على عكس اتفاقية لشبونة التي تتطلب في المنتجات أن يكون لها خصائص راجعه بصورة اساسيه ومباشره الى البيئة الجغرافية التي نشأت فيها بالإضافة الى العوامل الطبيعية ذات التأثير في المنتجات من مناخ وخصوبة التربة والاجواء الطبيعية المناسبة بما في ذلك العوامل البشرية من ايدي عاملة ذات خبرة في هذا المجال، اما اتفاقية فإنها تعتمد على خصائص المنتجات التي تكون راجعة الى المنشأ والإقليم الجغرافي.[2]

يقوم التعريف الذي جاءت به اتفاقية تريبس على بيان العلاقة اللصيقة بين السلعة وما تحمله من خصائص ومميزات ذات جودة عالية والارض او البيئة الجغرافية التي نشأت فيها هذه السلعة، بحيث اشار التعريف الى الكيفية التي يمكن بها ربط العلاقة بين المؤشر

[1] المادة 22 فقرة 1 من اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس المؤرخ في 15 ابريل 1994 بمراكش المغرب الملحق رقم 1 من اتفاقية انشاء منظمة التجارة العالمية والمعدلة وفق بروتوكول 6 ديسمبر 2005 ودخل حيز النفاذ 23 يناير 2017، ص 13

[2] محمد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص6

الجغرافي والسلع من خلال النوعية او الشهرة او اي سمات وخصائص متواجدة في السلعة ترجع الإقليم الجغرافي الذي نشأت فيه.

المطلب الثاني: أهمية تسمية المنشأ

للمؤشرات الجغرافية أهمية كبرى نظرا لدورها في جذب المستهلك وشهرة المنتجات التي تحملها على الصعيد الوطني والدولي لما لها من ضمان جودة المنتجات ثم دورها في تمييز البضائع عن غيرها ثم أهميتها في التنمية الاقتصادية التي منحتها القيمة القانونية لها.

الفرع الأول :تسمية المنشأ دليل لضمان الجودة

من خلال تطبيق أحكام الأمر 76- 65 السالف الذكر بالإضافة الى النص القانوني التنظيمي الذي يخص به كل تسمية منشأ وذلك مهما كان مجالها زراعيا او صناعيا او حرفيا ويلعب هذا النص الخاص دورا كبيرا في ابراز خصوصية الجودة التي تضمنها تسميات المنشأ لأنه يعنى بتحديد شروط الإنتاج التي تعكس مميزات العوامل الطبيعية والبشرية المتعلقة بالبيئة الجغرافية التي تحمل التسمية اسمها الجغرافي.

ان الأمر 76/ 65 بوصفه الاطار العام لتسميات المنشأ فإنه يعد الدليل الاساسي لمعرفة وفهم السياسة التي تتبعها الدولة بالنسبة لهذا المجال.[1]

تعتبر تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية دليل على جودة المنتجات المقدمة للبيع في الميدان التجاري وجاء المشرع الجزائري بالنص على ذلك صراحة لمنع هذا الاخير من استعمال تسميات منشأ لمنتجات ذات الجودة الادنى من الجودة في القوانين المنظمة لتسميات المنشأ.

تستهدف هذه الاخيرة لضمان نوعية وجودة السلع التي يقدم جمهور المستهلكين على شرائها

[1] درقاوي حوريه، مساهمة تسميات المنشأ في ضمان الجودة، مذكره من اجل نيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق ،جامعة وهران ،2013، ص 16

بثقه تامه لأنها ذات صفات ومميزات غير موجودة في غيرها من السلع والتي اكتسبتها من الاقليم الجغرافي الذي نشأت فيه .[1]

ان المؤشرات الجغرافية تمنح للمكان الذي نشأت فيه سلعة ما ولها خصائص وصفات ومميزات تنسب لهذا المكان فهي تبرز جودة ونوعيه السلعة من خلال مكان نشأتها ففي حالة النبيذ والمشروبات الكحولية كالويسكي الاسكتلندي اذ ان هناك العديد من المناطق الجغرافية المعنية التي تشتهر بصناعات التقليدية وحرفيه للسلع التجارية وبالتالي تأخذ هذه السلع صفات معينة تنسب في الاساس الى اصلها الجغرافي ويصبح المؤشر الجغرافي او تسمية المنشأ على المستوى التجاري هو الحامل الموثوق للخصائص، كما وان الاستفادة من تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تتبع من الالتزام يقع على عاتق صاحب هذا الحق، ويتجلى الالتزام بضمان جودة المنتجات المقدمة للمستهلكين خلال اعرضها للبيع منتجات ذات خصائص معينة وجودة عالية وتكون نفسها تلك المنتجات ذات الجودة المعروفة والتي ترجع الإقليم الجغرافي الذي نشأت فيه المنتجات مع تجريم وسم عرض للبيع او بيع منتجات مغشوشة او مزورة تحمل تسمية منشأ او مؤشرات جغرافية محل تقليد او غش.

وفي هذا الصدد يكون لنا في الموضوع أفضل الامثلة على المنتجات ذات الجودة العالية التي كسبت ثقة المستهلك ما يعرف بأرز بسمتي ذو الإنتاج الهندي على الرغم من ان ارز بسمتي ليس تسمية منشأ او مؤشر جغرافي رسمي بعد الا أن له سمعة طويلة من حيث الجودة والحماية المقررة له من قبل الدول المستوردة الرئيسية باستثناء الولايات المتحدة قد جعلته صورة طبق الاصل لسلعة المؤشر اذ يوجد 299 مزارع أرز بسمتي وغير بسمتي في ارتارا خاند احدى الولايات الشمالية في الهند اذ تم إجراء تحليل صافي النحل لاستخراج الفوائد الصافية لأرز بسمتي مقابل الأرز غير بسمتي ومحصول منافس آخر في تلك المنطقة مثل قصب السكر فيظهر أن أرز بسمتي اكثر ربحية من الأصناف غير البسمتي

[1] عزيزه شبري وحنان مناصرية، تسميات المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق، مجلة الاجتهاد القضائي، مج 9، ع. 14، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2017، ص 405.

ولكن اقل من قصب السكر بالرغم من انه ليس معتمدا رسميا ،وهذا أفضل مثال على تسمية منشأ او مؤشر جغرافي يكسب ثقة المستهلك ويجعله يقبل عليه ومن أجل رفع الحالة الاقتصادية للفقراء الذين يساهمون في العديد من المنتجات الرئيسية للتصدير سجلت الهند أول مؤشر جغرافي المتمثل في شاي دار جيلنغ في عام 2004 وصل إجمالي التسجيلات الآن الى 227 في العدد

وللأهمية التي تتمتع بها تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية في تحديد جودة المنتجات هناك دراسة تبرز هذه الأهمية ومدى أهمية توفير حماية قانونية فعالة لهذا الحق كدليل لجودة المنتجات الزراعية ففي الصين مثلا ظهرت مشاكل جودة الغذاء بشكل متكرر في الأخبار مما ادى الى تزايد المخاوف بين المستهلكين اذ اصبحت تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية كمؤشر الجودة وفعالية المنتجات ذات أهمية متزايدة في سوق الأغذية الزراعية الصينية، وبالتالي تلعب تسميات او المؤشرات الجغرافية دورا في غايه الأهمية لتكريس آلية ضمان الجودة النوعية والفعالية للمنتجات التي تعرض للبيع[1] ان تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تعتبر من اهم وسائل واليات المستهلك في تحديد نوع السلعة التي يقتنيها ويضمن جودتها يقبل على شراء المنتجات التي تحتوي على خصائص وصفات مميزة لها وغير موجودة في غيرها وذلك راجع للعلاقة بين المنتجات وبيئة الإنتاج لما نهى من صفات مميزه.[2]

وعليه فإن تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تستعمل للدلالة على المكان او الاقليم الجغرافي الذي نشأت فيه المنتجات التي تحملها، فهي تشكل أداة حماية وضمان لما تملكه هذه المنتجات من جودة وقدرة على تلبية رغبات الغير من جمهور المستهلكين او

[1] نسرين شريقي ومولود ديدان، حقوق الملكية الفكرية حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وحقوق الملكية الصناعية، دار بلقيس، الجزائر، 2014، ص 126

[2] فرحة زواري صالح، مرجع سابق، ص 351

البائعين لها مما يساعد ذلك في شهرتها وجذب الغير لها اعتمادا على ما تحتويه من صفات وخصائص وتأثيرات فيه من مناخ وايدي عامله لإخراجها بأفضل صورة وجودة.

الفرع الثاني : تشخيص وتمييز البضائع عن المشابهة لها

ان تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية يتم استخدامها من قبل المنتجين من اجل تمييز بضاعتهم عن مثيلاتها ومنحها شهرة وطنية ودولية بما تحمله من صفات مميزة لها دون الحاجة للدعاية والاعلام المتعارف عليه كما انها تعمل على جذب الزبائن بما تضمنه لهم من صفات مميزه البضاعة او المنتج الذي نسب الى مكان معين.[1]

ومن هنا نقر أن تسميات المنشأ هي أداة تسمح بتمييز منتجات وسلع معينة من خلال مواصفاتها التي تضمن منشأها وطريقة إنتاجها، كذلك تساعد المستهلك في سهوله اختيار سلعة حيث تكون له القدرة على تمييزها عن غيرها ومعرفة صفاتها من خلال تسمية المنشأ الذي تحمله.

كما وان المؤشرات الجغرافية تساعدنا في تطوير المبادلات التجارية وتسريعها حيث تقرب المسافات بين مكان الإنتاج ومواطن الاستهلاك بما يتماشى مع الطلبات المتزايدة للمستهلكين اذ توفر للمستهلك معلومات مهمه وتسهل عليه معرفة المواد وتمييزها، تعمل تسميات المنشأ على التعريف بالمنتوج ووصفه وتحديد مجاله الجغرافي وطريقه الإنتاج وتقرب الصورة اكثر للمستهلكين بتحديد مكان المنشأ الاصلي لهذا المنتوج.

ومختلف المعايير الاخرى الخاصة به من مصدره وشهرته ومواصفاته والتي يتم وضعها في دفتر الشروط من خلالها يتم تمييز المنتجات عن بعضها البعض.

الفرع الثالث: اهميه تسمية المنشأ الاقتصادية والاجتماعية والثقافية

تعد تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وسيله لتحقيق التنمية الاقتصادية في المجالات التي لها صلة بها من خلال دورها في منح المنتجات صفات وخصائص مميزة لها

[1] نسرين شريقي ، مرجع سابق، ص 126

وضمان التسويق الجيد لهذه المنتجات بالإضافة للدور الذي تقوم به هذه المؤشرات في تحقيق التنمية الاقتصادية في المكان والبيئة الجغرافية التي تنتج فيها المنتجات التي تحمل هذه التسمية او المؤشر والمنطقة التي لها تسمية منشأ معينة من خلال توفير الاستقرار الاقتصادي لها.

وتتمثل اهمية تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية للمنتجين والمستهلكين في جودة المنتجات المقدمة بأنها فريدة من نوعها بما تكتسبه من خصائص وصفات ترجع مباشرة وبصورة اساسية للاقليم الجغرافي الذي نشأت فيه مما يساعد في شهرتها وانتشارها في الأسواق الوطنية والدولية ويجعلها اداة تنمية الاقتصاد الوطني .

ان الاهمية الخاصة بالمؤشرات الجغرافية تتشابه مع اهمية ودور العلامات التجارية تقريبا فهي تمنح المنتجات والبضائع المنتجة بمنطقة معينة قيمة اضافية وضمان التسويق الجيد لها وطنيا ودوليا بالمقارنة مع مثيلاتها من السلع الاخرى وتشكل اداة اقتصادية مما يسمح بالحصول على منتجات ذات خصائص عالية وجودة جيدة وفي المقابل الحصول على مدخول أفضل.[1]

يسجل كذلك للمؤشرات الجغرافية دورا في التنمية الاجتماعية من خلال توفير نشاط اقتصادي جيد وتوفير دخل لمستغلي تلك المنطقة من اجل الاستثمار والخروج بمنتجات جيدة وذات خصائص مختلفة نظرا لما تملكه تلك المنطقة من متغيرات تكسبها للسلع وكذلك ارتباط تسميات المنشأ بالمعاني الانسانية بلجوء مكان بعض المناطق الجغرافية الى اعتماد بعض الجوانب الجغرافية والعادات والتقاليد المتوارثة عبر الاجيال من اجل استغلالها في تحضير المنتجات مما يمنح هذه الأخيرة خصوصية وصفات مميزة لها عن غيرها وما يقوم

[1] فؤاد معلال ،الملكية الصناعية والتجارية، دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية ،دار الآفاق المغاربة للنشر ،ط1، الدار البيضاء ،2009، ص 378

به هذا الاسلوب في التحضير لنشر الثقافة الانسانية لمنطقة معينة وبالتالي شهرة هذه المنتجات.[1]

كما ان تسمية المنشأ لها دور كبير في مجال وقطاع السياحة بفتح باب السياحة الدولي أمام السائحين في السفر والتنقل بين المناطق ذات تسميات المنشأ او مؤشرات جغرافية المميزة لها من الخصائص والصفات التي تجذب الاخرين لها بالاطلاع على عمليات الإنتاج والتصنيع وقطاع الاسكان من خلال اعمار الاقاليم الجغرافية ذات صفات ومميزات و تشجيع العيش فيها.

وتتمثل احدى الوظائف الرئيسية لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية كما سبق الذكر في توفير المعلومات والجودة للمستهلكين وهذا ما ينتج عنه فوائد لدى المنتجين ويحفز عمليه الإنتاج والتنمية الريفية من خلال زيادة المشاريع الإنتاجية في المناطق الريفية النائية ونظرا لأهمية تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية باعتبارها أداة تعمل لحماية الارث الثقافي بما في ذلك كونها أداة تنمية المجتمعات البشرية تأخذ النصيب الاكبر في دعم اقتصاد المجتمع ومن أفضل الأمثلة على ذلك التوارث في صناعة بعض المنتجات واعدادها كالجبن والنبيذ الذي تتميز به مناطق جغرافية عن غيره.[2]

كما ان حماية حقوق الملكية والصناعية ومنها تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وتسويق المنتجات الحرفية والتقليدية ذات تسميات منشأ معينة باعتبارها ارث حواري وحمايتها من التقليد والغش يبرز نقاط التماس والالتقاء بينهما فحمايتها بطريقة فعالة تضمن عدم المساس بها يعمل على الاستمرار في حياة المنتجات التقليدية ذات القيمة التراثية

[1] طالب برايم سليمان، الاطار القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان، مقال منشور على الموقع www.soran.edu.ip ص 1382 تاريخ الزيارة 2022/5/7 الساعة 19:05 مساءا

[2] فضلي هشام، حقوق الملكية الفكرية وحماية المؤشرات الجغرافية، دراسة مقارنه في اتفاقيه تريس والقوانين الوطنية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، ع.1، كلية الحقوق، جامعه الإسكندرية، مصر، 2012، ص 638

وتسويق المنتجات الحرفية ذات تسميات منشأ او مؤشرات جغرافية معينة تعد وسيلة تعزز الجماعات بها هويتها الثقافية وتسهم في التنوع الثقافي لهم.[1]

ولتسميات المنشأ أهمية ثقافية اذ تظهر الحرف اليدوية في كثير من الاحيان المعارف الأصيلة وأشكال التعبير الثقافي التقليدي للحرفيين والقبائل الصغيرة او الكبيرة وحتى الامم ككل وتستثمر المجتمعات اعمالها ومزاياها من جيل لآخر لخلق الحرف اليدوية الجمالية والفنية التي تعكس مدخلاتهم الفكرية وتمثل انماط حياتهم المجتمعية وتمكينهم من الاستفادة من الحماية بموجب نظام تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وعلى الرغم من انه يمكن حماية هذه الحرف اليدوية لاعتبارها بيانات جغرافية بموجب أحكام الصكوك الدولية كما سنتها حوالي 160 دولة ومن الامثلة على ذلك الاعمال الزراعية الحرفية اذ تشترك بنغلادش والهند وهما جارتان صديقتان لجنوب آسيا في العديد من الاشياء المشتركة.

منذ قرون وقبل بضع سنوات سجلت الهند ثلاثة منتجات على الأقل وهي Jamdani جامداني مجموعة متنوعة المتاجر Nakshikatha والتي بلا شك من اصل بنغلاديش وجذورها البنجلاديشيه موثقة جيدا قبل فترة طويلة من ظهور فكرة حماية هذه المنتجات من خلال قوانين وطنية واتفاقيات الدولية.

وبناء على ما سبق ذكره فإن البيانات الجغرافية تلعب دورا هاما على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وغيرها من القطاعات الاخرى يعود على الدولة بمردود اقتصادي جيد مما يكرس الأهمية الاقتصادية لتسميات المنشأ ودورها في تدعيم الاقتصاد الوطني بما في ذلك ما تقوم به من شهرة بعض المناطق نظرا لما تمنحه هذه الأخيرة للسلع والحاجات والمنتجات من ما تملكه من صفات وخصائص غير موجودة في غيرها من المناطق .

[1] جماعي ام كلثوم، تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في ظل حماية الملكية الفكرية، مجلة اقتصاديات المال والاعمال، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي ميلة، الجزائر، جوان 2018، ص 557

المطلب الثالث: تمييز تسميات المنشأ عن المفاهيم ذات الصلة

تتجلى اهميه المؤشرات الجغرافية في كونها تميز البضائع عن بعضها البعض وذلك بالنظر لما تحمله هذه الأخيرة من مميزات وصفات اكتسبتها من مكان الانتاج ذو تسمية منشأ معين ووقوفا عند هذا فهناك بعض الشارات المميزة لحقوق الملكية الصناعية لها نفس الدور الذي تؤديه تسميات المنشأ تقريبا مما يجعلها نقف اكثر على تعريف تسمية المنشأ وتحديد خصوصياتها فبالرغم من الدور الذي تلعبه تسميات المنشأ في تمييز المنتجات الا انه في كثير من الاحيان يحدث بعض الاختلاط في ذهن المستهلك الذي لا يملك المعلومات الكافية عن تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية فيثور لديه التباس مع مصطلحات اخرى لذا سنميز بين تسميات المنشأ عن العلامة التجارية اولا ثم تميزها على الاسم التجاري ثم عن بيانات المصدر الثالث.

الفرع الأول: تمييز تسميات المنشأ عن الاسم التجاري

يعرف الاسم التجاري بأنه اي تسمية يتخذها التاجر كدليل لتمييز المشروع التجاري الخاص به عن غيره من المشاريع الاخرى سواء كان في شكل شخص معنوي او طبيعي.[1]

ويعرف ايضا بانه: ذلك الذي يستعمله التاجر سواء كان شخص طبيعي او معنوي لتمييز محله التجاري – لتميز هذا الاخير– عن غيره من المحلات المشابهة له من أجل التسهيل على جمهور المستهلكين التعرف عليه من غيره كما يجب أن يتم استخدامه في كل الوثائق الرسمية لهذا المحل وجديدا غير مستعمل في محلات اخرى.[2]

اما تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية فهي الاسم الجغرافي لبلد او جزء من منطقة من شأنه أن يعينه منتجا نشأ فيه وتكون لهذا المنتج جودة عالية ومميزات راجعة الإقليم والبيئة الجغرافية التي نشأ فيها المنتج.

[1] نسرين شريقي ومولود ديدان، مرجع سابق، ص 127

[2] مصطفى كمال طه ووائل انور بندق، اصول القانون التجاري، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2007، ص 745

ويعد الاسم التجاري من الوسائل التي يلجأ اليها التجار في السوق التجارية لاستعمالها من اجل تمييز مشاريعهم ومحلاتهم عن غيرها دون النظر لما تقدمه هذه المشاريع من منتجات وخدمات على العكس من تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية التي تكمن العبرة فيها بالخصائص والسمات والمواصفات التي تتميز بها المنتجات المقدمة وما تضمنه البيئة الجغرافيا للإنتاج من خصائص تتميز بها وتمنحها للمنتجات التي تنشأ فيها والعوامل الطبيعية والبشرية المتواجدة فيها والمؤثرة في المنتجات.[1]

ويكفي العامل المشترك بين الاسم التجاري وتسميات المنشأ ان هذه الاخيرة لا يمكن لمالكها التنازل عنها فهي حق جماعي لمستغلي المنطقة الجغرافية التي لها الخصائص والصفات الموحدة وتمنحها للمنتجات وتحمل نفس تسميات او المؤشرات الجغرافية، والاسم التجاري لا يجوز التصرف فيه بشكل مستقل عن المحل التجاري لانه الوسيلة التي تميزه عن غيره ويعتبر عنصر من عناصر المحل التجاري.[2]

ويكمن الفرق بين تسميات المنشأ والاسم التجاري بان المؤشرات تكتسب شهرتها مما تملكه من خصائص وصفات وعوامل طبيعية وبشرية تتميز بها المنطقة الجغرافية للإنتاج وذات تأثير مباشر في المنتجات التي تنشا فيها كما تتشكل من تسميات قانونية بمنطقة جغرافية تنتج فيها سلع ذات جودة عالية وخصائص مميزه راجع بالأساس للاقليم الجغرافي.

الذي نشأت فيه، اما الاسم التجاري يكتسب الشهرة من شهرة المحل التجاري المنتمي اليه باعتباره عنصر من عناصره دون النظر لجودة ما يقدمه من منتجات وخصائصها وما لها من شهرة بالإضافة الى ان الاسم التجاري يجب ان يكون اسم مبتكر وهذا ما لا يوجد في تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية التي تكتسب اسمها من ما لها من صفات وخصائص.

---

[1] خالد محمد سيد امام، الحق في التجاري– دراسة مقارنة–، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016، ص27

[2] فرحة زراوي ، مرجع سابق، ص 357

ما يمكن قوله هو ان المشرع الجزائري والمصري قد ذهب للقول ان الفرق بين الاسم التجاري وتسميات المنشأ تكمن في جودة المنتجات المقدمة في كل منهما بحيث ان الاسم التجاري يقدم منتجات دون النظر لجودتها ونوعيتها وما تحتويه من خصائص بخلاف تسميات المنشأ التي تكون بمنتج ذات جودة عالية بمميزات راجعه بصورة اساسيه للبيئة الجغرافية التي نشأت فيها.

ويكمن الفرق كذلك في الجهة المختصة بالتسجيل الاسم التجاري يسجل لدى المركز الوطني للسجل التجاري في الجزائر، وتسميات المنشأ تسجل لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية[1]، كما تسجل في القانون المصري لدى مصلحة التسجيل التجاري للعلامات.

اما بالنسبة لآلية الحماية المقررة لكل منهما فيتم حماية الاسم التجاري بواسطة الدعوة المنافسة غير المشروعة، اما تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية يتم حمايتها بواسطة دعوى الغش او التقليد او دعوى المنافسة الغير المشروعة.[2]

الفرع الثاني: تمييز تسميات المنشأ عن العلامة التجارية

تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية اسم جغرافي لبلد او منطقه معينه ينشا فيها منتج معين وتربط المنتج بالإقليم الجغرافي خصائص وصفات راجعه لهذا المكان وتؤثر في نوعيه الجودة المنتجات اما العلامات التجارية فقد عرفها المشرع الجزائري في المادة 2 من الامر 03/ 06 المتعلق بالعلامة على انها : كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها اسماء الاشخاص والاحرف والارقام والرسومات او صور والاشكال المميزة

[1] عجة الجيلالي ،العلامات التجارية خصائصها وحمايتها –دراسة مقارنة لتشريعات في الجزائر وتونس والمغرب، ومصر والاردن ،والتشريع الفرنسي، الأمريكي والاتفاقيات الدولية ،ج4، ط1، منشورات زين الحقوقية ،بيروت ،لبنان 2015، ص 248

[2] المرجع نفسه.

للسلع او توضيحها والالوان بمفردها او مركبه تستعمل عليها لتمييز سلع او خدمات شخص طبيعيا و معنوي عن سلع وخدمات غيره".[1]

يظهر الفرق الذي جاء به المشرع الجزائري بين العلامة التجارية وتسميات المنشأ فإن الاول تعد إشارة ورمز تستعمل لتمييز المنتجات او خدمات شخص طبيعي او معنوي عن غيره دون اي ضمان لجودة المنتجات و يضمن جذب المستهلك لهذه المنتجات او الخدمات اما تسميات المنشأ فهي تسمية تمنح لمنطقة إنتاج معين تنصب على ضمان جودة المنتجات ونوعيتها وخصائصها وما تملكه من صفات تنفرد بها البيئة الجغرافية لإنتاج هذه المنتجات التي تمنح الخصائص والصفات لها.[2]

ضف الى ذلك ان هنالك علاقة تربط تسمية المنشأ والمنتج بحيث لا يمكن استعمال تسمية المنشأ على منتج لا تتوفر فيه الجودة والخصائص التي تحملها منطقة الإنتاج ولا تستعمل تسميات المنشأ للدلالة على جودة المنتجات بعكس العلامة التجارية فإنها تتعلق بالسلع والخدمات تختلف جودتها حسب رغبة الشخص المنتج لها اذ ان العلامة التجارية يمكن ان تكون تسمية مشروعة قانونا كاسم خيالي او صورة او رمز او إشارة دون اي علاقة لها بمكان الإنتاج كما يحق لمالك العلامة التجارية استئثارها من خلال احتكار استغلالها على السلع والخدمات وحرية التصرف فيها متى قام بتسجيلها قانونا وصدرت بحقه شهادة تسجيل علامة تجارية، اما تسميات المنشأ لا يمكن ان تكون كالعلامة التجارية كإشارة او رمز بل يجب ان تتضمن الاسم الجغرافي لبيئة الإنتاج وتعتبر حق جماعي لمستغلي تلك المنطقة الجغرافية ولا يجوز احتكارها فهي حق للجميع.[3]

---

[1] المادة 2 من الامر رقم 03/ 06 المتعلق بالعلامات المؤرخ في 10 جمادى الاولى 1400 1450 الموافق 19 جويليه 2003 الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 23 جويليه 2003 عدد 44، ص 23

[2] نسرين شريقي، مرجع سابق، ص 127

[3] فرحة زراوي، مرجع سابق، ص 354

كما ان العلامة التجارية لا تلزم صاحبها بتوفير جودة معينة كما هو الحال في تسميات المنشأ او تكون لها صلة بمؤثر جغرافي ولو كانت من اسم جغرافي، اما المشرع المصري فقد عرف العلامات التجارية في القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية في المادة 63 منه والتي تنص على ما يلي:" كل ما يميز منتجا سلعة كان او خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا والامضاءات والكلمات والحروف والارقام والرسوم والرموز وعناوين المجال، ودفعات والاختام التصاوير والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا مميزا وكذلك اي خلط من هذه العناصر اذا كانت تستخدم او يراد ان تستخدم اما في تمييز منتجات عمل صناعي او استغلال زراعي او استغلال الغابات او مستخرجات الارض او اي بضاعة، واما للدلالة على حصر المنتجات او البضائع او نوعها او جودتها او ضمنها او طريقة تحضيرها واما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.[1]

اقر المشرع المصري الى ان تسميات المنشأ تشير المكان الذي يحدد منشأ منتجات معينة في اقليم الدولة مع ضرورة ان تعود السمعة والنوعية وجودة المنتجات بصورة اساسيه الى الاقليم الجغرافي الذي نشأت فيه فالمؤثر الجغرافي رمز يتخذ لتمييز سلع ويرتبط بشكل أساسي بصفات وخصائص السلعة والتي يعود الى الاقليم الجغرافي والمكان الذي نشأت فيه. اما العلامة التجارية فإنها تستخدم لتمييز سلع وبضائع وخدمات شخص عن غيره بغض النظر عن خصائص وجودة هذه السلعة والخدمات، كذلك لبيان المصدر الذي جاءت منه هذه السلع

اما المؤشرات الجغرافية فإنها تسليط الضوء على مكان إنتاج واستخراج هذه المنتجات اي البيئة الجغرافية والخصائص التي تعود بهذه البيئة التي نشأت فيها هذه المنتجات.

[1] المادة 63 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، مرجع سابق

نستخلص مما سبق يمكن ان يتجلى الفرق بين العلامة التجارية وتسميات المنشأ او المؤثرات الجغرافية في القانون الجزائري والمصري في ان تسميات المنشأ تعد دليلا بضمان جودة المنتجات بفعل الخصائص والصفات المميزة لها والتي تكون راجعة بصورة اساسية الى البيئة الجغرافية التي نشأت فيها بالإضافة الى تأثير العوامل الطبيعية والبشرية في اقليم الإنتاج الجغرافي اما العلامة التجارية فهي دليل تمييز المنتجات والخدمات عن بعضها البعض وتمييز منتجات شخص عن منتجات غيره كذلك دليل لبيان مصدر البضائع دون الاهتمام بجودتها وخصائصها .

ومنه عند منح اسم مكان جغرافي علامة تجارية تستعمل لتمييز نفس السلع البضائع التي اشتهرت بها تلك المنطقة يؤدي ذلك لاختلاط تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية بالعلامات التجارية لذلك ألزمت اتفاقية (تريبس) الدول الاعضاء بالغاء تسجيل علامة تجارية اذا كانت تحمل اسم مؤشر جغرافي تؤدي لتضليل المستهلك.[1]

وما يمكننا استخلاصه يتم استعمال العلامة التجارية كرمز او إشارة او صورة لتمييز المنتجات والخدمات المتشابهة تعد العلامات التجارية واسعة النطاق وغير محدودة وفي تطور واسع ومنتشر على العكس من تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية التي تستعمل كتسمية تمنح قانونا لمنطقة معينة ولا تمنح نفس التسمية لمنطقة اخرى.

والمشرع المصري رغم النص في قانونه على المؤشرات الجغرافية الا انه ربطها بالعلامة التجارية بالرغم من الاختلاف بينهم الا انه يجوز ان تكون العلامة التجارية تحتوي على مؤشر جغرافي وقد اخضع إجراء التسجيل المؤشر الجغرافي لنفس الإجراءات المتبعة في تسجيل العلامة التجارية والملاحظ من ذلك اعتبرهم المشرع المصري نفس الشيء.

[1] محمد محسن ابراهيم النجار، مرجع سابق، ص ص 115- 117

الفرع الثالث: تمييز تسميات المنشأ عن بيانات المصدر

تطرق المشرع الجزائري لبيانات المصدر في قانون الجمارك رقم 98/ 10 المعدل والمتمم في مادته 15 والتي مفادها ان بلد المصدر هو ذلك البلد الذي يتم ارسال البضائع والمنتجات منها مباشرة الى الإقليم الجمركي الخاص بالدولة اذ يعد بيان المصدر هو البلد الذي انتجت فيه المنتجات وجاء في المادة 14 من نفس القانون في بلد منشأ المنتج الذي استخرجت من باطن أرضه المنتجات.[1]

أما المشرع المصري فقد تناوله بيانات المصدر بتعريفها على أنها: " إشارة تدل على اسم البلد او الدولة او البعض من اجزائها التي يتم فيها إنتاج المنتجات والسلع باستعمال اي رمز لهذا البلد للدلالة على ان هذه المنتجات انتجت وأتت من بلد معين.[2]

وتختلف بيانات المصدر عن تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية اذ ان بيانات المصدر يكمن الهدف منها تحديد مصدر المنتجات والمكان الذي جاءت منه هذه المنتجات وليس من الضروري ان تحدد مكان الصنع او الإنتاج، ولا تضمن المنتجات من ناحية الخصائص والصفات والجودة والنوعية اذ ان بلد المصدر (بيان المصدر) تحديد البلد الذي ترسل منه البضاعة مباشرة اما تسميات المنشأ

او المؤشرات الجغرافية يكمن هدفها في تحديد ان المنتجات لها خصائص وصفات ومميزات ذات جودة عالية غير موجودة في مثيلاتها مع ضمان مراقبة نوعيتها وجودتها.[3]

ومن هنا يمكننا القول بان تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تختلف عن بيانات المصدر في ان الاولى تضمن مصدر المنتجات وجودتها ونوعيتها بناء على الصفات والقصائص التي تنفرد بها منطقة الإنتاج الذي انتجت فيها وبالتالي لا يمكن منح تسميات

[1] المادة 14 15 من القانون رقم 98/ 10 المتعلق بالجمارك المعدل والمتمم، مرجع سابق

[2] نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية والصناعية – دراسة مقارنة بين القانون الاردني والاماراتي، ط1، دار وائل للنشر ،عمان الاردن ، 2015، ص 367

[3] نسرين ومولود ديدان، مرجع سابق، ص 127

منشأ لمنتجات لا تتمتع بخصائص ومميزات راجعه بصورة اساسيه لبيئة جغرافية معينة ذات خصائص وتعود النوعية الى العوامل الطبيعية والبشرية في تلك المنطقة.

اما بيانات المصدر فتدل على ان السلع والمنتجات جاءت من بلد او دولة معينة وبالتالي فهي معلومات وارشادات توضح ويتعرف المستهلك من خلالها على المكان او البلد الذي قدمت منه هذه المنتجات دون اي ضمانات للخصائص او الجودة والنوعية، اي مكان صنع مثل صنع في الجزائر او صنع في مصر او صنع في الاردن.

اعتمد الفقه الفرنسي بيانات المصدر لا يقع عليها اي حق استئثاري مثل حقوق الملكية الصناعية لأنها ليست منها والغاية منها تكمن انها لا تتعدى حماية المستهلك من اي تضليل او تحايل .

المبحث الثاني: شروط تسجيل تسميات المنشأ

تعتبر تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية اداه اقتصاديه لها دور في السوق الاقتصادي والتجاري بحيث تعمل على جذب المستهلكين لاقتناء المنتجات التي تحملها لما لها من خصائص وميزات راجعه للبيئة الجغرافية التي نشأت فيها، والمشرع الجزائري على غرار باقي التشريعات الاخرى وكذلك التشريع المقارن (المشرع المصري) حدد شروطا قانونية يجب توافرها من اجل اضفاء الحماية القانونية على تسميات المنشأ وبدونها لا تحصل على الحماية ويتم تسجيلها ولا قيدها .

المطلب الاول: الشروط الموضوعية

تعتبر الشروط الموضوعية اول مراحل تسجيل تسميات المنشأ لاجل وضع حماية قانونية لها فيجب ان تتوفر التسميات محل طلب التسجيل على شروط موضوعية يتم النظر فيها قبل الذهاب للشروط الشكلية بحيث تعد اساس تسجيل تسميات المنشأ وقيدها واصباغ الحماية لها وتتمثل هذه الشروط في ما يأتي في بيانه :

الفرع الأول :الشروط الموضوعية المقررة افي القانون الجزائري

1-إقتران إسم المنشأ باسم جغرافي

تضمنت أحكام الأمر المتعلق بتسميات المنشأ رقم 65/76 على ان تكون تسميات المنشأ ليست اسماء شريطه ارتباط هذه الاخيرة باسم جغرافي وتطابق ما تحمله المنتجات والسلع من تسميات منشأ مع الصفات والمميزات والخصائص التابعة للبيئة الجغرافية التي نشأت فيها هذه المنتجات، فالتسمية الجغرافية تطلق على بلد معين وقد تكون تسمية منطقة معينة مثل سعيدة، باتنة، والاسم الجغرافي يكون متعلقا مساحه جغرافية معينة من اجل بعض المنتجات دون تحديد تلك المساحة ويجب اقتران هذه التسمية بتسمية الإنتاج دون ان تختلط بتسمية مسجلة مسبقا.[1]

[1] فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ط2، د.م.ج ،الجزائر، 2013، ص 258

وفي الحالات التي يتم فيها طلب الحماية القانونية لأكثر من تسمية منشأ في نفس المنطقة يجب منح كل إنتاج تسمية مختلفة ومميزة عن الاخرى للقدرة على التمييز بينهما وبالتالي اذا كانت التسمية مختلطه مع عدة جهات فلا تعتبر بتسمية جغرافية[1] وقد استثنى المشرع الجزائري من تسجيل تسميات، التسميات الغير نظامية وكذا التسميات من أجناس النباتات.[2] كقاعدة عامة في نظام تسجيل تسميات المنشأ ولاجل منحها الحماية القانونية يجب ان يتميز إقليم جغرافي وحده فقط دون الاشتراك مع غيره من البلدان او الاقاليم الاخرى، بضاعة منتجات لها جودة وصفات و نوعية مميزة عن غيرها بمعنى ان الاسم الجغرافي يطلق على بلد معين ويكون المؤشر الجغرافي راجعا في خصائصه وصفاته الى المكان الذي نشأت فيه .[3]

ولذا يجب اقتران تسميات بما يثبت مكان نشأة المنتجات ،اي اقترانها باسم جغرافي يدل على ان نوع معين من المنتجات يحمل خصائص مميزة أنتجت في مكان جغرافي معين، وان عدم وجود مكان معين لإنتاج المنتجات (عدم الاقتران باسم جغرافي) يجعل تسميات المنشأ غير موضوع حماية قانونية، كذلك فإنه لا يؤخذ بالتسمية المختلطة مع عده اماكن بل يجب ان يكون اسم مكان معين له ما يميزه من خصائص وعوامل.

2- ان يعين اسم المنشأ منتجا

يقصد بان يعين اسم المنشأ منتجا اقتران تسميات المنشأ بالمنتجات والسلع ذات الارتباط المادي العميق بالبيئة الجغرافية التي نشأت فيها، بمعنى ارتباط تسميات المنشأ بإنتاج معين يتم إنتاجه في تلك المنطقة وله صفات وخصائص معينة، شريطة وجود اختلاف بينهم وبين ما يشابهه من منتجات انتجت في بيئة جغرافية اخرى، كما يكمن الهدف من تحديد الاقليم الجغرافي لنشأة المنتجات حماية حقوق اصحاب الحق

[1] نوارة جسين، مرجع سابق، ص 258

[2] المادة 4 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسمية المنشأ، مرجع سابق، ص 866

[3] نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص 368

التابعة لهذا الاقليم والمستهلك معا، على اساس ان منطقة الصنع تضمن للمستهلك نوعيه وجودة هذه المنتجات.[1]

لذلك يجب ان ترتبط التسمية بإنتاج معين ينتج في منطقة جغرافية معينة بحيث يكون هو سبب التسمية ومقترن بها، اي ان تكتسبه تسمية المنشأ وتطلق بناء على وجود منتج معين في تلك المنطقة والهدف من هذه التسمية هو تمييز المنتجات عن غيرها الموجودة في السوق.

3- ان تكون المنتجات بفعل العوامل طبيعية وبشرية

من اجل منح تسميات المنشأ الحماية القانونية وتسجيلها اشترط المشرع الجزائري ان تكون المنتجات التي تحمل تسميات لها صفات وخصائص متأثرة بالعوامل الطبيعية والبشرية المتواجدة في بيئة الإنتاج، كما يجب ان تكون تلك الصفات والمميزات والخصائص أساسية وليست ثانوية وراجعه بصورة اساسيه الإقليم الجغرافي في مكان نشأتها بما في ذلك اكتساب هذه المنتجات الخصائص وجودتها ونوعيتها من تلك البيئة الجغرافية التي انتجت فيها ومالها من عوامل طبيعية وبشرية سواء من ناحية نوعية المناخ في تلك المنطقة او نوعية التربة بما في ذلك آليات العمل المستخدمة في الإنتاج من ايدي بشرية او آليات تكنولوجية فلا تقرر الحماية القانونية لتسميات المنشأ الا باشتراك عوامل طبيعية وبشرية اي بتوفير خبره العامل البشري وكذلك العامل الجغرافي.[2]

وكذلك فإن اكتساب المنتجات نوعيتها وجودتها يفعل ما تتأثر به من عوامل طبيعية في البيئة الجغرافية التي ينشأ فيها المنتج بصفه اساسيه بالإضافة الى ذلك تدخل الايدي العاملة البشرية اي تدخل خبره الانسان.[3]

---

[1] فاضلي ادريس، مرجع سابق، ص 259

[2] نسرين شريقي ومولود ديدان، مرجع سابق، ص 127

[3] فاضلي ادريس، مرجع سابق، ص 260

وعليه فإنه لإضفاء الحماية القانونية لها بالإضافة للشروط سالفة الذكر، يجب ان تكون منتجات المنشأ

في تلك المنطقة الجغرافية نتجت صفاتها وخصائصها بفعل العوامل طبيعية وايضا التدخل الانساني والخبرة التي يمتلكها الانسان في تلك المنطقة الجغرافية.

4- ان تكون المنتجات ذات صفات مميزة

ان إنتاج سلع ومنتجات معينة في بيئة جغرافية معينة يكون لهذه المنتجات صفات وخصائص مختلفة عن غيرها من المنتجات الاخرى، لذلك اشترط المشرع الجزائري لكي يتم حماية تسميات المنشأ في منطقة معينة ان تكون لهذه المنتجات التي تحمل تلك التسميات صفات وخصائص موجودة في غيرها من المناطق، اذ تكون الصفات والمميزات بما فيها النوعية والجودة العالية هي الأساس للمنتجات التي تحملها وليس مميزات ثانوية، فاختلاف تسميات المنشأ يدل على اختلاف المميزات والصفات التي تحملها المنتجات.[1]

اذن فإن للحصول على الحماية القانونية الكافية لتسمية منشأ لمنطقة جغرافية معينة يجب تلبية شروط هذه الحماية بأن تكون للمنتجات صفات وخصائص مميزه لها مستمدة من المنطقة الجغرافية للإنتاج، مع اشتراط ان تكون لهذه المنتجات صفات وخصائص مميزه غير موجودة بغيرها.

بالإضافة الى وجوب وجود إنتاج مميز وذو صفة وخاصية مختلفة في منطقة معينة لكي يمكن حمايته عن طريق تسميات المنشأ ،فلا بد من ان تتوفر هذه المنتجات على خصائص اساسية وليست موجودة بالمنتجات الاخرى .[2]

5- مشروعية تسمية المنشأ

يجب ان لا تخالف تسميات المنشأ القانون والنظام العام والآداب العامة حيث المشرع في المادة 4 من الأمر رقم 76/ 65 على عدم توفر الحماية القانونية لتسميات

[1] فرحة زراوي ، مرجع سابق، ص 367

[2] فاضلي ادريس ، مرجع سابق، ص 259

المنشأ غير المتطابقة مع التعريف الذي جاء به في المادة 1 من نفس القانون، غير النظامية اي التسميات التي لا تراعي وتتوفر فيها شروط الأمر المذكور اعلاه المشتقة من أجناس المنتجات اي جميع انواعها بالإضافة لذلك فقد استبعد المشرع الجزائري من الحماية تسميات المنشأ المخالفة للأخلاق العامة والآداب .[1]

أما في القانون المقارن لم ينص المشرع المصري صراحه على الشروط الموضوعية الواجب توفرها لتسجيل المؤشر الجغرافي واضفاء الحماية القانوني عليه وانما اشار لذلك ظنيا في نص المادة 104 والمادتين 109 و 110 اذ تضمنت هذه المواد الشروط الواجب توافرها في المؤشر الجغرافي لكي يتم تسجيله وتتمثل في ان يكون المنشأ الحقيقي للمنتج الذي يحمل مؤشرا جغرافيا في احدى الدول الاعضاء لدى منظمة التجارة العالمية وتعامل جمهوريه مصر معاملة المثل ويكون له تأثير في المستهلك واكتساب المؤشر الجغرافي للحماية في بلد المنشأ الاستمرار في إنتاج السلعة وان يكون المؤشر الجغرافي غير مخالف للنظام العام والقانون.

الفرع الثاني :الشروط المقررة في القانون المقارن

1- ان يكون المنشأ الحقيقي للمنتج الحامل المؤشر الجغرافي في احدى الدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية او تعامل جمهورية مصر معامله المثل: حيث تطرقت المادة 104 من القانون 82 لسنة 2002 للحماية القانونية للمؤشرات الجغرافية في القانون المصري في ناحية الشروط الموضوعية اذ تناولت شرطا موضوعيا يتمثل في ان تسجيل المؤشر الجغرافي واصباغه على منتجات وسلع نشأت في أراضي تابعة لدولة عضو في منظمة التجارة العالمية وتحمل هذه الصفة .

[1] إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص 115

كما وتعامل هذه الدولة منشأ المنتجات حامله المؤشر الجغرافي دولة مصر معاملة المثل كتطبيق للمبادئ والاتفاقات الدولية التي أقرتها منظمة التجارة العالمية واتفاقياتها التي تشرف عليها .

ان المشرع المصري في ما يخص المؤشرات الجغرافية وشروطها الموضوعية لم يفرق كثيرا بين المؤشرات الجغرافية والعلامة التجارية وبالتالي فإن اي مؤشر جغرافي يقدم بشأنه طلب بذلك يجب ان يكون مستعملا على منتجات انتجت في دولة عضو في منظمة التجارة العالمية او تعتمد مبادئ المعاملة بالمثل فلا يتم تسجيلها الا مدرجة تحت علامة تجارية معينة في دولة غير عضو في منظمة التجارة العالمية او لا تعامل جمهورية مصر معاملة المثل وفي الوقت نفسه تم تسجيل العلامة التجارية في اراضي دولة عضو في منظمة التجارة العالمية او تعتمد مبدأ معاملة المثل مع دولة مصر فهنا تلتزم الجهات المختصة في القانون المصري بتسجيل هذا المؤشر الجغرافي ثم تسجيلها ومنحها الحماية القانونية في احدى الدول التي لها صفة عضو في منظمة التجارة العالمية.[1]

ولهذا فإن المشرع المصري قرر ان يكون للمنتج ذو المؤشر الجغرافي محل طلب التسجيل نشأ في احدى الدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية سواء منفردا او تحت غطاء العلامة التجارية التي تحتويه وبذلك يكون المشرع المصري قد حصل الأشخاص ذوي الحق في تقديم طلب التسجيل للمؤشر الجغرافي في الاشخاص الذين يحملون جنسيه دوله عضو في منظمة التجارة العالمية او تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المثل.

2) الغاية من للمؤشر الجغرافي التأثير في المستهلك

يعتبر تأثير المؤشرات الجغرافية في المستهلك من الشروط الموضوعية التي أقرها المشرع المصري لتسجيل المؤشر الجغرافي واضفاء الحماية القانونية عليه يكمن الهدف من هذه المؤشرات في ابراز الدور المكرس لها في التأثير على المستهلك وتجذبه للسلع والمنتجات

[1] المادة 104 من القانون 82 لسنه 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، مرجع سابق، ص 38

وبالتالي يجب ان تكون للمؤشرات الجغرافية التي تحملها السلع إشارة الى البيئة الجغرافية والمكان الذي انشئت فيه هذه السلع بما لها من خصائص ومميزات وجودة عالية اكتسبتها من تلك البيئة وذات التأثير في المستهلك، بالإضافة الى ذلك فعل المشرع المصري جاهدا لإقرار هذا الشرط وتفعيل دور المؤشر الجغرافي كدليل ارشادي للمستهلك

بحيث ان الدور الذي يلعبه المؤشر الجغرافي في السوق والميدان التجاري كبير جدا اذ يعد ذو تأثير بفعالية كبيرة في نفس المستهلك وذلك راجع الى الخصائص والصفات والمميزات الرابطة بين السلعة التي تحمل المؤشر الجغرافي والاقليم الجغرافي المشار اليه الذي نشأت فيه هذه السلعة كما منع المشرع المصري من استخدام اي مؤشر جغرافي يهدف الى تضليل المستهلك وخلق اللبس والتشابه في ذهنه يهدف من ذلك ارشاد المستهلك الى اقتناء السلع الحقيقية اذ يعد المستهلك هو المتضرر الاول من استخدام مؤشر جغرافي غير حقيقي او وضعه على سلع لا تحمل مميزات منطقة معينة مشار اليها من ذلك المؤشر، مما يوقع المستهلك في الغش والخداع لذلك يجب ان يكون للمؤشر الجغرافي تأثير لدى المستهلك لجذبه للسلع ويكون ذلك وفق الطرق المشروعة.

3) اكتساب المؤشر الجغرافي للحماية القانونية في بلد المنشأ

اقر المشرع المصري ضمن الشروط القانونية الموضوعية لتسجيل وحماية المؤشرات الجغرافية يتوجب اكتساب اي مؤشر جغرافي محل تسجيل في مصر للحماية المقررة في بلد المؤشر الجغرافي الاصلي، مع اشتراط تسجيل العلامة التجارية في بلد المؤشر الجغرافي حتى يتسنى تسجيله في مصر اما في الحالات التي يكون فيها ؟؟ تسجيل علامة تجارية تحتوي على مؤشر جغرافي في دوله لها علاقة مع مصر ويتم تسجيله في غيرها يتوجب تسجيله في مصر استنادا على تسجيل العلامة التجارية.

وهذا طبقا لما جاءت به المادة 104 الفقرة 2 منها من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية الملكية الفكرية.[1]

وأشار المشرع المصري الى ايراد استثناء في ذلك، ويتمثل في انه اذا كان يستخدم علامة تجارية تحتوي على مؤشر جغرافي بحسن ولم تمنح الحماية في بلد المنشأ، فإنه يجوز تسجيلها في جمهوريه مصر العربية شريطة ان يكون ذلك قبل بدء العمل بالقانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية.[2]

4) الاستمرار في إنتاج السلع التي تروج تحت علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي

نص المشرع المصري في القانون رقم 82 لسنة 2002 لا سيما المادة 109 منه استمرارية إنتاج السلع التي يتم ترويجها تحت علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي داخل اقليم الاراضي المصرية، يكون ذلك من خلال مداومة كل صاحب علامة تجارية يدرج تحتها مؤشر جغرافي محل طلب تسجيل في مصر بإنتاج السلع والمنتجات التي يتم ترويجها بالطرق المشروعة في القانون المصري في ذلك العمل على محاولة منع طالب التسجيل من إنتاج السلع ذاتها في منطقة غير المنشأ.[3]

ويكمن هدف المشرع المصري في تكريس مثل هذا الشرط لتسجيل مؤشر جغرافي هو حماية جمهور المستهلكين من اي غش وتضليل وخداع، باعتبار المستهلك الطرف الضعيف والاخير في الحلقة التجارية اقتصادية وما للمؤشر الجغرافي من تأثير في المستهلك والعمل على جذبه للسلع التي يحملها.[4]

---

[1] المادة 104 فقرة 2 من القانون رقم 82 لسنه 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، مرجع سابق، ص 38

[2] المادة 109 من القانون رقم 82 لسنه 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، المرجع نفسه

[3] المادة 111 ن القانون رقم 82 لسنه 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، المرجع نفسه

[4] سميحة قليوبي، مرجع سابق، ص 671-672

وبالتالي يكون المشرع المصري بهذا الشرط قد حافظ على حقوق الغير ومنع محاولة غش وخداع المستهلك بحقيقة السلع والمؤشر الجغرافي، بالإضافة الى زيادة الطاقة الإنتاجية من السلع، ومنع إنتاج السلع التي تحمل علامة تجارية يندرج تحتها مؤشر جغرافي، او تحمل مؤشر جغرافي مستقل في بيئة جغرافية لا تتوافق مع خصائص تلك السلع والمنتجات بالإضافة للمحافظة على الاقتصاد الوطني من خلال ضمان الاستمرار في إنتاج المنتجات المميزة.

5) مشروعية المؤشر الجغرافي

يشترط عدم مخالفة المؤشرات الجغرافية مستقله او مدرجه تحت علامة تجارية للنظام العام والقانون، ولا يكون من شأن ذلك المؤشر الجغرافي تضليل وخداع وغش المستهلك ونظرا للأهمية التي يلعبها المؤشر الجغرافي في جذب المستهلكين وترويج السلعة فقد عمل المشرع المصري على الاشتراط الضمني البديهي للمشروعية القانونية لهذا المؤشر وقد حضر تسجيل المؤشر الجغرافي الذي ينطوي على أفعال الغش والخداع والتقليد كما اكدت محكمة العدل الاوروبية قابلية تطبيق لائحة الاتحاد الأوروبي رقم 10/ 2008 بشأن التعريف والوصف والعرض والوصف وحماية المؤشرات الجغرافية للمشروبات الكحولية في تقديم صلاحيه تسجيل العلامة التجارية الذي يحتوي على المؤشر الجغرافي حتى في حالة عدم اتمام التسجيل قبل دخول اللائحة حيز التنفيذ ويجب رفض او ابطال العلامة التي تحتوي على مؤشر جغرافي محمي حيث يؤدي استخدامها الى اي من الحالات المشار اليها في المادة 16 من اللائحة وهي الحالات التي يؤدي فيها استعمال المؤشر الجغرافي لتضليل الغير وبالتالي يفقد مشروعيته.

المطلب الثاني : الشروط الشكلية

وجود الشروط الموضوعية وحدها غير كافي لتصبح تسميات المنشأ متمتعة بالحماية القانونية، بل يجب توافر شروط شكلية تتمثل في الإجراءات الواجب القيام بها واستيفائها

لتسجيل تسميات المنشأ لدى الجهة المختصة، فلا تتمتع تسميات المنشأ بالحماية القانونية الا بعد القيام بالإجراءات المطلوبة المتمثلة في الايداع والتسجيل والاشهار.

الفرع الأول: الشروط الشكلية المقررة في القانون الجزائري

1) الايداع :

يعرف بانه اتجاه إرادة شخص لتسجيل والحصول على ملكية حق من حقوق الملكية الصناعية (تسميات المنشأ) من خلال القيام بالإجراءات المنصوص عليها قانونا المادة 1و4 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 866 بموجب تقديم طلب تسجيل يتضمن جميع المعلومات والوثائق الخاصة بالحق محل التسجيل من اجل اصباغ الحماية القانونية عليه.[1]

فطلب الايداع يقدم لدى الجهة المختصة والمخول لديها الحق في تنظيم حقوق الملكية الصناعية وعليه يجب معرفة مضمون طلب الايداع والاشخاص المؤهلين للايداع كذلك الجهة المختصة والموكل اليها مهمة استلام الطلبات.

أ- مضمون الطلب

نظم المشرع الجزائري إجراءات تسجيل تسميات المنشأ ومنحها الحماية القانونية في المرسوم رقم 76/ 121 المؤرخ في 16 جويلية المتعلق بكيفيات تسجيل واشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة المادة الاولى منه والتي مفادها كيفية تقديم طلب تسجيل تسميات المنشأ بقيام صاحب هذه الاخيرة بملئ الاستمارة يتم سحبها من الجهة المختصة وتقدم أربع نسخ منها مع ضرورة اشتراط احتواء النسخة الاولى منها على كلمة الاصل.[2]

[1] نعمات وهيبة، استغلال حقوق الملكية الصناعية والنمو الاقتصادي ، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق ،كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2009-2010، ص 34

[2] المادة 1 من المرسوم رقم 121/76 المتعلق بكيفيات تسجيل واشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، المؤرخ في 18 رجب 1396 هـ الموافق لـ 16 جويلية الصادرة في الجريدة الرسمية بتاريخ 23 جويلية 1976، ع. 59، ص 870

وجاء المشرع الجزائري في نص المادة 5 من الأمر رقم 76/ 65 لا تودع ولا تسجل تسميات المنشأ الا للمواطنين الجزائريين وبهذا الصدد جاءت المادة 6 من نفس الأمر بانه لا يتم تسجيل تسميات المنشأ الاجنبي الا في اطار تطبيق الاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر.[1]

حدد المشرع ضمن أحكام الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ والمرسوم رقم 121/76 المذكور أعلاه جميع المعلومات والوثائق التي يجب ان يتضمنها طلب تسجيل تسميات المنشأ لدى الجهة المختصة بذلك ،فجاءت المادة 11 من الأمر رقم 65/76 والتي مفادها بأن يتضمن طلب التسجيل ما يلي :[2]

– اسم الشخص الذي يقدم طلب الايداع وعنوانه بما في ذلك النشاط الذي يمارسه وبدقة وتوضيح .

– تسميات المنشأ مثل رغبة صاحبها بالتسجيل وكذلك المساحة الجغرافية المتعلقة بها التي تشمل المنطقة الجغرافية التي ستمنح لها تسميات المنشأ .

–قائمة بأسماء المنتجات السلعة التي ستشملها تسمية المنشأ محل التسجيل،

كما ان المشرع الجزائري اشار ضمن نفس المادة أعلاه الى ان يحتوي ملف التسجيل على جميع ما يتعلق بتسمية المنشأ محل التسجيل بالإضافة الى المميزات والصفات والخصائص للمنتجات التي ستحمل تسميات المنشأ، شروط استعمال تسميات المنشأ وذكر جميع الأشخاص الذين يحق لهم الانتفاع والمرخص لهم باستعمال التسمية محل التسجيل بالإضافة الى المميزات والصفات والخصائص للمنتجات التي ستحمل تسمية المنشأ، شروط استعمال تسميات

بما في ذلك اشار المشرع في المرسوم المتعلق بإجراءات تسجيل تسميات المنشأ سابق الذكر الى الاليات المعتمدة في حالة تسجيل تسميات المنشأ من قبل ممثل، فاذا تم ايداع الطلب

[1] المادتان 5 و6 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 866

[2] المادة 11 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 867

من ممثل مفوض للإيداع يتوجب عليه بيان اسمه الشخصي ولقبه وصفته وعنوانه[1] ويتوجب عليه بيان المعلومات التي جاءت بها المادة 11 من الأمر رقم 65/76 من الأمر اعلاه.

و تجدر الاشارة ان المادة 4 من المرسوم سالف الذكر تطرقت لجميع الوثائق الإضافية المطلوبة، اذ يجب ان يرفق طلب التسجيل بالوثائق المنصوص عليها في المادة 11 من الأمر رقم 76/ 65 بالإضافة لما يلي: [2]

- قائمة المستعمرين لتسميات المنشأ
- السند الخاص بالرسوم النظامية المدفوعة
- تفويض الممثل اذا كان له محل

ب- **صاحب الحق في تقديم الطلب**

لا يمكن ان تحظى تسميات المنشأ بحماية قانونية الا بعد تقديم طلب التسجيل من قبل شخص مؤهل لذلك انطلاقا من هذه القاعدة جاء المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ فقد حصر الاشخاص المؤهلين في كل من:[3]

المادة 2 فقرة ب من المعصوم رقم 76/ 121 المتعلق بكيفيات تسجيل واشهار تسميات

- كل مؤسسة أنشئت (قائمة) قانونا ذهب المشرع الجزائري ضمن نص المادة الى ذكر المؤسسة التي يتم إنشاؤها طبقا للقانون وفق قواعد تأسيس المؤسسة التجارية كشخص من الاشخاص المؤهلين قانونا لتقديم طلب تسجيل تسميات المنشأ دون التطرق بطبيعة المؤسسة وبالتالي اي مؤسسه يتم انشاؤها بصفة غير قانونية.

- كل شخص طبيعي او معنوي يمارس نشاط منتج في المساحة الجغرافية المقصودة انطلاقا من هذه العبارة منح المشرع الجزائري لكل شخص طبيعي كان ام معنوي الحق في

[1] المادة 2 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 870

[2] المادة 4 من المرسوم رقم 76/ 121 المتعلق بكيفيات تسجيل واشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، مرجع سابق، ص 866

[3] المادة 10 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 867

تقديم طلب تسميات المنشأ شريطة ممارسة ذلك الشخص لنشاط إنتاج منتجات معينة تحمل خصائص وصفات مميزة اكتسبتها من المنطقة الجغرافية المشمولة بالحماية في الطلب وبالتالي لا يمكن قبول اي طلب يقدم من طرف اشخاص غير منتجين في تلك المنطقة.

وقد جاءت المادة 10 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ بنفس الصدد لتحديد الاشخاص المؤهلين بتقديم طلبات تسجيل تسميات المنشأ اذ نصت الفقرة 3 منها على كل سلطة مختصة".[1] فقد تكون السلطة المختصة على سبيل المثال وزارة الزراعة او وزارة الصناعة التي تنتمي لها مؤسسات تمتلك منتجات في منطقة محددة.

وفي الحالات التي يكون فيها مقدم طلب تسميات المنشأ شخص اجنبي فقد اقر المشرع الجزائري ضمن الأحكام المنظمة لتسميات المنشأ بانه لا يتم ذلك الا وفقا للاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر في الحالة التي تكون فيها تسمية المنشأ اجنبيه من حيث يمكن ايداع طلب التسجيل بواسطة ممثل جزائري مفوض قانونه ومقيم في الجزائر لتمثيل الاجنبي صاحب التسمية.[2]

ج- الجهة المختصة باستلام طلبات التسجيل

ان الجهة القانونية المختصة باستلام طلبات تسجيل تسميات المنشأ في القانون الجزائري مختصة بالنظر بالطلبات لإصدار قرار الموافقة على تسجيل تسميات المنشأ هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الذي أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21/2/ 1998 [3] وتكون الجهة المختصة لتنظيم الإجراءات واستقبال الطلبات بالنسبة لتسميات المنشأ في التشريع الجزائري المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الذي تم انشاؤه بموجب المرسوم 98/ 68 ويقع تحت وصاية الوزير المكلف بالصناعة ويعد

[1] المرجع نفسه

[2] المادة 10 ، المرجع السابق، ص 870

[3] المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المتعلق بإنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية وتحديد قانون قانون الاساسي 24 شوال 1418 هـ الموافق لـ 21 فبراير 1998، الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 1 مارس 1998، ع. 11، ص 21-25

مؤسسة عامة شخصية معنوية وذمة مالية مستقلة اذ حل هذا المعهد مكان المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية وحل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية مكان الديوان الوطني للملكية الصناعية الذي أنشأ سنة 1963 بعد الاستقلال مباشرة وهو اول هيئة مؤسساتية تعنى بحقوق الملكية الصناعية في الجزائر اذ اشتمل على جميع الاختصاصات الخاصة بحقوق الملكية الصناعية في عمليه التسجيل تضفي على تسميات المنشأ الصفة الشرعية القانونية، كما انها تمنع الآخرين من استخدام التسمية المحمية كذلك يمنح التسجيل حقوق اقتصادية لمنتجي السلع التي تأتي من منشأ جغرافي محدود تحمل لتسمية منشأ محمية[1].

2- **التسجيل:** تأتي عملية التسجيل لتسميات المنشأ كمرحلة قبل الاخيرة من مراحل التسجيل فيعد استلام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية لطلب التسجيل اذ يقوم المعهد بدراسة الطلب والتحقق اذا كان لصاحبه صفه الايداع ام لا بما في ذلك توافر جميع المعلومات والبيانات المطلوبة بالإضافة لدفع مقدم الطلب جميع الرسوم المحددة قانونا، ويجب على الهيئة المختصة التأكد من ان التسمية او المؤشر لا يخالف الشروط الموضوعية فإنها تعتبر مشمولة بالحماية.[2]

وللمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، اذا توافرت في طلب التسجيل جميع الشروط الموضوعية والشكلية المحددة والمطلوبة للجهة المختصة قبول الطلب ويتم تدوين محضر بإيداع الملف في سجل خاص بتسميات المنشأ وتسليم نسخه للمودع.

وبعد استيفاء الشخص مقدم الطلب لجميع الإجراءات المطلوبة منه واتباعها وفقا للقانون خلال الآجال المحددة لذلك، يحق له المطالبة بحقوقه والاعتراض أمام الوزير المختص بذلك مع اللجوء الى طريق اخر من خلال تقديم طلب جديد لا يحتوي على اي نقص من البيانات

[1] سامية حساني، الاليات الهيكلية للتكفل بالملكية الصناعية وحمايتها قانونا، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مج. 1، ع. 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الحاج الاخضر، جامعة باتنة 1، الجزائر، جوان 2014

[2] نسرين شريقي، ص 131

المطلوبة او اللجوء الى الجهات القضائية بالسلوك طريق الطعن بالاعتراض وفقا للطرق التي نص عليها قانون الإجراءات المدنية والادارية.[1]

3- **الاشهار:** يعد الاشهار اخر مرحلة من المراحل المقررة لتسجيل تسميات المنشأ لدى الجهة المختصة فيقصد به شهر حق من حقوق الملكية الصناعية محل طلب التسجيل وهو لتسميات المنشأ ضمن النشرة الرسمية للاعلانات القانونية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويتحمل صاحب طلب الايداع مصاريف الاشهار.[2]

بعد موافقة الجهة المختصة على الطلب المقدم من اجل تسجيل لتسميات المنشأ وقبوله قانونا تقوم هذه الجهة بنشر تسميات المنشأ في النشرة الرسمية للملكية الصناعية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.[3]

ويكون لكل شخص له مصلحة المشروعة والحق في التقدم للجهة المختصة من اجل الحصول على نسخة من تسجيل تسميات المنشأ[4]، ومنح المشرع الجزائري اجل تسميات المنشأ ويقرر بـ 10 سنوات ابتداء من تاريخ الايداع ويجوز التمديد لـ 10 سنوات اخرى كلما رغب صاحبها وقدم طلب بنفس الإجراءات شروط الايداع سالفة الذكر.[5]

المادة 9 من المرسوم رقم 76/ 121 المتعلق بكيفيات تسجيل واشهار تسميات المنشأ وتحديد

الفرع الثاني :الشروط الشكلية المقررة في القانون المقارن

اما عن الشروط الشكلية المقررة في القانون المقارن فقد جاء المشرع المصري في المادة 109 من القانون 82 لسنة 2002 بأنه يجوز تسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر

[1] سمير جميل حسين الفتلاوي، مرجع سابق، ص 335

[2] بلقاسمي كهينة، استقلالية النظام القانوني للملكية الفكرية، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق يوسف بن خده، جامعة الجزائر، 2008- 2009، ص 59

[3] المادة 9 من المرسوم 121/76 ، مرجع سابق، ص 871

[4] المادة 11، من المرسوم 121/76، مرجع نفسه، ص 867

[5] المادة 117 من الأمر 65/67 ، المرجع السابق، ص 867

جغرافي[1]، وبهذا فإن المشرع المصري ضمن أحكام القانون سالف الذكر في اللائحة التنفيذية له ولم ينظم الشروط الشكلية الواجب القيام بها لتسجيل المؤشر الجغرافي، وانما تعرض في نص المادة اعلاه الى تسجيل المؤشر الجغرافي الذي يندرج تحت علامة تجارية، واستنادا على ذلك ومن هذا المنطلق فإن الشروط الشكلية الخاصة بتسجيل مؤشر جغرافي في جمهوريه مصر العربية هي تلك الشروط الخاصة التي يخضع لها تسجيل علامة تجارية، وتتمثل في تقديم طلب التسجيل وقرار القبول ثم الاشهار.

1- **تقديم الطلب:** كما راينا سابقا في الشروط الشكلية المقررة لتسجيل تسميات المنشأ في القانون الجزائري بان الايداع يتمثل بتقديم الطلب، لتسجيل المؤشر الجغرافي او تسميات المنشأ بتلك الرغبة التي يبديها صاحب الحق بالمؤشر الجغرافي بامتلاك هذا الاخير وتسجيله قانونا لدى الجهة المختصة بذلك.

ا- **مضمون الطلب** : لم يتطرق المشرع المصري ظن القانون المتعلق بحقوق الملكية الفكرية رقم 82 سنة 2002 ولا اللائحة التنفيذية لهذا القانون للشروط القانونية الشكلية لتسجيل المؤشر الجغرافي، ولم يتناول اليات تقديم الطلب ولا مضمون هذا الاخير وبالتالي جاء المشرع بوجود علامة تجارية يندرج تحتها مؤشر جغرافي فمن هذا المنطلق تطبق تلك الإجراءات الخاصة بالعلامات التجارية، اذ يتضمن مضمون الطلب لتسجيل مؤشر جغرافي نفس مضمون الطلب لتسجيل علامة تجارية بشكل عام .[2]

او علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي، حيث جاءت المادة 72 من اللائحة التنفيذية للكتاب الاول والثاني والرابع من القانون 82 لسنة 2002 بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم

[1] المادة 109 من القانون 82 لسنه 2002، المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، مرجع سابق، ص 39

[2] نعمان وهيبه، مرجع سابق، ص 344

1366 لسنة 2003 بتحديد الوثائق والبيانات التي يجب ان يشملها، وترفق بطلب تسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي اذ تتمثل بما يلي : [1]

-اربع صور للرسم التصوير للعلامة على ان تكون كل منها مطابقة للرسم العلامة الواردة في استمارة طلب التسجيل، وبطبيعة الحال يقاس ذلك على المؤشرات الجغرافية من خلال تقديم توضيح عام وشامل المؤشر الجغرافي واهميته بما في ذلك المساحة التي يشملها هذا الاخير.

- اسم وصفة مقدمة الطلب ولقبه وجنسيته وعنوان المراسلة وموطنه المختار في مصر وان وجد اسم الكيان او الشخص الاعتباري وعنوان المراسل فاذا قدم الطلب بواسطه نائب او وكيل يجب ذكر اسمه ولقبه وعنوانه مع ارفاق سند الوكالة موثقا واستنادا لذلك في تسجيل المؤشر الجغرافي ذكر نفس البيانات والمعلومات الخاصة بمالك المؤشر.

- العلامة المطلوب تسجيلها (العلامة التي تشمل على مؤشر جغرافي) اما في المؤشرات الجغرافية يتم ذكر المؤشر الجغرافي محل التسجيل من حيث المكان الذي سوف يحمل هذا المؤشر.

- بيان المنتجات التي يطلب تسجيل العلامة عليها مع ذكر رقم الفئة او الفئات التي ينتمي اليها وبالنسبة للمؤشرات الجغرافية توضيح دقيق لجميع المنتجات التي تنتجها المنطقة التي منح لها مؤشر جغرافي مع تحديد المنطقة التي يشملها هذا المؤشر .

- الوثائق التي تدل على ايداع طلب في احدى الدول او الكائنات الأعضاء في منظمة التجارة العالمية والتي تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المتر وبالتالي فيما يخص المؤشرات الجغرافية تقدم نفس الوثائق، والاثبات تسجيل وتقديم طلب الحماية للمؤشر في البلدان الاعضاء في منظمة التجارة العالمية تنفيذ للشرط الموضوع المذكور سابقا واشترط

[1] المادة 72 فقرة 2 من قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366 لسنه 2003 المتعلق باللائحة التنفيذية للقانون رقم 82 لسنه 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 16 اغسطس 2003، ع. 33 مكرر، ص 25

المشرع المصري بضرورة ان تكون هذه الوثائق والمستندات المذكورة اعلاه مقدمة بلغه اجنبيه مضمونه مترجمة للغة العربية.[1]

ويجب استيفاؤها خلال مدة 6 أشهر من تاريخ تقديم طلب التسجيل، والا عده كانه لم يكن هذا ما يطبق على العلامات التجارية مع اتباع نفس الشرط المقرر للمؤشرات الجغرافية، انطلاقا من وجود علامات تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي.[2]

1- بيان لهويه المودع من حيث الاسم وصفاته ولقبه وجنسيته وعنوانه في مصر واذا كان شخصا اعتباريا ذكر اسم وعنوانه وموطن المراسل وفي حالة تقديم الطلب من قبل وكيل ذكر اسمه ولقبه وعنوانه مع ارفاق سند الوكالة.

2- شرح مفصل للمؤشر الجغرافي

3- تحديد المنطقة الجغرافية التي ينطبق عليها المؤشر الجغرافي

4- تحديد السرعة المرتبطة بالمؤشر الجغرافي وبيان نوعيتها وخصائصها

5- وصل اثبات سداد الرسوم المالية المقررة بشأن المؤشرات الجغرافية

أما عن الشروط في القانون المقارن فلقد سار المشرع المصري على خطى المشرع الجزائر

ب- صاحب الحق في تقديم طلب التسجيل

إن تقديم طلب التسجيل للمؤشر الجغرافي لا يكفي لتسجيله بل يجب تحديد من له الصفة والمصلحة والحق في تقديم هذا الطلب واستنادا لأحكام تسجيل العلامة التجارية في المادة 66 من القانون رقم 82 لسنة 2002 فإنها حددت الاشخاص الذين يحق لهم تقديم طلب تسجيل علامة تجارية او تسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي.

فقد سمح المشرع المصري لكل شخص طبيعي او معنوي حامل للجنسية المصرية الحق في التقرب من المصالح المختصة من اجل تسجيل العلامة التجارية المشتملة على مؤشر جغرافي بما في ذلك الأجانب الذين لهم انشطتهم ؟؟ يكون محل ممارسة نشاطهم دوله من

[1] المادة 72 فقرة 2 من قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366، مرجع سابق، ص 25

[2] المرجع نفسه

دول الاعضاء لدى منظمة التجارة العالمية او من تلك الدول التي تعتمد مبدأ معاملة المثل مع جمهوريه مصر العربية.

وبالتالي قد يكون هذا الشخص الطبيعي او الاعتباري شركة تجارية او مزارع او صانع او كل من له مصلحة مشروعة لتملك هذا الحق من حقوق الملكية الصناعية، اذا المشرع المصري اعتمد مبدأ المعاملة بالمثل بين الدول.[1]

واستنادا لذلك يتم تسجيل المؤشرات الجغرافية في دولة مصر وفقا للقانون المنظم لهذا الحق يكون من قبل كل شخص يمارس نشاطا معينا في منطقة جغرافية معينة لها خصائص وسمات تمنحها للمنتجات التي تنشأ في تلك المنطقة بما في ذلك كل شخص طبيعي او معنوي يمارس ذلك النشاط وكل من له الحق بتسجيل علامة تجارية كما سبق الذكر.

كما جاء المشرع المصري بأنه يستفيد جميع الدول الأعضاء في اتفاقية (تريبس) من اي ميزة او فضيلة يمنحها الى قانون اخر لرعاية اي دولة فيما يتعلق بالحقوق المنصوص عليها في القانون 82 لسنة 2002 في الباب المتعلق بالعلامات والمؤشرات الجغرافية.[2]

واستنادا لتعريف المؤشرات الجغرافية التي جاءت في المادة 104 من القانون اعلاه فإن المشرع المصري قد منح الحق في تسجيل المؤشر الجغرافي لكل في سلعة تحمل هذا المؤشر تنتج في دولة عضو في منظمة التجارة العالمية وان تعامل جمهورية مصر معاملة المتر وبالتالي يكون المشرع المصري قد حصر من لهم الحق في تقديم طلب تسجيل المؤشر الجغرافي، فإذا كان طلب التسجيل غير عضو في المنظمة يشترط عليه ان يكون له علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي وتسجيله في احدى دول المنظمة حتى يتسنى تسجيلها في مصر.

[1] المادة 66 من القانون 82 ، مرجع سابق، ص29

[2] المادة 66 لفقرة 2 من القانون رقم 82، مرجع سابق، ص 29

ج- الجهات المختصة باستلام طلبات التسجيل

جاء المشرع المصري في المادة 64 من القانون رقم 82 لسنة 2002، والمادتين 70 و 71 من اللائحة التنفيذية لهذا القانون بالنص على الجهة الإدارية المختصة بتسجيل العلامات التجارية او علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي.

ان تختص مصلحة التسجيل التجاري المتمثل بالإدارة العليا للعلامات والتصميمات والنماذج الصناعية بتسجيل العلامات التجارية وما يتعلق من إجراءات بها كما يقدم طلب التسجيل او التعديل الى تلك الادارة العامة للعلامات مصلحة التسجيل التجاري بواسطة صاحب الشأن او من ينوب عنه[1] وذلك بعدم نص المشرع المصري ضمن القانون المنظم للمؤشرات الجغرافية ولائته التنفيذية الجهة المختصة لتسجيل هذا الحق يتم استنادا ذلك لنفس المصلحة التي تختص بتسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي.

اذ تعد الجهة المختصة بتسجيل المؤشرات الجغرافية او العلامات التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي فإنه يتم تسجيلها لدى إدارة العلامات والتصاميم والنماذج الصناعية في مصلحة التسجيل التجاري ذلك راجع لعدم تحديد المشرع المصري للجهة المختصة في النصوص المنظمة للمؤشرات الجغرافية، انطلاقا من جواز تسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي.

2-التسجيل و إصدار القبول

بعد انتهاء صاحب المؤشر الجغرافي من تقديم الطلب يأتي دور المصالح المختصة بالتسجيل كثاني مراحل إجراءات التسجيل، تق المص تقوم المصلحة باستلام وتقييد جميع الطلبات في سجل خاص تمسكه الإدارة وفق أرقام متتالية حسب تاريخ تقديم كل طلب ويسلم

[1] المادة 64 لفقرة 2 من القانون رقم 82 ،مرجع سابق، ص 28، والمادتان 71 و72 من قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366. سالف الذكر

الشخص مقدم الطلب وصلا يشتمل على الرقم المتتابع للطلب اسم الطالب صاحب المؤشر الجغرافي، مع تحديد وذكر ساعه وتاريخ تقديم الطلب للتسجيل.[1]

كما تخصص الجهة المختصة بالتسجيل في السجل الخاص بتسجيل المؤشرات الجغرافية التجارية صفحه تحتوي على ما يلي :[2]

ا- رقم طلب التسجيل والمتتابع مع ذكر التاريخ تقديم هذا الطلب

ب- اسم ولقب وجنسية من سجل باسمه طلب التسجيل والمؤشرات الجغرافية وعنوانه في مصر

ج- المنتجات المسجلة عليها العلامة مع ذكر الرقم الفئة أو فئات هذه المنتجات وكذلك المنتجات التي يشملها المؤشر الجغرافي وخصائصها ونوعيتها وجودتها.

د- الجهة الجغرافية التي يكون فيها مشروع الاستغلال اما المؤشرات الجغرافية تحديد المنطقة الجغرافية المساحة المشمولة ضمن المؤشر الجغرافي.

هـ- الاشتراطات التي يتم تسجيل العلامة على أساسها

و- تاريخ تسجيل العلامة او تاريخ تسجيل المؤشر الجغرافي وفق الأرقام المتتابعة لتواريخ التسجيل

ز- ذكر اي تعديل او تغيير يطرأ على العلامات التجارية او المؤشرات الجغرافية بما فيها التكوينات التي تتم بعد التسجيل.

ح-إجراءات الحجر التي تقع او الغاء الحجز

كما نصت المادة 81 من اللائحة التنفيذية للقانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري على الإجراءات الواجب اتباعها في حالات نقص البيانات المطلوبة في طلب التسجيل او تأكيد عدم صحتها، المختصة بتسجيل المؤشرات الجغرافية،

[1] المادة 75 من قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366 ، مرجع سابق، ص 26

[2] المادتان 76 و80 من القرار ، مرجع نفسه، ص 26-27

او من يقوم مقامه نائب او غيره الصلاحيات الكاملة من اجل استدراك ما شمله الطلب من نقص او يشوبه عيب ويكون ذلك من خلال ارسال استدعاء لمقدم الطلب بواسطه كتاب موصى عليه مع اشعار بالوصول والاستلام وتوجيه رسالة الى العنوان المحدد في الطلب في اجل 30 يوم من تاريخ إصدار القرار، مع منح المشرع المصري الجهة المختصة بالتسجيل قانونا الحق في طلب الاثبات الكامل لجميع البيانات وتعديلها في أجل 3 أشهر تحتسب من تاريخ صدور طلب الاثبات ويجوز للمصلحة ان ترفض الطلب اذا لم ينفذ صاحب الطلب التعديلات والاثباتات المطلوب منه في أجل 6 أشهر من تاريخ الاخطار، كما تنظم الجهة الإدارية المختصة المؤشرات الجغرافية في سجلات من خلال فهارس يدوية الكترونية وفقا للحروف الأبجدية.[1]

وعليه هذا ما تخضع له العلامات التجارية من تسجيل لدى المصلحة المختصة وانطلاقا من جواز تسجيل العلامات التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي وعدم نص المشرع المصري على آليات تنظيم طلبات تسجيل المؤشرات الجغرافية فإن هذه الاخيرة تخضع لنفس الإجراءات.

اما فيما يخص قرار قبول تسجيل العلامة التجارية مستقله او علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي، فاذا استوفى التسجيل الشروط القانونية وقبلت مصلحة التسجيل التجاري طلب التسجيل فإنه ينشر قرار قبول التسجيل في الجريدة الرسمية للعلامات والتصاميم والنماذج الصناعية، وبعد تأكد المصلحة من اكتمال كل المتطلبات القانونية ينشر قرار القبول مشتملا على ما يلي :[2]

- اسم ولقب وجنسيه طالب تسجيل العلامات تجارية او المؤشر الجغرافي وعنوان المحدد في الطلب في مصر
- صورة تبقى الاصل للعلامة التي تم تسجيلها

[1] المادة 81 من القرار ، مرجع سابق، ص 27.

[2] المادة 88 من القرار، المرجع السابق، ص 29

– الرقم المتتابع التسلسلي للطلب المقدم لتسجيل العلامة التجارية او المؤشر الجغرافي الذي يمنح لها عند تدوين ذلك في السجل الخاص بهما في المصالح المختصة وتاريخ تقديمه الطلب

– المنتجات المطلوب تسجيل العلامة عليها، بما في ذلك جميع المنتجات وما تملكه من خصائص وصفات

– الجهة الجغرافية التي يتواجد بها مشروع الاستغلال والمساحة الجغرافية والمنطقة التي تغطيها المؤشرات الجغرافية بالحماية المقر

– اي بيانات اخرى تراها المصلحة لازمه

وعليه فإن قرار قبول تسجيل المؤشر الجغرافي مستقبلا عند العلامة التجارية يشتمل على ما يشتمل عليه قرار تسجيل العلامات تجارية من اسم ولقب صاحب الطلب، وصف المؤشر الجغرافي، ورقم تقديم الطلب، المنطقة الجغرافية التي يشملها السلطة المرتبطة بها وخصائصها.

3– **الاشهار**

انما تخضع له العلامة التجارية سواء كانت مستقلة او مشتملة على مؤشر جغرافي هي نفس الإجراءات التي تطبق على المؤشرات الجغرافية وحدها مستقلة اذ تصدر المصلحة المختصة قرارا اداريا يقضي بتسجيل العلامة التجارية، او العلامة التجارية المشتملة على مؤشر جغرافي، وينشر القرار الصادر في النشرة الرسمية الخاصة الجهة المختصة، اي في الجريدة الخاصة بالعلامات التجارية التصاميم والنماذج الصناعية ويقتصر النشر على بيان الرقم المتتابع وتاريخ التسجيل ورقم المالك ورقم تاريخ عدد الجريدة التي ينشر فيها القرار بالقبول وتعتبر المدة القانونية المقررة للعلامة التجارية مستقله او مشتملة على مؤشر جغرافي بـ 10 سنوات تبدأ من تاريخ تقديم الطلب مع حظر استخدام من قبل اي شخص بالعلامة

التجارية سواء مستقله او تشتمل على مؤشر جغرافي، كما تمنح المصالح المختصة شهادة بالبيانات التي نشرت في الجريدة.[1]

[1] محمد امين الرومي، الملكية الفكرية، دراسة مقارنة، ط1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2018، ص 226

الفصل الثاني :

الآثار المترتبة على اكتساب ملكية تسميات المنشأ

المبحث الأول: حقوق وإلتزامات صاحب تسمية المنشأ

تصبح تسميات المنشأ متمتعة بالحماية القانونية المقررة لها فور إكتساب شهادة التسجيل كما تترتب بذلك عدة حقوق وإلتزامات لصاحب تلك التسمية .

اقر القانون لصاحب تسمية المنشأة بمجرد الحصول على شهادة التسجيل بعدة حقوق والتزامات تقع في ذمته نظير تمتعه بالحقوق الناتجة عنها والتي بدونها يسقط الحق، وعليه سنتناول الحقوق في االمطلب الاول والالتزامات في المطلب الثاني.

المطلب الأول: حقوق صاحب تسميات المنشأ

منح القانون لصاحب تسميات المنشأ حق التصرف بهذه التسمية او المؤشر في الحدود التي أقرتها القوانين المنظمة لهذا الحق مما يضفي على هذه التسمية او المؤشر عدة تصرفات قانونية تتمثل في التنازل والرهن والترخيص بالاستغلال وهذا ما سنتناوله في ما هو آتي :

الفرع الأول: الحق في التصرف في تسميات المنشأ

منح القانون لصاحب تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية حق التصرف بهذه التسمية او المؤشر في الحدود التي أقرتها القوانين المنظمة لهذا الحق من حقوق الملكية الصناعية ،مما يضفي على هذه التسمية او المؤشر عدة تصرفات تتمثل في التنازل والرهن والترخيص بالاستغلال والتي نتناولها تباعا :

1-**التنازل:** لم ينظم المشرع الجزائري ضمن الأحكام الخاصة بتسميات المنشأ في الأمر رقم 76/ 65 التنازل كحق لصاحب هذه التسميات يقع التصرف عليه كما هو الشأن في باقي حقوق الملكية الصناعية وفي مقدمتها العلامة التجارية التي جاء في الأمر المنظم لها النص على إمكانية التنازل الكلي اول جزء عنها، مما أوجد ذلك حلا فقهيا حول امكانية التنازل عن تسميات المنشأ من عدمه اذ ذهب جانب من الفقه الى عدم جواز التنازل عن هذا الحق من حقوق الملكية الصناعية المتمثل في تسميات المنشأ من قبل صاحبها للغير مهما كان

نوع التنازل سواء كلي او عن جزء منها وبغض النظر عن طبيعته[1]، وذهب جانب آخر من الفقه الى جواز تنظيم التنازل عن هذا الحق مستندا في ذلك الى ما جاءت به المادة 21 من الأمر المذكور اعلاه والتي اجازت الترخيص باستغلال تسمية المنشأ من قبل الغير.[2]

ومن هنا ومن وجهة نظرنا فلا يمكن ان تكون تسميات المنشأ محل التصرف بالتنازل سواء كان التنازل كلي او جزئي وذلك من منطلق واحد وهو ان تسميات المنشأ حق جماعي لمستغلي منطقة معينة لها وما يميزها من الخصائص والصفات عن غيرها، وكذا لا يمكن الاعتماد على نص المادة 21 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ من اجل اجازه التنازل عن تسمية المنشأ نظرا للاختلاف بين التنازل والترخيص يقع على المنفعة دون المساس بالملكية بمعنى تمسك صاحب تسمية المنشأ بملكيته مع الترخيص باستغلالها فقط من قبل الغير وفق عقد مبرم بين الطرفين اما التنازل فيقع على نقل الملكية من طرف آخر وبالتالي فقدان صاحبها حق الملكية.

أما القانون التجاري الجزائري رقم 75/ 59 في مادته 78 منه في فقرتها الثانية التي مفادها اعتبار حقوق الملكية الصناعية من ضمن العناصر المعنوية للمحل التجاري وبالتالي تدرج تسميات المنشأ ضمن تلك العناصر باعتبارها حق من الحقوق المعنوية للمحل التجاري.[3] بالرغم من وجود فرق بين عناصر المحل التجاري من ناحية التنازل عنها فعلى سبيل المثال يمكن التنازل عن العلامة التجارية باعتبارها عنصرا من تلك العناصر، اما تسميات المنشأ فإنها لا تعد محلا للتنازل، اما المشرع المصري فلم ينظم التنازل عن المؤشرات الجغرافية ضمن النصوص التي تحكمها، واستنادا الى العلامة التجارية التي تشتمل على مؤشر

[1] فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص 268

[2] المادة 21 من الأمر رقم 76/ 65 ، المرجع السابق، ص 868

[3] المادة 78 فقرة 2 من الأمر رقم 75/ 59 المتعلق بالقانون التجاري المعدل والمتمم والمؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 19 ديسمبر 1975، ص 1312

جغرافي فإنه تطبق نفس الأحكام اذا جاءت المادة 87 من القانون رقم 82 لسنة 2002 بجواز نقل ملكية العلامة التجارية[1]، ويقدم طلب التنازل في السجل بانتقال ملكية العلامة التجارية بناء على طلب مقدم من صاحبها مع توثيق ذلك في سجل الخاص بالعلامات لطلب من انتقلت اليه العلامة التجارية ويقوم مقدم طلب التنازل بسحب نموذج لدى الجهة المختصة بالعلامة التجارية وتسجيلها ويحرر الطلب وفق ذلك النموذج ويجب ان يتضمن على بيانات معينة تتمثل في الرقم المتتابع للعلامة، اسم ولقب

كل من الطالب وناقل الحق واسمه التجاري وموطنه، محل إقامة الطالب وجنسيته، اسم ولقب وعنوان الوكيل، تاريخ انتقال الملكية، الوثيقة الدالة على انتقال ملكية المنتجات المخصصة لها العلامة الجهة الجغرافية التي يوجد بها المشروع للاستغلال2 كما يرفق التأشير في السجل للمستندات الرسمية ومصدق عليها تلك هي الدالة على انتقال الملكية بالتنازل واذا كان الطالب شخصا اعتباريا وجب ارفاق سند الوكالة.[3]

كآخر مرحلة يأتي دور الإدارة المختصة لقيد إجراءات التنازل عن العلامة التجارية اذ تقوم بوضعها في السجل بانتقال ملكية هذه العلامة مع ذكر المالك الجديد بالإضافة لسبب انتقال الملكية الا ان المشرع المصري لم ينظم عمليات التنازل بالنسبة للمؤشرات الجغرافية واستنادا على الحق في التنازل عن العلامة التجارية فإن التنازل على المؤشر الجغرافية وفق الإجراءات والشروط سالفة الذكر وهذا ما يعاب على المشرع المصري لان المؤشرات الجغرافية تعد حقا لجميع منتسبي ومستغلي منطقة جغرافية معينة، اذ ان احالة تلك الإجراءات والعمليات الى العلامات التجارية تؤدي الى التحايل والتضليل لجميع الاطراف في الحلقة التجارية الاقتصادية، وكان من الاجدر على المشرع المصري النص ضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 صراحه على عدم جواز تنظيم التنازل عن

[1] المادة 102 من قرار رئيس مجلس الوزراء رقم 1366، مرجع سابق ، ص 32-33

[2] المادة 103 من قرار رئيس مجلس الوزراء رقم 1366، مرجع سابق ، ص 33

[3] المادة 119 من الأمر 59/75 ، مرجع سابق، ص 1316

المؤشرات الجغرافية باعتبارها حق جماعي لمستغلي منطقة معينة بالرغم من عدم النص على ذلك الا انه يجعل الباب مفتوح أمام الاجتهاد الإحالة ضمنيا لما يقع على العلامات التجارية من خلال نصه على وجود علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي.

2- **الرهن:**

تطرقت المادة 119 من القانون 75 59 المتعلق بالقانون التجاري الجزائري لعملية رهن المحل التجاري، كما ذكرنا سابقا ان تسمية المنشأ من بين العناصر المعنوية للمحل التجاري الى جواز الرهن الحيازي للمحل التجاري بما فيه الملكية الصناعية الا انها لم تنص ولم تذكر بين حقوق الملكية الصناعية محل الرهن[1] وبذلك لا يمكن رهن تسميات المنشأ كعنصر من عناصر المحل التجاري.

تجدر الإشارة الى ان المشرع الجزائري ضمن أحكام المرسوم رقم 76/ 121 في مادة 11 التي تضمنت كلمه " قيود" 2 دون اللجوء لتحديد تلك القيود بما في ذلك الأمر الخاص بتسميات المنشأ رقم 65/76 لم ينظم المشرع الجزائري اي شيء يخص الرهن، مما يجعل رهن تسميات المنشأ في القانون الجزائري محل جدل واسع اعتمادا لعدم تنظيم الرهن في قانون التسميات المنشأ، وورود كلمة قيود في المرسوم المحدد لإجراءات تسجيل تسميات وشهرتها ،وعليه اذا تم رهن تسميات المنشأ فإنها تخضع لإجراءات الرهن كباقي حقوق الملكية الصناعية، ويحتوي على اسم صاحب تسميات المنشأ واسم الشخص الذي تم رهنها له ،بالإضافة الى جميع البيانات المتعلقة بهذه التسمية سابقه الذكر، اما المشرع المصري لم ينظم رهن المؤشرات الجغرافية ضمن أحكامه ولم يتطرق لها.

اذ يتم رهنها ضمنيا وفق لإجراءات رهن العلامة التجارية استنادا لما جاء به المشرع المصري مع إمكانية تسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي اذ يقوم الشخص

[1] المادة 11 من المرسوم رقم 176/ 121، مرجع سابق، ص 871

الراغب بالرهن بطلب التأثير عليها من الإدارة في السجل وتتبع الإجراءات المذكورة سابقا في ما يخص التنازل في حالة العلامة التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي.[1]

في حين ان المشرع المصري لم ينظم الرهن للمؤشر الجغرافي مستقلا ولم ينص على ذلك ضمن الجزء الخاص بالمؤشرات الجغرافية في القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية الملكية الصناعية.

ومن هنا نستخلص ان المشرعان الجزائري والمصري قد ابقيا الغموض حول إمكانية رهن تسميات المنشأ من عدمها.

3- **الترخيص بالاستغلال:** نصه المادة 21 من الأمر 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ على انه :[2] لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية المنشأ مسجلة اذا لم يرخص صاحبها له بذلك حتى ولو ذكر المنشأ الحقيقي او كانت تسمية موضوع ترجمه او نقل حرفي او كانت مرتقى بألفاظ " الجنس" او " النموذج" او " الشكل" او " التقليد" او بألفاظ مماثله"2 من نص المادة القانونية فإنه يجوز استعمال واستغلال تسميات المنشأ من شخص غير مالكها الحقيقي والصادرة باسمه شهادة تسجيل تسميات المنشأ وذلك بموجب عقد ترخيص من صاحب الحق الذي يملك شهادة التسجيل تسميات المنشأ.

تعتبر عملية الترخيص باستغلال تسميات المنشأ كحق من حقوق الملكية الصناعية من أشكال تعبير صاحبها ومالكها الحقيقي عن إرادته، وموافقته في إمكانية منح شخص آخر وتمكينه من استغلال هذه التسمية بمقابل مالي وفق شروط معينة وتعرف تلك الموافقة على استغلالها من قبل الغير بأنها عقد الترخيص وهو عقد بين الطرفين أحدهما صاحب تسميات المنشأ وهو المرخص والآخر المرخص له من أجل منح الاول للثاني الحق في استغلال

[1] المادة 105 من قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366 ، مرجع سابق، ص 33

[2] المادة 20 من الأمر رقم 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 868

تسمية المنشأ المسجلة والمحمية قانونا بموجب اتفاق مكتوب مرضي للطرفين وفق الشروط العامة لإبرام العقد من رضا وايجاب وقبول ومشروعية محل العقد.[1]

ويجب أن يكون عقد الترخيص باستعمال تسميات المنشأ وفق شروط محددة ومتفق عليها بين الطرفين ومحرر كتابيا ويتم قيده وتسجيله لدى الجهة المختصة بذلك في السجل الخاص بتسجيل تسميات المنشأ وتكمن الغاية من ذلك لما له من اثر في مواجهة الغير وكدليل اثبات مكتوب للمرخص له باستعمال هذه التسميات .[2]

جدير بالذكر ان المشرع الجزائري لم ينظم الإجراءات الواجب اتباعها في عملية الترخيص باستعمال تسميات المنشأ مثل باقي حقوق الملكية الصناعية مكتفيا بالنص على جواز الترخيص فقط.

أما المشرع المصري فإنه لم ينظم الترخيص باستعمال تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية، وانطلاقا من الجواز بتسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي فإن الترخيص باستعمال المؤشرات الجغرافية يتم وفق الإجراءات سابقة الذكر في التنازل والرهن بالنسبة للعلامة التجارية.

الفرع الثاني: الحق في استعمال تسميات المنشأ

اقر المشرع الجزائري بحق بصاحب تسمية المنشأ ومالكها الذي صدرت باسمه باستعمال هذه الأخيرة فهو حق مكفول قانونا بشرط ان يتم استعمال هذه التسميات وفقا للقانون وفي الحدود المسموح بها وهذا طبقا لنص المادة 19 من الأمر 76/ 65 والتي تنص على انه " كل تسمية يجب ان تستعمل طبقا لنظام الاستعمال لتلك التسمية وذلك دون المساس بأحكام الأمر والنصوص المنجزة لتطبيقه ".[3]

[1] عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 270

[2] فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 389

[3] المادة 19 من الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ .مرجع سابق .ص868

ويصبح لكل من قام بتقديم طلب تسجيل تسميات المنشأ متبعا للإجراءات المنصوص عليها قانونا، وتم قبول الطلب وإصدار شهادة ملكية تسمية المنشأ لصاحبها، فله حرية استعمالها بحدود القانون كما يمكن استعمالها من قبل جميع المنتفعين المسجلين ولا يكون استغلال تسميات المنشأ حقا احتكاريا ومنه يمكن لأي شخص ينتج منتجات لها

المادة 19 من الأمر رقم 76 /65 المتعلق بتسمية المنشأ، مرجع سابق، ص 868

من الخصائص ما يميزها، وتأخذها البيئة الجغرافية التي نشأت بها وممارسة نشاطه في نفس المساحة تقديم طلب من اجل استعمال تسميات المنشأ .[1]

أما المشرع المصري فقد منح لكل المنتجين المستغلين لمنطقة جغرافية معينة ذات خصائص طبيعية وبشرية لديها تأثير في السلع ونوعيتها وجودتها والتي اكتسبتها اساسا ومباشرة من تلك المنطقة الحق في استعمال المؤشرات الجغرافية بعد تسجيلها فهي ليست حكرا لاحد بل حق جماعي لكل مستغلي تلك المنطقة بحيث منحهم الحق في استغلالها على المنتجات بشرط عدم الغش والخداع فيها بطرق توحي للجمهور بشكل خاطئ او تضلل المستهلكين.2

الفرع الثالث: مراقبة الإنتاج

تعتبر مراقبة الإنتاج السلع والمنتجات التي تحمل تسميات المنشأ، لدراسة مدى تطابقها مع البيئة الجغرافية المنسوب لها من حقوق صاحب تسميات المنشأ، اذ تقوم في هذه الحالة السلطات المختصة اداريه كانت ام صحيه بمراقبة عمليات الإنتاج المستمر للسلع والمنتجات بالاعتماد على ما تملكه من مراكز ومخابر متمرسة بهذا الشأن للوصول لطبيعة المواد المستعملة في الإنتاج ومدى تطابقها بالنسب المسموحة لذلك وفي حالة ظهور عدم مطابقة للمنتجات مع تسميات المنشأ او توضع تسميات المنشأ على منتجات ذات جودة

[1] المادة 105 و106 و107 من القانون رقم 82 ، مرجع سابق، ص 39

ادنى يكون من حق هذه الجهات منع من وضع تسمية المنشأ على بعض المنتجات.[1]

كما يحق لكل مستفيد ومستغل لتسمية منشأ بما فيه مالك هذه التسمية اللجوء للمصالح المختصة مراقبة من اجل ممارسة حقه في مراقبة الإنتاج ومدى تطابقه مع المعايير المحددة، لقيام هذه المصالح المختصة بمراقبة الإنتاج وجودة المنتجات التي تحمل تسميات المنشأ وهذا وفقا للمادة 22 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ.[2]

ان المشرع المصري لم يشر الى مراقبة الإنتاج ضمن أحكام المؤشرات الجغرافية، لكن اشار في ذلك ضمن أحكام العلامات التجارية بحيث يمكن للوزير المختص ان يطلب من الادارات المختصة بالمراقبة للمنتجات والجودة، المراقبة والفحص للمنتجات التي تحمل علامة تجارية او علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي من حيث عناصر تركيب المنتجات او طريقه الإنتاج او الحقائق والصفات التي تحملها.[3]

المطلب الثاني: التزامات صاحب تسميات المنشأ

بما ان صاحب شهادة التسجيل تسميات المنشأ يتمتع بالحقوق التي سبق ذكرها بمجرد إصدار شهادة التسجيل تسميات المنشأ فإنه يقع على عاتقه التزامات يجب القيام بها.

الفرع الأول: الالتزام بالاستغلال

يقع الالتزام بالاستغلال على عاتق مالك هذه التسميات، فبعد قيام الشخص بتقديم طلب الايداع لتسجيل تسميات المنشأ للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وقبول هذا الاخير الطلب ومنحه شهادة تسجيل تسميات المنشأ وملكيتها فيجوز له استعمالها بكل حريه.

قد الزام المشرع الجزائري صحاب تسمية المنشأ باستغلال هذه التسمية وكذلك ألزم كل المنتفعين المنتجين من نفس المنطقة باستغلال هذه التسمية بشرط ان تكون هذه المنتجات

[1] فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص 269

[2] المادة 22 من الأمر رقم 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 868

[3] المادة 70 من القانون رقم 82 ، مرجع سابق، ص 231

والسلع لها الخصائص المكتسبة في الاصل من البيئة الجغرافية التي انتجت فيها هذه المنتجات وتأثرها بالعوامل الطبيعية والبشرية في تلك البيئة الجغرافية[1]، كما ان المشرع الجزائري لم يحدد عقوبة معينة لعدم استغلال تسمية المنشأ في أحكام الأمر 76/ 65 ولا المرسوم 121/76 الا أنه قياسا على باقي حقوق الملكية الصناعية فإن عدم الاستغلال يترتب عليه سقوط الحق في تسميات المنشأ.

الفرع الثاني : الالتزام بدفع الرسوم

يلتزم صاحب شهادة تسمية المنشأ او المؤشرات الجغرافية بدفع الرسوم القانونية المحددة في القوانين المنظمة لتسميات المنشأ لا سيما الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ والمرسوم الجزائري رقم 67/ 121 المتعلق بكيفيات تسجيل تسميات المنشأ واشهارها والقانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية واللائحة التنفيذية رقم 1366 لسنة 2003 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري ويكون ذلك مقابل الاحتفاظ بصلاحية تسميات المنشأ وعدم تسديد هذه الرسوم يؤدي الى سقوط الحق في هذه التسمية وسقوط الحماية القانونية المقررة لها.

اذ جاء المرسوم التنفيذي رقم 76/ 121 في مادته 16 والتي مفادها تحديد الرسوم المتعلقة بشان تسجيل تسميات المنشأ ومنحها الحماية القانونية والتي حددتها بالتنظيم الاتي :

1- رسوم الإيداع والتجديد: [2]

- رسم الإيداع والتسجيل وقدره 100.00 دج
- رسم التجديد وقدره 100.00 دج
- الرسم الوطني إيداع طلب التسجيل الدولي وقدره 50.00 دج

[1] المادة 19 من الأمر رقم 76 /65 ، مرجع سابق، ص 868

[2] المادة 16 فقرة 1 من المرسوم رقم 76/ 121 ، مرجع سابق، ص 871

2- **الرسوم للحصول على المعلومات** :[1]

- رسم تسليم نسخة رسمية من طلب التسجيل يقدر بـ 20.00 دج
- رسم تسليم نسخة أو ملخص عن كل وثيقة مكونة لملف الطلب ويقدر عن كل صفحة بـ 20.00 دج

3- **الرسوم المتعلقة بتسمية المنشأ:** [2]

- رسم القيد عن كل تقييد يتناول تسمية المسجلة للمنشأ يقدر بـ 50.00 دج
- رسم التنازل يقدر بـ 500 دج

وعليه فإن كل مقدم طلب تسجيل تسميات المنشأ ملزم بدفع الرسوم كاملة اذ ان هذه الرسوم اصبحت قليله جدا في الوقت الحاضر وعدم توافقها مع الوضع الاقتصادي والتجاري الوطني حاليا، ذلك راجع الى ان القانون رقم 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ والمرسوم رقم 121/76 قديما جدا ولم يتوافق مع عصر العولمة والاقتصاد الحر ولم يتم تحديثهما لذلك فمن الافضل اعادة النظر في هذه الرسوم ورفعي ثمنها.

اما القانون المصري لم يحدد الرسوم المتعلقة بتسجيل المؤشرات الجغرافية ولم يتطرق لأي شيء يذكر بشأنها ولكن حدد ذلك بالنسبة للعلامات التجارية وقياسا على ما ذكره المشرع المصري للعلامات التجارية فتتحدد رسوم هذه الأخيرة كما يلي :[3]

1) رسوم تسجيل علامة من فئه واحده قدرت بـ 50 جنيه مصري

2) رسوم تسجيل علامة من عدة فئات

- فئة اولى وقدرت بـ 50 جنيه مصري
- عن كل فئة في ذات الطلب 250 جنيه مصري

[1] المادة 16 فقرة 2 من المرسوم رقم 76/ 121 ، مرجع نفسه.

[2] المادة 16 فقرة 3 من المرسوم 76/ 121 ، مرجع سابق، ص 871

[3] الرسوم المستحقة الخاصة بتسجيل العلامات التجارية في الجدول المرفق لدى قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366، مرجع سابق، ص 49

3) **رسوم التجديد ويقدر بـ**

- عن فئه واحده تقدر بـ 50 دج جنيه مصري
- عن عدة فئات وتتمثل
- الفئه الاولى بـ 50 جنيه مصري

عن كل فئة في ذات الطلب 250 جنيه مصري

وعليه فإن هذه الرسوم في جمهوريه مصر العربية اصبحت لا تقارن بدخول الشركات الاقتصادية العظمى المستغلة للعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية في مصر، مما يدل على عدم مواكبة التطورات الاقتصادية بالرغم من عدم قدم هذه اللائحة التنفيذية والقانون المصري فهي جاءت سنة 2002 و 2003 تعديلا لقوانين الملكية الفكرية في مصر لمواكبة الاتفاقيات الدولية.

المبحث الثاني: انقضاء الحق في تسميات المنشأ

يترتب على تسجيل تسميات المنشأ واستلام صاحبها شهادة التسجيل عدة آثار تقع على عاتقه ومنها انقضاء الحق في امتلاك تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية المشرع الجزائري نظم انقضاء الحق في تسميات المنشأ بعكس من المشرع المصري الذي جعل الأمر مبهما.

المطلب الاول: الانقضاء بإرادة صاحب تسميات المنشأ

يتمثل الانقضاض وفقا لإرادة مالك الحق فيها إما بالتخلي أو بالسقوط وهذا ما سنتناول فيما يلي :

الفرع الأول: الانقضاء بالتخلي عن تسميات المنشأ

هي رغبة أصحابها في عدم استعمالها بسبب من الأسباب كعدم الميول لتجديد التسمية والقيام بإجراءات ذلك او عدم الرغبة في تقديم الطلب لتعديلها في حال حدوث تعديلات جديدة عليها ومنه يطلب صاحب التسمية من المصلحة المختصة شطب تسجيل تسميات المنشأ من خلال تقديم طلب خطي مرفقا بالأسباب الدافعة لعملية الشطب وايداعه لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية الذي يقوم بقيادة ونشره على نفقه مقدم الطلب بعد دفع جميع الرسوم المحددة لذلك بحيث يكون المقدم متخليا عن حقه في هذه التسميات وتسقط عنه جميع الآثار القانونية المترتبة عليها من حقوق والتزامات .[1]

اما المشرع المصري فلم ينظم انقضاء الحق في تسمية المنشأ وبالقياس على الانقضاء بالعلامة التجارية فقد جاء المشرع بأنه لو اراد مالك العلامة التجارية او المؤشر الجغرافي يندرج تحت علامة تجارية فله الحق باللجوء المصالح المختصة لتقديم طلب اما بواسطة مباشرة او بواسطة من ينوب عنه من اجل التعبير عن إرادته وعلى مصلحة التسجيل

[1] المادة 27 من الأمر رقم 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 868

التجاري إصدار قرارها في أجل 30 يوما من تاريخ تقديم الطلب ويكون نافذا من وقت وتاريخ تقديم الطلب.[1]

الفرع الثاني: الانقضاء بالسقوط

المشرع الجزائري 76/ 65 المتعلق بتسمية المنشأ الجزائري قد اقر مدة حماية هذه التسميات قدرت بـ 10 سنوات من تاريخ ايداع الطلب قابلة للتجديد لعشر سنوات تالية لها بشرط الإبقاء على استغلال هذه التسميات وفقا للأنظمة والقوانين المعمول بها في الجزائر وفي حالة عدم التجديد بعد انتهاء المدة المحددة قانونا يتم تقديم طلب اعادة التسجيل لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية يعتبر مالكها الحقيقي متخليا عنها وينقضي فيها الحق بالسقوط وتصبح متاحة وتزول الحقوق والالتزامات المترتبة على صاحبها[2] أما المشرع المصري فلم يتطرق لذلك بطبيعة الحال فإن عدم تقديم طلب إعادة تجديد التسجيل للمؤشرات الجغرافية يعد تخليا عنها ولا يعود لصاحبها اي حقوق من وراءها ولا يترتب عليه أية التزامات .

المطلب الثاني: الانقضاء بحكم قضائي

الانقضاء بحكم قضائي هو صدور حكم من المحكمة المختصة وذلك بسقوط الحق من صاحب تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية ويكون ذلك باللجوء للقضاء للفصل في منازعة يكون محلها شطب او بطلان تسمية المنشأ او المؤشر الجغرافي.

الفرع الأول : الانقضاء بالشطب

يكون الانقضاء بالشطب بحكم قضائي يصدر من المحكمة لأسباب معينة اذ قضت المادة 23 من الأمر رقم 76 /65 المتعلق بتسميات المنشأ بقولها يمكن للمحكمة المختصة بناء على طلب اي شخص له مصلحة مشروعة او اي سلطة مختصة أن تأمر بما يلي :[3]

[1] المادة 98 من قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366، مرجع سابق، ص 31

[2] المادة 17 من الأمر 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 867

[3] المادة 23 من الأمر رقم 76/ 65، المرجع نفسه، ص 868

1- شطب التسجيل لتسمية المنشأ بناء على السببين التاليين:

- استبعاد التسمية من الحماية تطبيقا لأحكام المادة 4
- زوال الظروف والأسباب الداعية لتسجيل التسمية

2- تعديل التسجيل لتسمية المنشأ بناء على احد الأسباب التالية :

- لعدم تغطيتها كامل المساحة الجغرافية
- لان مميزات المنتجات المذكورة في الطلب لم تعد كافية
- لان المنتجات المعنية في الطلب لم تعد جميعها معطيات للتسمية

ما نستنتجه من نص المادة على انه يمكن للمحكمة ان تقوم بناءا على طلب اي شخص له مصلحة مشروعة بشطب او تعديل تسمية المنشأ في حالة عدم توافر الشروط والأسباب التي يمكن تسجيلها واستبعادها والغاء الحماية القانونية عنها وذلك في حالة عدم توافقها مع الشروط الموضوعية والشكلية التي تم ذكرها سابقا كعدم توافقها مع مميزات المنتجات وعدم تغطيتها لجميع المنتجات المقررة لذلك سعى المشرع الجزائري لحماية حقوق الغير من جهة ومن جهة اخرى حماية لتسميات المنشأ ذاتها لإلزام كل شخص او طرف له مصلحة مشروعة قانونا باللجوء لتقديم طلب او تعديل تسميات المنشأ كما يتوجب على مقدم الطلب ان يضع في الاخير جميع البيانات المتعلقة من اسم الطلب وعنوانه وصفته وعنوانه موضوع الطلب والأسباب التي دفعته لتقديم الطلب او التعديل.[1]

اما الاختصاص القضائي فيعود المحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها المنطقة الجغرافية مكان نشأة المنتجات والسلع[2] كما تقوم المحكمة بتبليغ واخطار كافة الاطراف المعنية بالأمر من صاحب تسميات المنشأ ومن له الحق فيها والمعهد الوطني الجزائري بالملكية الصناعية ليقوم بدوره في هذه العملية من قيد الشطب ونشره في نشره الملكية الصناعية ليتعرف عليه

[1] المادة 24 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 868

[2] فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 390

الغير ويكون النشر على نفقة مقدم الطلب الى المحكمة اي صاحب الرغبة في الشطب او التعديل[1]. كما ان المادة 23 في فقرتها 2 والتي تضمنت عبارات " جاز" و " لا يمكن" فإن المحكمة غير ملزمة بقبول الدعوة المختصة بشطب تسميات المنشأ

لان الأمر راجع للمحكمة في القبول او الرفض لعدم تضمين المادة عبارات الزامية والأمر متروكا للقاضي للنظر في شرعية الطلب الخاص بالشطب، اذا كانت التسمية مستفيدة من الحماية القانونية او زوال أسباب تسجيلها.[2]

كما ويجب تبليغ المصالح المختصة بشطب او تعديل تسميات المنشأ بإرسال نسخه لها من الحكم القضائي والتي تقوم بتقييده في السجل الخاص بتسميات المنشأ ونشره في النشر الرسمية للملكية الصناعية.[3]

وكما سبق ذكره فإن القانون المصري ضمن الأحكام المنظمة للمؤشرات الجغرافية لكن لم ينظم انقضاء الحق فيها واستنادا لأحكام العلامات التجارية من منطلق امكانيه تسجيل علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي فإنه يجوز للمحكمة المختصة بناء على طلب كل ذي شأن ان تقضي بشطب العلامة التجارية بموجب حكم واجب النفاذ[4]. وعليه فإنه من حق كل شخص له مصلحة مشروعة وله الصفة والأهلية للتقاضي ان يرفع دعوة الى المحكمة المختصة – الا وهي المحاكم الاقتصادية كما حددها المشرع المصري– لشطب علامة تجارية او علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي لعدم استيفائها شروط التسجيل او سبب مشروع غير ذلك.

[1] المادة 25 من الأمر رقم 76/ 65 المتعلق بتسمية المنشأ، مرجع نفسه، ص 868

[2] فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 391

[3] المادة 26 من الأمر 76/ 65 ، مرجع السابق، ص 868

[4] المادة 91 من القانون رقم 82 ، مرجع سابق، ص 93

الفرع الثاني: الانقضاء بالإبطال

ان ابطال الحق في تسميات المنشأ إجراء تقوم به الجهات القضائية في الحالات التي يتم فيها اللجوء لاستخدام تسميات المنشأ بطرق واساليب مخالفه للقوانين والأنظمة التي تنظمها

ان لمخالفة نظام استعمال تسميات المنشأ يعد سببا لإبطالها من قبل المحكمة، اذ ألزم المشرع الجزائري ضمن أحكام الأمر الخاص بتسمية المنشأ كل شخص مالك لتسمية المنشأ وصدرت بحقه شهادة تسجيلها او يقوم باستعمالها بموجب عقد ترخيص باستغلال تسميات المنشأ، بان يقوم باستعمالها طبقا للأنظمة الخاصة باستعمال تسميات المنشأ وكذا الاعتماد على الأنظمة التي تعدها المصالح المختصة بهذا الغرض لضمان الجودة والنوعية والمنطقة الجغرافية والأيدي العاملة البشرية والعوامل الطبيعية التي تكسب المنتجات الحاملة لهذه التسمية الجودة والفعالية.[1] حيث ألزم المشرع كل شخص مسجلة باسمه هذه التسمية ومستعمل لها بعدم الخروج عن قواعد الاستعمال المنظمة والمحددة لها في القوانين واللوائح. ان الاستعمال المخالف لتسميات المنشأ يؤدي لإبطالها وتعد كأن لم تكن، كاستعمال تسميات المنشأ على منتجات وسلع اقل جودة من تلك المقررة لها واستعمال منتج ذي جودة وخصائص وصفات ادنى او اقل من جودة المنتج وخصاصه المفترض لتسميات المنشأ [2] بحيث يحق لكل من له مصلحة في ذلك التقدم للمحكمة لابطال تسميات المنشأ لوجودها على منتجات ذات جودة وخصائص وصفات لا تتناسب مع تلك المقررة لتسمية المنشأ، اما المشرع المصري فإنه لم يتعرض لإبطال المؤشرات الجغرافية كما انه لم يتعرض لإبطال العلامات التجارية ولا العلامات التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي، وعليه فإن إصدار

[1] المادة 19 من الأمر 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 868

[2] عجة الجيلالي ،العلامات التجارية خصائصها وحمايتها، مرجع سابق، ص 274

المحكمة المختصة حكم قضائي يقضي بإبطال التسميات المنشأ يكون ذلك لعدم اتباع مستعمل

هذه التسمية للقانون وشروط استعمالها وهذا ما يقلل من مكانه التسمية على المستوى الاقتصادي وهذا ما يؤدي الى تضليل وغش المستهلك وايقاعه في الخطأ واللبس بين الاشياء وهذا ما دعا المشرع المصري لإبطال تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية بحكم قضائي كآلية لردع المستعملين لها بشكل غير مشروع.

المبحث الثالث :قواعد حماية تسميات المنشأ

ان لتسمية المنشأ او المؤثرات الجغرافية أهمية على المستويين الدولي والوطني وذلك لما تؤديه من دور في الميدان التجاري مثلها مثل سائر حقوق الملكية الصناعية ونظرا لأهمية المؤثرات الجغرافية، قد حظيت بحماية قانونية للمحافظة عليها من اي مساس يشكل عائقا امام قيامها بالأدوار المخصصة لها لذلك اتجهت التشريعات لإقرار حماية وطنيه لتسميات المنشأ مما اوجب على المشرع الجزائري والمشرع المصري لوضع قواعد تحدد الحماية المدنية لهذا الحق وحمايته من كل فعل يشكل مساس به لذلك سنتناول قواعد الحماية المدنية لتسميات المنشأ في المطلب الأول وقواعد الحماية الجزائية في المطلب الثاني

المطلب الأول :قواعد الحماية المدنية لتسميات المنشأ

تكتسي تسميات المنشأ او المؤثرات الجغرافية كحق من حقوق الملكية الصناعية أهمية كبيره على الصعيد الدولي والوطني ولتمكين هذا الحق من اداء دوره الاقتصادي والتجاري المنوط به اصبح لزاما فرض حماية مدنية وللإلمام بجميع جوانب الحماية المدنية التي اقرها المشرعين المصري والجزائري، سنتطرق الى القواعد الموضوعية للحماية المدنية في الفرع لاول ثم القواعد الإجرائية في الفرع الثاني.

الفرع الاول : القواعد الموضوعية

يعتبر المستهلك الطرف الضعيف في المعادلة التجارية لذا فهو معرض للتحايل وتضليل التجار في حاله عدم احترامهم لقواعد المنافسة المشروعة مما يؤدي الى ايقاف بوصله التطور والازدهار التجاري والاقتصادي والتقدم للإمام[1] لذا وجب محاربه المنافسة غير المشروعة لضمان النزاهة التجارية في السوق وقيام سوق اقتصادي وفق العادات التجارية المتعارف عليها.

[1] قرمان عبد الحميد، المنافسة الطفيلية لمدى مشروعية التطفل الاقتصادي على قيم المنافسة التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2002، ص 56

1-دعوى المنافسة غير المشروعة كاليه لحماية التسميات المنشأ

اذا قامت وفق الاصول والعادات التجارية المتعارف عليها، حيث اقرت كل التشريعات المقارنة حرية المنافسة في السوق مع ضبط هذا الاخير باليات حماية فكل عمل يدخل ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة وذلك بإدراجها ضمن نصوص قانونية تقر بها كما ان المشرع الجزائري قد ذهب لحظر كل الممارسات التي تعد تعسفيه في السوق ضمن الامر 03/ 08 المتعلق بالمنافسة.

أ-: تعريف المنافسة غير المشروعة

تعرف المنافسة الغير مشروعة في الفقه بأنها كل فعل مخالف للعادات التجارية والعرف والقوانين قصد كسب زبائن الاخرين وتحويلهم اليهم والحاق الضرر بالمنافس الاخر.

وتكون المنافسة الغير مشروعة في مجال تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية من خلال استعمال تسمية او مؤشر الغير على منتجات ذات جوده اقل من اجل التقليل من اقبال المستهلكين عليها.

كما تطرق القضاء المصري لتعريف المنافسة الغير مشروعة فيما أقرته محكمة النقض المصرية ضمن القرارات الصادرة منها الى تعريف المنافسة الغير مشروعة بقولها:" هي قيام تاجر العون اقتصادي او منشأه تجارية أعمال تخالف ما جاءت به القوانين العادات والاصول سائدة في الميدان التجاري والتي تقوم عليها اساسيات التجارة، استعمال طرق وسائل منافية بالشرف والأمانة والمعاملات التجارية النزيهة والشريفة لغاية احداث لبس بين منشأتين تجارتين او بين الاعوان الاقتصاديين من اجل تشويه سمعة احدهما وتقليل ثقة الجمهور به واجتذاب عملاء احداهما للاخرى او صرف عملاء [1].

اما القضاء الفرنسي فعرف المنافسة غير المشروعة بانها: كل اساءه اثناء ممارسه التجارة في الميدان والسوق التجاري باللجوء الاساليب التحايل والتضليل سواءا موجهة تلك الإساءة

[1] احمد حسني، قضاء النقض التجاري، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 1981، ص 61

للشخص المنافس في سمعته او شهرته او اساءه للمؤسسة ذاتها او المنتجات سواء كانت عمدية ام لا مما يتسبب في احداث الفوضى غير القانونية في الاسواق والاضرار بالأخر.

نستخلص مما مضى ان القضاء قد انتهج نهج التعريفات الفقهية، من خلال تعريفها بانها: " كل فعل مخالف العادات والتقاليد والاعراف في الوسط التجاري يكون الهدف منه خلق اللبس والتضليل المستهلك لجذب عملاء احد المنافسين والحاق الضرر بالغير.

ب-: اساس الدعوى المنافسة غير المشروعة

لقد اختلف الفقهاء حول تحديد اساس دعوى المنافسة غير المشروعة، فهناك من اسسها على مبدا التعسف في استعمال الحق وحرية التجارة وهناك من اسسها على ترتيب المسؤولية التقصيرية عن الفعل الضار.

- **التعسف في استعمال الحق:** ذهب البعض من الفقه الى تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على ما يعرف بالتعسف باستعمال الحق وحرية المنافسة والتجارة مستندا في ذلك بان التجارة تعد حقا يمنحه القانون لكل شخص طبيعي او معنوي تتوفر فيه الشروط القانونية وتحدد حماية لهذا الشخص وذلك لان مبدا حرية المنافسة يندرج تحت مبدا حرية التجارة التي اقرها القانون، والذي مضمونه حرية العون الاقتصادي والتاجر في الميدان التجاري باستعمال وسائل وطرق المنافسة التي يراها قانونية ومناسبه لجذب العلم العملاء والجمهور وتحقيق الشهرة والسمعة التجارية والارباح الا ان هذه الحرية مقيده بإجبار العون الاقتصادي او التاجر على تحقيق شهرته وسمعته التجارية والارباح بالوسائل المشروعة للمنافسة والتي لا تتعارض مع الاصول والعادات التجارية والا عد ذلك تعسف في استعمال الحق في حرية التجارة والمنافسة.[1]

راى جانب من الفقه بان دعوى المنافسة غير المشروعة تأتي كسيا للتجار المنافسين بأساليب غير مشروعة فهي تعتبر جزاء التعسف في استعمال الحق في الحرية التجارية

[1] حمادي زوبير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، اطروحه لنيل درجه الدكتوراه علوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسيه، جامعه مولود معمري ،تيزي وزو ،الجزائر، 2018، ص 243-244

فالمنافسة حق مقرر قانونا لكل عون اقتصادي لكنها ليست حق مطلق وانما مقيد بحدود يجب الالتزام على عدم تجاوزها، فهي كما يرى جانب من الفقه جزاء مقرر للتعسف.

وذهب جانب اخر من الفقه الى تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة من خلال التعسف في استعمال الحق او التجاوز فيه ومن المنطلق الذي يحدد ان كل تاجر سواء كان شخصا معنويا وطبيعيا يمارس نشاطا في الميدان التجاري الحق في منافسة غيره بالطرق والاساليب التي يراها مناسبه، يشترط ان تكون تلك الاساليب والطرق مشروعة وفقا للقانون والعادات التجارية المتعارف عليها وعدم المساس بحقوق الغير والحاق الضرر بهم اما القانون المدني الجزائري فانه نص على ان التعسف في استعمال الحق يكون قصد الاضرار بالغير، وعليه فان هذه النظرية لا تصلح بان تكون اساس للدعوى المنافسة غير المشروعة، لان التعسف في استعمال الحق يكون في المنافسة المشروعة وغير المشروعة اما المشرع المصري فسار على منهج المشرع الجزائري.

- نظريه الفعل الضار :

يرى الفقه المصري للاستناد على قواعد المسؤولية التقصيرية في القانون المدني كأساس لدعوى المنافسة الغير مشروعة وهذا ما جاءت به محكمة النقض المصرية 1959/6/25 بانه: " تعد المنافسة غير المشروعة فعلا تقصيريا يستوجب مسؤولية فاعلة عن تعويض الضرر المترتب عليه عملا بالمادة 163 من القانون المدني.

واتجه فريق فقهي اخر الى تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة طبقا للفعل الضار المقيم للمسؤولية التقصيرية يعمل على تضييق النطاق الحقيقي لتطبيقها. وان تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على اساس المسؤولية التقصيرية للفعل الضار يتعارض مع الاعتراف للتاجر بحقوق الملكية الصناعية.

ذهب المشرع الجزائري في المادة 124 من الامر رقم 75/ 58 المتضمن القانون المدني الى التزام كل من قام بعمل غير مشروع ومسبب للضرر شخص ما بالتعويض عن هذا الضرر.[1]

كما وذهب المشرع المصري في المادة 66 فقره 2 من قانون التجارة بانه يلتزم كل شخص مسبب الضرر للاخر بالتعويض عن الفعل الضار القائم به.[2]

وبالتالي تتأسس دعوى المنافسة غير المشروعة على اساس الفعل الضار المنتج للمسؤولية التقصيرية، ولا تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة الا بتوافر حاله المنافسة.

ج-: اركان دعوى المنافسة غير المشروعة

ليتم قبول دعوى المنافسة غير المشروعة يجب توافر ثلاث اركان الخطأ والضر والعلاقة السببية

- الخطأ

يعتبر الخطأ محل دعوى المنافسة غير المشروعة، اذ يشترط لقيام هذه الدعوى الخطأ وعرف الفقه الخطأ بانه: " انحراف سلوك الشخص مع ادراكه لهذا الانحراف، حيث يتكون الخطأ من عنصرين العنصر الاول مادي وهو الانحراف والثاني معنويه والادراك".[3]

ومن اجل القيام ركن الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة من اجل استقطاب عملاء ومستهلكين الاخر او من خلال قيام احدهما بالاشهار بسمعة الاخر وشهرته التجارية بالادعاءات الكاذبة من اجل تدهور ما يملكه من وضع اقتصادي جيد في السوق.

---

[1] المادة 124 من الامر رقم 75/ 58 المتعلق بالقانون المدني والمؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق 26 سبت عمر 1975 الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 20 سبتمبر 1975، ع. 78، ص 997

[2] المادة 66 فقره 2 من القانون ، مرجع سابق، ص 20

[3] بسام مصطفى عبد الرحمن طبيشات، الحماية القانونية للمعاملات التجارية في ظل القانون الاردني والمصري والاتفاقيات الدولية، ط1، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009، ص 184

يحتل ركن الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة أهمية بالغه من اجل قيامها كدعوى مكتملة، وذلك من حيث اشتراط وجود حاله منافسة بين اعوان اقتصاديين، او تجار قبل وقوع الخطأ اي يحدث الخطأ سواء او بغير ذلك من اهمال او تقصير.[1]

- الضرر

عرف الضرر بأنه : كل ما يمس حق من الحقوق او مصلحة من المصالح المشروعة قانونا لشخص ما، ويتمثل الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة من خلال المساس بحق من الحقوق التي يمتلكها صاحب تسمية المنشأ او المؤشر الجغرافي، ويكون الضرر في هذه الدعوى في فقد العملاء وانصرافهم عن التعامل مع صاحب هذه التسمية او المؤشر الذي لحقه ضرر من هذا العمل غير المشروع.[2]

اما الفقه فقد عرف الضرر بانه: كل مساس بحق من حقوق شخص ما، او مصلحة مشروعة، وينقسم الى ضرر مادي يقصد ما يصيب الشخص من خساره ماليه والاخر ادبي كالمساس بسمعة الشخص او شهرته.[3]

ان دعوى المنافسة غير المشروعة لا يتوقف قيامها على وجود الضرر مثل قيام شخص ما بالخلط بين منتجاته ومنتجات غيره التي تحمل تسميات منشأ معينه او اللجوء لاستخدام هذه الأخيرة على منتجاته ، ففي هذه الدعوى لا يشترط وقوع الضرر وللشخص المتضرر اللجوء الى القضاء من اجل المطالبة بوقف هذه الأعمال التي تمس بحقه ومنه يكون من حق كل صاحب تسمية منشأ او مؤشر جغرافي ان يرفع دعوى منافسة غير المشروعة لاجبار

---

[1] طعمة صعفك الشمري، احكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مجله الحقوق، ع.1، تصدر عن مجلس النشر العلمي جامعه الكويت مارس 1995، ص 60

[2] سمير فرنان بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية للعلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية– دراسة مقارنة–، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2007، ص35

[3] جبار صابر طه، اساس المسؤولية المدنية عن العمل غير المشروع بين الخطأ والضرر– دراسة مقارنة في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية– دار الكتب القانونية، القاهرة، مصر، 2010، ص ص 22، 124

المنافس على الكف من هذه الأعمال غير المشروعة دون اثبات الضرر، بحيث يكون الضرر فقط محتمل الوقوع.[1]

ولقيام دعوى المنافسة غير المشروعة ومباشرتها لا يتوجب وقوع الضرر والتأكد منه، بل ان يكون الظهر المتوقع الحدوث، ولا يشترط ان يكون محققا اي وقع فعلا ولا يتوجب ان يكون جسيما ويستوي في ذلك الضرر المادي والاذى[2] لقد اخذ المشرع المصري والجزائر بالضرر الذي وقع او محتمل الوقوع اساسا لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة تؤسس على اساس المسؤولية التقصيرية.

- العلاقة السببية :

تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة على اساس المسؤولية التقصيرية، فمن هذا المنطلق يجب ان يكون هناك علاقة بين الخطأ والضرر، اي رابطه بين أعمال المنافسة غير المشروعة يكون سببها وقوع او احتمال وقوع ضرر، ان اثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة ليس امرا سهلا، لان القيام بأعمال سلب الشخص حقه في تسمية المنشأ او مؤشر جغرافي وتشويه سمعته وشهرته في السوق تلحق به الضرر، اذ ان عب الاثبات يقع على المدعي عاده، ولكن تأتي العلاقة السببية بين الضرر والخطأ كقرينه اثبات بمجرد اثبات المدعي المضرور للخطأ المسبب للضرر، ويكون دور المدعي عليه رفع ذلك باثبات السبب الاجنبي ان وجد.

وبالتالي اي مساس بتسمية المنشأ او المؤشرات الجغرافية والاعتداء عليها يسلب صاحبها حقه من استغلالها ويلحق به الضرر، مما يثبت المسؤولية عن الاعتداءات الماسة بها ويقوم التعويض عن ذلك.

---

[1] ناقل عبد الكريم لعقلة الفالح، احكام دعوى المنافسة غير المشروعة، ط1، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2018، ص 65

[2] محمد نصر، محمد.الحماية الدولية .والجنائية.من المنافسة التجارية الغير مشروعة، والإحتكار ، ط1 ، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ،مصر 2016 ، ص 442

اذ لا يكفي لقيام المسؤولية والتعويض وجود خطأ وضرر فقط بل يجب توافر العلاقة السببية التي تجمع بين الخطأ والضرر، وذلك لصعوبة اثبات العلاقة بين الخطأ والضرر الذي اصاب هذا الحق، واذا تمكن من اثبات العلاقة السببية يحق له اقامه دعوى منافسة غير مشروعة.[1]

الفرع الثاني: القواعد الإجرائية

يعد القضاء هو الطريق الذي يسلكه الشخص المتضرر لحماية حقه عن طريق الدعوى القضائية في حاله توافر جميع اركان دعوى المنافسة غير المشروعة وفي حاله تعرض شخص لعمل يعد ضمن أعمال المنافسة الغير المشروعة يستطيع اللجوء الى القضاء ورفع دعوى المنافسة الغير مشروعة ضد الشخص القائم بها.

1- إجراءات رفع دعوى المنافسة الغير مشروعة

تعتبر تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية احدى وسائل وادوات المنافسة في السوق لجلب العملاء والزبائن واي اساءه في استخدامها من غير صاحبها تعطي لمن اصابه الضرر الحق في اقامه دعوى المنافسة غير المشروعة لردع هذه الأعمال مما يقتضي هنا التطرق للأشخاص الذين يحق لهم رفع هذه الدعوى اولا ثم تحديد الجهة القضائية المختصة للفصل في هذه الدعوى ثانيا .

أ- اصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

ان لصاحب الحق في تحريك دعوى المنافسة غير المشروعة كآليه قضائية ومدنية لحماية تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية هم الأشخاص الذين يملكون الصفة والأهلية والمصلحة في ذلك العامة، و كل شخص له الحق في تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية.

[1] عتيقة بلحبل ، الاليات القانونية لحماية الملكية الفكرية، مجله العلوم الإنسانية، مج 17، ع1، جامعه محمد خيضر، بسكره، الجزائر، 2017، ص 612

- الشخص المتضرر:

هو كل شخص اصابه الضرر نتيجة قيام المنافس بعمل غير مشروع بحيث يحق لكل شخص تاجرا كان ام عون اقتصادي معنويا او طبيعيا تضرر نتيجة عمل من الأعمال التي تندرج ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة قام بها المنافس الاخر في الميدان التجاري، اللجوء للجهات القضائية صاحبه الاختصاص لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة امام المحاكم المختصة شرط توفر الشروط القانونية لرفع الدعوى القضائية وبالتالي يجوز لكل عون اقتصادي منافس تعرض لأعمال المنافسة غير المشروعة ولاحقه من ذلك ضرران يباشر دعوى قضائية على اساس المنافسة غير المشروعة، ولا يشترط في ذلك ان يكون صاحب تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية الحقيقي، ولكن قد يكون أشخاص اخرون لهم مصلحة في ذلك ويتمثلون في الملخص لهم باستعمال تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وفقا لعقد ترخيص بين المالك والمرخص له بما في ذلك كل شخص يعرض او يبيع منتجات تحمل تسميات منشأ او مؤشرات جغرافية معينه لها وقد يكون من الأشخاص الذين يسمح لهم القانون بتسجيل تسميات المنشأ في الامر المنظم لتسميات المنشأ .[1]

كما ان المشرع الجزائري اقر انه يمكن للمستهلك وجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المعنوية بالإضافة الى النص لنه يمكن لكل شخص طبيعي او معنوي مع اشتراط المصلحة في ذلك ان يباشر برفع دعوى منافسة غير مشروعة في حال القيام بها من قبل عون اقتصادي.[2]

اما المشرع المصري فأشار الى امكانيه جهاز حماية المستهلك المصري التأسيس كطرف في الدعاوى التي تتعلق بمصالح جموع المستهلك وعليه فان جهاز حماية المستهلك يعد

[1] حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 277-278

[2] المادة 65 من القانون رقم 04/ 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 ، الموافق ل23 جوان 2004، الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ23 جوان 2004 ،عدد 41 ، ص 11

ذو مصلحة في تحريك دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية المستهلك في حاله قيام أعمال المنافسة الغير مشروعة التي تنطوي على غش المستهلك والمساس بمصلحته.[1]

- النيابة العامة

تعتبر النيابة العامة صاحبه الحق العام مما يمنحها الحق في تحريك الدعوى العمومية بناء على شكوى من الشخص صاحب الحق المتضرر، وبالرجوع للقانون رقم 04/ 02 والذي جاء في نصوص مواده رقم 27 و 28 بعض الحالات التي تدرج ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة، بالإضافة الى ذلك منح الحق لوكيل الجمهورية بالتحريك الفوري ومباشره الدعوى بناء على طلب الموظفين الذين يقومون بتحرير المحاضر والتقارير[2] وهذا ما ذهب اليه المشرع المصري فقد منح النيابة العامة الحق في تحريك الدعوى باعتبارها تحمي الصالح العامة وتمثل المجتمع .

ب- الاختصاص القضائي

تتمثل دعوى المنافسة غير المشروعة في الدعوى المدنية التي يرفعها صاحب الحق ضد الشخص المنافس المسبب للضرر، كما ان المشرع المصري والجزائري لم يقوما بتحديد الجهة المختصة لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة في تسميات المنشأ الخاصة بهما، مما يدفعنا بالرجوع للقواعد العامة.

نصت المادة 32 من القانون رقم 08/ 09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجزائري على انه: " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام، وتتشكل من اقسام يمكن ايضا ان تتشكل من اقطاب متخصصه، وتفصل في جميع القضايا لا سيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها اقليميا، تتم جدوله القضايا امام الاقسام حسب طبيعة النزاع، غير انه في المحاكم التي

[1] المادة 43 فقره 12 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك المصري، الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 13 سبتمبر 2018، ع. 37، ص 20

[2] المادة 49 من القانون رقم 04/ 02 ، مرجع سابق، ص 9

لم تنشا فيها اقسام يبقى القسم المدني هو الذي ينظر في جميع النزاعات باستثناء القضايا الاجتماعيه".[1]

ما نستخلصه من النص اعلاه نجد ان الجهة القضائية المختصة اختصاص النوعية للفصل في الدعوى المدنية لدعوى المنافسة غير المشروعة هي المحكمة الابتدائية كما تنص المادة 4 من الامر 75/ 57 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم انه: " يعد عملا تجاريا بالتبعية الأعمال التي يقوم بها التاجر والمتعلقة بممارسات تجارية او حاجات ".[2]

عليه فان الأعمال التي تشكل اعتداء على تسميات المنشأ والتي يقوم بها تاجر منافس لجذب العملاء والزبائن تكون تحت عنوان المنافسة غير المشروعة وتعتبر أعمال تجارية بحسب التبعية لانه يقوم بها من اجل عمله التجاري وتحقيق ارباح من ورائه، وبناء عليه يعد القسم التجاري في المحكمة الابتدائية هو القسم المختص للنظر في دعاوى المنافسة غير المشروعة.

كما يمكن ان يقول الاختصاص للقسم المدني مدام يعقد له اختصاص الفصل في جميع القضايا باستثناء الاجتماعية منها، ويتحدد الاختصاص الاقليمي لدعوى المنافسة الغير مشروعة في نصوص قانون الإجراءات المدنية والإدارية من خلال تحديد المحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه وفي حاله عدم معرفه موطنه يكون اخر مواطن معروف له مكان الاختصاص يكون مكان فصل المنافسة غير المشروعة مكانا ينعقد له الاختصاص الاقليمي اليه.[3]

اما المشرع المصري فانه لم يحدد ضمن القانون الخاص بالمؤشرات الجغرافية الجهة القضائية المختصة ولكن بالرجوع للقوانين ذات الصلة بذلك فانه ينعقد الاختصاص في

[1] المادة 32 من القانون رقم 08/ 09 المتعلق بالإجراءات المدنية والإدارية المؤرخ فيه 18 صفر 1429 الموافق 25 فبراير 2008 الصادرة في الجريدة الرسمية بتاريخ 23 ابريل 2008، ع. 21، ص 6

[2] المادة 4 من الامر رقم 75/ 59، مرجع سابق، ص 1306

[3] المادة 2 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك المصري، مرجع سابق، ص2

منازعات الدعوى المدنية غير المشروعة لدى القسم المدني او القسم التجاري في الدائرة الابتدائية في مقر المحكمة الاقتصادية.[1]

كما أشار المشرع المصري لمنح الاختصاص الاقليمي للمحكمة الاقتصادية التي يقع في دائرتها فعل المنافسة غير المشروعة، كما ان المحكمة الابتدائية التي يقع في دائرتها مكان استخدام المؤشر الجغرافي بأسلوب منافسة غير مشروعة في المحكمة المختصة (الدائرة الابتدائية في المحكمة الاقتصادية).

2-اثار دعوى المنافسة الغير مشروعة

في حاله توافر شروط قيام دعوى المنافسة غير المشروعة وتم تحريكها يجوز للطرف المتضرر المطالبه بحقوقه كاثار مترتبة على هذه الدعوى وتتمثل في التعويض الذي سنتناوله اولا ثم وقف أعمال المنافسة غير المشروعة ثانيا.

أ-التعويض

التعويض هو من الاثار المترتبة على رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ويتمثل في جبر الضرر الذي لاحق بصاحب الحق في الحق من حقوق الصناعية كتسميات المنشأ، مما يترتب عليها بفعل يشكل منافسة غير مشروعة والتأثير على مالكها من الناحية المادية والمعنوية من خلال المساس بسمعته وشهرته وسرقه عملائه مما يصيبه في امواله ويقلل المردود المالي العائد اليه، ورجوعا للنصوص القانونية نجد المشرع الجزائري لم ينص صراحه على التعويض المدني، ولكن في المقابل منح اصحاب تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وكل من له الحق فيها ان يتأسس كطاف مدني للتقاضي كطرف في الدعوى، وبإمكانه من التعويض المادي من الاضرار التي لحقت بهم.

كما ان القانون منح القاضي الموضوع الذي رفعت امامه دعوى المنافسة غير المشروعة تقدير التعويض المتمثل في المبلغ المالي كجزاء عن فعل يشكل منافسة غير مشروعة لجبر

[1] المادة 37 من القانون رقم 08/ 09 المتعلق بالإجراءات المدنية والإدارية، مرجع سابق، ص7

الضرر الذي لحق بالمنافس او العون الاقتصادي صاحب تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية في الميدان التجاري مع امكانيه اصدار حكم تكميلي تابع للحكم بالتعويض يتمثل في نشر الحكم القضائي على نفقه المحكوم عليه في الجرائد اليومية، كما يمكن للمحكمة الامر بالصاق نص الحكم في الاماكن العمومية التي تحددها المحكمة.[1]

وبالتالي فان صاحب تسميات المنشأة او المؤشرات الجغرافية وما لكها الحقيقي له الحق الاستفادة من التعويض وجبر الضرر الذي اصابه نتيجة ذهاب منافس اخر له لارتكاب عمل من الأعمال التي تدرج ضمن أعمال المنافسة الغير مشروعة، وهذا ما يجعل مقدار التعويض يؤسس على خساره الملك والمدعي رافع الدعوى من ارباح وما لاحقه من ضرر.

ب- وقف أعمال المنافسة غير المشروعة

من الاثار المترتبة على رفع دعوى المنافسة الغير مشروعة وقف جميع الأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة ان رفع دعوى المنافسة غير المشروعة والتعويض لا يعد كافيا بالمقارنة بما اصاب صاحب الحق ومالك من اضرار، وفي المقابل يجب منح صاحب الحق في تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية او العون الاقتصادي المتضرر في الميدان التجاري جراء أعمال المنافسة غير المشروعة بعد الضمانات متمثلة في إجراءات تحد من الحاق الضرر به، اذ يكون ذلك من خلال الوقف الكامل لكل الأعمال والممارسات الاخرى التي تندرج ضمن نطاق المنافسة غير المشروعة، فعمل القانون على الإجازة للمحكمة المرفوع امامها الدعوى ان تلجأ لاتخاذ إجراءات من شأنها العمل على وقف الضرر وايقاف عمليه الاستمرار في الأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة تمثل في اتلاف ومصادرة

[1] المادة 20 فقره 2 من الامر رقم 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 868 والمادة 66 فقره 2 من القانون رقم 17، مرجع سابق، ص 20

جميع الوسائل والمواد المستخدمة في أعمال المنافسة غير المشروعة، ومصادرة واتلاف كل السلع التي تحمل تسمية منشأ او مؤشر جغرافي لا يدل عليها.[1]

وعليه فان المشرعين الجزائري والمصري قد جاء بفعل وقف أعمال المنافسة غير المشروعة كإجراء مترتبة على دعوى المنافسة غير المشروعة لردع هذه الأعمال التي تهدف الى اخلال توازن السوق الاقتصادي والاخلال بقواعده.

المطلب الثاني: قواعد الحماية الجزائرية لتسميات المنشأ

الحماية الجزائرية لتسميات المنشأ هي احدى اليات الحماية الوطنية المقررة قانونا لحماية هذا الحق من حقوق الملكية الصناعية، اذ تقوم الحماية الجزائية لتسميات المنشأ في حالات الاعتداء على هذا الحق والمساس به، فقد جاءت التشريعات بحماية جزائية تمس كل معتد او مشكل خطر على هذه الحقوق سواء بالتقليد او الغش ويعتبر التقليد من اخطر واوسع الاعتداءات التي تمس حقوق الملكية الصناعية عامة وتسميات المنشأ خاصة، فهو جنحه معاقب عليها وهذا ما يذهب اليه المشرع المصري والجزائري بتصنيف تقليد تسميات المنشأ جريمة يعاقب عليها قانونا، ولحماية الحق بها لجا المشرعان الجزائري والمصري لوضع قواعد جزائية.

بما في ذلك ان المشرع الجزائري والمشرع المصري اعتبر استعمال تسمية المنشأ او المؤشر الجغرافي منطوية على غش من خلال الغش في السلع نفسها بالإضافة او النقصان من تركيباتها رغم وضع عليها منشأها الحقيقي، والهدف من ذلك حماية المستهلك بالدرجة الاولى وحماية هذا الحق، مما دفع التشريعات الى تجريم الغش في استعمال تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية بموجب القواعد الجزائية لحمايتها.

لذلك سنتطرق لحماية تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية من التقليد في المطلب الاول ثم قواعد حمايتها من الغش في المطلب الثاني.

[1] بن قوية المختار ، الحماية القانونية للملكية الصناعية كآليه لتشجيع الاستثمار الاجنبي وفقه تشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، المركز الاكاديمي للنشر، الإسكندرية، مصر، 2020

الفرع الاول: قواعد حماية تسميات المنشأ من التقليد

تتمثل الحماية الجزائية من المساس بالتقليد لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية من خلال دعوى التقليد التي اقرها المشرع قانونا وذلك بعد تسجيل تسميات المنشأ واستفاء هذا الحق لجميع الشروط المقررة قانونا (موضوعية وشكليه) تسجل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وتصدر لها شهادة تسجيل وملكية وتصبح معترف بها قانونا وملك لصاحبها ومحميه طبقا لأنظمة التسميات المنشأ لذلك فان دعوى تقليد تسميات المنشأ تعد اليه للحماية القانونية لحق صاحبها بها، بحيث اعتبرت التشريعات ان المساس بتسمية المنشأ او المؤشرات الجغرافية بالتقليد يشكل جريمة يعاقب عليها القانون.

وللامام بدعوى التقليد سنتعرض لمفهوم التقليد من حيث القواعد الموضوعية أولا، ثم إجراءات رفع دعوى تقليد لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية

1- **مفهوم جريمة تقليد تسميات المنشأ:** اعتبر كل من المشرع المصري والجزائري المساس بتسميات المنشأ جريمة يعاقب عليها القانون لأنها تشكل اعتداء على حق استئثاري لشخص معين.

أ- تعريف جريمة التقليد

عند توفر جميع الشروط القانونية في تسميات المنشأ محل التسجيل فانه يتم تسجيلها وتصبح ذات حماية قانونية واي اعتداء عليها يشكل الجريمة.

لقد تعددت التعاريف الفقهية للتقليد مما نتج اختلاف الفقه في منح تعريف موحد للتقليد وذلك لنظر كل منهم للتقليد بطريقته فقد عرفه البعض: " كل تصنيع لمنتج واخراجه بشكل ذي مظهر مشابه لمنتج اخر اصلي يكون الهدف من ذلك خداع وتضليل المستهلك".[1]

[1] الهواري نسرين، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، بحث في الاطار المؤسساتي لمكافحه التقليد، مكتبه بلقيس ،الدار البيضاء ،الجزائر، 2013، ص 26

كما ان الفقه يعرف التقليد في الملكية الفكرية بانه: نقل شيء عن اصله بصور التحايل والغش والتدليس من اجل الانتفاع بمردود غير مشروع والاضرار بالاخرين، ومنحه او نسبه لشخص اخر غير المالك الحقيقي له بهدف الخلط بين الاصلي والمقلد.[1]

اما تعريف التقليد قانونا فان التشريعات لم تضع تعريفا معينا لتقليد تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وانما أشارت بشكل ظني الى الاستعمال الغير مشروع او المخالف لأنظمة استعمال تسميات المنشأ، فقد عرف المشرع الجزائري تقليد تسميات المنشأ من خلال المادة 28 من الامر رقم 76/ 65 التي تنص على انه:" يعد غير مشروع الاستعمال المباشر او الغير مباشر لتسمية منشأ مزوره او منطوية على الغش او تقليد لتسميات المنشأ كما ورد بيانه في المادة 21".[2]

ان المشرع الجزائري في النص اعلاه لم يعرف التقليد بصراحة وانما أشار اليه من ان كل استعمال غير مشروع ومخالف لاحكام المادة 1 من نفس الامر اعلاه يعد تقليدا بمعنى ان استعمال شخص لتسمية منشأ مسجلة ومحمية بموجب القانون بدون ترخيص بهذا الاستعمال من قبل صاحبها الاصلي يعد استعمالا غير مشروع وتقليدا لها حتى لو ذكر المعتدي المنشأ الحقيقي للمنتج ،فإنه يعد تقليدا اذا لم يرخص له بذلك.

اما المشرع المصري فلم يعرف تقليد المؤشرات الجغرافية، الا انه بالرجوع للمادة 107 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية فانه يمنع وضع مؤشر جغرافي خاص بسلعه معينه ومنطقه معينه على سلع شبيهه في مناطق اخرى.[3]

وعليه فان كلا من المشرعين الجزائري والمصري لم يعرف تقليد تسميات المنشأ او المؤشرات الجغراقية ،بشكل مباشر وانما أشارا الى ذلك ضمنيا في النصوص القانونية بحيث يعرف تقليد تسميات المنشأ بأنه : " كل استعمال غير مشروع ،وبغير وجه حق تسميات

[1] jeromapassa, contre facon et concurrence de loyale Littec, Paris, p. 242

[2] المادة 28 من الامر رقم 76/ 65 ،مرجع سابق، ص 868

[3] المادة 107 من القانون رقم 82 ، مرجع سابق، ص 39

المنشأ او مؤشر جغرافي مسجل ومحمي قانونا بدون اذن مالك هذه التسمية او استعمالها على سلع بغير المكان الذي نشأت فيه مما يؤدي الى الخلط واللبس لدى جمهور المستهلكين ،وقد يكون ذلك من خلال تغيرات بسيطة في التسمية او المؤشر الجغرافي توحي بانها التسمية الاصلية.

ب- اركان جريمة تقليد تسميات المنشأ

ان جريمة تقليد تسميات المنشأ لا تختلف عن غيرها من الجرائم الاخرى والتي تلزم لقيامها توفر اركان معينه، التي في حال توفرها قامت الجريمة كامله وتتمثل في الركن الشرعي والركن المادي والركن المعنوي.

- الركن الشرعي

يعد الركن الشرعي او القانوني اساس وركيزه لانه لا جريمة ولا عقوبة ولا تدبير بغير قانون[1]، وهذا ما اخذ به المشرع المصري باعتماد شرعيه الجرائم والعقوبات او كما يسمى مبدا " لا جريمة ولا عقوبة الا بنص"[2].وبما اننا بصدد جريمة تقليد تسميات المنشأ فانها تاخذ شرعها بين الشريعه الجزائية العامة بالإضافة الى القانون الخاص لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية.

لقد جرم المشرع الجزائري المساس بتقليد تسميات المنشأ من خلال المواد 28 و 30 من الامر رقم 76/ 65 حيث نص في المادة 28 على انه: " يعد غير مشروع الاستعمال المباشر وغير المباشر لتسمية المنشأ مزوره او منطوية على غش او بتقليد تسمية المنشأ كما ورد بيانها في المادة 21."[3]

[1] المادة 1 من الامر رقم 66/ 156 المتعلق بقانون العقوبات المعدل والمتمم المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966، الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 11 جوان 1966، ع. 49، ص 708

[2] علي عبد القادر الفهرجي، شرح قانون العقوبات- القسم العام- النظرية العامة للجريمة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997، ص51

[3] المادة 28 من الامر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 868

كما تتمثل شرعيه متابعه جريمة تقليد تسميات المنشأ في المادة 30 من نفس الامر اعلاه التي تنص على انه: " تطبق العقوبات المدرجه بعده، وبصرف النظر عن العقوبات المنصوص عليها في القوانين والأنظمة فيما يخص قمع الغش".[1] ويتمثل شرعيه على العقاب في القانون المصري بما جاء به نص المادة (114)[2] من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 التي تنص على انه :" يعاقب بالحبس مده لا تزيد عن سته اشهر وغرامة لا تقل عن الفي جنيه ولا تتجاوز عشره الاف جنيه او باحدى هاتين عقوبتين :

1) كل من وضع على السلع التي يتجر بها – في جهة ذات شهره خاصة في انتاج سلعة معينة –مؤشرات جغرافية تضلل الجمهور بانها نشات بهذه الجهة.

2) كل من استخدم ايه وسيله في تسمية او عرض سلعه ما توحي بطريقه تظلل الجمهور بانها نشات في منطقه جغرافية ذات شهره خاصة على خلاف المنشأ الحقيقي لها.

3) كل منتج سلعه في جهة ذات شهره خاصة في انتاجها ان توحي بانها نتجت في الجهة المشار اليها".

وبالتالي فان المشرعين اخذ بتجريم فعل تقليد تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية خلال نصوص المواد 28 و30 من قانون تسميات المنشأ.

المنشأ الجزائري والمادة 114 في فقراتها 6 و7 و8 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري

– الركن المادي

الركن المادي لاي جريمة يتمثل في الفعل الخارجي الصادر من مرتكب الجريمة، فهو غير مشروع له طبيعة ملموسه يتم ادراكه بواسطة الحواس والركن المادي في جريمة التقليد

[1] المادة 30 من الامر رقم 76/ 65، المرجع سابق

[2] المادة 114 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، مرجع سابق، ص 41

تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية يكون من خلال اقدام شخص بنسخ او تغيير جزئي او كل لهذا الحق من حقوق الملكية الصناعية.

السلوك الاجرامي: يتجلى السلوك الاجرامي في جريمة تقليد تسميات المنشأ بالقيام بالتقليد من خلال الطبع او النسخ او لصق تسميات منشأ مقلده على البضائع والسلع وكل ما استعمل في اتلافها[1] ،كذلك الاستعمال لتسمية منشأ سواء استعمال مباشر او غير مباشر وقام به الفاعل وحده او بالمشاركة مع اخرين ويكون السلوك الاجرامي متمثل في فعل قيام شخص اخر غير المالك الحقيقي لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية باستعمال هذا الحق على غير الحقيقة من خلال وضع تسمية كاذبه مكان الأصلية وذلك بخلق مؤشر او تسمية اخرى واستعمالها في الاوراق والعقود والفواتير او بإضافة او حذف او تزييف الشروط والاقرارات والوقائع التي اعدت لأجلها تسمية المنشأ.[2]

ذهب المشرع المصري في تحديد السلوك الاجرامي خلال قيام الشخص المقلد للمؤشرات الجغرافية، ويتمثل في استعمال علامات تجارية او مؤشرات جغرافية من شانها احداث اللبس والتضليل للمستهلكين او احتواء السلع والبضائع على بيانات كاذبه من حيث المؤشرات الجغرافية او مكان نشأت المنتجات بما في ذلك استعمال مؤشرات جغرافية على سلعه ومنتجات يتاجر بها بعض التجار في مناطق لها شهره خاصة ومميزات وصفات معينه في انتاج سلعه ومنتجات معينه باسلوب يخدع ويضلل المستهلك بالنسبة للبيئة الجغرافية التي انتجت فيها هذه المنتجات او السلع، وكذلك وضع مؤشر جغرافي على سلعه تنتج في منطقه غير تلك المنطقة التي ينتمي اليها المؤشر الجغرافي.[3]

---

[1] زواوي كاهنة، اعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 433

[2] عجة الجيلالي ، مرجع سابق، ص 347-348،

[3] محمد علي سويلم ، الحماية الجنائية للملكية الفكرية بين الجوانب الإجرائية والأحكام الموضوعية ، -دراسة مقارنة-،ط1 ،دار المطبوعات الجامعية ،الإسكندرية مصر،2018 ،ص ص 239-240

وعليه فان اي استخدام غير مشروع لتسميات المنشأ يشكل جريمة تتمثل في سلوك اجرامي من خلال خلق او تغيير او استخدام التسمية بشكل يظلل الغير او مؤشرات جغرافية على السلع تدل على انها نشأت في البيئة الجغرافية الأصلية وهي غير ذلك، اما المشاركة في هذه الجريمة فقد تكون اصليه او بالتبعية فالقائم بجريمة التقليد هو الفاعل الاصلي اما المشاركة بالتبعية فتتمثل في دور الفاعلين الذين يقومون بدور ثانوي كتقديم يد العون والمساعدة للفعل الاصلي.

النتيجة الإجرامية: النتيجة الإجرامية هي من عناصر الركن المادي المكون للجريمة والنتيجة متمثلة في الضرر الذي لحق صاحب الحق في تسميات المنشأ نتيجة الاعتداء عليها بالتقليد اي نتيجة السلوك الاجرامي الذي قام به الفاعل.

العلاقة السببية

ان العلاقة السببية هي احدى عناصر الركن المادي للجريمة الاخير يجب توافر العلاقة السببية بين السلوك الاجرامي والنتيجة الإجرامية ،باللجوء لاثبات ان النتيجة الإجرامية جاءت بفعل القيام بسلوك اجرامي ممنوع قانونا بمعنى ان يكون ارتكاب هذا السلوك فعلا مؤسسا لقيام نتيجة إجرامية في علاقة السببية هي اداه الربط بين السلوك الاجرامي والنتيجة الإجرامية.

ان العلاقة السببية كأحد عناصر الركن المادي تقتصر على نوع واحد من الجرائم بمعنى اقتصارها فقط على الجرائم ذات النتيجة التي يتطلب فيها وقوع نتيجة إجرامية اما النوع الاخر من الجرائم والمقصود هنا الجرائم الشكلية ففي هذه الحالة لا يتطلب ركنها المادي وجود اي علاقة سببية بين السلوك الاجرامي والنتيجة لان هذه الجرائم تقوم بمجرد قيام الفاعل بسلوك اجرامي فقط دون تحقق النتيجة الإجرامية وعليه فان جرائم تقليد تسميات المنشأ يعتبر من الجرائم الشكلية.

- الركن المعنوي

يتجلى الركن المعنوي في الجريمة بعنصرين، الاول عنصر العلم من خلال علم الفاعل بكافة العناصر المقيمة للسلوك الاجرامي، اذ يكون التقليد لتسميات المنشأ من خلال قيام الفاعل بطبع عنصر او نسخه او الاعتداء عليه باي شكل مع العلم انه قامه بفعل غير مشروع والاعتماد على حق لغيره ومحمي قانونا اما العنصر الثاني وهو الإرادة من خلال اتجاه إرادة الفاعل لارتكاب جريمة التقليد من تلقاء نفسه وعدم اجباره عليه من الغير من صاحبها ومالكها الاصلي.[1]

لم ينص المشرع الجزائري على النية الإجرامية لدى الجاني اما المشرع المصري فان النصوص القانونية المتعلقة بالمؤشرات الجغرافية جاءت غير صريحه ولم تنص على ذلك ووفقا للتشابه بين العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية وقياسا على ذلك فانه تطبق القواعد المتعلقة بتقليد العلامات التجارية بحيث يتمثل الركن المعنوي في عنصر العلم والإرادة بحيث انها من الجرائم العمدية.

ان المشرع المصري والجزائري على حد سواء لم يتطرق الى اشتراط سوء النيه فبمجرد قيام السلوك الاجرامي وتوفر عنصري العلم والإرادة تكون الجريمة مكتملة الاركان

-الجزاءات المقررة لجريمة تقليد تسميات المنشأ

ينص قانون تسميات المنشأ على عقوبات تحكم بها الجهة القضائية المختصة التي رفعت امامها الدعوى، وهي عقوبات تختلف بحسب الاحوال من حيث طبيعة او جسامة الاعتداء.

فهناك عقوبات اصليه تنطق بها المحكمة بمجرد اكتمال الجريمة وغيرها من العقوبات التكميلية تكون مكمله للعقوبات الأصلية.

[1] حمادي زوبير، حماية الاشارات المميزة من الممارسات التجارية الغير نزيهة على ضوء الاحكام التشريعية والممارسات القضائية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية، مج. 3، ع. 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعه بجاية، الجزائر، 2018، ص 17

1- العقوبات الأصلية

أ- الحبس: هو تقييد الحرية لمرتكب الجريمة اما في جريمة تقليد تسمية المنشأ فجاء المشرع الجزائري بعقوبة الحبس من ثلاثه اشهر الى ثلاث سنوات ومنح السلطة التقديرية للقاضي في تحديد المدة في حاله الاعتداء على تسميات المنشأ بالتزوير والتقليد وكذلك بتسليط نفس العقوبة على من شارك في هذه الجريمة [1].

اما المشرع المصري في القانون رقم 82 لسنة 2002 فنص على معاقبة كل من وضع على سلع خاصة به مؤشرات جغرافية هدفها تظليل الغير بمكان نشأتها

وكذلك استخدام اي وسيله من شانها تغيير الصورة لدى الغير عن مكان نشأتها بعقوبة الحبس لمده لا تزيد عن سته اشهر وبهذا يكون المشرع المصري ولم يحدد الحد الادنى مع اعطاء السلطة التقديرية للقاضي في تحديدها.[2]

ب- **الغرامة**

بالرجوع للنصوص القانونية في قانون تسميات المنشأ الجزائري رقم 76/ 65 فان المشرع يعاقب على الاعتداء على تسميات المنشأ بغرامة ماليه تتراوح من 2000 -20.000 دج وللقاضي السلطة في تحديدها بالاعتماد على ما يعرض عليه من دلائل ووثائق وثق جسامة الفعل.[3]

اما ما جاء به المشرع المصري فانه يعاقب بغرامة لا تقل عن الف جنيه ولا تتجاوز 10.000 جنيه مصري لكل من يتعدى على مؤشر جغرافي محمي بالقانون .[4]

[1] المادة 30 فقره 1 من الأمر 65/76 مرجع سابق ،ص869

[2] االمادة 114 ،فقرة 6و7و8 لسنة 2002، المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري ،مرجع سابق ،ص41

[3] المادة 30 فقرة 2، من الأمر 65/76 ،المتعلق بتسميات المنشأ مرجع، ص 869

[4] المادة 114 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري ، مرجع سابق

2- العقوبات التكميلية

يحق للقاضي امكانيه النطق والحكم بعقوبات تكميليه تتمثل في المصادرة والاتلاف ونشر الحكم

أ- الحجر والمصادرة

تطرق المشرع الجزائري للتدابير التحفظية لحماية تسميات المنشأ من التقليد والغش ضمن الامر رقم 76/ 65 المتعلق بتسمية المنشأ والمتمثلة بإصدار تدابير ضرورية، وانطلاقا من القواعد العامة في قانون الاجراءات المدنية والإدارية فقد اقر المشرع الجزائري بالحجز التحفظ كتدبير احترازي لحماية الحق بشكل عام وتطبق كذلك على تسميات المنشأ فانه يتم تقديم طلب الحجز التحفظي بموجب عريضة تقدم لرئيس المحكمة التي تقوم بدائرة اختصاصها الاشياء محل الحجز

او موطن الشخص طالب الحجز، يجب ان ترفق العريضة بكل ما يثبت الطلب وللرئيس اجل خمس ايام للفصل في الطلب المقدم اليه ابتداءا من تاريخ ايداع العريضة لدى امانه الضبط ثم يتم تبليغ الامر بالحجز التحفظ من قبل الطرف مقدم الطلب الى الطرف الصادر ضده الامر بالحجز بواسطه محضر قضائي مع ضرورة احتواء الامر لجميع البيانات الخاصة بالطرف المحكوم ضده وعند تنفيذ هذا الامر يتم تحرير محضر حجز تحفظ من قبل المحضر القضائي مبلغ الطرف الاخر مع اشتماله على جميع البيانات الخاصة بالطرفين والاشياء محل الحجز التحفظي.[1]

اما المصادرة فلم يتطرق لها المشرع صراحه ومن القانون 76/ 65 لكن تطرق لذلك ضنيا في نص المادة 29 في عباره: "... اصدار الامر بالتدابير الضرورية..."[2] وبالتالي يتضح

[1] مهدي رضا ، الحجز التحفظي ألية لحماية حقوق الملكية الصناعية من التقليد و إنعكاساته على المستهلك في ظل القانون 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، مجلد 1 ، العدد9 ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة بوضياف المسيلة ، الجزائر ، 8 مارس 2018 ، ص ص 89-91

[2] المادة 29 من الامر رقم 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 868

ان المشرع الجزائري منح القاضي امكانيه الحكم بتدابير ضرورية لوقف الاستعمال الغير شرعي لتسمية المنشأ من خلال مصادرة تسمية المنشأ المزورة.

كما ان المشرع المصري منح للقاضي السلطة التقديرية في اصدار امر على عريضة باتخاذ الاجراءات التحفظية لحماية المؤشرات الجغرافية من خلال اجراء وصف تفصيلي لكل الآلات والمعدات التي تستخدم في ارتكاب جريمة التقليد كما يمكن للقاضي اصدار امر على عريضة بتوقيع الحجز على كل من استعمل في تقليد المؤشرات الجغرافية بالإضافة للمؤشرات المقلدة.[1]

ب- الاتلاف: يرجع هذا الاجراء للسلطة التقديرية للقاضي في اتلاف البضائع المقلدة والأغلفة التي تحمل تسميات منشأ مقلده اذا لم يتم مصادرتها هذا ما اقر به المشرع الجزائري وحذا حذوه المشرع المصري باعتبار ان الاتلاف هو من العقوبات التكميلية لجريمة تقليد تسميات المنشأ.

ج- **نشر الحكم:** يعد نشر الحكم ذو اهميه كبيره كاداه ردع لكل من يقوم بالاعتداء على تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية، حيث اقر المشرع الجزائري بامكانيه منح المحكمه السلطة التقديرية لذلك بنشر الحكم في الاماكن التي تراها مناسبه ويكون هذا النشر على نفقه الشخص الفاعل للجريمة.[2]

2- القواعد الإجرائية

تباشر اجراءات رفع دعوى تقليد تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية بين طرفين احدهما المدعى صاحب هذه الاخيره ومالكها وثانيهما المدع عليه القائم بفعل التقليد.

أ-شروط دعوى التقليد وطرق اثباته

- **شروط دعوى التقليد:** يشترط لقبول دعوى التقليد في تسميات المنشأ عدة شروط وهي:

[1] المادة 115 فقره 2 من القانون رقم 82 ، المرجع نفسه، ص 41

[2] المادة 30 فقره 3 من الامر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 869

1) وجود تسميات منشأ مسجله ومحميه قانونا:

ان المشرع الجزائري وفر الحماية لتسميات المنشأ بمجرد تقديم طلب التسجيل لدى الهيئه المختصة بذلك اما المشرع المصري فقد اشترط لتسجيل المؤشر وتوفير الحماية القانونية له ان يكون اكتسب الحماية في بلد المنشأ بالإضافة الى التأثير الذي يقوم به هذا المؤشر لدى المستهلك وجودة السلعة ونوعيتها.[1]

2) القيام بفعل غير مشروع

يكون هذا الشرط من خلال اقدام الفاعل على تقليد حق من حقوق الملكية الصناعية مسجل ومحمي قانونا، او استعمال تسمية المنشأ على منتجات لا تتوفر فيها الشروط الموجودة في ملف تسجيلها او استعمالها على منتجات او سلع غير تلك التي نشأت في المنطقة الجغرافية الممنوحة تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية لمنشأئها.[2]

3) عدم الوفاء بالالتزامات الواردة في الاتفاق

ان استغلال تسميات المنشأ من غير مالكها الحقيقي صاحب شهاده التسجيل تسميات المنشأ، يتم بالتوافق بين الطرفين بموجب عقد ترخيص باستغلال حق من حقوق الملكية الصناعية اذ يتضمن عقد الترخيص بالاستغلال جميع ما يقع على الطرفين من حقوق وما يترتب عليهما من التزامات وتوثق فيه جميع ما يرتبط بتسميات المنشأ من تصرفات من خلال دفتر الشروط كملحق لعقد الترخيص بالاستغلال المتضمن لعمليات الانتاج والتحويل واسم المنتوج وخصائصه وطريقه صنعه كما يحدد هذا الدفتر المنطقة الجغرافية التي يصنع فيها المنتوج حيث يعد خرق لهذه الالتزامات الواردة في دفتر الشروط قبول دعوى التقليد لتسميات المنشأ.

[1] المادة 104 فقره 2 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، مرجع سابق، ص 38

[2] عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 337

ب- طرق اثبات التقليد

لم يتطرق المشرع الجزائري لطرق الاثبات في جريمة التقليد في تسميات المنشأ مما يدفعنا للرجوع للقواعد العامة للاثبات في قانون الاجراءات المدنية والإدارية رقم 08/ 09 في مادته 650 والتي تنص على انه :" يجوز لكل من له ابتكار او انتاج مسجل ومحمي قانونا ان يحجز على عينه من السلع او نماذج من المصنوعات المقلدة.

يحرر المحضر القضائي محضر الحجز ويبين فيه المنتوج او العينة او النموذج المحجوز ويضع في حرز مختوم ومشمع وايداعه مع نسخه من المحضر بأمانة

امانه ضبط المحكمة المختصة اقليميا".[1]

من النص اعلاه يكون المشرع الجزائري وضع طريقه لاثبات تقليد تسميات المنشأ في القواعد العامة لإجراءات التقاضي في قانون الاجراءات المدنية والإدارية باعتبار ان هذا المحضر وعمليه الحجز تعد دليلا لاثبات التقليد.

اما المشرع المصري جاء في المادة 115 من القانون المصري لحماية حقوق الملكية الفكرية والتي مفادها منح الحق لكل ذي شان وصاحب مصلحه مشروعه الطلب من القاضي اصدار امر على عريضة على المنتجات محل تقليد مؤشرات جغرافية كدليل للاثبات ويكون ذلك عن طريق محضر مكلف بالتنفيذ .[2] ويتضمن الامر الصادر من القاضي وفقا لطلب اصحاب الحق تحديد مصدر التقليد وكيفيه القيام به، وكذا جميع ما يتعلق بالمنتوج من انتاج وتوزيع بيع وشراء بالإضافة بجميع الوثائق والمعلومات التي تمس بالمؤشرات الجغرافية واشتمالها على كل اسماء العناوين للمنتجين والصانعين والموزعين والموردين ومختلف الحائزين السابقين للمنتجات المقلدة، الكميات المنتجة والمسوقة وكل ما يتعلق بعمليه التقليد.

[1] المادة 650 من القانون رقم 08/ 09 المتعلق ، مرجع، ص 56

[2] المادة 115 من القانون 82 ، مرجع سابق، ص 42

ج- اجراءات التقاضي

اجراءات التقاضي في دعوى تقليد تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تتطلب تحديد الجهة القضائية المختصة لرفع الدعوى امامها ثم تحديد صاحب الحق في رفع الدعوى

- الجهة القضائية المختصة

كيف المشرع الجزائري جريمة تقليد تسميات المنشأ بانها جنحه ولم ينص في قانون تسميات المنشأ رقم 76/ 65 على مكان رفع دعوى التقليد، اذ بالرجوع للقواعد العامة في قانون الاجراءات الجزائية الجزائري، اعتمادا لاعتبار تقليد تسميات المنشأ جنحه فيتم رفع الدعوى تقليد تسميات المنشأ امام القسم الجزائي في الدرجة الابتدائية وفقا للاختصاص النوعي.[1]

اما الاختصاص الاقليمي وبالرجوع للقواعد العامة في المادة 329 من الامر 155/66 المتضمن قانون الاجراءات الجزائية على انه: " تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمه محل الجريمة او محل اقامه احد المتهمين او شركائهم او محل القبض عليهم".[2]

ما نستخلصه من النص اعلاه ان المحكمة المختصة للنظر في جنحه تقليد تسميات المنشأ هي اما ان تكون محكمه المكان الذي وقعت فيه الجريمة اي فعل التقليد وهو مكان التاجر او من قام بفعل التقليد وهي حاله الاشتراك في جريمة من قبل عده اشخاص فانه يمتد الاختصاص الى اماكن هؤلاء الاشخاص بمعنى اذا انتقل الفاعل هربا الى مكان اخر غير مكان ارتكاب فعل التقليد، وتم القبض عليه في هذا المكان تكون محكمه القبض هي المختصة اقليميا.

اما ما ذهب اليه المشرع المصري في تحديد الجهة القضائية التي تختص في الفصل بدعوى تقليد المؤشرات الجغرافية

[1] المادة 328 من الامر رقم 66/ 155 المتعلق بقانون الاجراءات الجزائيه المعدل والمتمم المؤرخ فيه 18 صفر 1386 الموافق 1966، الصادر في الجريده الرسميه بتاريخ 9 جوان 1966، ع 8، ص 655

[2] المادة 329 من الامر رقم 66/ 155 المتعلق بقانون الاجراءات الجزائيه المرجع نفسه، ص 656

يتم رفع دعوى الاعتداء على المؤشر الجغرافي امام المحكمة الابتدائية في القسم الجنائي وتكون محكمه مكان المؤشر الجغرافي هي المحكمة المختصة اقليميا للفصل في دعوى تقليد المؤشر الجغرافي.[1]

وبعد صدور قانون انشاء المحاكم الاقتصادية اضحت هي المحاكم المختصة في جرائم الملكية الفكرية.[2]

حيث تتشكل المحاكم الاقتصادية من دوائر ابتدائية ودوائر استئناف.

- صاحب الحق في رفع دعوى تقليد تسميات المنشأ

جاءت المادة 29 من الامر 76/ 65 والمادة 112 من القانون رقم 88 اللتان اجازتان لكل من له مصلحه مشروعه والحق قانونا بالتوجه للقضاء من اجل رفع دعوى قضائية لحماية حقه في المؤشرات الجغرافية.

1) صاحب تسميات المنشأ : يمكن لصاحب تسمية المنشأ الذي قدم طلب تسجيلها وصدرت باسمه شهاده تسجيل ومنحه ملكيتها وتم الاعتداء عليها ان يرفع دعوى جزائية لوقف الاعتداء.

2) **كل صانع ماهر صناعي او زارع مستقل نشاطه في منطقه جغرافية:** بالرجوع لنص المادة 1 من الامر رقم 76/ 65 فانه كل مستغل لمنتجات طبيعية وكل زرع او صانع ماهر يمارس نشاطه لانتاج منتجات معينه في اقليم جغرافي معين وتأخذ هذه المنتجات خصائص وصفات تلك المنطقة الجغرافية فله الحق ان يرفع دعوى جزائية ضد كل مستغل غير شرعي لتسميات المنشأ. كما حذ المشرع المصري حذو المشرع الجزائري وجعل لكل مستغل لمنطقه معينه ذات تسميات منشأ او مؤشرات جغرافية مسجله ومحل اعتداء الحق في رفع دعوى تقليد

[1] المادة 112 فقره 1 و2 من القانون 82 ، المرجع السابق، ص 39

[2] المادة 4 فقره 9 من القانون رقم 120 ، المرجع السابق ،ص 4

3) **المرخص له باستغلال تسميات المنشأ:** يحق لكل شخص تم ترخيص له باستغلال تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وفق الشروط القانونية رفع دعوى جزائية لمواجهة الاعتداء الواقع على حقه كما لو كان المالك الحقيقي لها.

4) **الجهة المختصة بتسجيل تسميات المنشأ:** ان الجهة المخول لها الحق قانونا تسجيل تسميات المنشأ تعد ذات حق في حمايتها ولها مصلحه مشروعه برفع الدعوى بانها هي المخولة بدراسة طلبات الايداع والتسجيل ومنح قرار التسجيل او الرفض لهذا الحق.

ب-5 المستهلك: يحق للمستهلك رفع دعوى قضائية وتحريكها امام القضاء ضد من اعتدى على تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية وتقليدها وسبب له الضرر باعتبار ان المستهلك هو الطرف الضعيف.

ب-6 النيابة العامة: تعد النيابة العامة هي المختصة وذات اختصاص اصيل لتحريك الدعوى العمومية لانها تمثل المجتمع في كشف الجريمة، كما جاء القانون المصري بان النيابة العامة العمومية ومباشره التحقيق فيها باعتبارها طرفا يمثل المجتمع في الدفاع عن الصالح العام.

الفرع الثاني: قواعد حماية تسميات المنشأ من الغش

يعد استعمال تسميات المنشأ المنطوية على غش فعلا اجراميا اخطر من التقليد، فهو يعد اسلوبا للتحايل وجذب المستهلك وتضليله بطرق غير مشروعه اذ جرم المشرع الجزائري الغش الموجه للمستهلك بشكل عام وقد جرم المشرع ضمنيا الغش بتسمية المنشأ او المؤشرات الجغرافية او استعمال تسميات منشأ منطوية على غش في المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09/ 03 والمادة 429 من قانون العقوبات بالإضافة للمادة 30 في فقرتها الثانية من الامر رقم/ 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ كما جرمه المشرع المصري في القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك في المادتان 4 و9 في فقرتها التاسعة وقانون حماية الملكية الفكرية المصري في المادتان 105 و 106 منه

وعليه سنعرض القواعد الموضوعية لحماية التسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية من الغش ثم القواعد الإجرائية.

1- القواعد الموضوعية

ان جريمة استعمال تسمية المنطوية على غش من الجرائم الماسة بحقوق الملكية الصناعية ككل، مما دفع التشريعات لتجريم هذا الفعل كاليه لحماية تسميات المنشأ من الغش الذي يكون اما بالانقاص او زياده في تركيبات المنتجات وخصائصها وصفاتها ذات شهره معينه.

أ-: تعريف جريمة استعمال تسمية المنشأ المنطوية على غش واركانها

للإحاطة الشاملة بجريمة استعمال تسميات المنشأ المنطوية على غش سنتناول تعريف جريمة الغش لتسميات المنشأ بالإضافة للأركان الواجب توافرها لقيام هذه الجريمة.

- تعريف جريمة استعمال تسميات المنشأ المنطوية على غش

الغش في استعمال تسميات المنشأ يكون بأسلوب التلاعب في المنتجات التي تحمل تسميات منشأ حقيقيه، بالرغم من ان تسميات المنشأ اصيله وليست محل الغش الا ان المنتجات التي تحمل هذه التسمية مغشوشة وليست حقيقيه في تركيبها وصنعها مما يظلل ويخدع المستهلك

يعرف الغش على انه: " كل تغيير او تعديل او تبديل يقع على الجوهر، او التكوين الطبيعي للمادة او السلعة مجهزه للبيع ويكون ذلك مؤديا للنيل من خواصها الأساسية او من اجل اخفاء عيوبها، او منحها شكلا ومظهرا مختلفا عن حقيقتها، ويهدف ذلك للاستفادة من الخواص المسلوبة او الاستفادة مما تدره من نتائج ايجابيه."[1]

ويعرف كذلك بأنه:" الترويج في العمل بما يخالف حقيقتها وباي طريقه كانت مثل توزيع نشرات او صنع ملصقات او الاعلانات في احدى وسائل الاعلام، او اي عمل اخر لإخفاء حقيقة السلعة ولا يتطلب ان يكون الشيء المدخل في البضاعة من طبيعة اخرى تغير

[1] احمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعه الاسلاميه، دار الجامعه الجديده، الاسكندريه مصر 2005، ص 194

طبيعتها بل قد تكون من ذات الطبيعة، ولكنه يختلف عنه في مجرد الجودة، على انه لا يشترط في القانون انت تغير طبيعة البضاعة بعد الحذف او الإضافة بل يكفي ان تكون قد زيفت ".[1]

وهناك تعريف قضائي للغش جاءت به محكمه النقض المصرية بانه التلاعب في السلع والمنتجات من خلال اضافه اي مادة غريبه للسلع والمنتجات او انقاص بعض عناصرها الاساسيه او الزياده في عناصر تركيبتها، وكذا يكون باسلوب اخفاء الاصل الحقيقي للسلع واظهارها للجمهور المستهلك بمظهر مخادع ويتمثل في الغش في عدم مطابقه السلع للمواصفات المحدده لها.[2]

- اركان جريمة استعمال تسمية منشأ منطوية على الغش

ان الهدف من جريمة استعمال تسمية المنشأ المنطوية على الغش هو تضليل وخداع المستهلك بحيث تعد مثلها مثل اي جريمة تتطلب قيام اركان

1) الركن الشرعي

جرم المشرع الجزائري استعمال تسمية المنشأ المنطوية على الغش من خلال المادة (28) من الامر رقم (76/ 65) والتي مفادها ان القانون الجزائري يعاقب على استعمال غير شرعي لتسميات المنشأ سواء مباشره او غير مباشره او باللجوء للغش لاستعمال هذه التسمية.[3]

كما نص على معاقبه كل من يطرحون البيع او يبيعون منتجات تحمل تسمية منشأ مزوره باعتباره غشا.[4]

[1] عبد الحميد الشواربي، جرائم الغش والتدليس منشأت المعارف الاسكندريه مصر 1992، ص 152

[2] عمرو سعد عابدين، جرائم الغش في ظل القانون 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون 10 لسنة 1966 و 281 لسنة 1994 منشأه المعارف الاسكندريه مصر 2005، ص 19-21

[3] المادة 28 من الامر رقم 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 868

[4] المادة 30 فقره 2 من الامر رقم 76/ 65 ، ص 869

كما جاءت المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي جرمت خداع وغش المستهلك في نوع المنتجات او مصدرها.[1]

اما بالنسبة للركن الشرعي في القانون المصري تضمنته المادة 106 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية على انه : " لا يجوز استخدام ايه وسيله في تسمية او عرض في العمى توحي بطريقه تظلل الجمهور بانها نشأت في منطقه جغرافية على خلاف المنشأ الحقيقي لها.[2]

2) الركن المادي:

يرتكز الركن المادي في جميع الجرائم بشكل عام وجريمة استعمال تسمية المنشأ منطوية على غش في ثلاثه عناصر

السلوك الاجرامي: يتمثل السلوك الاجرامي لجريمة استعمال تسميات المنشأ منطوية على غش بقيام الفاعل باستغلال الشهرة التي تتمتع بها منطقه جغرافية معينه بانتاج نوع معين من السلع والمنتجات بما لها من خصائص مكتسبه من تلك المنطقة بالاعتماد على عناصر اساسيه لها من خلال المتاجرة في منتجاته الخاصة به في ذات المنطقة المشهورة بالرغم من انتاجها خارج تلك المنطقة بالاعتماد على نفس العنصر مع بعض الاضافات التي تحدث تغيير في السلعة وتنقص من جوده او فعالية المنتجات الخاصة به.[3]

وما ذهب اليه المشرع المصري لتحديد السلوك الاجرامي لجريمة الغش في استعمال المؤشرات الجغرافية من خلال قيام شخص بتضليل وخداع المستهلك بالمتاجرة بسلع معينة وعرضها للبيع، وضع مؤشرات جغرافية على هذه السلع بالرغم من انها لم تنشا في تلك المنطقة الممنوع لها المؤشرات الجغرافية قانونا، اذ تكون هذه السلع قد تم انتاجها في منطقة

[1] المادة 68 من القانون رقم 09/ 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009،الصادر في الجريده الرسميه بتاريخ 8 مارس 2009 ع. 5، ص 20

[2] المادة 106 من القانون رقم 82 ، المرجع السابق، ص39

[3] زواوي كاهنة، اعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص 435

اخرى غير تلك المنطقة الحقيقية التي لها من اساليب التحايل والتضليل للجمهور[1] بحيث لا يشترط المشرع المصري التشابه بين السلعتين تشابها كاملا، مما يؤدي ذلك لتضليل المستهلكين.

كما يتمثل السلوك الاجرامي في امتناع التاجر عن منع المستهلك المعلومات الكافية عن المنتجات ومصدرها او مكان انتاجها وعرضها للبيع دون ان تحمل تسمية منشأ معينة.

النتيجة الاجرامية

ان تحقق السلوك الاجرامي للضرر شرطا لاكتمال الركن المادي في جريمة استعمال تسمية المنشأ المنطوية على الغش ضمن قوانين حماية المستهلك ولم يشترط ذلك في الامر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ اما ما اخذ به المشرع المصري فلقد اعد كل من الجريمتين من الجرائم الشكلية التي لا يترتب على سلوك الفاعل غير القانوني نتيجة اجرامية عليه ،وعليه تتكون نقطه خلاف بين كل من المشرعين المصري والجزائري في النتيجة الاجرامية لجريمة استعمال تسميات المنشأ المنطوية على الغش من خلال الضرر المترتب عن السلوك الاجرامي المرتكب على عكس اتفاقهم في ما يخص جديه تقليد تسميات المنشأ.

العلاقة السببية:

ان العلاقة السببية هي الرابط بين السلوك الاجرامي والنتيجة الاجرامية، والمشرع الجزائري عد جريمة استعمال المنشأ منطوية على غش من الجرائم التي تحقق ضررا، وهنا تحقق العلاقة السببية في هذه الجريمة، ويأتي للربط بين السلوك الاجرامي والنتيجة الاجرامية لأنها لا تقتصر فقط على الجرائم ذات الدولار او التي يتحقق فيها الضرر وتؤدي الى المساس الخارجي للسلعة، وبالتالي يكون الركن المادي في جريمة استعمال تسميات المنشأ منطوية على الغش مكتملا عند قيام الرابطة السببية بين السلوك الاجرامي والنتيجة الاجرامية

[1] امين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2017، ص 130-131

على خلاف المشرع المصري الذي عد جريمة الغش في استعمال المؤشرات الجغرافية والتضليل لدى المستهلك من الجرائم الشكلية التي لا تتطلب توفر نتيجة اجرامية وبالتالي لا تتوفر علاقة سببية.

2) الركن المعنوي

اشترط المشرع الجزائري في جريمة استعمال تسميات المنشأ المنطوية على غش توافر القصد الجنائي العام الخاص والعام يتمثل في الإرادة والعلم فالعلم يتمحور بمعرفه الشخص المعتدي انه ما يقوم به من عرض السلعة وبيعها تحمل تسميات منشأ مغشوشة ؟؟ ادراكه التام ان ما يقوم به من فعل ممنوع قانون، وهذا ما يترتب عنه سوء نيه الشخص القائم بالفعل ان السلع تركيبتها مغشوشة وتحمل تسميات منشأ مزوره لتضليل المستهلك المقبل لاقتناء السلع محل الغش وجاء ذلك واضحا من نص المشرع الجزائري في عباره " عمد" في المادة 30 فقره 2 من الامر 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ، بحيث ان التدليس والغش الماس بالمستهلك عنصر اساسي لقيام جريمة الغش في تسميات المنشأ سواء في مميزات السلع او مكان انتاجها[1] ولقيام هذا يجب اثبات سوء نيه الفاعل ؟؟ وما ذهب اليه المشرع المصري في جريمة استعمال المؤشرات الجغرافية بطريقه الغش بانها من الجرائم العمدية التي يجب احتوائها على عنصر العلم والإرادة.

من خلال علم الفاعل بان قيامه باستعمال مؤشرات جغرافية على سلع لا تتناسب مع المنطقة صاحبه تلك المؤشرات الجغرافية او علمه بما تحمله المنتجات من تلاعب في تركيبتها او خصائصها ووضع عليها مؤشرات جغرافية غير حقيقية لا تدل على جودتها القليلة او تغيير خواص السلعة التي تحمل مؤشرات ؟؟ صحيحه بالإضافة الى ذلك اتجاه إرادة الجاني الى ارتكاب الجريمة عمدا ودون ارغامه على ذلك، وجاء المشرع المصري في انتفاء هذا الحق في الحالات التي يتم استعمال المؤشرات او وضع معلومات بالخطأ واذا

[1] فرحة زراوي، مرجع سابق، ص 392-393

كان الجاني جاهلا بالإضافة الى ان المشرع المصري ؟؟ لم يشترط سوء نيه ؟؟ من عدمها المشرع الجزائري نص صراحه على سوء النية في النص القانوني الا ان المشرع المصري في الجرائم العمدية لم يشترط سوء النية.

ب-: الجزاءات المقررة لجريمة استعمال تسميات المنشأ المنطوية على الغش

اقر المشرعان المصري والجزائري بجزاءات رادعة لمعاقبه كل من يقوم بجريمة الغش في تسميات المنشأ والتحايل والخداع وتجلى هذا في كل من قوانين تسميات المنشأ وقوانين حماية المستهلك.

- العقوبات المقررة في قوانين تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية

جاء المشرع الجزائري في المادة 30 من الامر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ في فقرتها الثانية والتي مفادها معاقبه كل من يقوم بالغش في استعمال تسميات المنشأ من خلال البيع او عرض للبيع تسميات منشأ غير حقيقية بالحبس وسلب الحرية لمده لا تقل عن ثلاثه اشهر ولا تزيد عن ثلاث سنوات مع منح القاضي السلطة التقديرية في تحديد العقوبة بالإضافة الى الحكم بدفع غرامة ماليه من 1000 دج الى 1500 دج مع منح القاضي حريه الحكم باحدى العقوبتين .[1]

بما في ذلك اجازه المشرع بإمكانية نشر الحكم كعوب تكميليه للعقوبة الأصلية.[2]

وجاء المشرع المصري في المادة 114 في فقرتها 5 و7 بمعاقبه كل من يتعدى على المؤشرات الجغرافية بالغش بالحبس مده لا تزيد عن 6 اشهر وغرامة ماليه لا تقل عن 1000 جنيه ولا تزيد عن 1000 جنيه مع حريه القاضي باختيار احد العقوبتين.[3]

من الملاحظ ان المشرعين الجزائري والمصري اقر بنفس عقوبات بجريمة التقليد وجريمة تسميات المنشأ منطوية على غش

[1] المادة 30 فقره 2 من الامر رقم 76/ 65 ، مرجع سابق، ص 869

[2] المرجع نفسه

[3] المادة 114 فقره 6 و7 من القانون رقم 82 ، مرجع سابق، ص 41

- العقوبات المقررة في قوانين حماية المستهلك

ان قوانين تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية بالرغم من انها تختص بالحق من حقوق الملكية الفكرية الا انها تهدف كذلك لحماية المستهلك باعتبار هذا الاخير من المتضررين من الاعتداء على هذه الحقوق حيث نصه المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09/ 03 بعدما احالتنا للمادة 429 من قانون العقوبات بمعاقبه كل من يغش المستهلك ويخدعه في خصائص السلع او الغش في الطبيعة او الصفات الجوهرية او تركيب او انتاج سلع بالإضافة لمن يغش المستهلك في نوع السلع ومصدرها، بعقوبة الحبس حسب جسامه الفعل وضره او غرامة ماليه تتراوح من 20.000 الف دينار جزائري الى 100.000 الف دج ويمكن للقاضي بإحدى هاتين العقوبتين .[1]

كما يعاقب كل من يغش ويخضع المستهلك ويوقعه في الغلط او الغش في استعمال تسميات المنشأ بإشارات او ادعاءات تدليسيه بعقوبة 5 سنوات حبس وغرامة مالية تقدر بـ 15.000 دج نص المشرع الجزائري على المصادرة كعوب تكميليه، ومصادره المنتجات والادوات والوسائل الاخرى المستخدمة في الغش في المنتوجات[2]، والسحب النهائي او المؤقت للمنتجات التي يثبت انها مزوره او محل الغش بما في ذلك الاشياء المستعملة في الجريمة.[3]

جاء المشرع المصري في قانون حماية المستهلك 81 لسنة 2018 بمعاقبه كل من يغش المستهلك ويخدعه عن مكان انتاج السلع وطبيعة السلع ومواصفاتها وخصائصها واخفاء

[1] المادة 68 من القانون رقم 09/ 03 ، مرجع سابق، ص 20

[2] المادة 82 من القانون رقم 09/ 03 ، مرجع سابق

[3] المادة 62 من القانون رقم 09/ 03 ، المرجع نفسه

تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية الحقيقية لها بعقوبة لا تقل 50.000 جنيه ولا تتجاوز 1000.000 جنيه او مثلي قيمه المنتج محل المخالفة.[1]

وعليه يكون المشرع المصري قد حدد الحد الادنى والاقصى للعقوبة مع ترك السلطة التقديرية للقاضي.

اذن المشرع المصري والجزائري قد جرما جريمة الغش في قوانين حماية المستهلك بالإضافة الى قوانين تسميات المنشأ ذلك لما له من اهميه كبرى في حماية المستهلك باعتباره يقع ضحيه خداع وتظليل من قبل الاعوان الاقتصاديين.

2-: القواعد الإجرائية

ان دعوى الغش في استعمال تسميات المنشأ تتشابه مع دعوى تقليدها من حيث شروط قبول الدعوى فهي نفسها التي تم ذكرها انفا في جريمة التقليد

أ-: صاحب الحق في رفع الدعوى

يجوز لكل ذي مصلحه رفع دعوى امام المحاكم المختصة بالطرق المعتادة لرفع الدعوى القضائية

ان قوانين حماية المستهلك تمنح الحق لرفع دعوى الغش لبعض الجهات وتمثل في جهاز حماية المستهلك وجمعيات حماية المستهلكين والمستهلك ذاته.

-**المستهلك:** عرف المشرع الجزائري المستهلك بانه كل شخص طبيعي او معنوي يقوم باقتناء المنتجات او الخدمات التي تكون موجهة بشكل مباشر للاستهلاك الشخصي والنهائي من قبل الافراد المستهلكين او اشخاص اخرين تحت مسؤوليتهم وتكون بمقابل او مجانا[2]، وعرفه المشرع بانه كل شخص طبيعي او معنوي يتم تقديم اليه احد المنتجات او السلع من

[1] المادة 66 من القانون رقم 181، مرجع سابق، ص 30

[2] المادة 3 من القانون رقم 09/ 03 ، مرجع سابق، ص 13

اجل اشباع رغباته وحاجاته الأساسية وغير حاجاته المهنية او الحرفية او التجارية، بمعنى كل شخص طبيعي او معنوي يقبل على اقتناء سلع واشياء لاشباع رغباته الشخصية.[1]

ان طبيعة تسميات المنشأ تكمن في انها حق لصاحبها او مستغل المنطقة معينه وتشعباتها الاقتصادية تعمل على حرمان المستهلكين من ممارسه العديد من حقوقهم، بالرغم من ان هذا الحق ليس حقا احتكاريا الا انه يساهم بالإضرار بالمستهلك من خلال الاعتداء عليها بالتقليد او استعمال الغش[2] ومن هذا المنطلق يحق للمستهلك ان يكون طرفا في دعوى الغش في استعمال تسميات المنشأ.

- **جمعيات حماية المستهلك:** منح المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك في حاله تعرض المستهلك لأضرار ان تتأسس كطرف مدني في الدعوى[3] وذلك وفق ما جاء به المشرع المصري في منح هذه الجمعيات الحق في رفع دعوى قضائية نيابة عن المستهلك[4] مما يجعلها ذات حق في رفع دعوى الغش في استعمال تسمية المنشأ.

- **جهاز حماية المستهلك:** منح المشرع المصري لجهاز حماية المستهلك الحق في اقامه الدعوى القضائية[5] لذا يحق لهذا الجهاز وفق ما جاء به المشرع المصري التأسيس كطرف في رفع دعوى الغش في استعمال المؤشرات الجغرافية ولم يحدد المشرع الجزائري ان كان للمجلس الوطني لحماية المستهلك الحق في التأسيس كطرف في الدعوى القضائية ام لا.

---

[1] المادة 1 فقره 1 من القانون رقم 181، مرجع سابق، ص3

[2] عبد اللطيف، والي أسامة بن بطو ، أثر حماية حقوق الملكية الفكرية على الحماية المقررة للمستهلك ، مجلة الإجتهاد القضائي ، المجلد 9 ، العدد 14 ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة بسكرة ، أفريل ، 2017 ص 616

[3] المادة 23 من القانون رقم 09/ 03 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مرجع سابق ، ص 10

[4] المادة 62 فقره 1 من القانون رقم 181، مرجع سابق، ص 28

[5] المادة 43 فقره 12 من القانون رقم 181، مرجع نفسه، ص 20

ب- الجهة القضائية المختصة

لم يحدد المشرع الجزائري ضمن نصوص قانون تسميات المنشأ ولا قانون حماية المستهلك المحكمة المختصة بذلك ورجوعا للقواعد العامة فان القسم الجزائري المحكمة الابتدائية هو المختص اختصاصا نوعيا للفصل في جنحه الغش في استعمال تسميات المنشأ.[1]

اما بالنسبة للمحكمة المختصة اقليميا فانه كما ذكرنا انفا في جريمة التقليد حيث تعد محكمة المكان الذي تم فيه الغش تطبيقا لأحكام المادة 329 من قانون الاجراءات الجزائية الجزائري.[2]

لقد حدد المشرع المصري في حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 لا سيما في المادة الثانية من الفصل التمهيدي منه والتي مفادها بان كل نزاع بين العون الاقتصادي والمستهلك تختص فيه المحاكم الاقتصادية بحيث تختص بالفصل في المنازعات المدنية والتجارية.[3]

وعليه يكون ذلك امام الدوائر الابتدائية في المحاكم الاقتصادية كما تم ذكره في جريمة التقليد باعتبارها جنح.

جدير بالذكر ان للجمارك دور في حماية تسميات المنشأ ومكافحه الاعتداء على تسميات المنشأ فللجمارك دور لا يستهان به في محاربه التقليد و الغش في السلع التي تحمل حق من حقوق الملكية الصناعية، من خلال التدقيق الجدي للسلع والمنتجات اثناء تدفقها عبر الحدود فهي تعد من اهم الحلقات والادوات التي يلجا لها لمحاربه ظاهره التقليد ويكون تدخل

[1] المادة 328 من الامر رقم 66/ 155 ، مرجع سابق، ص 655

[2] المادة 329 من الامر رقم 66/ 155 ، مرجع نفسه ، ص 655-656

[3] المادة من القانون 181 ، مرجع سابق، ص 2

الجمارك بناء على طلب مقدم من قبل صاحب الحق او من تلقاء نفسها وهو تدخل بقوه القانون[1] وفق شروط معينه.

[1] مقدم ياسين ومقران سماح، دور اعوان الجمارك في الكشف عن الصناعة المقلدة ،مجله الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مج 3، ع 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، سبتمبر 2018، ص 31-32

الخاتمة

من خلال دراسة موضوع " تسمية المنشأ" دراسة مقارنة يظهر لنا جليا الدور الذي تلعبه تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية كحق من حقوق الملكية الفكرية والصناعية شانها شأن العلامات التجارية، في الحياه الاقتصادية بشكل عام والحياه اليوميه بشكل خاص، حيث تشكل الضمان الاساسي لكل من المستهلك والمتعامل الاقتصادي في عمليه البيع والشراء، وخاصة في ظل نظام اقتصادي جديد يكرس مبدا الحرية الاقتصادية المنافسة الحرة النزيهة الشفافة من خلال النصوص القانونية والتنظيمية والدولية.

ولقد اهتم المشرعان المصري والجزائري وكذا التنظيم القانوني الدولي في اطار الاتفاقيات الدولية بتسمية المنشأ نظرا لما تؤديه هذه الاخيره من دور منقطع النظير في الميدان التجاري وما لها من مميزات وخصائص متوفرة في المنطقة التي منحت لها هذه التسمية فيكون لها الاثر البالغ في تدعيم الاقتصاد والازدهار التجاري بالإضافة لكونها احدى الوسائل التي تحقق المنافسة المشروعة وبث روح الشفافية في السوق.

ولقد اولى المشرعان الجزائري والمصري لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية اهميه بالغه من خلال افرادها في قانون ينظمها وفقا لأحكام قانونية فقد كانت نظره المشرع الجزائري لتسميات المنشأ افضل وبشكل قانوني منظم رغم النقائص وجاءت بشكل ميسر سلس عن نظيره المصري فهذا الاخير جعل المؤشرات الجغرافية ضمن نصوص وأحكام قانون حماية حقوق الملكية الفكرية اي جمعه جميع حقوق الملكية الفكرية ضمن واحد على العكس من الجزائري الذي افرد كل حق بقانون ينظمه تفصيلا فقد حدد مفهوم تسميات المنشأ واجراءات تسجيلها لحمايتها من اي اعتداء والمشرع المصري اكتفى بالتطرق لتعريف المؤشرات الجغرافية ضمن عدد محدد من النصوص القانونية التي اقل ما يقال عنها انها عاجزه عن معالجه جميع النقاط المتعلقة بهذا الحق ذو ألاهميه.

مايمكننا إستنتاجه

1) منح المشرع الجزائري والمصري تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية تعريفا شاملا محدد الهدف والغايه من هذا الحق وهذا ما جاءت به الاتفاقيه الدولية المختصة بذلك.

2) لتسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية اهميه كبيره في الميدان التجاري والسوق الاقتصادي من خلال ما تحققه من فوائد لكل المنتجين والصناع والاعوان الاقتصاديون في السوق لتمييز منتجاتهم وما توفره من حماية للمستهلك ؟؟ اداه لتمييز المنتجات وبيان مصدرها ونوعها.

3) تساعد تسميات المنشأ على تدعيم الاقتصاد الوطني والعالمي في ان واحد واستمرار التنميه الاقتصادية والاجتماعيه وتنميه النشاطات في المناطق المحليه من خلال تدعيم الانتاج المحلي

4) يتمثل الهدف الاساسي من قانون تسميات المنشأ او المؤشرات الجغرافية في حماية هذا الحق اولا ثم حفظ وحماية حقوق صاحب هذه التسمية وكذا حماية المستهلك من الغش والتضليل.

5) عدم تطرق المشرع المصري ضمن أحكام القانون 82 لسنة 2002 لتنظيم الاجراءات الواجب اتباعها لتقديم طلب تسجيل مؤشر جغرافي محل ذلك لما يتم اتباعه لتسجيل العلامات التجارية او علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي

6) لم ينظم المشرع الجزائري والمشرع المصري التصرفات القانونية الوارده على تسميات المنشأ كما في حقوق الملكية الصناعية، وابقاء الغموض بهذا الشان.

7) لم يتطرق المشرع الجزائري ضمن أحكام الامر رقم 76/ 65 المتعلق بتسميات المنشأ لاي اجراءات تحفظية وقتيه لحماية تسميات المنشأ، فقد جاء مبتعدا عن عقوبة الحجز بالعكس من نظيره المصري الذي اقرها كعقوبة وقتيه تحفظيه.

8) قصور اتفاقيه باريس على التنظيم الدقيق والشامل لتسميات المنشأمع عدم تنظيمها بشكل مفصل

9) كانت اتفاقيه لشبونه الاتفاقيه الدولية الوحيده ذات الاهتمام الواسع والدقيق بهذا الحق من حقوق الملكية الصناعية

لذا نقترح على المشرعان الجزائري

1) من الافضل لو اعاد المشرع الجزائري والمشرع المصري النظر في العقوبات الماليه المقررة لجرائم المساس بتسميات المنشأ من خلال تقرير عقوبات رداعيه اكثرصرامة لحماية هذا الحق

2) حبذا لو اعاد المشرع الجزائري والمشرع المصري النظر في تعديل قوانين تسميات المنشأ لتفادي النقص الذي سلبها وفقدان تنظيم التصرفات القانونية الواقعة على هذا الحق وازالة الغموض بهذا الشان .

3) الاهتمام بانشاء هيئات متخصصه تعمل على توعيه المنتجين لضروره الاسراع لتسجيل منتجاتهم وتسميات المنشأ الخاصة بهم لضمان حمايتها، وكذا توعيه المستهلك وارشاده حوله حقوقه ونوعيه السلع وبيان الجرائم الماسه بهذا الحق.

4) ندعو المشرع الجزائري لمراجعه أحكام الامر رقم 76/ 65 المتعلق بتسمية المنشأ وادراج نص قانوني يتضمن الاجراءات التحفظيه والوقتيه كآليه لحماية تسميات المنشأ مثل حجز التقليد

قائمة المصادر والمراجع

1- المصادر

أ-الاتفاقيات

-اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1983 والمعدل ببروكسل في 14 سبتمبر 1900 وواشنطن في 20 يونيو 1911 ولاهاي في 6 نوفمبر 1925 ولندن في جوان 1934 ولشبونة في 31 اكتوبر 1958 وستوكهولم 14 جويلية 1967 والمنقحة في 28 سبتمبر 1979 .

-اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخة في 31 اكتوبر 1958 والمعدل بستوكهولم في 14 جويلية 1967، 28 سبتمبر 1979 ودخلت حيز النفاذ في 5 نوفمبر 1983

-اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس المؤرخ في 15 ابريل 1994 بمراكش المغرب الملحق رقم 1 من اتفاقية انشاء منظمة التجارة العالمية والمعدلة وفق بروتوكول 6 ديسمبر 2005 ودخل حيز النفاذ 23 يناير 2017 اتفاقية تريبس، وفي نفس المعنى نصت المادة 7 من قانون العلامات على عدم تسجيل و إلغاء العلامات التي تتضمن تسميات المنشأ

اتفاقية لشبونة المتعلقة بحماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخة في 1958/10/31 بالبرتغال انضمت اليها الجزائر بموجب الامر 50/72 المؤرخ في 03/23/ 1972

-وثيقة جنيف لاتفاقية لشبونة لحماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي التي تم اعتمادها في المؤتمر الدبلوماسي المعني باعتماد وثيقة جنيف يومي 21/20 مايو 2015

ب-القوانين

-القوانين الجزائرية

-الامر رقم 66/ 156 المتعلق بقانون العقوبات المعدل والمتمم المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966، الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 11 جوان 1966، ع. 49

الامر رقم 66/ 155 المتعلق بقانون الاجراءات الجزائية المعدل والمتمم المؤرخ فيه 18 صفر 1386 الموافق 1966، الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 9 جوان 1966، ع 48،

-الامر رقم 75/ 58 المتعلق بالقانون المدني والمؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق 26 1975 الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 20 سبتمبر 1975، ع. 78

-الأمر رقم 75/ 59 المتعلق بالقانون التجاري المعدل والمتمم والمؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 19 ديسمبر 1975،

-الأمر رقم 07/79 المؤرخ في 26 شعبان 1399 الموافق لـ 21 يوليو 1979 الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 22 اوت 1998 ع. 61

-الامر 65/76 المتعلق بتسمية المنشأ ، المؤرخ في 18 رجب 1396 الموافق لـ 16 جولية الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 23 يوليو 1976، ع.59

-الأمر رقم 59/75 المتعلق بالقانون التجاري ، المعدل والمتمم المؤرخ في 20 رمضان 1359 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 عدد 101

-القانون رقم 10/98 المتعلق بقانون الجمارك المؤرخ في 29 ربيع الثاني 1419 الموافق لـ 22 اوت 1998، يعدل ويتمم الأمر رقم 07/79 المؤرخ في 26 شعبان 1399 الموافق لـ 21 يوليو 1979 الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 1998 ع. 61

القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 08 مارس 2009 ،عدد 5

-القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 5جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 جوان 2004 الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 27 جوان 2004 ، عدد41

-القانون رقم 08/ 09 المتعلق بالإجراءات المدنية والإدارية المؤرخ فيه 18 صفر 1429 الموافق 25 فبراير 2008 الصادرة في الجريدة الرسمية بتاريخ 23 ابريل 2008، ع. 21 القانون رقم

-القانون الأردني

القانون 8 لسنة 2000 المتعلق بالمؤشرات الجغرافية، الاردني، الصادر بالجريدة الرسمية الأردنية بتاريخ 2000/04/02 ع. 4423

القوانين المصرية

-قانون 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 2 جوان 2002، ع. 22 مكرر

-القانون رقم 17 لسنة 1999 المتعلق بقانون التجاري المصري الصدر بالجريدة الرسمية، بتاريخ 17 مايو 1999، ع. 19 مكرر القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك المصري، الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 13 سبتمبر 2018، ع. 37 120

القانون 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك المصري ، الصادر في الجريدة الرسمية 13 سبتمبر 2018 عدد 37

3-1 المراسيم والقرارات

-المراسيم والقرارات الجزائرية

-المرسوم رقم 76/ 121 المتعلق بكيفيات تسجيل واشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها

-المرسوم 192/70 المتعلق بمنح التسمية الاصلية بعنوان تلمسان المؤرخ في 3 شوال 1390 هـ الموافق لـ 1 ديسمبر 1970، الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 8 ديسمبر 1970، ع.102

-المرسوم رقم 121/76 المتعلق بكيفيات تسجيل واشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، المؤرخ في 18 رجب 1396 هـ الموافق لـ 16 جويلية الصادرة في الجريدة الرسمية بتاريخ 23 جويلية 1976، ع. 59

-المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المتعلق بإنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية وتحديد قانون قانون الاساسي 24 شوال 1418 هـ الموافق لـ 21 فبراير 1998، الصادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 1 مارس 1998، ع. 11

القرارات المصرية

قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم 1366 لسنه 2003 المتعلق باللائحة التنفيذية للقانون رقم 82 لسنه 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 16 اغسطس 2003، ع. 33 مكرر

2- المراجع:

أ-الكتب

-باللغة العربية

-احمد حسني، قضاء النقض التجاري، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 1981،

-احمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعه الاسلاميه، دار الجامعه الجديده، الاسكندريه مصر 2005،

-الهواري نسرين، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، بحث في الاطار المؤسساتي لمكافحه التقليد، مكتبه بلقيس ،الدار البيضاء ،الجزائر، 2013،

-امين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2017،

-بسام مصطفى عبد الرحمن طبيشات، الحماية القانونية للمعاملات التجارية في ظل القانون الاردني والمصري والاتفاقيات الدولية، ط1، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009

-بن قوية المختار ، الحماية القانونية للملكية الصناعية كآليه لتشجيع الاستثمار الاجنبي وفقه تشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، المركز الاكاديمي للنشر، الإسكندرية، مصر، 2020

-جبار صابر طه، اساس المسؤولية المدنية عن العمل غير المشروع بين الخطأ والضرر- دراسة مقارنة في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية- دار الكتب القانونية، القاهرة، مصر، 2010،

-خالد محمد سيد امام، الحق في التجاري- دراسة مقارنة-، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016،

-زينه غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة الملكية الصناعية، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2007،

-سعيد بن عبد الله بن حمود المعشري، حقوق الملكية الصناعية – دراسة فقهيه مقارنه في ظل ما انتجه التشريع العماني، الجامعة الجديدة، مصر، 2010،

-سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ط10، القاهرة، مصر، 2016،

-سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية، د.م.ج الجزائر، 1988،

-سمير فرنان بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية للعلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية- دراسة مقارنة-، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2007

-صالحة العمري، ضبط ابعاد مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري مليلة المنتدى القانوني ،ع. 7، قسم الكفاءة المهنية ،جامعة بسكرة، الجزائر، ابريل 2010،

-طعمة صعفك الشمري، احكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مجله الحقوق، ع.1، تصدر عن مجلس النشر العلمي جامعه الكويت مارس 1995

-عبد الحميد الشواربي، جرائم الغش والتدليس منشأت المعارف الاسكندريه مصر 1992

-عجة الجيلالي ،العلامات التجارية خصائصها وحمايتها -دراسة مقارنة لتشريعات في الجزائر وتونس والمغرب، ومصر والاردن ،والتشريع الفرنسي، الأمريكي والاتفاقيات الدولية ،ج4، ط1، منشورات زين الحقوقية ،بيروت ،لبنان 2015،

-علي عبد القادر الفهرجي، شرح قانون العقوبات- القسم العام- النظرية العامة للجريمة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997،

-عمرو سعد عابدين، جرائم الغش في ظل القانون 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون 10 لسنة 1966 و281 لسنة 1994 منشأه المعارف الاسكندريه مصر 2005،

-فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ط2، د.م.ج ،الجزائر، 2013،

-فرحة زراوي ،الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، ص 346

-فؤاد معلال ،الملكية الصناعية والتجارية، دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية ،دار الآفاق المغاربة للنشر ،ط1، الدار البيضاء ،2009،

-قرمان عبد الحميد، المنافسة الطفيلية لمدى مشروعية التطفل الاقتصادي على قيم المنافسة التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2002

-محمد محسن ابراهيم النجار، التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية في ضوء أحكام اتفاقية تريبس وقانون الملكية الفكرية، رقم 82 لسنة 2002، دار المطبوعات الجامعية، القاهرة، مصر، 2015،

-محمد نصر محمد، الحماية الدولية والجنائية من المنافسة التجارية غير المشروعة والاحتكار، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016،

-مصطفى كمال طه ووائل انور بندق، اصول القانون التجاري، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2007،

-معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة الاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2010،

-ناقل عبد الكريم لعقلة الفالح، احكام دعوى المنافسة غير المشروعة، ط1، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2018

-نسرين شريقي ومولود ديدان، حقوق الملكية الفكرية حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وحقوق الملكية الصناعية، دار بلقيس، الجزائر، 2014،

-نهاد الحسيان ، اجتهاد القضاء الاردني في القضايا المتعلقة بالملكية الفكرية، بحث مقدم في مؤتمر الملكية الفكرية والتنمية الاقتصادية، المنظم من طرف وزارة التجارة والصناعة الكويتية بالتعاون مع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج – مركز الملكية الفكرية بمجلس التعاون للتدريب وكلية الحقوق، بجامعة الكويت، يومي 30-31 مارس 2014،

-نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015،

-نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية والصناعية – دراسة مقارنة بين القانون الاردني والاماراتي، ط1، دار وائل للنشر ،عمان الاردن ، 2015

- باللغة الأجنبية

Albert..Chavanne et Brust,jean-Jacque: Droit de la propriétè industrielle, précis Dalloz,5èdition 1998,

Delphine marie vivien, la protection des indications géographique, ed. Caen, France, 2012,

jeromapassa, contre facon et concurrence de loyale Littec, Paris,

ب-الاطروحات والمذكرات الجامعية

-بلقاسمي كهينة، استقلالية النظام القانوني للملكية الفكرية، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق يوسف بن خده، جامعة الجزائر، 2008- 2009

-حمادي زوبير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، اطروحه لنيل درجه الدكتوراه علوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسيه، جامعه مولود معمري ،تيزي وزو ،الجزائر، 2018،

-درقاوي حوريه، مساهمة تسميات المنشأ في ضمان الجودة، مذكره من اجل نيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق ،جامعة وهران ،2013

-زواوي كاهنه المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، اطروحه لنيل شهاده الدكتوراه علوم الحقوق، تخصص قانون الأعمال، الجزائر

ج- المقالات والمجلات

-جماعي ام كلثوم، تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في ظل حماية الملكية الفكرية، مجلة اقتصاديات المال والاعمال، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي ميلة، الجزائر، جوان 2018،

-حمادي زوبير، حماية الاشارات المميزة من الممارسات التجارية الغير نزيهة على ضوء الاحكام التشريعية والممارسات القضائية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية، مج. 3، ع. 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعه بجاية، الجزائر، 2018،

-زواوي كاهنة، اعمال المنافسة غير المشروعة المالية بتسميات المنشأ، مجلة المفكر، مج 10، ع.1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015، ص 429

-سامية حساني، الاليات الهيكلية للتكفل بالملكية الصناعية وحمايتها قانونا، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مج. 1، ع. 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الحاج الاخضر، جامعة باتنة 1، الجزائر، جوان 2014

-عتيقة بلحبل ، الاليات القانونية لحماية الملكية الفكرية، مجله العلوم الإنسانية، مج 17، ع1، جامعه محمد خيضر، بسكره، الجزائر، 2017

-عزيزه شبري وحنان مناصرية، تسميات المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق، مجلة الاجتهاد القضائي، مج 9، ع. 14، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2017،

-فضلي هشام، حقوق الملكية الفكرية وحماية المؤشرات الجغرافية، دراسة مقارنه في اتفاقيه تريس والقوانين الوطنية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، ع.1، كلية الحقوق، جامعه الإسكندرية، مصر، 2012،

مجلة الملكية الفكرية الصادرة عن الويبو، ب ، ع ، ص22، 2006

-مقدم ياسين ومقران سماح، دور اعوان الجمارك في الكشف عن الصناعة المقلدة ،مجله الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مج 3، ع 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، سبتمبر 2018،

-مهدي رضا، الحجز التحفظي اليه لحماية حقوق الملكية الصناعية من التقليد وانعكاسه على المستهلك في ظل القانون 08/ 09 المتضمن قانون الاجراءات المدنية والإدارية، مجله الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مج 1، ع. 9، كليه الحقوق والعلوم السياسية، جامعه بوضياف المسيلة الجزائر، 2018،

د- **المواقع الالكترونية**

-طالب برايم سليمان، الاطار القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية في اقليم كردستان، مقال منشور على الموقع www.soran.edu.ip ص 1382 تاريخ الزيارة 2022/5/7 الساعة 19:05 مساءا

-محمد عبد الفتاح نشأة الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية، مجلس الدولة المصري، طرابلس، لبنان، 2011 منشور على الموقع الالكتروني www.economy.gov تاريخ الزيارة 2022/5/5 الساعة 1:00 ظهرا

-محمد محبوبي، حماية حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة منشور موقع الانترنت : https://alhoriyatmaroc.yoot.com/t242/topic

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
البسملة	
اهداء شكر وعرفان	
مقدمة	1
الفصل الاول: إنشاء تسميات المنشأ	
المبحث الاول: مفهوم تسميات المنشأ	8
المطلب الاول: التعريف بتسميات المنشأ	8
الفرع الاول: التعريف التشريعي لتسميات المنشأ	9
الفرع الثاني : التعريف الفقهي لتسميات المنشأ	12
الفرع الثالث: تعريف تسمية المنشأ وفق الاتفاقيات الدولية	15
المطلب الثاني: أهمية تسمية المنشأ	18
الفرع الاول: تسمية المنشأ دليل لضمان الجودة	18
الفرع الثاني: تشخيص وتمييز البضائع عن المشابهة لها	21
الفرع الثالث: أهميه تسمية المنشأ الاقتصادية والاجتماعية والثقافية	21
المطلب الثالث: تمييز تسميات المنشأ عن المفاهيم ذات الصلة	25
الفرع الأول: تمييز تسميات المنشأ عن الاسم التجاري	25
الفرع الثاني: تمييز تسميات المنشأ عن العلامة التجارية	27
الفرع الثالث: تمييز تسميات المنشأ عن بيانات المصدر	31
المبحث الثاني: شروط تسجيل تسميات المنشأ	33
المطلب الاول: الشروط الموضوعية	33
الفرع الاول: الشروط الموضوعية المقررة افي القانون الجزائري	33

الفرع الثاني: الشروط الموضوعية المقررة في القانون المقارن	37
المطلب الثاني: الشروط الشكلية	41
الفرع الأول: الشروط الشكلية المقررة في القانون الجزائري	42
الفرع الثاني :الشروط الشكلية المقررة في القانون المقارن	47
الفصل الثاني: الآثار المترتبة على اكتساب ملكية تسميات المنشأ	
المبحث الأول: حقوق وإلتزامات صاحب تسمية المنشأ	58
المطلب الأول: حقوق صاحب تسميات المنشأ	58
الفرع الأول: الحق في التصرف في تسميات المنشأ	58
الفرع الثاني: الحق في استعمال تسميات المنشأ	63
الفرع الثالث: مراقبة الإنتاج	64
المطلب الثاني: التزامات صاحب تسميات المنشأ	65
الفرع الأول: الالتزام بالاستغلال	65
الفرع الثاني : الالتزام بدفع الرسوم	66
المبحث الثاني: انقضاء الحق في تسميات المنشأ	69
المطلب الاول: الانقضاء بإرادة صاحب تسميات المنشأ	69
الفرع الأول: الانقضاء بالتخلي عن تسميات المنشأ	69
الفرع الثاني: الانقضاء بالسقوط	70
المطلب الثاني: الانقضاء بحكم قضائي	70
الفرع الأول : الانقضاء بالشطب	70
الفرع الثاني: الانقضاء بالإبطال	73
المبحث الثالث :قواعد حماية تسميات المنشأ	76

المطلب الأول :قواعد الحماية المدنية لتسميات المنشأ	76
الفرع الاول : القواعد الموضوعية	76
الفرع الثاني: القواعد الإجرائية	83
المطلب الثاني: قواعد الحماية الجزائرية لتسميات المنشأ	89
الفرع الاول قواعد حماية تسميات المنشأ من التقليد	90
الفرع الثاني: قواعد حماية تسميات المنشأ من الغش	104
الخاتمة	117
قائمة المصادر والمراجع	121
فهرس المحتويات	