

جامعة عمّار ثليجي بالأغواط

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



الموضوع:

حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون - تخصص: قانون أعمال

بإشراف:

الدكتور: بلكعبيات مراد

إعداد الطالبين:

- الأخضر كعبوش

- العربي حجاج

لجنة المناقشة

- الدكتور: زييري بن قويدر جامعة الاغواط رئيسا

- الدكتور: بلكعبيات مراد جامعة الاغواط مشرفا ومقررا

- الدكتور: عبيدي محمد جامعة الاغواط عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2018 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَ فِي ذَٰلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ (٢٦)

سورة المطففين الآية 26.

صدق الله العظيم

الإهداء

نهدي هذا العمل المتواضع

- الى من كنت أتمنى وجوده في هذا اليوم، وكان سبب وجودي في هذه الحياة، الى روح والدي الزكية الطاهرة رحمه الله، الى من رضاها يرضي الله الى الوالدة العزيزة أطال الله في عمرها.

الى من كللها الله بالحب والاحترام، الى من دفعتني الى العلم وبها أزداد افتخار، الى سندي في السراء والضراء، الى زوجتي الحبيبة.

الى قرة عيني ونور حياتي أبنائي الأعمام - عبد القادر ومهدي.

الى كل الاخوة والاخوات، الى العائلة الكبيرة كعبوش، والى عائلة طعابة.

الى كل الأصدقاء والأحباب، الى زملاء الدراسة خاصة زميلي في البحث.

الأخضر كعبوش.

الإهداء

- الى أمي التي هي تحت التراب (رحمة الله عليها)، الى أبي الذي هو في الجوار، الى عائلتي الصغيرة والكبيرة، الى كل الأحراب والأصدقاء وزملاء الدراسة خاصة زميلي في البحث.

العربي حيا.

شكر وتقدير

الحمد لله والشكر له على ما أعطانا

وإنّ الشكر الأول والأخير لله عزّ وجلّ سبحانه وتعالى الذي توكّلنا عليه لإنجاز
مذكرتنا وأماننا ومنحنا المقدرة على إتمام ثمرة سنين من الجهد والعطاء.

نتقدّم بجزيل الشكر والعرفان والتقدير للأستاذ المشرف

الدكتور "مراد بلعربي"

على كلّ توجيهاته وإرشاداته القيّمة التي أفادنا بها خلال فترة الإشراف فالفه
شكر وتقدير له.

ولا يفوتنا أن نتقدّم بالشكر والتقدير إلى لجنة المناقشة التي تقوم بقراءة
المذكرة وتقييمها.

دون أن ننسى الأساتذة الكرام الذين درّسونا خلال سنوات الدراسة

كما نشكر كل من كان لنا عوناً في إنجاز هذا العمل سواء من
قريب أو من بعيد.

الأخضر والعربي

مقدمة

إن سياسة الانفتاح الاقتصادي التي انتهجتها الدولة الجزائرية، وتكريس مبدأ حرية الإنتاج وحرية الأعمال التجارية والصناعية، سمح بحرية تبادل المنتوجات، وأدى أيضا إلى جعل الأسواق الجزائرية حاويات ومفارغ لمختلف المنتوجات وخاصة المستورد منها، وبخاصة إذا علمنا أن الجزائر هي بلد مستورد أكثر منه منتج فإن كان هذا الكم الهائل من المنتوجات قد حقق رفاهية المستهلك الجزائري بتوفير له كل ما هو ضروري وكمايلي، إذ أنه يقدم على اقتنائها دون أن يتقطن أحيانا إلى الأضرار الجسيمة التي تلحق به، وحرصا من المشرع على حماية المنافسة النزيهة والشريفة ونتيجة للتغيرات التي شهدتها الساحة الاقتصادية خاصة في مجال التجارة والصناعة، يعتبر المنتج العامل الأساسي الذي يتم تصنيعه أو إعداده بغرض التسويق، إذ أصبح المنتج معرض للعديد من الظواهر كظاهرة المنافسة غير المشروعة باستعمال وسائل مخالفة للممارسات التجارية النزيهة والماسة بالمنافسة الشريفة بين الأعوان الاقتصاديين، وكذلك ظاهرة جريمة تقليد علاماته التجارية، لهذا وجب على الدولة أن تلجأ إلى حماية منتوجاتها المحلية وأعوانها الاقتصاديين من هذه الظواهر، ورغم أن منظمة التجارة العالمية وضعت اتفاقيات خاصة تتعلق بكيفية حماية المنتج، بالإضافة إلى أن الأمر يتطلب أن يكون للدولة تشريع ينظم الإجراءات المتعلقة بحماية المنتج، وذلك بإيجاد نية تشريعية ونصوص قانونية لحمايته.

لهذا لم يقتصر تكريس مبدأ حرية التجارة والصناعة على إصدار المشرع نصوص قانونية عامة تدعمه بل تم تكريسه دستوريا، وذلك من خلال المادة 43 تنص على أن: " حرية الاستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون..... يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة".¹

وهذا ما يؤكد نية المشرع في إصدار الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة،² غايته حماية المنافسة داخل السوق، وهذا ما يتماشى مع دستور 1989، إن الأصل في الحياة الاقتصادية مشروعية المنافسة، إلا أن المنافسة المشروعة قد تتعدى حدودها الطبيعية لتكون بذلك عمل غير مشروع أو ما يسمى بالمنافسة غير المشروعة، ويكون هذا نتيجة لجوء بعض المتنافسين إلى استعمال وسائل تتنافى وأعراف وعادات الممارسات التجارية النزيهة وتخالف المنظومة القانونية، حيث تعتبر الوسائل غير المشروعة التي يقوم بها الأعوان

¹ المادة 43 من القانون 16 - 01 مؤرخ في 06 مارس 2016، الجريدة الرسمية، العدد 14، الصادرة في 07 مارس 2016، يعدل ويتمم، دستور 1996.

² الأمر 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادرة في 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم.

الاقتصادييين في سبيل الحصول على عملاء الغير وتحطيم منتوجهم من قبيل الأعمال غير المشروعة التي ترتب مسؤولية المنافس عن تعويض الضرر الذي أصاب الغير، وتتمثل هذه الأعمال في تزيفها وتقليدها لمنتجات الغير دون وجه حق، وكذلك في الممارسات التجارية غير المشروعة التي لمح لها المشرع في القانون 04-02.¹

وكثيرا ما يسعى الأعوان الاقتصادييين والمؤسسات إلى حماية معاملاتهم ومنتجاتهم من المنافسة غير المشروعة باستعمال وسائل تضعهم في موقع متميز في السوق يمكنهم من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة كحماية لمنتجاتهم، إذ يمكن لكل متضرر رفع دعوى ضد المنافس المعتدي أمام الجهات القضائية المختصة، ويمكن رفع دعوى جريمة التقليد كحماية جزائية للعلامة التجارية الخاصة بالمنتج، وهذا ما تظن له المشرع الجزائري من خلال إصدار الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.²

أهمية الموضوع: تكتسي دراسة موضوع حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة أهمية بالغة من الناحية العملية، نظرا للدور الكبير الذي يلعبه تطور المنتج وحمايته في التطور الاقتصادي وتكون حمايته من حماية المنافسة وحماية العلامة التجارية للمنتج، والتي هي بمثابة همزة وصل بين الأعوان الاقتصادييين والمستهلكين ومنه حماية المستهلك، هذا ما جعل أمر حماية المنتج أمرا حتميا.

أهمية البحث: يخص هذا البحث ما هو حديث من الدراسات التي هي في تطور مستمر لارتباطها بمختلف المجالات، إن حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة وما لها من قيمة كبيرة لم تلقى الاهتمام الكافي من التشريع ولا من قبل الباحثين إلا القليل بالمقارنة مع اهتماماتهم بدراسات أخرى.

أهداف الموضوع: إثراء المكتبة الجزائرية ببحث متعلق بموضوع من مواضيع قانون الأعمال المتوصل إلى نتائج واقتراحات مفيدة فيما يخص المنافسة النزيهة وحماية المستهلك.

أهداف البحث: نأمل من خلال هذا البحث تحقيق مجموعة من الأهداف العملية والعلمية والتي تتمثل في

• التعرف على المقصود بالمنتج وأنواعه كي يتسنى لنا معرفة إجراءات حمايته من المنافسة غير المشروعة؛

• التعرف عن المقصود بالمنافسة غير المشروعة وصورها أكثر من خلال تمييزها عما يشابهها؛

¹ الأمر 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم.

² الأمر 03-06 مؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة في 21 يونيو 2003، المعدل والمتمم.

- إزالة الغموض نوعا ما على دعوى المنافسة غير المشروعة التي تعد ترجمة فعلية لحقوق الأشخاص التي امتدت لتشمل الحقوق الاقتصادية.

دوافع اختيار الموضوع:

- دوافع ذاتية: وهو ميولنا لهذا النوع من المواضيع لما فيه من تشويق للمعرفة القانونية؛
 - دوافع موضوعية: لأن موضوعنا لم يتطرق له كثيرا من قبل لهذا أردنا إثرائه بالبحث فيه أكثر.
- صعوبات البحث:** لقد واجهتنا بعض الصعوبات أثناء القيام بهذا البحث أهمها
- قلة المراجع المتخصصة في القانون الجزائري سواء بالمنتج أو بشأن دعوى المنافسة غير المشروعة لأنه لم ينص عليها صراحة؛
 - صعوبة اجتماع النصوص القانونية الخاصة بحماية المنتج في إطار قانون خاص بأعمال المنافسة غير المشروعة لأنها نصوص متفرقة على بعض القوانين والأوامر مما يصعب الإلمام بها كاملة؛

نطاق البحث:

- يخص المقصود بالمنتج وإجراءات الحماية من المنافسة غير المشروعة؛
 - يخص حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة وجريمة التقليد.
- المناهج المعتمدة:** اعتمدنا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي الذي يقوم بوصف بعض التعريفات التشريعية التي تناولت الموضوع خاصة التشريع الجزائري والفرنسي وبعض التشريعات العربية؛
- كما اعتمدنا على المنهج التحليلي الذي يقوم على تحليل المعلومات والقواعد ومن خلال تحليل النصوص التشريعية المتعلقة بموضوع البحث ومدى اتفاقها مع القواعد العامة.
- الإشكالية:** وعليه تتبلور إشكالية البحث الأساسية في

- هل أن التشريعات الجزائرية ضمنت حماية فعالة للمنتج من أعمال المنافسة غير المشروعة؟

ومن هذا المنطلق ارتأينا اعتماد خطة تنقسم إلى فصلين:

الفصل الأول: يتضمن الإطار المفاهيمي لمفهوم المنتج والمنافسة غير المشروعة، وينقسم إلى مبحثين

المبحث الأول: نتناول فيه مفهوم المنتج كتعريفاته وأنواعه.

المبحث الثاني: يتضمن المنافسة غير المشروعة كتعريفها وتمييزها وتأثيرها على المستهلك.

الفصل الثاني: نتعرض فيه إلى حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة، وهو ينقسم إلى مبحثين

المبحث الأول: وفيه الحماية المدنية التي تتضمن دعوى المنافسة غير المشروعة والآثار المترتبة عنها.

المبحث الثاني: يتضمن الحماية الجزائية التي تتطرق لدعوى جريمة التقليد والعقوبات المترتبة عنها.

الفصل الأول

الاطار المفاهيمي للمنتوج

والمنافسة غير المشروعة

الفصل الأول

الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

إن دراستنا لحماية المنتوج من المنافسة غير المشروعة تجعلنا نتطرق قبلا إلى تحديد الاطار المفاهيمي وتعريف المنتوج عبر النصوص القانونية التي أقرها المشرع الجزائري، وبعض الاتفاقيات التي تطرقت إلى تعريف ومفاهيم مختلفة للمنتوج، وهذا كذلك ما يجعلنا نربطه بالتطرق لمفاهيم وتعريف المنافسة غير المشروعة، رغم أنه لم يصفها المشرع صراحة بنصوص واضحة لكنه لمح لها عبر القانون 04 - 02 المتعلق بالممارسات التجارية، ووصفها بممارسات مخالفة للنزاهة.

لهذا قسمنا الفصل الذي هو بعنوان الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة إلى مبحثين:

- المبحث الأول بعنوان مفهوم المنتوج وتطرقنا من خلاله إلى تعريفه في المطلب الأول، ببعض الاتفاقيات الدولية وفي التشريع الجزائري وفي المطلب الثاني تطرقنا إلى أنواعه.
 - أما المبحث الثاني فكان خاص بالمنافسة غير المشروعة حيث كان المطلب الأول بعنوان مفهومها وكان في مضمونه تعريفها وتمييزها عما يشابهها وتأثيرها على المستهلك.
- والمطلب الثاني تطرقنا إلى أعمال المنافسة غير المشروعة المنصوص عليها في المادة 27 من القانون 04-02، المتعلق بالممارسات التجارية، وهي تشويه سمعة العون الاقتصادي ومنتجاته، وكذلك تقليد العلامة والمنتجات، وهذا ما سنتطرق له في الفصل الأول بالتفصيل.

المبحث الأول: مفهوم المنتوج

مما لا شك فيه أن الإنسان يحتاج إلى منتوجات تساعده على استمرار حياته، وتضمن له الراحة والرفاهية، إلا أن بعض المنتوجات أصبحت تطرح مشاكل تمس بصحة وسلامة المستهلك بفعل الآثار الجسيمة التي تخلفها، لذا استوجب على المشرع الجزائري وضع قواعد قانونية تساهم في توضيح مفاهيم وخصوصيات المنتوج بغية رفع اللبس على المستهلك، وبناء ثقافة استهلاكية تساعده على التعرف بالمنتوجات الصحية للحفاظ على حياته، ونتناول هذا في المبحث الأول على شكل المطالب الآتية:

المطلب الأول: تعريف المنتوج

شهدت الأسواق التجارية خلال الفترة الأخيرة، منافسة شديدة بين المنتجين، من أجل تلبية رغبات المستهلكين، مما يؤدي بالضرورة إلى كثرة المنتوجات وتنوعها، الأمر الذي يصعب على المستهلك الاختيار بين هذه المنتوجات وتصنيفها حسب احتياجه، وعليه فإن الإشكال المطروح في هذه الحالة يدور حول تعريف المنتوج الذي يمكن أن يعلمها المستهلك لتسهيل عمليات الشراء التي يقوم بها، ولهذا نتطرق إلى تعريف المنتوج لغة واصطلاحاً، وفي بعض الاتفاقيات والتشريعات الجزائرية.

الفرع الأول: تعريف المنتوج لغة واصطلاحاً

تفرض العملية الاستهلاكية التي يقوم بها المستهلك التعرض لتعريف المنتوج لكونه الشيء الأساسي الذي يجمع بين المنتج والمستهلك.

أولاً: التعريف اللغوي

إنتاج: هو كل عمل أو نشاط يؤدي إلى إيجاد منفعة أو يساعد على إشباع حاجة، وبذلك يكون الإنتاج عملية جامعة لمختلف الجهود التي تبذل من أجل توفير السلع والخدمات وعناصر الإنتاج الثلاثة: موارد طبيعية كلها (بما فيها من ثروات وموارد) والعمل بما يشمله من ضروب للجهد البشري، ورأس المال ويشتمل كل مال ناتج عن عمل إنساني سابق ومعد لإنتاج أموال جديدة، منتجات، غلة، ثمار: إن ملكية الشيء تعطي لنيل منتجاته وثماره الطبيعية والصناعية.¹

ثانياً: التعريف الاصطلاحي

يعرف بعض الفقهاء **المنتوج** بأنه حصيد أو ثمرة العملية الإنتاجية، بغض النظر عن مصدرها زراعياً أو صناعياً.

¹ مورييس نخلة وآخرون، القاموس القانوني الثلاثي، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2002، ص 301.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

ويعرفه الفقيهان KOTLER PHILIP و، BEMARD DUBOIS بأنه: " شيء أو خدمة أو نشاط أو منظمة أو فكرة أو هو ثمرة الإنتاج".

ويعرفه الفقيه لاروميه: "إن المنتوج هو كل منقول، سواء تعلق الأمر بمادة أولية ثم تحويلها صناعيا أم لم يتم تحويلها، وسواء تعلق الأمر بمنقول اندمج في منقول أو لم يندمج".¹

الفرع الثاني: تعريف المنتوج في الاتفاقيات الدولية

في هذا الفرع نتطرق الى تعريف المنتوج بحسب بعض الاتفاقيات الأتية:

أولاً: تعريف المنتوج في اتفاقية لاهاي

قامت اتفاقية لاهاي تحديد مفهوم المنتوج في المادة 2 الخاصة بالتعاريف وكان اتجاه الاتفاقية يميل إلى التوسع في تحديد المنتجات التي تخضع إلى قواعد مسؤولية المنتج، حيث أن صياغة المادة 2 تكشف بشكل واضح أن الاتفاقية هدفت إلى تغطية كل المنتجات سواء كانت طبيعية أم صناعية، وفيما إذا كانت هذه المنتجات مواد أولية أو منتجات مصنوعة، سواء كانت تلك المنتجات منقولة أو غير منقولة.

فهذا التحديد الواسع لنطاق المنتجات المشمولة بأحكام مسؤولية المنتج يتضح من صياغة المادة 2 بشكلها الآتي: "الأغراض هذه الاتفاقية فإن مفهوم المنتوج هو مجموع المنتجات الصناعية والمنتجات الطبيعية فيما إذا كانت منقولة أو غير منقولة".

ويتضح من النص أعلاه أن المنهج الذي اعتمده واضعو اتفاقية لاهاي في تحديدهم للمنتجات المشمولة بأحكام مسؤولية المنتج كان واسعاً، بل يشبه منهجهم الواسع في مجال تحديد الأشخاص الذي ينطبق عليهم حكم المنتج، فقد شملت هذه الاتفاقية المنتجات الصناعية والمنتجات الطبيعية على حد سواء.

ونظراً للتباين في التشريعات الوطنية في ميدان مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها المنتوجات الطبيعية، وكذلك المنتجات الزراعية الخام، فقد أعطت الاتفاقية الحق للدول المتعاقدة في عدم تطبيق أحكام هذه الاتفاقية على المنتجات الزراعية الخام طبقاً للمادة 16 الخاصة بالتحفظات، وللدول المتعاقدة ممارسة حق التحفظ هذا في وقت التوقيع على الاتفاقية أو في وقت إقرارها أو المصادقة عليها.²

ثانياً: تعريف المنتوج في اتفاقية ستراسبورغ

فقد اقتصر اتفاقية ستراسبورغ لدول المجلس الأوروبي في مجال تحديدها للمنتجات المشمولة بأحكام مسؤولية المنتج على المنتجات المنقولة، بخلاف اتفاقية لاهاي التي شملت المنتجات المنقولة والغير منقولة

¹ زاوية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 41.

² سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2009، ص 70.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

ولكنها أخضعت كافة المنتجات المنقولة لنظام مسؤولية المنتج سواء كانت هذه المنتجات المنقولة طبيعية أو صناعية، أي أنها شملت كل المنقولات فيما إذا كانت هذه المنقولات منتجات خام أو منتجات مصنوعة، بل حتى لو أدمجت هذه المنتجات المنقولة بمنقول آخر أو اتصلت بعقار، كما هو الأمر للمواد المستخدمة في البناء مثلا، فقد ورد في المادة الثانية من الاتفاقية التي نصت فقرتها الأولى على أنه: "لأغراض هذه الاتفاقية فإن مفهوم المنتج يشمل كل المنقولات الطبيعية والصناعية، سواء كانت خام أو مصنوعة، حتى ولو أدمجت بمنقول آخر أو اتصلت بعقار".¹

وقد لاحظ الفقيه الألماني نورنز وهو أحد الخبراء الذين اشتركوا في إعداد مسودة هذه الاتفاقية، أنها تعتبر المنتج الذي اعتمده الاتفاقية يشمل المنتجات المنقولة التي تدمج أو تتصل بالعقارات، ولكن وجهة النظر الواقعية التي سادت آنذاك كانت تفضل استبعاد مجهز ومورد المنتجات المتصلة بالعقار من نظام مسؤولية المنتج وإخضاعها إلى مسؤولية المفاوض المستقرة في التشريعات الوطنية دون إقحام مثل هذا النظام في أحكام الاتفاقية، فتحديد المنتجات المشمولة بأحكام مسؤولية المنتج وفقا لاتفاقية ستراسبورغ هو ما يتعلق بالمنتجات الطبيعية، وامتداد مسؤولية المنتج لتغطية مثل هذه المنتجات التي أصبحت مع مرور الزمن يصعب تمييزها عن المنتجات الصناعية، كما أن منتجي المنتجات الطبيعية تقررت مسؤوليتهم بموجب أحكام الاتفاقية بصورة متكافئة مع منتجي المنتجات الصناعية، فالتردد الذي حصل بين واضعي اتفاقية ستراسبورغ بشأن المنتجات الطبيعية يشبه ما حصل في اتفاقية لاهاي بشأن تنازع القوانين.

والقانون الواجب التطبيق بصدد المنتج ومسؤولية المنتج مما اضطر واضعي الاتفاقية إلى إدراج المادة 16 الخاص بالتحفظات، والذي أعطى الحق للدول المتعاقدة بعدم تطبيق أحكام الاتفاقية بشأن المنتجات الزراعية، ولكن بموجب اتفاقية ستراسبورغ لدول المجلس الأوروبي، أصبح من المستحيل وضع تمييز واضح بين المنتجات الزراعية والمنتجات الصناعية في الظروف الحاضرة التي أصبحت فيها معظم المنتجات الزراعية تمر بعملية أو أكثر من العمليات الصناعية، كممارسة المزارع لعملية رش المبيدات الكيميائية الأخرى على منتجاته الزراعية.²

ثالثا: تعريف المنتج في اتفاقية دول السوق الأوروبية المشتركة

أما اتفاقية دول السوق الأوروبية المشتركة، فقد اقتصر في مجال تحديدها للمنتجات التي دخلتها عمليات صناعية وكذلك المنتجات الزراعية، وهي بالتالي لم تشر إلى المنتجات الطبيعية وإلى صناعة العقارات، فوفقا لأحكام هذه الاتفاقية فقد نصت على المنتج الزراعي بصفة مطلقة سواء كان خاما، أم

¹ سالم محمد رديعان العزاوي، المرجع السابق، ص 71.

² سالم محمد رديعان العزاوي، نفس المرجع، ص 72.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

أجريت عليه عمليات صناعية معينة، وكذلك أي شيء أو منتج أو سلعة معدة بوسائل صناعية، وما عدا ذلك فإن هذه الاتفاقية لا تشمل المنتجات اليدوية أو المنتجات التي تعتمد على أسلوب الصناعات الفردية أو الحرفية الصغيرة، فهي مستثناة مادام صناعة مثل هذه المنتجات اليدوية والحرفية لا تتطلب عناية خاصة.¹

الفرع الثالث: تعريف المنتج في التشريع الجزائري

بالرجوع لنص المادة 138 من تعريف المشرع الجزائري في القانون المدني المعدل والمتمم، فإننا نلاحظ أن المشرع لم يستعمل عبارة المنتج وإنما استعمل لفظ فعل الشيء، وذلك في القسم الخاص بالمسؤولية الناشئة عن فعل الأشياء، في حين نجد بعض النصوص القانونية وردت فيها عبارة المنتج دون تحديد مفهومها وهذا ما يمكن ملاحظته في القانون رقم 80-07 المتعلق بالتأمينات تحت عنوان المسؤولية المدنية المترتبة على المنتوجات المعدة لتغذية الأنعام والعلاج الطبي.

لكن في الفترة الأخيرة التي شهدت فيها الجزائر مرحلة الانتقال إلى اقتصاد السوق وما استتبعه من آليات وقوانين هادفة لحماية المستهلك، أصبحت عبارة المنتج مألوفا في النصوص القانونية هذا ما دفع بالمشرع إلى تحديد مفهومها ومضمونها.²

فقد عرف المشرع الجزائري المنتج طبقا لنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأن **المنتوج**: "هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية".³

أما المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات (ملغى) في الماد 02 نصت بأن **المنتوج**: "هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة".⁴

كما تبين لنا من التعاريف السابقة للمشرع من نطاق تعريف المنتج في القوانين التي تكفل حماية المستهلك إذ يتوافق معه أيضا القانون 04 - 04 المتعلق بالتنقييس بحيث عرف المنتج في المادة 2 الفقرة 12 على أن **المنتوج**: "كل مادة أو مادة بناء أو مركب أو جهاز أو نظام أو إجراء أو وظيفة أو طريقة".

¹ سالم محمد رديعان العزاوي، المرجع السابق، ص 73.

² نادية ماميش، **مسؤولية المنتج** (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، رسالة ماجستير، قانون أعمال، كلية الحفوف والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012، ص 61.

³ المادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-39، المؤرخ في 30 يناير 1990، **المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش**، الجريدة الرسمية، العدد 05، الصادرة في 31 يناير 1990.

⁴ المادة 02، المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، **المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات**، الجريدة الرسمية، عدد 40 المؤرخة في 19 سبتمبر 1990.

لكن يلاحظ على هذه التعاريف عدم الوضوح وانعدام الدقة في تعريفها للمنتوج، فقد عرفته المادة 140 مكرر الفقرة 2 من القانون المدني التي عرفت على أن **المنتوج**: "يعتبر منتوجا، كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار لاسيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية".¹

وهذا يتوافق مع التعريف الوارد في القانون المدني الفرنسي للمنتوج في القانون 1386 المادة 3.

فشمل تعريف المنتوج في القانون المدني كل مال منقول بما فيه المنقول المتصل بعقار، ولم يفرق بين المنقول المادي والمنقول المعنوي، طبيعي أو أمر صناعي.

على خلاف قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 03 الفقرة 11 التي عرفت

- **المنتوج**: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"²

الذي يشمل في تعريفه للمنتوج المنقول المعنوي، ولكنه اعتبر الخدمة منتج نظرا لكثرة إقبال المستهلك عليها بحيث تكفل المشرع بسلامة المنتوجات، بحيث عرف المشرع بحماية سلامة المنتوجات بموجب المادة 03 الفقرة 07 من القانون 03-09 على أنها "غياب كلي أو وجود في مستويات مقبولة وبدون خطر، في مادة غذائية لملوثة أو مواد مغشوشة أو سموم طبيعية أو أي مادة أخرى، بإمكانها جعل المنتوج مضرا بالصحة بصورة حادة أو مزمنة".³

المطلب الثاني: أنواع المنتوج

تختلف المنتوجات التي تدفق إلى السوق باختلاف طبيعتها فمنها ما هو أساسي وضروري يحتاجه المستهلك لتلبية أغراضه الاستهلاكية، وإما أن تكون منتوجات مكملة تتدخل بصفة غير مباشرة في تلبية حاجات المستهلك، لأنها تكمل الإنتاج الأساسي له، وهذا ما نعرفه بمنتوجات استهلاكية ومنتوجات صناعية وكذلك قسم المشرع الجزائري بموجب المادة 03 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المنتوجات الى سلع وخدمات، وهذا ما سنتطرق اليه في هذا المطلب.

¹ المادة 140 مكرر من القانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 يونيو 2005، يعدل ويتم الأمر 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة في 26 يونيو 2005.

² المادة 03 من القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

³ منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2015، ص 24.

الفرع الأول: السلع والخدمات

رغم ان موضوعنا نطاقه المنتوج إلا أن المشرع قد قسم المنتوج الى سلع وخدمات، وهذا ما سنتناوله في هذا الفرع على النحو الآتي:

أولاً: السلع

عرف الفقهاء السلع بالمعنى التجاري، هو كل ما يمكن أن يباع أو يشتري، فلا يدخل في معنى السلعة كل ما يخرج من دائرة التعامل التجاري، فبعض الفقهاء من ذهب إلى أن السلعة تشمل كل شيء قابل للنقل أو الحيازة، سواء كانت ذات طبيعة تجارية ام لا.

فباستقراء نص المادة 2 من المرسوم رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات (ملغى) يتضح بأن المقصود بالمنتوج المادي هو السلع أي كل منقول مادي، أما الخدمة فهي تصنيف آخر للمنتوج فيمكن اعتبار السلع هو الأموال المنقولة كالسيارات والآلات الكهربائية والمواد الغذائية، وتعتبر الأموال سلعا ولو كانت متصلة بعقار، ويعد مالا منقولاً كل شيء غير مستقر في حيزه وغير ثابت فيه ويمكن نقله دون تلف إلا أن المشروع الجزائري لم يستخدم لفظ مال في قانون حماية المستهلك لتفادي التأويل الواسع لمفهوم الأموال والعقارات.¹

وقسمت السلع بشكل عام إلى نوعين سلع استهلاكية وسلع إنتاجية فالمستهلك العادي يقوم بشراء السلع يهدف استهلاكها النهائي، أما المشتري المهني فإنه يشتري السلع بهدف إنتاج سلع أخرى تختلف عنها بالخصائص بهدف بيعها وتحقيق الأرباح منها، غير أنه يصعب تمييز بعض السلع فيما إذا كانت سلعا استهلاكية أم إنتاجية، إلا من خلال الاستخدام والاستهلاك حيث أن شراء السكر من قبل المشتري العادي يهدف إلى الاستهلاك النهائي وبالتالي يعتبر سلعة استهلاكية، أما في حالة شراء السكر من قبل المشتري الصناعي بهدف إنتاج المعجنات أو الحلويات، فإنه يعتبر سلعة إنتاجية.

فلم يحدد المشرع الجزائري أنواع السلع التي يلتزم المتدخل بضمان سلامتها، وبالتالي ضمان المستهلك وهذا نظرا لكثرتها واتساع مجالات الإنتاج وتطور في الوقت الحاضر، إلا أن المادة 140 مكرر من القانون المدني المكرسة لمسؤولية المنتج عددت البعض منها عندما نصت على أنه:

"يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لا سيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية".

¹ نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012، ص 35.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

نلاحظ أن المشروع قصد بالمنتوج السلع دون الخدمات، المحددة على ضوء المادة، وتجدر الإشارة إلى أنها جاءت على سبيل المثال لا الحصر خاصة في وقتنا الذي تتطور فيه المنتوجات بشكل سريع، لذا نستعرض بعض أنواع السلع.

1- المنتج الزراعي:

يقصد بالمنتوجات الزراعية كل المنقولات المتأتية من مصدر زراعي مباشرة، كالقمح والشعير والأرز وغيرها من المنتجات التي يكون مصدرها الارض.

2- المنتج الصناعي:

يعتبر منتوجا صناعيا كل المنقولات التي تكون محلا للإنتاج الصناعي وأهم ما يميز المنتوجات الصناعية خطورتها على سلامة القائمين على استعمالها، كالأجهزة الكهربائية على تنوعها والمنظفات الكيميائية الصناعية والمبيدات.

وكان تطور المنتجات الصناعية الهدف الأساسي لنشأة الالتزام بضمان سلامة المستهلك نظرا لما سببته وما زالت تسببه من أضرار على صحته وسلامته.¹

3- تربية الحيوانات:

يقصد بها تربية كل الحيوانات القابلة للتربية كالأبقار والأغنام والدجاج، وغيرها من الحيوانات، التي يمكن استهلاكها أو استعمالها أو استعمال جزء منها، بالإضافة إلى المنتوجات المستخلصة من هذه الحيوانات والتي يمكن استهلاكها أو استعمالها كالبيض والجلود والزيوت المستخرجة من الحيوانات.

4- الصناعة الغذائية:

تعني صناعة المواد والسلع الغذائية وطبقا للمادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، فيقصد بالمادة الغذائية: " كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا... معدة لتغذية الإنسان وتشمل المشروبات وكذا جميع المواد المستعملة في صناعة المادة الغذائية أو تحضيرها أو معالجتها باستثناء مستحضرات التجميل أو التبغ أو المواد المستعملة في شكل أدوية فقط".²

نلاحظ أن التعريف قد اقتصر على السلع الخاصة بتغذية الإنسان دون أغذية الحيوان، رغم أن الصناعة الغذائية الموجهة للحيوان في انتشار كبير، خاصة مع تراجع استخدام العلف والغذاء الطبيعي للحيوانات باستخدام التكنولوجيا الحديثة وما يسببه من ضرر على المستهلك.

¹ نوال شعباني، المرجع السابق، ص 36.

² نوال شعباني، المرجع السابق، ص 37.

5- منتج الصيد البري:

يتمثل منتج الصيد البري في الحيوانات أو أجزاء الحيوانات التي تعيش في البر كالطيور، والتي تم الترخيص بصيدها، ويجب أن تستجيب هذه المنتوجات لرغبة المستهلك في سلامتها من الأمراض سواء التي تنتقل إلى الإنسان أو التي تسبب ضررا للمستهلك بسبب عدم سلامتها.

6- منتج الصيد البحري:

تعترف المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 99-158، المحدد لتدابير حفظ الصحة والنظافة المطبقة عند عرض منتوجات الصيد البحري للاستهلاك بأن المنتج البحري هو: "كل الحيوانات أو أجزاء الحيوانات التي تعيش في البحار أو المياه العذبة بما فيها بيوضها وعددها الذكرية باستثناء الثدييات المائية".

فالمشرع الجزائري استثنى الثدييات المائية من اعتبارها منتوجات الصيد البحري لافتقار مصادر المياه البحرية والعذبة في بلادنا مثل هذا النوع من الحيوانات كالقنطرة والحيتان، ويعتبر منتج الصيد البحري منتوجا سواء كان طازجا أو مبردا أو مجمدا أو محمولا.

7- الطاقة الكهربائية:

اعتبرت المادة 140 مكرر من القانون المدني الطاقة الكهربائية من المنتوجات تماما، كما أن القانون 01-02 المتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز اعتبر الطاقة الكهربائية منتوجات.¹

ثانيا: الخدمات

تلقت فكرة دمج الخدمة ضمن المنتوجات، لكن لا يزال ينظر إليها على أنها انحراف عن مسلمات نظرية الأموال بل تتنافى حتى مع فكرة كل من المنتج والخدمة، فالمنتوج يركز أساسا على المنقولات المادية في الغالب في حين ان الخدمة أساس الأداء والتي لا يمكن أن تكون في أقصى الأحوال إلا محلا لعقد مقابولة وليس محلا لعقد البيع.

فقد أدخل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الخدمة ضمن طائفة المنتوجات نظرا للاتساع والنشاط الكبير لهذا القطاع في السنوات الأخيرة، لا سيما منذ تحرير التجارة وتشجيع الاستثمار الأجنبي في مجال الخدمات ومثال ذلك الخدمات التي تغزو السوق الجزائرية بعدد كبير من المتعاملين والمتدخلين كخدمة الهاتف النقال مثلا، فيمكن تعريف الخدمة بأنها نشاط أو أداء أو استغلال لحرفة أو مهنة معينة.²

¹ نوال شعباني، نفس المرجع، ص 38.

² نوال شعباني، المرجع السابق، ص 39.

الفرع الثاني: المنتجات الاستهلاكية

إن هذه المنتجات توجه للاستهلاك الشخصي في المنزل، بمعنى أنها مخصصة للاستهلاك المباشر من قبل الأفراد وليس لإعادة البيع واستخدامها في إنتاج منتجات أخرى، وتصنف إلى عدة أنواع وهي على النحو التالي:

- 1- السلع الميسرة: هي سلع سهلة المنال، بمعنى أن المستهلك يشعر بالراحة واليسر عند شرائها من خلال خصائصها التفضيلية التي تتميز بها من أسعار معقولة وغيرها ومثالها المواد الغذائية؛
- 2- سلع التسوق: يقوم المستهلك بدراسة ومقارنة السلع المعروضة على أساس الملائمة والجودة والسعر والتصميم، تكون ذات أسعار مرتفعة، قليلة الاستعمال مثالها الملابس المتماشية؛¹
- 3- السلع الخاصة: هي السلع التي تتميز بخصائص ومميزات استثنائية وتحمل علامات تجارية معروفة مما يجعل المستهلك يبذل جهدا في سبيل الحصول عليها، وما يلاحظ على هذه السلع أنها تكون غالية الثمن ومثالها بعض أنواع السيارات الخاصة؛
- 4- السلع غير المطلوبة: وهذه الأخيرة تختلف تماما عن أنواع السلع السابقة، بحيث تكون منتجات جيدة لم يصبح المستهلك على دراية بها بعد، لأنه لا يعرف عنها الكثير من أمثلتها الأجهزة الكهربائية بالليزر.²

الفرع الثالث: المنتجات الصناعية

- هي عبارة عن منتجات تشتري لإضفاء معالجات عليها أو استخدامها أو الاستخدام في إنتاج منتجات أخرى، أو لتوفير خدمات، وتنقسم إلى:
- 1- المواد الخام: وتشتمل على السلع التي توجد على حالتها الطبيعية مثل المعادن ومنتجات الغابات والمنتجات الزراعية مثل القطن؛
 - 2- المواد والأجزاء المصنعة: هي كذلك تدخل جزئيا أو كليا في إنتاج سلعة ما، دون أن يجري أي تغيير على شكلها، من أمثلتها الحديد الخام الذي يتم تحويله إلى صلب؛
 - 3- التركيبات والمعدات: هي معدات وآلات تؤثر بشكل مباشر على إنتاج السلع، تستهلك على فترات طويلة ومثالها مولدات الكهرباء في السودان؛
 - 4- مواد التشغيل: هي سلع تجارية تتسم بانخفاض قيمتها وقصر حياتها الاقتصادية تستعمل لتسهيل عمليات الإنتاج كالوقود وزيت التشحيم.³

¹ بشير علاق، تطوير المنتجات وتسعيورها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 18.

² بشير علاق، نفس المرجع، ص 20.

³ بشير علاق، المرجع السابق، ص 22.

المبحث الثاني: المنافسة غير المشروعة

لقد تبنت الجزائر برامج للإصلاح الاقتصادي، ومن بين هذه الإصلاحات وضع تشريعات منظمة للممارسات التجارية أهمها الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل بموجب القانون 05-10، وكذلك القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والمعدل بموجب القانون 06-10 والتي قام فيها المشرع بتعديلات تتماشى والتطورات الاقتصادية، ووضع فيها قواعد كفيلة بحظر الممارسات غير المشروعة وهذا ما نحن بصدد التطرق إليه في هذا المبحث ضمن المطالب التالية:

المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة

ان الأصل في الحياة التجارية مشروعية المنافسة ولهذا تعتبر المنافسة الشريفة أحد الأدوات الهامة لازدهار التجارة عموماً، ومنه أعطت الدول اهتماماً كبيراً لمبدأ حرية المنافسة، إلا أن هذه المنافسة تنقلب وتصبح وبالا على التجارة وعلى التجار متى استخدمت فيها وسائل غير مشروعة كأن تكون مخالفة للقانون أو العادات التجارية.¹

الفرع الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

سننظر في هذا الفرع الى تعريف المنافسة غير المشروعة في التشريع وبعض الاتفاقيات على النحو التالي:

أولاً: تعريف المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري

لم تنص القوانين الجزائرية المختلفة على المنافسة غير المشروعة بصفة مباشرة، بما في ذلك قانون المنافسة بل اكتفى بالنص على الممارسات والتصرفات المخالفة للمنافسة.

فالبداية الفعلية للمشرع الجزائري في هذا المجال كانت بصور القانون رقم 89-02 المؤرخ في جويلية 1989 والمتعلق بالأسعار (ملغى)، والذي كان تمهيدا لصدور قانون خاص يتعلق بالمنافسة، وبعدها سنة 1995 تدخل المشرع الجزائري بموجب الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة (ملغى)، القائم على الحرية الاقتصادية ولكن ضمن ضوابط تضمن الحد من كل الممارسات غير المشروعة.

ومن بعدها تدخل المشرع من جديد بموجب الأمر 03-03، لتفادي النقائص الموجودة في الأمر السابق وقد كان أهم ما جاء به هو فصله بين تلك الأحكام المتعلقة بالمنافسة وتلك الماسة بنزاهة التجارة.²

¹ صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة (كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري)، دراسة مقارنة، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2012، ص 24.

² إلهام بوحلايس، الاختصاص في مجال المنافسة، شهادة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2005، ص 05.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

ولهذا نجد أن المشرع لم يتطرق الى إعطاء مفهوم للمنافسة غير المشروعة، واكتفى بتحديد الممارسة المخالفة للمنافسة أي الممارسات التجارية غير النزيهة.

وبما أن الأصل في المنافسة المشروعة الاستناد إلى الأعراف التجارية النظيفة والنزيهة التي يسعى من خلالها التجار الى جذب الزبائن والترويج لمنتجاتهم، ولكن اذا استعملت في المنافسة وسائل وأساليب من شأنها مخالفة الأعراف التجارية النظيفة والنزيهة يعتبر ذلك منافسة غير مشروعة.¹

ولهذا الاعتبار نجد أن المشرع اعتبرها من الممارسات التجارية غير النزيهة وهذا في القانون 02-04 في المواد 26-27.²

أما عن الباحثون فتحدثت نادية فضيل وعرفت المنافسة غير المشروعة بأنها "... استعمال وسائل غير مشروعة و منافية للعرف التجاري...".³

ثانيا: في الاتفاقيات الدولية والقانون المقارن

- تعتبر اتفاقية باريس هي التي حددت مفهوما عاما للمنافسة غير المشروعة منذ القدم وهذا في الفقرة الأولى من المادة 10 مكرر، و ذكرت صورها في الفقرة الثانية، حيث تنص على ما يلي:
" تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعاياها دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة".
- تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية.
ويكون محظورا بصفة خاصة ما يلي:
- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأي وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.⁴
- عرفها الفرنسي "روبيه Roubier" بأنها : "إن المنافسة غير المشروعة كما يدل عليها اسمها بالذات هي تلك التي تقوم على وسائل ملتوية وخادعة ودسائس يبندها الشرف والاستقامة... ورغم تعدد هذه الوسائل إلى مالا نهاية فإن الغاية تبقى هي تحويل زبائن الغير واستقطابهم... وهذا ما يسهل التعرف عليها مهما كان الشكل الذي تتخذه".

¹ ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 06، جامعة ورقلة، جانفي 2012، ص 178.

² قانون رقم 02-04، مرجع سابق.

³ نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السادسة، الجزائر، 2001، ص 132.

⁴ الكاهنة زاوي، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية (في التشريع الجزائري)، أطروحة دكتوراه العلوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2015، ص 11.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

- كما عرفها "Jacques Azema" بأنها: "مجموعة من أعمال المنافسة المخالفة للقانون والعادات التجارية، سواء قامت على خطأ عمدي أم لا والتي من شأنها إحداث الضرر بالمنافس".¹

- وعرفها القضاء الفرنسي كما يلي:²

« L'abus de la liberté du commerce, causant volontairement ou non, un trouble commerciale».

وترجمة لهذا يعني أنه: "إساءة استخدام حرية التجارة، سواء عن قصد أم لا، اضطراب تجاري".

ثالثاً: في التشريعات العربية:

تطرقت بعض التشريعات العربية إلى مفهوم المنافسة غير المشروعة، فعرفتتها محكمة استئناف بيروت التجارية بـ "أن المزاحمة غير المشروعة عبارة عن خطأ مهني يرتكبه تاجر أو صانع رغبةً في منافع غير مشروعة، على حساب بقية مزاحميه، يخالف فيه المبادئ القانونية والأخلاقية السائدة في التعامل، والاستقامة والأمانة المفروضتين في العرف التجاري، وموجب استعمال الحق في التجارة الحرة، دون المساس بحقوق بقية التجار".³

أما المشرع المصري فقد عرفها من خلال نص المادة 66 فقرة 1 من قانون التجارة الجديد سنة 1999 على أنها "يعتبر منافسة غير مشروعة كل فعل يخالف العادة والأصول المراعية في المعاملات التجارية".⁴ وعرفتتها محكمة النقض المصرية بأنها: "ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية للشرف والأمانة والمعاملات، متى قصد بها إحداث لبس بين منشأتين تجاريتين أو إيجاد اضطراب بإحداها وكان من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى أو صرف عملاء المنشأة عنها".⁵ وعرفتتها المادة 33 الفترة الأولى من القانون النموذجي للدول العربية بشأن العلامات التجارية والأسماء التجارية وأعمال المنافسة غير المشروعة بأنه: "يعتبر غير مشروع كل عمل من أعمال المنافسة الذي يتنافى مع العادات الشريفة في المعاملات الصناعية والتجارية".⁶

¹ زبير جوامع، حماية العلامات التجارية من التقليد في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير في القانون، جامعة سكيكدة، 2012، ص 73.

² الكاهنة زواوي، مرجع سابق ص 15.

³ حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2012، ص 388.

⁴ إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 60.

⁵ محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 67.

⁶ محمد محبوبي، حماية حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة، تاريخ الاطلاع: يوم 2019/03/16، على الساعة 19h30، على الموقع: www.startime.com/4shared

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

فبعد كل هذه التعريفات نستنتج أنه تكون المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون نفس النشاط فلا وجود لمنافسة غير مشروعة بين أعوان لا يمارسون نفس النشاط الاقتصادي.

والهدف من وراء هذا العمل تحويل زبائن عون اقتصادي منافس وهو المعيار الذي نعتمد عليه لتحديد أعمال المنافسة غير المشروعة وتمييزها عما يشابهها.¹

الفرع الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عما يشابهها

للمنافسة غير المشروعة بعض المنافسات المشابهة لها، كالمنافسة الممنوعة والمنافسة الطفيلية، ومنه في هذا الفرع نتطرق لتمييزها عنهما.

أولاً: المنافسة غير المشروعة والمنافسة الممنوعة

ان المنافسة تكون ممنوعة بموجب قانوني نتيجة خرق صاحبها لنص تشريعي أو تنظيمي، كما يمكن أن تكون المنافسة الممنوعة تستند إلى اتفاق بين الأطراف على هذا المنع.

1- المنافسة الممنوعة قانوناً:

وهي التي توجد بسبب وجود موانع محددة ينص عليها القانون، فمثلا بعض التشريعات تضع شروطاً تنظيمية للسماح بممارسة بعض الأنشطة، كتحريم ممارسة مهنة تجارية كالصيدلة مثلا على غير الحاصلين على مؤهلات علمية معينة، فإذا عمل الشخص بأعمال الصيدلة دون الحصول على المؤهلات المطلوبة فإنه يكون قد خالف أحكام القانون واللوائح التي تحظر ذلك، ولا يدخل عمله في باب المنافسة غير المشروعة ولكنه يكون من قبيل المنافسة الممنوعة بمقتضى نصوص القانون، ولذلك فإنه يجوز لأي تاجر أن يرفع دعوى المنافسة الممنوعة في مواجهة المخالف.²

وكذلك من قبيل المنافسة الممنوعة قانونا لا يمكن للمستثمرين الخواص التدخل في بعض القطاعات الاقتصادية لأنها نشاطات مخصصة للدولة، منها نشاطات التصنيع، السلاح والذخيرة المخصصة لاحتكار وزارة الدفاع الوطني، وكذا النشاطات التي توصف بأنها ذات طابع مرفقي، كتوزيع الكهرباء والغاز والماء واستغلال الموانئ والمطارات.³

ويجري مبدئياً على المهن التي يتطلب فيها القانون صفة معينة أو شهادة خاصة أو رخصة إدارية ما يجري على الصيدلي ولكن مع مراعاة ما تقضي به القوانين الخاصة بكل مهنة على حدى، يمكن أن نطلق

¹ الكاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 17.

² صبري مصطفى حسن السبك، مرجع سابق، ص 35.

³ سامية كسال، مبدأ حرية التجارة والصناعة أساس قانوني للمنافسة الحرة، مداخلة في الملتقى الوطني (حرية المنافسة في القانون الجزائري)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عنابة، يومي 03-04 افريل، 2013.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

على مخالفتها (المنافسة الممنوعة أو غير القانونية)، فهي أعمال بطبيعتها مسموحة وجائزة في أغلبيتها لكنها تصبح ممنوعة لاعتبارات قدرها المشرع.¹

اذن ففعل المنافسة في حد ذاته غير جائز في حالة المنافسة الممنوعة بموجب نص قانوني، أما في حالة المنافسة غير المشروعة فالمنافسة جائزة مبدئياً ولكن الوسيلة المستعملة غير مقبولة وهي تشكل حسب تعبير (روبيه) استعمالاً مفرطاً لحرية المنافسة.²

ولعل من آثار التفرقة بين المنافسة الممنوعة قانوناً والمنافسة غير المشروعة يكون في تحديد طبيعة المسؤولية، ففي المنافسة الممنوعة فتخضع وتطبق قواعد المسؤولية العقدية لإخلالنا بالتزام يفرضه القانون أو نص العقد، أما في المنافسة غير المشروعة فإن قواعد المسؤولية التقصيرية هي التي تطبقها.³

2- المنافسة الممنوعة اتفاقاً:

المنافسة الممنوعة اتفاقاً تستند إلى اتفاق بين الأطراف على هذا المنع مثل النص في عقد العمل على عدم منافسة العامل لرب العمل بعد انتهاء مدة العقد أو الاتفاق بين بائع المتجر والمشتري، على أن يلتزم البائع بعدم ممارسة تجارة مماثلة في ذات المكان الذي يقع فيه المتجر، ولعل هذا الالتزام ينشأ على البائع دون حاجة للنص عليه في عقد البيع ووفقاً للقواعد العامة والتي تلزم البائع بعدم ممارسة تجارة مماثلة في ذات المكان الذي يقع فيه المتجر.⁴

والاتفاق بعدم المنافسة هو عقد يلتزم فيه طرف بعدم مباشرة نشاط تجاري معين قد ينتج من ورائه منافسة الطرف الآخر.

هذه الاتفاقات عادةً ما يطلق عليها مصطلح الالتزام بعدم المنافسة.⁵ Clause de non concurrence ويكون هذا الاتفاق صحيحاً ما لم يتضمن تعسفاً أو اعتداءً على الحريات الشخصية للطرف الآخر، لذلك يجب أن يكون المنع المقيد من حيث الزمان والمكان وأن يكون للقيود ما يبرره.⁶

¹ إيناس مازن فتحي الجبارين، مرجع سابق، ص 63.

² زبير جوامع، مرجع سابق، ص 75.

³ حمدي عبد الرحمان، التزام العامل بعدم منافسة رب العمل، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد 01، جامعة عين شمس، مصر، 1974، ص 08.

⁴ عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى الأردن، ص 105.

⁵ ARNAUD LECOURT, *La Concurrence déloyale*, l'harmattan, Paris, p13.

⁶ نادية فضيل، مرجع سابق، ص 200.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

ويكون المنع لمدة محدودة ومعقولة، ويترك أمر التحديد للطرفين تطبيقاً لمبدأ العقد شريعة المتعاقدين هذا بالنسبة للتحديد الزمني، أما بالنسبة للتحديد المكاني يكون المنع فيه قاصراً على منطقة أو إقليم معين وتحديد المدى الإقليمي يخضع لاعتبارات النشاط التجاري، فقد يضيق أو يتسع تبعاً لنوع النشاط.¹

ومن الصور الواردة للمنافسة المخالفة للعقد ما يلي:

- التزم مؤجر العقار بعدم منافسة التاجر: تقضي القواعد العامة في عقد الإيجار بأنه من التزامات المؤجر تمكين المستأجر من استغلال العين المؤجرة استغلالاً هادئاً ومستمراً دون أن يتعرض له؛²

- التزم بائع المحل التجاري بعدم منافسة المشتري: إن الفقه وأحكام القضاء قد استقرت على أن بيع المتجر يقتضي بذاته امتناع البائع عن افتتاح تجارة مماثلة لنشاط المتجر المبيع، وهذا الالتزام ينشأ على البائع دون الحاجة إلى النص عليه في عقد البيع، وذلك تطبيقاً لحكم القواعد العامة التي تلزم البائع بعدم التعرض للمشتري؛³

- الاتفاقات بين المنتجين والتجار: وتسمى اتفاقيات تعاقدية، أي ترتيب التزامات متبادلة على عاتق المتعاقدين فيما بينهم، وهناك اتفاقات عمودية، حيث تبرم بين أعوان اقتصاديين لا ينشطون على مستوى واحد من المسار الاقتصادي، ومن صور الاتفاقات التي تشمل على شرط عدم المنافسة تلك التي تتم بين المنتج والتاجر، على أن يشتري التاجر السلع التي ينتجها المصنع أو المنتج فقط دون غيرها من المنتجات التي تعرضها المصانع الأخرى؛⁴

- التزم العامل بعدم منافسة رب العمل: غالباً ما يلجأ أرباب العمل عند إبرامهم لعقود العمل إلى إدراج بنود يلتزم بموجبها العامل أو المستخدم بعدم منافسة رب العمل، أو الاشتراك مع شخص آخر في مشروع ينافسه أثناء فترة العقد وأحياناً حتى بعد انتهائه، وهذا مراعاةً لصاحب العمل بحيث السماح للعمال بمنافسة أرباب العمل أثناء الفترة التي تربطهم بعملهم تؤدي إلى استقطاب العمال التابعين لأرباب العمل.⁵

¹ مغاوي شلبي علي، حماية المنافسة ووضع الاحتكار بين النظرية و التطبيق، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 233.

² المادة 483 من الأمر 75-58، مرجع سابق.

³ يونس عرب، النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة في الاتفاقيات الدولية، تاريخ الاطلاع: يوم 2019/03/17، على الساعة 19h00، على الموقع: www.lebarmy.otg

⁴ جوزيف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، عزالدين للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1991، ص 68.

⁵ جوزيف نخلة سماحة، نفس المرجع، ص 70.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

ومن هنا يتضح لنا الفرق بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة الممنوعة سواء كانت ممنوعة قانوناً أو اتفاقاً هو أن فعل المنافسة الممنوعة يشكل خرقاً للالتزام عقدي وبالتالي يترتب على الالتزام مسؤولية عقدية بينما المنافسة غير المشروعة مبنية على الالتزام بالمسؤولية التقصيرية.

ثانياً: المنافسة غير المشروعة والمنافسة الطفيلية

المنافسة الطفيلية كما يتضح من اسمها تتألف من الغير الذي يعيش كطفيلي على مجهودات الآخرين التي حققت لهم شهرة وسمعة طيبة لاسمهم ولمنتجاتهم، على الرغم من أن كلا من المشروعين يمارس نشاطاً تجارياً مختلفاً عن النشاط الآخر، وأن المنتجات التي يعرضها كل منهما في السوق ليست متماثلة ولا متكاملة، أو بعبارة أخرى أن المشروع الطفيلي والمشروع المتطفل عليه لا يرتبطان بعلاقة تنافسية، ومع ذلك فإن مفهوم الأعمال الطفيلية من شأنه أن يوسع من نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة لتشمل أعمالاً لم تقع تحت طائلتها من قبل، كاستغلال قيم اقتصادية حصلها مشروع آخر بجهده أو باستثماراته دون تنافس ويتوسع البعض في نطاق نظرية الأعمال الطفيلية ليجعلوا منها صورة من صور الإثراء بلا سبب.¹

الفرع الثالث: أثر المنافسة غير المشروعة على المستهلك

قد عرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة 03 الفقرة الأولى من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كما يلي:

- **المستهلك:** "كل شخصي طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".²

من المعروف أن المنافسة ترمي الى تحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، والمستهلك هو المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية، بما توفره له من الاختيار الحر بين السلع والخدمات.³

فكلما زادت المنافسة زادت رغبة المنتجين في تحسين منتجاتهم والبحث عن تقنيات جديدة أثناء الإنتاج والبيع، ويتحسن بذلك المردود الإنتاجي، إلا أن الصراع في المنافسة على جذب المستهلك الى المنتج موضوع المنافسة يؤدي الى وقوع المستهلك فريسة للمتنافسين، والزيادة في الأسعار أمر غير مجدي في ظل المنافسة الكاملة، وبالتالي يحقق السوق إشباع ورفاهية للمستهلكين فيصبح المستهلك بمكانة رفيعة، بحيث يحصل على فرصة اختيار ما يريده من المنتجات بأسعار تناسبه، ولكن كلما قلت درجة المنافسة النزيهة

¹ صيري مصطفى حسن السبك، مرجع سابق، ص 50.

² المادة 03 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

³ محمد كتو الشريف، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، عدد 23، 2003، ص 53.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

زادت أعمال المنافسة غير المشروع، وأهمها وأخطرها الاحتكار، فتتجه الاسعار نحو الارتفاع، ويقل المردود الإنتاجي وتنقص جودته، وكذلك تزيد صعوبة دخول المنافسين الاخرين إلى الأسواق فيصبح في يد المحتكر القرار عن كمية وثمنه، ولا يكون في يد المستهلك إلا الخضوع، فيزيد استياؤه، وتصبح القدرة الشرائية لقلّة فقط من المستهلكين، وهذا يسبب الكثير من المشاكل الاجتماعية، إلا أن هناك أعمال تنافسية غير مشروعة يظن البعض من أنها لمصلحة المستهلكين، لكن الضرر من المستهلك على المستهلك واضح، فبدل من أن يدفع أسعار تحددها قوى العرض والطلب وكفاءة المنتج، فهو يدفع و يدعم حالياً بقاء شركات غير كفؤة في السوق، أي أن الشركات غير الكفؤة تستمد قوتها من قوة المستهلك الشرائية مستعملة بذلك أساليب المنافسة غير المشروعة.

وبالتالي نستخلص مما سبق أن المنافسة غير المشروعة عبارة عن ممارسات مخالفة للقانون والعرف التجاري، يقوم بها عون اقتصادي، لتحويل زبائن منافسة، إلا أن التأثير السلبي للمنافسة غير المشروعة لا يقتصر فقط على العون الاقتصادي بتحويل زبائنه، بل هو أوسع من ذلك، إذ تمس بالمستهلك، بالضغط عليه في الممارسات الاحتكارية، وخداعه في الممارسات التي تحدث لبسا في ذهنه، لكن الأهم من ذلك هو تأثير هذه الاعمال على الاقتصاد الوطني، وهذا بعرقلة نموه وتطوره، من خلال عرقلة برنامج الإصلاح الاقتصادي الذي انتجته الدولة ويقوم على عدة مبادئ، أهمها تحرير السوق عن طريق الخصخصة وتشجيع الاستثمار الأجنبي، وتطوير المنافسة، ولذلك فإن كل وسائل المنافسة غير المشروعة تؤثر بشكل أو باخر على استقرار السوق الداخلية، فتضر بالدرجة الاولى المستهلك، فبعض الأعمال تؤدي إلى الهيمنة والتعسف والاحتكار، والبعض الاخر يؤدي إلى إحداث اللبس والتضليل.

أما بالنسبة لأعمال المنافسة غير المشروعة فهي تؤدي إلى احداث التباس في ذهن المستهلك حول المنافسين فيقع هذا الأخير في الغلط، إذ يخلط بين المؤسسات المتنافسة، فتؤثر على السير الحسن للتجارة وعلى علاقة التجار التي يجب ان تقوم على النزاهة والشرف، وبالتالي يضر هذا باستقرار السوق ونزاهة التعاملات التجارية، وهذا يعتبر استغلالا لثقة الزبائن بالمنتوج الأصلي، فعلى سبيل المثال قد يبحث المستهلك على منتج معين، نظرا لسمعته وجودته، فيدفع مبالغ طائلة ليتفاجأ أنه مقلد.¹

¹ الكاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 40.

المطلب الثاني: أعمال المنافسة غير الشرعية

هي أعمال مخالفة للقانون والأعراف والتقاليد التجارية، أي استعمال أساليب غير شرعية ومخالفة لمبادئ المعاملات التجارية.¹

لم يحدد القانون الجزائري صور أو حالات وأعمال المنافسة غير المشروعة، وإنما أوردتها بتلميحه لها في قانون 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، إذ تنص المادة 27 منه على أنه تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يلي:

- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس ينشر معلومات سيئة تمس شخصه أو منتجاته أو خدماته؛
 - تقليد العلاقات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع الشكوك أو أوهاام في ذهن المستهلك.²
- وهذا ما يخص موضوعنا هذا، إذ نحن بصدد دراسة حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة لهذا ركزنا على أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بالمنتوج.

الفرع الأول: تشويه سمعة عون اقتصادي منافس ومنتوجه

العون الاقتصادي عرفه القانون 04 - 02 في المادة 03 الفقرة 1 التي تنص على أنه:

- **عون اقتصادي:** كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.³
- قد يعتمد عون اقتصادي إلى توجيه ادعاءات غير صحيحة ضد منافسه للنيل من سمعته أو لصرف العملاء عنه أو لإيذائه من أجل الإفادة مادياً من ذلك، وقد تتضمن هذه الادعاءات إهانة لشخص العون الاقتصادي المنافس وتشويهاً لسمعته التجارية أو إضعافاً لائتمانه أو عدم ملائمته، ويتوصل المنافس إلى تحقيق غرضه هنا بوسائل مختلفة.⁴

¹ الكاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 16.

² ميلود مباركي، شروط ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة الفقه والقانون، العدد 20، جامعة بشار، يونيو 2014، ص 229.

³ المادة 03 من القانون 04 - 02، مرجع سابق.

⁴ صبري مصطفى حسن السبك، مرجع سابق، ص 54.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

وهذا ما نصت عليه المادة 27 من القانون 02-04 في فقرتها الأولى ضمن مجموع الممارسات التجارية غير المشروعة، "تشويه سمعة عون اقتصادي منافس ينشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته .."¹ والظاهر أن الهدف من التشويه بالشكل المنصوص عليه هو:

- تحويل الزبائن:

ويكون ذلك بالتأثير على المنافس المتضرر بشكل غير مشروع بتشويه السمعة وذلك للتأثير على زبائنه وتحويلهم عنه ولا يتحقق هذا إلا باستقاء شروط، وهي نشر معلومات سيئة عن مؤسسة منافسة أو منتجاتها وذلك بغض النظر عن صدق هذه المعلومات بحيث تكون العبرة بمدى تأثير هذه المعلومات على زبائن المنافس، مثل الادعاء بأن المؤسسة لا تحترم شروط النظافة، أو أنها مدعى عليها في دعوى تقليد علامة تجارية، كما أن التشويه قد يتحقق إيجابيا بنشر المعلومات بين الزبائن والعملاء، أو بشكل سلبي مثل السكوت عن تساؤل أحد العملاء حول حقيقة ما يشاع عن عدم احترام المنافس لشروط النظافة.

ومن المعروف أن المنافسة ترمي إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، والمستهلك هو المعنى بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية بما توفره له من الاختيار الحر بين السلع والخدمات.

- زرع الشكوك في ذهن المستهلك:

وهذا ما نصت عليه المادة 27 الفقرة الثانية من القانون 02-04 "تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك".

ويتحقق من خلال قيام العون الاقتصادي بالظهور بمظهر العون الاقتصادي المنافس عن طريق تقليد علامته التجارية وبهذا يكون زرع الشكوك في ذهن المستهلك، إلا أن الصراع في المنافسة على جذب المستهلك إلى المنتج موضوع المنافسة يؤدي إلى وقوع المستهلك فريسة للمتنافسين.²

الفرع الثاني: تقليد العلامة التجارية

يقصد بتقليد العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الصناعية أو التجارية الأصلية وباعتبار العلامة من إحدى عناصر المحل التجاري فإنها تكون عرضة للاعتداء من أصحاب المتاجر المنافسة، ويعد هذا الاعتداء فعلا من أفعال المنافسة غير المشروعة، وقبل التطرق إلى مفهوم تقليد العلامة يجب أن نتطرق الى تعريف العلامة التجارية أولا.

¹ المادة 27 من القانون 02-04، مرجع سابق.

² معني فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 73.

أولاً: تعريف العلامة التجارية

تعد العلامة من أهم العناصر المعنوية التي يتكون منها المحل التجاري، لأنها وسيلة مهمة لاجتذاب الجمهور، على اعتبار أن للعلامة التجارية أهمية وقيمة مادية تفوق أهمية الاسم التجاري، لأن كثيراً من الجمهور يبحث عن العلامة التجارية أكثر من المنتج في حد ذاته.

ان المشرع الجزائري أولى أهمية بالغة للعلامة من حيث تنظيمها القانوني، فقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة الثانية الفقرة 01 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بأنها:

"كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحها والألوان بمفردها أو مركبة، والتي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره".¹

وتعرفها الدكتور سميحة القليوبي على أنها: "إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة".²

فالعلامة عبارة عن إشارة أو رمز يمكن تمثيله في تخطيط، ويكون قادراً على تمييز وتفرقة سلع أو خدمات شخص ما، ويقصد بالعلامة كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة أو العون الاقتصادي شعاراً لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن التي يملكها الآخرون كعلامة "تسيم" بالنسبة للسجائر وعلامة "نقاوس" بالنسبة للمشروبات الغازية.³

في القانون المقارن:

عرفها المشرع الفرنسي في المادة الأولى من القانون الصادر في 1991/01/04 المتعلق بالعلامات، حيث عرف العلامة على أنها: "علامة الصنع أو التجارة أو الخدمة، هي رمز قابل للتمثيل الخطي، تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما، طبيعي كان أو معنوي".⁴

« La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale ».

¹ المادة 02، الأمر 03 - 06، مرجع سابق.

² وليد كحول، تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، العدد 11، جامعة قسنطينة، ص 169.

³ نسرين شريف، حق الملكية الفكرية، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، طبعة 2014، ص 138.

⁴ Albert Chavanne et Claudine Salomon, *Marque de Fabrique de Commerce ou de Service*, Encyclopédie Juridique, Dalloz, Paris, 2003, P 02.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

- التشريع المغربي: عرفها في المادة 133 من قانون حماية الملكية الصناعية، العلامة على أنها: "كل شارة قابلة للتمييز الوطني تمكن من تمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي".

ويمكن أن تعتبر شارة بوجه خاص:

* التسميات كيفما كان شكلها مثل الكلمات ومجموعة الكلمات والأسماء العائلية والجغرافية والمستعارة والحروف والأرقام والمختصرات؛

* الشارات التصويرية مثل الرسوم واللصائق والطابع والحواشي والمبرزات والرسوم ثلاثية الأبعاد والشعارات المرسومة (لوغو Logo)، والصور المركبة والأشكال ولاسيما التي يتعلق منها المنتج أو توضيحه أو تمييز خدمة ما والترتيبات ومجموعة الألوان أو تدرجات الألوان.

- التشريع التونسي: عرف العلامة بمقتضى الفصل الثاني من قانون العلامات التجارية الصادر تحت عدد 36 لسنة 2001 المؤرخ في 2001/04/17، بقوله: "علامة الصنع أو التجارة أو الخدمات هي شارة ظاهرة تمكن من تمييز المنتجات التي يعرضها أو الخدمات التي يسببها شخص طبيعي أو معنوي ويمكن أن تتكون هذه الشارة خاصة من الكلمات ومجموع الكلمات والألقاب والأسماء الجغرافية والأسماء المستعارة والحروف والأرقام والصورة، والشارات التصويرية مثل الرسوم والنقوش البارزة والأشكال وخاصة تلك المتعلقة بالمنتج أو بطريقة تقديمه أو التي تميز الخدمات وترتيب الألوان أو مزجها أو تفريق درجاتها، ولذلك الشارات الصوتية مثل الأنغام والجمل والموسيقية".

ويبدو من خلال التعريف أن المشرع التونسي قد جعل من العلامة أي إشارة لها دلالة تمييزية للمنتج أو الخدمة مهما كان شكلها، فقد تكون شارة مادية ملموسة كالرموز التي تتخذ شكل لكلمات، وقد تكون الشارة تصويرية كالرسوم وما يقع ضمنها، كما قد تكون الشارة صوت في شكل نغم موسيقي، لكنه يفتقر إلى بعض الشارات المستحدثة كشارة الرائحة.

- المشرع الأردني: عرف العلامة بمقتضى المادة الثانية من القانون رقم 34 لسنة 1999 المؤرخ في 1999/11/01 بقولها: "العلامة التجارية أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"، وتضيف المادة 07 من نفس القانون أنه يشترط لتسجيل العلامة أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر".¹

¹ الجليلي عجة، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، دراسة مقارنة، الجزء الرابع، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2015، ص 14-16.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة

- القانون المصري: عرف العلامة في قانون حماية الملكية الفكرية الصادر عام 2002 في نص المادة 63 منه "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا سلعة أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والإمضاءات، والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاووير والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أي بضاعة وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبة ضمانها، أو طريقة تحضيرها وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات".¹

ثانيا: تعريف تقليد العلامة

نقصد بالتقليد هو القيام بصنع الشيء سواء كان هذا الصنع متقنا أو بدون موافقة مالكة. ولم يتطرق المشرع الجزائري في القانون 04-02 إلى وضع تعريف خاص بالتقليد، إلا أنه بالرجوع إلى المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، والتي يمكن أن نستنتج منه تعريف المشرع للتقليد، حيث نص على أنه كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، وعرفه الفقه بأنه تقريب الشبه بين العلامة المقلدة والعلامة الحقيقية من شأنه إحداث اللبس بينهما، بحيث يصعب على جمهور المستهلكين التفرقة بين كلا منهما، كما عرفته المحكمة العليا بأنه التشابه الموجود بين علامتين موضوعيتين على نفس المنتوج، ومن شأن هذا التشابه أن يحدث لبسا أو ضياعا عند المستهلك متوسط الانتباه.²

فالمشرع الجزائري أدخل ضمن جنحة التقليد كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية التي حولها المشرع الجزائري لصاحب العلامة المسجلة فلم يعد جرم التقليد مقتصرًا على صنع علامة مشابهة، ولم يعد جرم التزييف يدل على الاحتيال والذي يقوم به المجرم ليصنع علامة تتطابق بشكل كبير مع علامة أصلية، ولا جرم التزوير الذي يقوم به الفاعل بمحاكاة عناصر أساسية في علامة معينة مع إضافات فرعية جانبية من أجل خداع المستهلك، فكل تلك الأفعال جعلها المشرع الجزائري تخضع لتكليف واحد وهو جنحة التقليد ما دام أنها تمثل جميعا مساسا بحقوق صاحب العلامة في احتكار استغلال علامته.³

¹ عدنان غسان برانيو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012، ص19.

² أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2016، ص 104.

³ وليد كحلول، مرجع سابق، ص 171.

ثالثاً: صور تقليد العلامة

تتمثل صور تقليد العلامة في تقليد العلامة بالنقل وتقليد العلامة بالتشبيه.

1- **تقليد العلامة بالنقل:** يقصد بتقليد العلامة نقلاً مطابقاً، أو نقل بالأجزاء الرئيسية منها، بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية، فالتقليد بالنقل هو اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنها العلامة الأصلية للمنتوج. وبناء على ما تقدم فإن التقليد يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية إذ يعد الشخص بأنه قلد علامة إذا صنع العلامة أو أية علامة قريبة الشبه منها صورة تؤدي للانخداع والتضليل.

2- **تقليد العلامة بالتشبيه:** يعد جريمة التقليد بالتشبيه الجريمة الأكثر حضوراً إن لم نقل الجريمة الوحيدة المتداولة في الاجتهاد القضائي الجزائري، ويبدو أن الأمر السابق المتعلق بالعلامات والمعنى كان لا يستهدف في مقتضياته الجزائية إلا المعاقبة على هذه الجريمة وحدها، ونعلم أن الأصل في العلامة أن تكون وسيلة لتمييز سلع الجريمة والخدمات عن غيرها المماثلة لها، لذا يجب أن تكون مختلفة ومتباينة فيما بينها حتى ترفع اللبس، ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل، ومن أجل ذلك يجب تقدير ما إذا كان للعلامة خاصية مميزة على غيرها أم لا، فلا عبرة باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه العلامة الأخرى، بل العبرة بالصورة العامة التي تتطبع في ذهن نتيجة لتكوين الصور والحروف والرموز مع بعضها، والشكل الذي تبرز به في علامة أو أخرى بغض النظر عن العناصر التي تركبت منها وكما إذا كانت الواحدة تشترك في جزء أو أكثر.¹

الفرع الثالث: تقليد المنتوجات

يتم تقليد المنتوجات عن الشكل الخارجي الذي يعرض به أو عن طريق الاعتماد على الشكل الخارجي للمنتوجات المنافسة، مما يؤدي إلى خلق الالتباس بين المنتوجات في ذهن المستهلك العادي قصد كسبه وصرفه عن العون الاقتصادي المنافس وبذلك يعتبر من قبيل المنافسة غير النزيهة.² وغالباً ما يتم تقليد المنتوجات عن طريق اعتماد الشكل الخارجي للمنتوجات المنافسة، أو الشكل التجاري الذي تعرض به، وهذا قصد كسب زبائن وصرفهم عن العون المنافس بطرق غير نزيهة، هذا مما جعل الفقه والقضاء في فرنسا يجمع على إدانة التقليد الكامل أو الحرفي، باعتباره وسيلة لإيقاع الجمهور في الالتباس وجعله يخلط بين المنتوجات، مما يشكل منافسة غير مشروعة.³

¹ وليد كحلول، مرجع سابق، ص 173.

² أحمد خديجي، مرجع سابق، ص 108.

³ جوزيف نخلة سماحة، مرجع سابق، ص 185.

خلاصة الفصل

بعد ما تطرقنا في هذا الفصل الى مفاهيم المنتوج والمنافسة غير المشروعة، استنتجنا أن المشرع تطرق لمفهوم المنتوج والمنافسة غير المشروعة سواء كان المنتوج الاستهلاكي أو الصناعي أو السلع في عدة نصوص قانونية منها ما نص عليه صراحة ومنه ما نص عليه بطرق غير مباشرة.

لكن المنافسة غير المشروعة لم ينص لمفهومها صراحة لكنه لمح لها في عدة نصوص ووصفها بممارسة غير أخلاقية ومخالفة للنزاهة.

وهذا ما يعاب على التشريع الجزائري أنه لم يخص المنافسة غير المشروعة بنصوص خاصة ولا الدعوى الخاصة بها، رغم أهميتها في ميدان التجارة الحرة والمنافسة النزيهة.

الفصل الثاني

الحماية القانونية للمنتوج

من المنافسة غير المشروعة

الفصل الثاني

الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

لقد خص المشرع الجزائري حماية قانونية خاصة لحماية المنتوج من المنافسة غير المشروعة سواء كانت هذه الحماية حماية مدنية بدعوى المنافسة غير الشرعية أو حماية جزائية تنتج عنها عقوبات جزائية هامة. لهذا تطرقنا في هذا الفصل إلى الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة، حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول يتضمن الحماية المدنية المتمثلة في دعوى المنافسة غير المشروعة والمبحث الثاني المتمثل في دعوى التقليد الجزائية وهذا ما سنتطرق له بهذا الفصل بالتفصيل.

المبحث الأول: الحماية المدنية

إن الحقوق مهما كانت تعطي لأصحابها وملاكها حقا استثنائيا باستعمالها واستغلالها، وترتب التزاما قبل الكافة باحترامها وعدم الاعتداء عليها، ولهذه الحقوق أهمية اقتصادية ودور فعال في مجال المنافسة التجارية، إذا يسعى أصحابها الى تحقيق أكبر ربح عن طريق جذب الجمهور، ويحق لأصحاب هذه الحقوق حماية حقوقهم عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة كحماية مدنية، وهو ما نتطرق له في هذا المبحث.

المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة

الممارسات المخالفة للأعراف التجارية النظيفه، والتي يتعدى من خلالها عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين اخرين، تعتبر الوسائل غير المشروعة التي يقوم بها التاجر المنافس في سبيل الضرر بمنافس اخر، عمل غير مشروع يترتب عليه تعويض الضرر، والكف عن الاستمرار في هذا العمل يكون عن طريق مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة، وبالتالي فإن دعوى المنافسة غير المشروعة توفر الحماية القانونية لجميع المراكز القانونية، ومعنى ذلك أنه يحق لأصحاب الحقوق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة على كل من اعتدى على هذه الحقوق سواء كانت مسجلة ام لا.¹

وما تجدر اليه الإشارة هو تحديد طبيعتها القانونية وأركانها وإجراءات تحريكها.

الفرع الأول: الطبيعة القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة

انقسم الفقه بصدد تحديد الطبيعة القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة الى فئتين:

- الفئة الاولى: تعتقد باستقلاليتها عن غيرها من الدعاوى، أي ان دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى مستقلة بذاتها.
- الفئة الثانية: تذهب الى الاعتقاد بأن دعوى المنافسة غير المشروعة شكل من دعوى المسؤولية التقصيرية.

أولاً: دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى مستقلة بذاتها

يقف الفقيهان الفرنسيان Ripert و Roubier، موقفاً ينظرا من خلاله إلى دعوى المنافسة غير المشروعة على أنها مستقلة بذاتها عن غيرها من الدعاوى، لا سيما دعوى المسؤولية التقصيرية، ومرد هذه الخصوصية الاعتقاد بأن غاية دعوى المنافسة غير المشروعة ليس جبر الضرر مثلما هو الحال بالنسبة لدعوى المسؤولية التقصيرية، وإنما استرجاع عنصر الزبائن باعتباره من ضمن عناصر المحل التجاري، ومعاقبة

¹ حليلة بن دريس، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية الملكية الصناعية والتجارية، مجلة دراسات قانونية، المجلد 10، العدد 21، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلعباس، أوت 2014، ص 42.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتج من المنافسة غير المشروعة

المؤسسة المتنافسة عن الممارسات المتنافية مع نزاهة الممارسات التجارية والكف عنها، وينظر أصحاب هذا الاتجاه إلى أنّ دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى مستقلة بذاتها، حيث لا بدّ من النظر إليها بأنّها ظاهرة لم يُعرّفها القانون من قبل تحتاج إلى إيجاد نظام قانوني خاص جديد يناسبها، ومنه يمكن اعتبار الطبيعة الواقعية لهذه الظاهرة تتمثل في كونها ارتكاباً لأفعال مادية حظر القانون ارتكابها لإضرارها بعملاء الغير.¹

ثانياً: دعوى المنافسة غير المشروعة شكل من دعاوى المسؤولية التقصيرية

يذهب أنصار هذا الموقف لاسيما الفقيه Blaise، إلى أن ما يقوم عليه الموقف الأول قاصر بالنظر إلى أن عنصر الزبائن لا يمكن أن يكون مختلطاً بالمحل التجاري، بل مجرد عنصر من عناصره قابل للتغيير بحيث لا يرتبط الزبائن به إلا ارتباطاً مؤقتاً، ويتعلق ارتباطها بالممارسات التجارية غير النزيهة، إلا أن هذه الخصوصية لا تكون مسوغاً للقول باستقلاليتها عن دعوى المسؤولية التقصيرية، وهو الموقف الذي يدعمه القضاء الفرنسي الذي يخضع دعوى المنافسة غير المشروعة لنص المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية.²

هذا ما ذهب إليه التشريع الجزائري كذلك باعتماد المسؤولية التقصيرية، على أنها المسؤولية التي تترتب على ما يحدثه الشخص من ضرر للغير بخطئه فهي جزء الانحراف عن سلوك الشخص العادي، ويتبين هذا من خلال المادة 124 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: "كل فعل أيا كان يرتبه الشخص بخطئه...".³

أي يعني الشخص مسؤول عن الخطأ الذي يترتب عن فعله أي كان هذا الفعل.

الفرع الثاني: أركان دعوى المنافسة غير المشروعة

لتحقق دعوى المنافسة غير المشروعة موضوعياً يشترط توافر أركان المسؤولية التقصيرية كل من الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما.

¹ خير عبد الرحمن الصمادي المنافسة غير المشروعة ووسائل الحماية منها، (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير في القانون، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، قسم الدراسات القانونية، جامعة ال البيت، 2004، ص 307.

² عبد الحميد الديسطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون، المنصورة، مصر، 2010، ص 462.

³ المادة 124 من الامر 75 - 58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 78، صادرة في 30 سبتمبر 1975.

أولاً: الخطأ

يعرف الخطأ هنا كسلوك غير مشروع على انه كل ممارسة مخالفة للأعراف والتقاليد التجارية النزيهة، انه بمثابة غلط في السلوك أو انحراف عن السلوك القويم، ويتمثل الخطأ بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة والقائم على أساس المسؤولية التقصيرية، في الممارسات غير النزيهة والمخالفة للأعراف التجارية سواء مقصوداً أو ناجم عن عدم حيطة وحذر.

ويعتبر الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة بمثابة عمل ضار ومسألة إثباته مسألة معقدة نوعاً ما لأن الأصل في المنافسة الحرية والنزاهة.

الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يتطلب أن تكون هناك منافسة بين شخصين وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة، ومن هذه الناحية يتحدد الخطأ في كل سلوك مخالف لمبادئ الأمانة والشرف والاستقامة والنزاهة والشفافية التجارية، ويفترض في الخطأ بصدد هذه الحالات عندما يكون غرض المنافس جذب زبائن العون الاقتصادي المنافس وإغرائهم بوسائل وطرق منافية للنزاهة والأعراف التجارية وعلى نحو غير شرعي.¹

والمقصود بالخطأ في هذا المقام هو الذي أنجر عنه ضرراً للغير فأوجب إصلاحه، والخطأ هنا يستلزم توافر عنصرين وهما:

- ضرورة وجود منافسة؛

- عدم مشروعية المنافسة.

وله أركانه هي:

- الركن المادي: وهو التعدي ومقياسه موضوعي لا ذاتي؛

- الركن المعنوي: وهو الإدراك ذلك أن هذا الأخير مناط المسؤولية.

يكون المدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة ملزماً بإثبات خطأ منافسه المتمثل في إتيانه عملاً من الأعمال غير المشروعة في مجال التجارة، إلا أن الأصل في التجارة هو مشروعية المنافسة بين التجار وعلى من يدعي خلاف ذلك اعمالا للقواعد العامة في الإثبات.

والملاحظ في هذا الإطار أن دعوى المنافسة غير المشروعة وإن كانت من صور المسؤولية التقصيرية عموماً فهي تتميز عنها الى حد بعيد بمجموعة من الخصائص أبرزها أن الخطأ في هذه الدعوى له طبيعة خاصة.

¹ الجليلي عجة، براءة الاختراع (خصائصها وحمايتها) دراسة مقارنة، الجزء الثالث، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2015، ص 384.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

ذلك أن سوء النية أو قصد الإضرار لا يشترط اقترانه بخطأ المدعي عليه للقول بوجود عنصر الخطأ، بل يكفي مجرد الانحراف عن السلوك المنتظم وفق قواعد أو أعراف التجارة والمنافسة المشروعة، ولو لم يكن ذلك منه معتمدا.¹

ويعد الخطأ احد أهم عناصر دعوى المنافسة غير المشروعة، وهو كل عمل يتعارض مع القانون والأعراف والاستقامة التجارية، كبث الشائعات والادعاءات الكاذبة التي من شأنها تشويه السمعة التجارية للمنافس أو استخدام وسائل تؤدي إلى اللبس أو الخلط بين الأنشطة التجارية.²

لهذا يذهب بعض الفقه في هذا المجال إلى القول أنه لا يستدعي تحقق الخطأ أن يصدر بقصد الإضرار بالمنافس، بل يكفي أن يكون ناتجا عن إهمال، لذلك لا يعتبر سوء نية المعتدي عنصر أساسيا لقيام ركن الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة.³

ثانيا: الضرر

هو الأذى الذي يصيب الشخص من جراء المساس بحق من حقوقه أو إخلال بمصلحة مشروعة سواء كانت مادية أو أدبية.

يتمثل الضرر في فقدان العون الاقتصادي المتضرر لميزة اقتصادية جراء الخطأ الذي أتاه العون المسؤول عن الخطأ، مثل فقدان الزبائن كتحويلهم من طرف العون المنافس لمصلحته بدون وجه حق، والذي يترجم بانخفاض في رقم أعماله، كما يمكن أن يتحقق الضرر من خلال حرمان العون الاقتصادي المتضرر من إمكانية رفع عدد الزبائن، والذي يؤدي بالضرورة إلى رفع رقم أعماله، وهو ما يقابل في النظرية العامة تفويت الفرصة أو تفويت مكسب، على أن يكون في ذلك محقق الحدوث، وهذا ما يرجع بالضرر على منتوج العون الاقتصادي.

كما أن خصوصية دعوى المنافسة غير المشروعة قد تظهر في هذه الحالة بالنظر، ويتضمن القرار القضائي الكف عن المنافسة غير المشروعة، وليس مجرد التعويض عن الضرر، ولهذا لا تتحقق المسؤولية إلا بوجود شرط الضرر ويقع إثبات الضرر على عاتق المدعي، ويكون هذا الضرر مادي كاستعمال طرق

¹ احمد شكري السباعي، الوسيط في القانون التجاري المغربي والمقارن، مطبعة المعارف الجديدة، الجزء الثالث، الرباط، 1993، ص 454.

² حليلة بن دريس، مرجع سابق، ص 45.

³ حليلة بن دريس، نفس المرجع، ص 47.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

ووسائل بطريقة غير مشروعة من خلال المساس بسمعة صاحب المنتج أو العون الاقتصادي ويشترط في الضرر وقوعه الفعلي أو أنه وشيك الوقوع وبصفة مؤكدة، ولا يهم حجم الضرر سواء أكان تافهاً أو جسيماً.¹ ويتمثل الضرر في مجال المنافسة غير المشروعة في فقد عملاء المنافس باستعمال وسائل غير مشروعة من طرف التاجر المرتكب للأعمال غير المشروعة، سواء توجيه العملاء الى فائدة مرتكب تلك الاعمال أو غيره من التجار، كما يستوي أن يكون الضرر مادياً أو معنوياً، كبيراً أو ضئيلاً، كما يمكن ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة ولو لم يتحقق الضرر بل يكفي ان يكون احتمالياً، ومثال ذلك شخص قلد منتجاً ولكن لم يطرحه في السوق، في هذه الحالة تقوم المسؤولية بدون حدوث الضرر، فتترتب المسؤولية لمجرد النوايا السيئة ولو لم تبرز نتائجها إلى الوجود، فقد ورد هذا الحكم في نص المادة 182 من القانون المدني الجزائري.

فقد يحصل الضرر في المستقبل لأن القضاء يفترض وقوع الضرر لمجرد حصول المنافسة غير المشروعة، ويستخلص القاضي أفعال المنافسة غير المشروعة من قيام وقائع يكون من شأنها إلحاق الضرر بالمدعي، فإن مجرد الضرر الاحتمالي كاف لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة، لأن عنصر الخطأ له أهمية كبيرة وهو العنصر الضروري والكافي لدرجة أنه يستغرق العنصر الثاني المتمثل في الضرر وبالتالي يجعل إثباته غير ضروري.

فالضرر إذا هو تحول العملاء (الزبائن) عن متجر المدعي وانصرافهم عنه نتيجة الوسائل غير المشروعة التي قام بها المدعي عليه وهذا ما يعرف بالضرر المادي، ولكن على المدعي أن يثبت أنه تضرر جراء هذا التحويل.²

ثالثاً: العلاقة السببية

تعد رابطة السببية الركن الثالث في دعوى المسؤولية أي دعوى المنافسة غير المشروعة، ويقصد بها أن الضرر الحاصل كان نتيجة الخطأ الذي ارتكبه المدعي عليه، وعلى التاجر المتضرر أن يقيم الدليل على ارتكاب فعل المنافسة غير المشروعة ثم على الضرر الذي لحق به، وعليه أيضاً أن يثبت أن هذا الضرر كان نتيجة مباشرة الخطأ المرتكب ويكون ذلك بكافة طرق الإثبات، إلا أن الامر يكون أكثر صعوبة في حالة إثبات علاقة السببية في الضرر المحتمل.³

¹ جيلالي عجة، براءة الاختراع (خصائصها وحمايتها)، مرجع سابق، ص 384.

² مباركي ميلود، مرجع سابق، ص 230.

³ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة الملكية الصناعية، دراسة مقارنة، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الاردن، 2007، ص 125.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

ولا يكفي في قيام المسؤولية حصول ضرر لشخص، ووقوع خطأ من شخص آخر، بل لابد أن يكون هذا الخطأ هو السبب المباشر في حدوث الضرر وإلا انعدمت المسؤولية، وعليه فإنه لا يكفي أن يكون الخطأ هو السبب الذي ترتب عليه الضرر، بل يجب أن يكون هو السبب المباشر وكذلك السبب المنتج، وهي العلاقة التي تربط بين الركن الأول (الخطأ) والركن الثاني (الضرر)، وهذا ما ذكرته المادة 124 من القانون المدني ومفاد ذلك أن وجود خطأ من جانب المدعي عليه وإلحاق ضرر بالمدعي (المضرور) لا يكفيان لقيام المسؤولية، بل لا بد من وجود علاقة بين الخطأ والضرر، أي أن يكون الخطأ هو الذي انشأ الضرر الذي يدعيه المضرور، وبعبارة أخرى يجب أن يكون خطأ المسؤول (المدعي عليه) هو المتسبب في الضرر الذي أصاب الضحية.¹

إن الرابطة السببية تقتضي في الأساس أن يكون هناك تشابه أو تماثل بين نشاط كل من مرتكب الفعل غير المشروع والشخص المتضرر منه، أي أن يباشر كل من المدعي والمدعي عليه نفس النشاط التنافسي أو يشابهه كثيرا، ويقدم للزبائن منتوجات ذات نماذج متماثلة أو علامات متشابهة، ولذلك فإن الاستغلال المماثل أو على الأقل المشابه هو الذي يؤدي إلى أن تجد دعوى المنافسة غير المشروعة طريقها إلى الوجود رغم وجود أحكام قضائية مختلفة في هذا المجال.

الفرع الثالث: تحريك دعوى المنافسة غير المشروعة

إن الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على صاحب الحق فقط بل يمتد ليشمل كل شخص أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية تهدف إلى تعويض أي ضرر ناشئ عن الفعل الضار، وعليه تقبل الدعوى من كل من أصابه ضرر سواء المالك أو شخص آخر.²

لهذا منح المشرع الجزائري لكل شخص يمارس نشاطا تنافسيا الحق في رفع دعوى للفصل في موضوع المسائل بحقوقه، وذلك بمجرد إثباته أن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا، أي أنه لا يشترط لقبول دعوى أن يكون الضرر فعليا ويكفي الضرر الاحتمالي وهذا ما يميز دعوى المنافسة غير المشروعة، كأن تكون مثلا علامة تجارية قيد التقليد الوشيك حتى ولو لم تقلد وتوزع بعد، والأصل أن رافع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية أو الاسم التجاري فقط، بل مالك أي منتوج عامة، طالما أن القانون منح له حق الحماية عن طريق اللجوء الى الدعوى، ومن ثم فإن دعوى المنافسة غير المشروعة حق لكل من

¹ علي فيلاي، الالتزامات، الفعل المستحق للتعويض، الطبعة الثانية، الجزائر، ص 312.

² زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 129.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة، سواء كان المنتج أو الموزع أو الصانع أو أي عون اقتصادي آخر، فهؤلاء لهم الحق في رفع دعوى تعويض على الأضرار اللاحقة بهم.¹

ولتحريك دعوى المنافسة غير المشروعة نتطرق إلى مسائل هي:

- أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة أو ما يعرف بالمدعي والمدعي عليه؛
- الجهة المختصة بنظر الدعوى أي المحكمة المختصة بنظر دعوى المنافسة غير المشروعة.

أولاً: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة

يتضح مما سبق بأن لكل شخص له مصلحة شخصية مباشرة الحق في المطالبة بالتعويض الناجم عن المنافسة غير المشروعة رفع دعوى، ويجب إقامة الدعوى ممن له صفة بذلك، وتقام هذه الدعوى على مرتكب الفعل سواء قام به شخصياً أو قام به من كان له عليه سلفه في رقابته وتوجيهه كالتاجر أو المتنافس أو على الذين يعملون معهما إذا تسببوا بأي فعل من الأفعال المنافسة غير المشروعة في حالة تأدية وظائفهم، كما تقام على الشريك بشرط أن يكون عالماً بالفعل أو كان في مقدوره العلم، كما أنه في حالة تعدد الفاعلين المشتركين في دعوى المنافسة غير المشروعة فإنهم يكونون مسؤولين بالتضامن عن دفع التعويض.²

والقاعدة العامة أن للدعوى طرفان هما المدعي والمدعي عليه.

1- المدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة

هو كل شخص لحقه ضرر من جراء الاعتداء على حقه، سواء كان المالك أو المرخص له وهو صاحب الحق.

لا تقبل الدعوى إلا من المتضرر مادياً أو شخصياً سواء كان معنوياً أو طبيعياً والمدعى هو كل شخص لحقه ضرر من عمل المنافسة غير المشروعة، وفي حالة تعدد المتضررين يمكن رفع هذه الدعوى من طرف كل متضرر على حدى أو من طرف مجموع المتضررين إذا كانت تجمع بينهم مصلحة مشتركة.³

ويحق أيضاً للشخص الاعتباري رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، ويجوز أن ينتقل هذا الحق إلى من أضرت بهم الجريمة كالورثة بواسطة ممثليهم القانونيين، ويشترط الأهلية والصفة في المدعي، وإذا كان الشخص قاصراً (المتضرر) فينوبه وليه وإذا كان الشخص معنوي فيرفع هذه الدعوى الممثل القانوني للشركة

¹ ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 180.

² إيناس مازن فتحي الجيارين، مرجع سابق، ص 76.

³ عماد حمد محمود الإبراهيم، الحماية المدنية لبراءة الاختراع والأسرار التجارية (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ص 142.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

ولا يشترط أن تسند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى حق لإقامتها بل يكفي لإقامتها أن تستند إلى مركز موضوعي أو مصلحة اقتصادية.

- الشروط الواجب توفرها في المدعي:

كل شخص تضرر من فعل منافسة غير مشروعة بإمكانه رفع الدعوى، وككل دعوى قضائية لكي يتم رفعها يجب أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط وهي شروط ممارسة الدعوى، ومما جاء في المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية ما يلي: " لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون...".¹

الصفة: لا تمنح الحماية القضائية إلا لصاحب الحق أو المركز القانوني المعتدى عليه، وهي تمنح بواسطة وسيلة قانونية، تسمى بالدعوى القضائية، وتبعاً لذلك يجب أن تنسب الدعوى إيجاباً لصاحب الحق في الدعوى، وسلباً لمن يوجد الحق في مواجهته، ويعبر عن هذا الشرط بأنه يجب أن ترفع الدعوى من ذي صفة على ذي صفة، بحيث يجب أن يقع التطابق بين المركز القانوني للشخص رافع الدعوى أي المركز القانوني للمدعي وهو صاحب الحق أي المركز القانوني للمعتدى عليه، وتطابق المركز القانوني للمدعي عليه، وهو المركز القانوني للمعتدى على هذا الحق.

لا يسمح برفع الدعوى أمام الجهات القضائية المختصة إلاّ لأشخاص سواء كانت طبيعية أو معنوية تتمتع بصفة التقاضي، حيث قام المشرع الجزائري بتحديد قائمة هذه الأشخاص، وبالتالي لا يتصور رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ممن فقد هذه الصفة، فمثلاً لا ترفع الدعوى ممن أصابه عارض من عوارض الأهلية، أما بالنسبة للأشخاص المعنوية فلا تقبل الدعوى من المؤسسة التي فقدت صفتها كمؤسسة أو التي تم شطبها من السجل التجاري أو الجمعية التي يسحب منها اعتمادها، وأياً هيئة لا تمارس المهام التي كلفت بها قانوناً لا تتمتع بحق رفع الدعوى.²

المصلحة: تمثل المصلحة الشرط الثاني الذي أقرته المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية وذلك بقولها حين عبرت عليه: " لا يجوز لأي شخص التقاضي، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون ..."، والقضاء لا يحمي إلا المصالح التي يقرها القانون، وبالتالي فإن المصالح التي لا يقرها القانون، فلا يتدخل القضاء لحمايتها، وتبعاً لذلك فلا يتوقف الأمر على قبول الدعوى وجود الحق أو المركز

¹ المادة 13 من القانون رقم 08 - 09 المؤرخ في 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية، العدد 21، الصادرة بتاريخ 28 فبراير 2008.

² جلال مسعد، تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 326.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

القانوني من الناحية الواقعية، بل يقصد به أن يعترف القانون بالحماية القانونية المجردة لنوع الحق أو المركز القانوني، والمسألة الأولى التي يتأكد منها القاضي، هي ما إذا كان ما يدعيه المدعي من الحقوق أو المراكز القانونية يحميه القانون أم لا، ويجب أن تكون هذه المصلحة قائمة وحالة.

يشترط لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون لمن يدعي حقا أن تكون له مصلحة في ذلك كالتعويض عن الضرر أو دفع الاعتداء لحماية حقه الشخصي أو العيني من الاعتداء المحقق أو المحتمل وفي ذلك أقر المشرع الجزائري في نهاية الفقرة الأولى من المادة 44 أنه لا يحق للجهات التي حددها في المادة 35 من الامر رقم 03 - 03.¹

إخطار مجلس المنافسة إلا إذا كانت لها مصلحة في ذلك، وعليه وتطبيقا لنص المادة 44 فإنه بإمكان هذه الجهات إخطار المجلس فيما يرتبط بالمصالح التي كلفت بها، وإذا ثبت أنه ليس لهذه الجهات مصلحة في ذلك فإن المجلس يرفض الإخطار.²

وبالتالي يشتمل مصطلح أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة استنادا إلى القواعد العامة على المدعي من جهة، إذ لا يحق لغير المتضرر من جراء أفعال المنافسة غير المشروعة بإقامة دعوى لحماية حقوقه الشخصية والمعنوية، والمدعى عليه أو عليهم من جهة ثانية، ولا يجوز رفع دعوى المنافسة غير المشروعة إلا على من ارتكب فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة والتي هي منافية للقوانين ومخالفة للعادات التجارية والنزاهة والشرف وثبتت مسؤوليته، سواء كان مسؤولا عن فعله الشخصي أو كان مسؤولا عن فعل الغير، أو عن فعل الأشياء التي تقع تحت حراسته، غير أنه في المسؤولية عن عمل الغير، لا يجوز رفع الدعوى على المسؤول دون إدخال المسؤول الأصلي كما يمكن للمسؤول عن عمل الغير إدخال المسؤول الأصلي ليضمن رجوعه إليه، وقد يحل محل المسؤول خلفه العام (وهم الورثة)، فالمضرور يستطيع رفع الدعوى على الورثة أو على أحدهم، وفي ذلك ما جاء في المادة 126 من القانون المدني الجزائري، بمعنى أن للمتضرر حق على أي من المسؤولين عن كل ضرر وعلى من دفع التعويض أن يرجع على الباقيين كل بقدر نصيبه، سواء قسم القاضي التعويض بالتساوي أو قسّمه على المسؤولين كل حسب ما ارتكبه من خطأ.³

¹ المادة 35 من الامر رقم 03 - 03، مرجع سابق.

² جلال مسعد، مرجع سابق، ص 327.

³ محمود جلال حمزة، العمل غير المشروع باعتباره مصدر الالتزام بالقواعد العامة والقواعد الخاصة، دراسة مقارنة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص 144.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

والأصل في الدعوى القضائية عموماً أن يرفعها كل ذي مصلحة، وبخصوص دعوى المنافسة غير المشروعة فلا يتصور أن يتضرر من المنافسة غير المشروعة إلا العون الاقتصادي المتضرر، والذي يهدف القانون لحمايته، مثل أن يتعرض لتشويه سمعته من طرف عون اقتصادي منافس، على اعتبار أن تشويه سمعة عون منافس صورة من صور المنافسة غير المشروعة، إلا أنه يشترط لهذا الخصوص في المتضرر أن تتوفر فيه صفة التاجر، حيث تكون العبرة بممارسة نشاط اقتصادي مهما كانت طبيعته، فيدخل في هذا الإطار ممارسو المهن الحرفية على الرغم من عدم اكتسابهم صفة التاجر متى ثبت ارتباطهم بالسوق المعني، وتأثرهم اقتصادياً بممارسات العون الاقتصادي للمنافسة غير المشروعة تنافسياً، غير أنه لا يمكن للأشخاص غير المعنيين بالسوق محل المنافسة رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، مثلما هو الشأن بالنسبة للعمال الأجراء للعون الاقتصادي المتضرر، والأمر ذاته بالنسبة لزيائن هذا الأخير أو المستهلكين بوجه عام.¹

2- المدعي عليه في دعوى المنافسة غير المشروعة:

هو كل شخص مرتكب للفعل الضار أو المسؤول عنه، وقد يكون شخصاً أو عدة أشخاص وقد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً، وفي حالة التعدد يمكن توجيه دعوى المنافسة غير المشروعة ضدهم جميعاً بصفة تضامنية.

والمدعى عليه قد يكون متهم أصلي أو شريك (كالشريك في الشركات التجارية)، وبالتالي فإن دعوى المنافسة غير المشروعة ترفع ضد المنافس الذي ارتكب فعل المنافسة غير المشروعة، وكذلك ضد كل من اشترك معه في الفعل شريطة علم الأخير بعدم مشروعية الفعل أو أنه كان بإمكانه أن يعلم، كما يسأل المنافس عن الضرر الذي يسببه تابعيه الذين يستعين بهم في ممارسة نشاطه الصناعي أو التجاري طالما وقع فعلهم غير المشروع حال تأديتهم وظيفتهم أو بسببها.²

ويعدّ هذا الفعل للمنافسة غير المشروعة فعلاً تقصيرياً يستوجب مسؤولية فاعله عن تعويض الضرر المترتب عليه، ويعدّ تجاوز حدود المنافسة المشروعة ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات، ويشترط لتقوم مسؤولية المدعي عليه أن ينجر ضرراً عن الفعل الخطأ الذي أتاه من خلال التعسف في استعمال الحق في المنافسة، وبالرجوع إلى أحكام القانون 03 - 03، والقانون 04 - 02، وكل القوانين المتعلقة بالمنافسة وحتى الاتفاقيات التي تعتبر جزءاً من التشريع الداخلي لكل دولة، فإنه يكون مشمولاً بأحكام هذه التشريعات جميع الأشخاص الطبيعيين والمعنويين

¹ محمود جلال حمزة، المرجع السابق، ص 145.

² عماد حمد محمود الإبراهيم، مرجع سابق، ص 142.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

سواء كانوا متوفرين أم لا على مقر أو مؤسسات بمقرات محددة بمجرد ما يكون لعملياته وتصرفاته أثر على المنافسة في السوق أو جزء مهم من هذه السوق أو أثر على منافسيهم أو على المستهلكين وكل من له علاقة بالسوق التنافسية، أو حتى كان لتصرفهم هذا ضررا بالاقتصاد الوطني فقد يكون المدعى عليه شخص من أشخاص القانون العام، كإبرام صفقة عمومية قد تؤدي إلى الإضرار بالدولة، فيكون بذلك المسؤول عن إبرام الصفقة مسؤولاً، ويؤسس كطرف في الدعوى يحميها القانون فمثلا لا يشترط أن يكون المدعي في هذه الدعوى مالكا للعلامة التجارية أو لبراءة الاختراع المهتدة بالاعتداء، بل يكفي أن يكون وكيلا تجاريا للمالك أو الموزع أو مورد للبضاعة التي تحمل تلك العلامة أو براءة الاختراع.¹

ثانيا: الجهة المختصة بنظر الدعوى

يحق لكل مضرور من عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى ضد مرتكب هذه الأعمال ككل دعوى مرفوعة، لكن لا بد من الالتجاء إلى المحكمة المختصة بالفصل في الدعوى وهو ما يقصد بالاختصاص.

تعتبر المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوى المنافسة غير المشروعة، وجب أن تكون مختصة سواء كان اختصاصها نوعيا أو إقليميا (محليا)، وهو نوعان اختصاص نوعي واختصاص إقليمي (محلي).

1- الاختصاص النوعي

إن فيما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة للفصل في الدعوى فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية والمتمثلة كأصل عام في نص المادة 32 والتي تنص على:

"المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام يمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة. تفصل المحكمة في جميع القضايا، لا سيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا. تتم جدولة القضايا أمام الأقسام حسب طبيعة النزاع. غير أنه في المحاكم التي لم تنشأ فيها الأقسام، يبقى القسم المدني هو الذي ينظر في جميع النزاعات باستثناء القضايا الاجتماعية...".²

لهذا نقول ان الجهة المختصة نوعيا للفصل في الدعوى هي المحكمة غير أن العمل جرى على تخصيص أقسام في المحاكم وكل قسم مختص بمنازعات محددة، فمثلا القسم التجاري يختص بالمنازعات التجارية.

¹ عماد حمد محمود الإبراهيم، المرجع السابق، ص 143.

² المادة 32 من القانون رقم 08 - 09، مرجع سابق.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

تعتبر أعمال المنافسة غير المشروعة أعمالا تجارية بالتبعية، لذلك يعد القسم التجاري للمحكمة هو المختص للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة.

إن جعل المحاكم ذات اختصاص نوعي للفصل في القضايا المتعلقة بالعلامات التجارية أهمية بالغة تكمن في مايلي:

- من حيث الأطراف يجوز لأي خصم الدفع بعدم الاختصاص النوعي، وهذا يشمل حتى الخصم الذي رفع الدعوى على خلاف قاعدة من قواعد الاختصاص النوعي، ويجوز للمتدخل في الخصومة أن يدفع بعدم الإختصاص، على النيابة العامة إذا كانت ممثلة في الدعوى بصفتها طرفا منضما أن تلت نظر المحكمة إليه ولو لم يدفع به الخصوم، وتقضي المحكمة من تلقاء نفسها بعدم اختصاص، ولا يجوز للخصوم الاتفاق على مخالفة قواعد الاختصاص النوعي أو التنازل عنها؛

- من حيث المواعيد يمكن إثارة الدفع المتعلق بالنظام العام في أية مرحلة تكون عليها الدعوى ويتم ذلك حتى ولو قدم لأول مرة أمام المحكمة العليا.¹

وقد استحدث المشرع الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم، وتختص الأقطاب المتخصصة بالنظر في قضايا التجارة الدولية، والإفلاس والتسوية القضائية والمنازعات المتعلقة بالبنوك ومنازعات الملكية الفكرية، والمنازعات البحرية والنقل الجوي ومنازعات التأمينات، وتحدد محاكم الأقطاب المتخصصة عن طريق التنظيم وتفصل الأقطاب المتخصصة في القضايا المطروحة أمامها بتشكيلة جماعية من ثلاثة قضاة وتكون أحكام المحاكم قابلة للاستئناف.²

2- الاختصاص الإقليمي (المحلي)

بالنسبة للإختصاص المحلي أو ما يعرف بالاختصاص الإقليمي فإنه يطبق نفس القواعد العامة للإختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وذلك لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعاوى في مجال حقوق الملكية الصناعية وخاصة دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد نصت المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على:

"يؤول الإختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة إختصاصها، موطن المدعى عليه، وإن لم يكن له موطن معروف فيعود الإختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها اخر موطن له، وفي حالة اختيار

¹ حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، 2012، ص 06.

² حسين فريجة، المبادئ الأساسية في قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص

موطن يؤول الإختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك".¹

نجد أن المشرع الجزائري قد خص المحكمة التي يقع بدائرة إختصاصها موطن المدعى عليه، ومعلوم أن موطن المدعى عليه هو مكان مزاولته للتجارة هذا إن كان شخصا طبيعيا، أما إذا كان شخصا معنويا فموطنه هو مقر الشركة.²

لهذا نعتبر الأصل بالنسبة للاختصاص القضائي بصدد دعوى المنافسة غير المشروعة أن ينعقد لمصلحة القسم التجاري بالمحكمة على اعتبار بأنها المختصة في نظر المنازعات التجارية حسب نص المادة 531 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، فالغالب على الأعوان الاقتصاديين أن تثبت لهم صفة التاجر، غير أن الاستثناء قد يتحقق في بعض الحالات التي يصبح فيها رفع الدعوى من قبل شخص لا يكتسب صفة التاجر، مثل الحرفيين، أو الشركات المدنية، أو أصحاب المهن الحرة، حيث يؤول الاختصاص في هذه الحالة للقسم المدني.

المطلب الثاني: الآثار المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة

متى توفرت شروط المنافسة غير المشروعة يمكن للمتضرر أن يرفع دعوى يطلب فيها وقف هذه الأعمال وكذلك منحه تعويضات مالية للضرر الذي أصابه. فبشأن الأعمال غير المشروعة، فإن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تكفي بجبر الضرر بل تتعداه إلى الوقاية منه ووضع حد لأي تصرف غير مشروع، أما بخصوص التعويضات فإنها تقوم على قاعدة التعويض الشامل وبكامل للأضرار التي تسبب فيها المدعي عليه بأعماله غير المشروعة، ويشمل هذا التعويض ما فات المدعي من كسب وما لحقه في خسارة وغالبا ما يستعين القضاة بالخبراء لتقدير التعويض والذين يعتمدون في ذلك على عدة مؤشرات من بينها:

- مستوى انخفاض المبيعات؛

- انخفاض رقم الأعمال؛

- أرباح المؤسسة المعتدية.³

فقد أعطى المشرع الحق لكل متضرر باللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعويض وذلك في حال تحقق ضرر، كما يمكن أن يأمر القاضي بوقف كل نشاط أو ممارسة من شأنها إلحاق أضرار بالمتعاملين

¹ المادة 37 من القانون رقم 08 - 09، مرجع سابق.

² وليد كحول، مرجع سابق، ص 239.

³ الجيلالي عجة، براءة الاختراع (خصائصها وحمايتها)، مرجع سابق، ص 387.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

والمستهلكين خاصة، لذلك سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى جزاء وقف الأعمال وكذا جزاء التعويض عن كل ممارسة غير مشروعة.

الفرع الاول: جزاء وقف أعمال المنافسة غير المشروعة

إن جزاء المنافسة غير المشروعة هو وضع حدّ للأعمال التي تشكّل منافسة غير مشروعة، حيث من المفروض أن تحكم المحكمة بإزالة العمل غير المشروع تأكيداً للقاعدة الفقهية (الضرر يزال)، ووقف العمل غير المشروع لا يعني إزالة الحرفة بصفة نهائية لأن ذلك لا يكون إلا في حالة المنافسة الممنوعة وحدها وإنما يقصد بذلك أن تقوم المحكمة باتخاذ الاجراءات اللازمة لمنع استمرار الوضع غير القانوني.¹

كما ان الحكم بوقف الأعمال يكون بهدف تجنّب وقوع ضرر عن تلك الأعمال غير المشروعة، لأنّ الضرر هنا احتمالي الوقوع أي ان الضرر لم يتحقق بصفة نهائية بعد، لذلك فإنّ حكم المحكمة هنا يقتصر على وقف الأعمال غير المشروعة على من ارتكب تلك الأعمال، إذ يلزمه القيام بعمل أو بالامتناع عن عمل من شأنه أن يؤدّي في كلتا الحالتين إلى منع وقوع هذه الأعمال إذا كانت لا تزال في صورة الأعمال التحضيرية أو منع استمرارها إذا كانت قد اكتملت.²

فقد يحدث استعمال علامة الغير المقلّدة ممّا يخلق اللبس في أذهان المستهلكين، فهنا يكون الجزاء الامتناع عن استعمال العلامة المقلّدة أو إضافة ما يميّز العلامة المشابهة بالأصلية ممّا يزيل ذلك الالتباس. كذلك في حالة التشهير بعون اقتصادي منافس والمساس بسمعته هنا سيكون الجزاء التوقف عن الاستمرار في إذاعة البيانات التشهيرية، أمّا إذا كانت أعمال المنافسة غير المشروعة تتعلق بمنافسة ممنوعة فإنّ الجزاء سيكون إنهاء هذه المنافسة بإغلاق المتجر الممنوع من تلك المنافسة.

فبالنسبة للمشرّع الجزائري لقد نص على جزاء وقف الأعمال في الأمر رقم 03 - 06، المتعلق بالعلامات من خلال المادة 26 التي يفهم من خلالها أنّه في حال ما إذا كان تقليد يرتكب على علامة مسجلة فهنا للجهة القضائية المختصة أن تأمر بوقف التقليد، اما إذا ثبت التقليد فهنا يمكن لصاحب العلامة المطالبة بالتعويض.³

¹ محمد محبوب، مرجع سابق، ص 09.

² خير عبد الرحمن الصمادي، مرجع سابق، ص 373.

³ المادة 26 من الأمر 03 - 06، مرجع سابق.

كذلك بالنسبة للأمر 03 - 07 المتعلق ببراءة الاختراع فقد جاءت المادة 38 بإمكانية الأمر بمنع مواصلة الأعمال التي تشكل اعتداء على براءة الاختراع، كما يمكن اتخاذ أي إجراء آخر من شأنه وقف تلك الأعمال سواء تعلق الأمر بالاعتداء على البراءة أو التعرض لصاحب الحق فيها.¹

الفرع الثاني: جزاء التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة

تقضي المحكمة في دعوى المنافسة غير المشروعة بالتعويض لجبر الضرر الذي وقع فعلاً، إذ تستجيب المحكمة للمدعي بطلب التعويض عما لحقه من أضرار ويتم تقدير التعويض وفقاً للضرر الذي لحق بالمدعي، وهناك من الفقه من اعتبر أن تقدير التعويض يكون على أساس فوات فرصة الكسب بحيث يأخذ القاضي هنا بتقديرين يوضح في أولهما ما كان سيؤول إليه مركز المضرور إذا ما تحققت الفرصة التي كانت لديه، ويحدد في التقدير الثاني قيمة الفرصة ذاتها أي درجة احتمال تحقيقها للكسب المأمول.²

وبالرجوع لأحكام القانون المدني فإن تقدير التعويض يعود لسلطة القاضي ذلك وفقاً لنص المادة 131 منه، كما أن طريقة التعويض تحدد من قبل القاضي تبعاً للظروف، فحسب المادة 132 قانون مدني تعويض الضرر يكون بالنقد تبعاً للظروف كما يمكن للقاضي أن يحكم ببعض الإعانات تتصل بالفعل غير المشروع.

أما فيما يخص أساس تقدير التعويض فيكون على أساس فوات فرصة الكسب وكذا على أساس الخسارة التي تلحق بالمضرور وفقاً للمادة 182 من القانون المدني.³

والتعويض عن أعمال المنافسة غير المشروعة يشمل الضرر المادي والمعنوي، فتعويض الضرر المعنوي يشمل كل مساس بالحرية والشرف والسمعة وفقاً للمادة 182 مكرر من القانون المدني، ومنه فإن المساس بسمعة التاجر والتشهير به من خلال ادعاءات كاذبة من شأنها تضليل الجمهور قد يكون فيه ضرر معنوي بالدرجة الأولى أكثر مما هو مادي مما يستوجب التعويض عن ذلك.

بالإضافة إلى ذلك فإن الدعوى المدنية المتمثلة في دعوى التعويض عن الضرر في المنافسة غير المشروعة تؤدي دوراً هاماً في حماية براءة الاختراع والعلامة التجارية، فالبراءة تحمل صاحبها حق احتكارها واستغلالها والتصرف فيها وترتب التزاماً قبل الكافة باحترامها وعدم الاعتداء عليها أو التعرض لصاحب الحق فيها، وفي حال حدوث ذلك وتحقق ضرر يشكّل أحد الصور التي نصت عليها قوانين

¹ المادة 38 من الامر 03 - 07 مؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق ببراءة الاختراع، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة في 23 يونيو 2003.

² خير عبد الرحمن الصمادي، مرجع سابق، ص 402.

³ المادة 182 من الامر 75 - 58، مرجع سابق.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

البراءات والعلامات من خلال تقليد الاختراع أو بيع منتجات مقلّدة أو عرضها للبيع... الخ، هنا يكون للمتضرر أن يسلك دعوى المطالبة بالتعويض.¹

ف نجد المشرع الجزائري قد نص في المادة 29 من الأمر 03 - 06، المتعلق بالعلامات على وجوب التعويض في حال ثبوت التقليد للعلامات، كما يمكن إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار للاستغلال.

كذلك الأمر 03 - 07، المتعلق بالبراءات نص على جزاء التعويض على كل اعتداء يضر ببراءة الاختراع أو بصاحبها وذلك حسب نص المادة 58 فقرة 02، وما تجدر الإشارة إليه أن التعويض قد يتجاوز قيمة الضرر، وذلك إذا ما ارتكبت أعمال المنافسة غير المشروعة منها ما هو بسوء نية، ويقصد إحداث الضرر بالمتنافسين أو بغية إخراجهم من السوق بصورة يستشف منها الاستخفاف بالتعويض الجابر، لذلك تحكم المحكمة بتعويض يتجاوز قيمة الضرر الواقع فعلا وهو ما يسمى بالتعويض العقابي وهو تعويض كما يقول الأستاذ جون كولينز John Collins، الهدف منه ليس تعويض الشخص المضرور عما أصابه من ضرر بل لمعاقبة المدعى عليه وردع الغير من استعمال سلوك مماثل.²

الفرع الثالث: الحجز

بالإضافة إلى جزاء التعويض وجزاء وقف أعمال المنافسة غير المشروعة جاء المشرع بجزاءات أخرى للردع من كل ممارسة غير مشروعة، وقد جاءت هذه الجزاءات في الفصل الثاني من الباب الرابع من القانون 04 - 02، المتعلق بالممارسات التجارية، حيث نصت المادة 39 منه، على إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها في المواد 26، 27 مع إمكانية حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية.³

ويمكن أن يكون الحجز عينياً أو اعتبارياً حسب نص المادة 40 من القانون 04 - 02.⁴

أولاً: الحجز العيني

ففي حال ما إذا كان الحجز عيني على السلع فإن المواد تشتمع بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين كما توضع هذه المواد تحت حراسة مرتكب المخالفة إذا كان يمتلك محلات للتخزين، أما إذا لم يمتلك ذلك

¹ عماد حمد محمود الإبراهيم، مرجع سابق، ص 140.

² خير عبد الرحمن الصمادي، مرجع سابق، ص 404.

³ نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار الممارسات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011، ص 87.

⁴ المادة 40 من القانون 04 - 02، مرجع سابق.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

فإن الحراسة توكل إلى إدارة أملاك الدولة والتي تقوم بتخزينها في أماكن تختارها، وتكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور قرار العدالة وتقع على عاتق مرتكب المخالفة التكاليف المرتبطة بالحجز وهذا طبقا لنص المادة 41 من نفس القانون.

ثانيا: الحجز الاعتباري

أما فيما يخص الحجز الاعتباري فهنا لا بد من تحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة، أو بالرجوع إلى سعر السوق طبقا لنص المادة 42 منه.

كذلك قد أضاف المشرع جزاء المصادرة تشكل إجراء من إجراءات الأمن وتتصب المصادرة على أشياء تجوز حيازتها، وتكون هذه الأشياء في حوزة المحكوم عليه وهي عقوبة تكميلية يقضي بها وجوبا في أغلب الأحيان وأحيانا تكون تخييرية يترك الحكم بها للقاضي.¹

وقد تمّ تعميم المصادرة على كل المخالفات المنصوص عليها في القانون 04 - 02 المتعلق بالممارسات التجارية وذلك بموجب المادة 44، فإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، فإن هذه المواد تسلّم إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفقا للإجراءات المعمول بها.

أما في حالة الحجز الاعتباري فتكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها ومنذ صدور حكم القاضي بالمصادرة فإن مبلغ بيع السلع المحجوزة يصبح ملكا مكتسبا للخزينة العمومية.²

المبحث الثاني: الحماية الجزائرية

تعد الحماية الجزائرية الوسيلة الفعالة والناجعة في حماية العلامة التجارية للمنتوج، وبسبب تنامي أهمية العلامة التجارية في النشاط الاقتصادي عموما، مما أدى إلى ازدياد صور التعدي عليها بالتقليد، مما دفع الدول إلى سن قوانين خاصة تمنع الاعتداء عليها والعقاب على تقليدها، والشرط الرئيس لحمايتها هو التسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وتندرج الحماية الجزائرية المقررة للعلامة التجارية ضمن صورة التجريم والعقاب، وقد نظم التشريع الجزائري الحماية الجنائية لها في الأمر المتعلق بالعلامات كما نظم قانون الإجراءات الجزائرية رفع الدعوى الجزائرية ضد الاعتداءات الواقعة على ملكية العلامة أو تقليدها، كما أقر لها عقوبات أصلية وأخرى تكميلية، إضافة إلى جزاءات خاصة لردع تلك الأفعال، وهذا ما زاد في تحصينها.

¹ نوال كيموش، مرجع سابق، ص 88.

² المادة 44 من القانون 04 - 02، مرجع سابق.

المطلب الأول: دعوى جريمة التقليد

ينتج التقليد خلل تجاري وانهيار قانوني، فهو يضيع البيع، ويخل بنظام السوق ولا يضمن الجودة، وقد ملأت أعمال التقليد الأسواق وأوقعت الأضرار الجسيمة، وأفلست الشركات التي تم تقليد علاماتها وأصبحت تعاني الصعاب جراء هذا، مما دفع المشرع إلى تشديد العقوبة على جرم التقليد.

الفرع الأول: أركان جريمة التقليد

لجريمة تزوير العلامة أو تقليدها ثلاث عناصر أساسية، عنصر شرعي يجرم الفعل، وعنصر مادي يشكل فعل التزوير، وعنصر معنوي يظهر في قصد الاحتيال.

أولاً: الركن الشرعي

لا يمكن معاقبة شخص إلا بوجود نص قانوني يقرر العقوبة ويجرم الفعل، وهذا ما يسمى "بمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات"، إذ تنص المادة الأولى من قانون العقوبات الجزائري، على أنه: "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون".¹

ولقد قام المشرع الجزائري بتعريف جريمة تقليد العلامة التجارية على غرار التشريعات المقارنة، كالتشريع الفرنسي والمصري، التي اكتفت بتحديد الأفعال التي تعد اعتداء على العلامة دون تقديم تعريف لها ويعرف التقليد على أنه التزييف، وهو أن يقدم طرف غير صاحب الحق في الملكية الفكرية، أو غير الجهة المرخص لها باستغلال هذا الحق الحصري ماساً بذلك حقوق صاحبه، والتقليد جنحة كما أنه يشكل فعلاً يولد المسؤولية ومن الناحية القانونية فقد نصت المادة 26 من الأمر 03 - 06، المتعلق بالعلامات على أنه:

"يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير حقا لحقوق صاحب العلامة".²

فمن خلال نص هذه المادة نلاحظ أن المشرع الجزائري وسع من دائرة التقليد، ليجعله كل تصرف أو مساس من الغير لعلامة مسجلة، كما يتبين أن ظاهرة التقليد انتشرت ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة، إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة وردع من أجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جنحة التقليد، وجعل العقوبة مختلفة حسب فعل التقليد، وبمقارنة أحكام التشريع الفرنسي مع ما جاء به المشرع الجزائري يتبين أنها

¹ المادة 01 من الأمر 66 - 156 مؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 49، صادرة في 11 يونيو 1966.

² المادة 26 من الأمر 03 - 06، مرجع سابق.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

أكثر صرامة ويتعبير آخر يمكن القول بأن المشرع الجزائري عجز عن إصلاحه لنظام العلامات، حيث أنه لم ينص على العقوبات المناسبة لحماية أصحاب حقوق العلامات.¹

خاصة مع محاولة الجزائر الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، مما يتطلب ضرورة الاحتكاك بقوانين الاتفاقية وضرورة فتح الحدود للاستثمار الأجنبي، ومن ثم ضرورة منح الضمانات الكافية لحماية العلامات.²

ثانياً: الركن المادي

قوام العنصر المادي في هذه الجريمة هو فعل التزوير، الذي يتحقق باصطناع علامة تجارية مطابقة تمام المطابقة للعلامة الأصلية أو نقل الأجزاء الرئيسية منها، بحيث تقترب العلامة المزورة وتصبح صورة طبق الأصل عن العلامة الأصلية، أي صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك.³

التقليد بالمعنى العام هو كل مساس بحقوق ناتجة عن علامة تجارية مسجلة وبالمعنى الضيق هو إنتاج مطابق أو شبه مطابق لكل أو جزء من علامة تجارية مملوكة للغير، ذلك أن الوظيفة الأساسية للعلامة هي أن تضمن للمستهلك والمنتج الصفة الأصلية على السلع والخدمات المقررة من العلامة، وتسمح بالتفريق بينهما دون احتمالية وجود لبس، ويعرف خطر الالتباس على أنه الخطر الذي يعتقد من خلاله العامة أن السلعة أو الخدمة صادرة من نفس المنتج، وفي المقام الأول يفترض وجود التطابق بين العلامتين والتماثل.

فلا بد من أن يؤدي فعل التقليد أو استعمال علامة مقلدة من وقوع المشتري في غلط أي أن يخطئ الشاري بين البضاعة الأصلية والبضاعة المقلدة، ويعتبر الشخص مزوراً لعلامة تجارية إذا صنع تلك العلامة أو أية علامة قريبة الشبه منها بحيث تؤدي إلى الانخداع وبدون موافقة صاحبها، أو إذا زور أية علامة تجارية حقيقية بتغييرها أو بالإضافة إليها سواء في الشكل أو الطريقة، كما يكون التقليد في الألقاب والتسميات والرموز والأختام والقارورات والمنتجات التجارية والاسم التجاري والإعلانات والإشعارات والحروف والسمات والأرقام، وكل إشارة ترمي إلى إظهار ماهية البضاعة أو مصدرها.

وتجب الإشارة أن التقليد هو كل انتهاك لحقوق مضمونة بتسجيل العلامة فقط بالتسجيل يمكن الاحتجاج بها في مواجهة الغير، فحينما تكون العلامة مسجلة يمكن متابعة المقلد من الأعمال اللاحقة عن إعلان التسجيل ومباشرة دعوى التقليد، وتجب الإشارة أن التزوير والتقليد وجهان لجريمة واحدة، إذ أن مرتكب فعل

¹ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (الحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 259، 260.

² ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 183.

³ حمدي غالب الجعير، مرجع سابق، ص 252.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

التزوير ينقل نقلاً كاملاً ومطابقاً للعلامة التجارية بكل مكوناتها دون زيادة أو نقصان لعناصرها، بينما مرتكب التقليد قد يدخل بعض التعديلات على العلامة مع المحافظة على مظهرها العام، وتعد جنحة التقليد مرتكبة اعتباراً من تاريخ نقل العلامة الأصلية لأن عملية الإيداع تكفي في حد ذاتها لإثبات وجود التقليد. ويلاحظ أنه حتى يشكل فعل التزوير الركن المادي فإنه لا بد من توافر أمرين الأول أن يتم بسرعة تؤدي إلى انخداع الغير وتضليله، وعدم قدرته على التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة والبضائع التي تحمل العلامة الأصلية، والثاني أن يتم بدون موافقة صاحب العلامة، أما إذا كان الفعل لا يؤدي إلى انخداع الغير أو تم بموافقة صاحب العلامة فلا يشكل عندئذ تزوير وتنتفي المسؤولية.¹

ثالثاً: الركن المعنوي

يتمثل العنصر المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية في قصد الاحتيال لدى الفاعل فالتزوير لا عقاب عليه إلا متى تم بسوء نية، خاصةً أن جريمة تقليد العلام التجارية من الجرائم ذات الهدفين، الأول يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة، والثاني يتمثل في غش المستهلك وتضليله، وليس من اللازم أن يكون التضليل مؤكداً بل يكفي أن يكون محتملاً، ولا تعتبر الواقعة تقليداً إذا انتفت نية الاحتيال لدى الفاعل وهي نية مفترضة، إذ يعتبر تسجيل العلامة قرينة على علم الغير بها، ويمكن استخلاص تلك النية من جملة من الدلائل، إذ يعتبر الشخص مزوراً لعلامة تجارية إذا صنع تلك العلامة أو أية علامة أخرى قريبة الشبه منها بحيث تؤدي إلى الانخداع بدون موافقة صاحبها، هذا فضلاً عن أن فعل التزوير أو التقليد لا يمكن اعتبارهما من باب المصادفة البحتة أو التوافق البريء، ومن ثم تقام قرينة قانونية على سوء نية المتهم بالتقليد لكنها قرينة من النوع البسيط يمكن إثبات عكسها، أي نفي الجريمة بإقامة الدليل على أحد الأمرين، الأول أن فعله قد تم بموافقة صاحب العلامة، والثاني فعله لم يؤدي إلى انخداع وتضليل الجمهور، وغني عن البيان أن للمتهم الحق في إثبات حسن نيته وسلامة قصده بكافة طرق الإثبات، كأن يثبت أن العلامة صنعت لوضعها للدعاية في المتجر عن بيع المنتجات التي تحمل العلامة الحقيقية.²

إذا يقوم القصد الإجرامي على عنصرين هما الإرادة والعلم، وتقضي كل جريمة توفر النية الإجرامية، لكن بالنسبة لجريمة التقليد لم ينص المشرع على النية الإجرامية، بل اكتفى بتقدير الجزاء وإثبات الفعل فالقصد الجنائي لا يشترط بوجود جنحة التقليد، أي لا يجب البحث عن نية مرتكب الفعل الضار فيما إذا كانت حسنة

¹ حمدي غالب الجعيري، المرجع السابق، ص 252.

² حمدي غالب الجعيري، نفس المرجع، ص 257.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

أو سيئة، والحجة في ذلك أن النص لم يتضمن أية عبارة تفيد القصد الإجرامي "كالتدليس" أو "القصد"¹، فبمجرد وجود العنصر المادي للتقليد يكفي ذلك.

إلا أنه عمليا لا يمكن أن تتم الجريمة إلا بتوفر ركن معنوي والمتمثل في القصد الجنائي، إذ يمكن تصور الركن المعنوي مفترض لا داعي لإثباته، لأن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يتولى نشر كل العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة لذلك، وبالتالي لا عذر بجهل القانون، إذ تعد هذه النشرة بمثابة إعلام الجمهور يحول دون التذرع بالجهالة من قبل المعني.

الفرع الثاني: تقدير التقليد

إن مسألة تقدير تقليد العلامة التجارية من عدمه من الأمور الواقعية التي يترك أمر تقديرها لمحكمة الموضوع، حيث يكون لها مطلق السلطة في هذا الصدد دون رقابة عليها من المحكمة العليا، وعلى هذا الأساس توصل القضاء إلى بعض المعايير لتقدير التقليد والتشبيه، وقد صدرت بشأن ذلك العديد من القضايا التي فصلت فيها المحاكم.²

أولاً: أسس تقدير التقليد

لم يضع المشرع معياراً موحداً لتحديد درجة التشابه بين العلامتين التي تؤدي إلى تضليل الجمهور غير أن القضاء وضع مجموعة من الضوابط للاستعانة بها في تحديد مدى قيم التقليد، وسنتناول أهم هذه المعايير:³

1- العبرة بأوجه التشابه:

فالمعيار الواجب الوقوف عنده للقول بوجود التقليد من عدمه، ينطلق من الأخذ بأوجه الشبه القائم بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، حيث يجب أن ينصب التقدير على العنصر الأساسي المكون للماركة، أي النقطة الجوهرية التي تنصب عليها العلامة فإذا كان الشبه واقع بشكل محكم ومطلق يقع جرم التقليد.

2- العبرة بالمظهر العام:

فالعبرة عند إجراء المقارنة بين العلامتين الأصلية والمقلدة بالمظهر العام، والصورة العامة لا بالعناصر الجزئية، ويعتد بالتشابه العام بين العلامتين، أي مدى المحاكاة الإجمالية التي تدل على السمات البارزة للعلامة الأصلية، بصرف النظر عن تفاصيلها الجزئية أو أوجه الاختلاف الثانوية.⁴

¹ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 262.

² حمادي الزبير، مرجع سابق، ص 190.

³ حمدي غالب الجعير، مرجع سابق، ص 258.

⁴ حمدي غالب الجعير، نفس المرجع، ص 265.

3- العبرة بتأثر المستهلك العادي بالعلامة المقلدة:

المعيار المتعلق بالمستهلك فيعتمد في تقديره الاخذ بالاعتبار المستهلك العادي الذي يولي اهتماما خاصا لنوع العلامة الموضوعة على السلعة قبل الشراء، وتقع الجريمة دون النظر الى النجاح الذي تحققه العلامة المقلدة أو المنتجات التي تحملها، حتى ولو جعلها المقلد أكثر جودة من المنتجات التي تحمل المنتجات الأصلية لأن التقليد يفقد الثقة في العلامة، والحماية القانونية للعلامة ترمي الى تأمين حماية لمنتج السلعة أو بائعها لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته، وهذا قصد كسب زبائن هذا المنافس بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك. اذن فالغرض من العلامة التجارية يتمثل في تمييز المنتجات والسلع ويتحقق هذا الغرض بالمقارنة بين المنتجات، بحيث يرفع اللبس بينهما فلا يقع جمهور المستهلكين في التضليل والخطأ، والعبرة بالصورة التي تتطبع في ذهنه، خاصة وان المستهلك الجزائري كغيره من المستهلكين في العالم يشتري العلامة المشهورة وليس المنتج.¹

والمستهلك العادي هو المستهلك المتوسط الحرص والانتباه، فلا يأخذ بتقدير المستهلك الشديد الحرص الذي يقوم بالفحص والتدقيق والتحري عند الشراء، كما لا يأخذ بتقدير المستهلك الغافل المهمل الذي يشتري دون أن يجري الفحص والتدقيق أو التحري الذي يقضي به العرف، وقد اعتبرت محكمة استثناء باريس أن خطر وجود خلط أو لبس، يتحقق بالنظر إلى سلوك المستهلك العادي، الذي لا يستطيع بالفحص العادي الاختلاف بين المنتجات، وهي مسألة واقعية تخضع لتقدير قضاة الموضوع، وجرت المحاكم على وجود الخط البسيط لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة أو التقليد.²

ثانيا: قضايا التقليد

حكم القضاء في العديد من القضايا بوجود التقليد بين نوع معين من العلامات التجارية في حين استبعد وجوده في حالات أخرى.

1- حالات الحكم بالتقليد

قدرت المحاكم الجزائرية التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي أي العناصر الجوهرية أكثر من الفروق الجزئية، فتسمية "BANITA" تشكل تقليد لنوع معين من العطور يسمى "HABANITA"، إذ يوجد تشابه واضح من حيث الرسوم والألوان والسمع وطريقة التغليف، وقصة شركة "SELIA" ضد مؤسسات بسعد صاحبة العلامة "SENIA"، إذ أن هناك تشابه كبير بين العلامتين سواء من حيث الكتابة أو الرسم وحتى

¹ زبيري بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية (في ضوء قانون 04 - 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية)، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة تلمسان، ص63.

² حماد مصطفى غرب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 157.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

الألوان الرئيسية حيث أن اختلاف حرف واحد لا تأثير له على ذهنية المستهلك،¹ كما اعتبر أنه يوجد تقليد بين التسمية "selectra" وتسمية "selecto"، إذ رفعت شركة حمود بوعلام صاحبة العلامة "selecto" دعوى ضد شركة زرقة العلامة selectra، وقد خلصت المحكمة من خلال حيثياتها الى أن علامة شركة حمود بوعلام أسبق في الإيداع، وعلاماتها تتمتع بسمعة وصيت ذائع، وذات استعمال طويل المدى من علامة شركة زرقة.² وقضي بأن العلامة "tagadar" تتشابه العلامة "taga" وأن العلامة "si-tomo" تتشابه العلامة "si-pomo" وذلك لوجود تشابه بين العلامتين سواء من حيث الشكل أو اللفظ أو الأحرف، كما حكم بأن العلامة "optica" تعتبر تقليدا للعلامة "optikos"، وأن العلامة "crosley" تعد تقليدا لعلامة "croxley"، وأن علامة "cairo-cola" تعد تقليدا لعلامة "Coca-Cola" لأن التشابه بين هذه العلامات متقارب جدا في الشكل والنطق، كما أن العلامة "filotex" تقليد لـ "flotex"، كما أقرت المحكمة وجود التقليد عندما تم استعمال جزازات فارغة باسم علامة "coca-cola" تحمل مياه غازية مغشوشة، مكوناتها غير مكونات تركيبة العلامة الأصلية.³

وعلى هذا الأساس اعتبر قضاة محكمة الجزائر أنه يمكن للمستهلك أن يقع في غلط بين علامة "singer" و "signer"، والعلامة التجارية دومينوس بيتزا تقليد لـ "dominos pizza" فالشكل التصويري للعلامة نفسه وهو قرص الدومينو، وأن علامة "winston" تقليد لـ "weston"، والعلامة "yougo" تقليد لعلامة "yago" والعلامة "fango" تقليد لـ "fanta"، كما انتهت المحكمة لوجود التشابه بين العلامة "Omi" و "Omo" الخاصة بمواد الغسيل، فالمظهر العام المميز لكل منهما يخدم المستهلك العادي، ويجب الإشارة أنه لا يشترط بمتابعة قضية التقليد شامل لجميع العناصر، بل يكفي أن تكون بعض العناصر مقلدة، كما تعد العلامة المركبة هي العلامة المكونة من كلمات متعددة ونسخ واحدة يعد تقليد، لكن التطبيق العملي للفقهاء الفرنسي اعتبر أن تقليد عنصر على انفراد لعلامة مركبة لا يشكل تقليد، أما ترجمة العلامة إلى لغة أجنبية ليس في الأصل تقليد إذا كان هذا المصطلح غير معروف في الدولة ولا يحدث خلط للعلامة، حيث أن العلامة "abielle" مسجلة بـ 11 لغة أجنبية، و "icola.com" المتطابق مع العلامة التجارية "pepsicola" حيث قام ببيع منتجات أقل جودة من المنتجات التي تبيعها الشركة بالاعتماد على شهرة العلامة التجارية.⁴

¹ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 262.

² ميلود السلامي، مرجع سابق، ص 172.

³ حمدي غالب الجعير، نفس المرجع، ص 270، 280.

⁴ الموقع الإلكتروني لمركز الويبو للتحكيم والوساطة، تاريخ الاطلاع: يوم 2019/03/19، على الساعة 20h00.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

ومن القضايا التي عرضت على مركز الويبو للتحكيم والوساطة القضية التي رفعتها شركة " Microsoft corporation" ضد "sventh summit" هذا الأخير قام بتسجيل اسم الموقع www.hot-mail.com المتمثل مع العلامة التجارية "Hotmail" التي تملكها شركة "microsoft" وقد قضى المركز بنقل اسم الموقع للشركة.¹ ومن تطبيقات كشف سوء نية مسجل العنوان الإلكتروني شهرة العلامة معتدى عليه، فهي تعتبر دليلاً على سوء نية المعتدي وهذا ما أكده مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية في العديد من أحكامه.²

2- حالات عدم الحكم بالتقليد

القضاء الجزائري حكم في حالة حذف أو إضافة حرف للعلامة الأصلية ولو كانت غير مركبة لا يعد تقليد، فقضية شركة الجبن البقرة الطريفة "gracieuse" صاحبة العلامة "Danis" ضد شركة جارفي دانون "Danone society gervais" صاحبة العلامة "Dani"، ورغم أن الأولى أودعت علامتها في 1995 والثانية في عام 1997، إلا أن هاتين العلامتين مختلفتان من حيث النطق والشكل سوى في ما يخص الرسمة والألوان، ولذا لا يخلق أي خلط لدى المستهلكين بما أن العلامتين منفردتين من الناحية البصرية وفي قضية مدير شركة هانكل ضد مدير شركة ليبساد لإنتاج مواد التنظيف، خلصت المحكمة إلى تأكيد عدم تطابق العلامتين "Bref" و "Chef".

الفرع الثالث: إجراءات رفع دعوى التقليد

يجوز لصاحب العلامة المسجلة والمعتدى عليها ممارسة حقه باللجوء إلى المحكمة الجزائرية، وذلك إذا نشأ عن فعل التقليد مسؤولية جزائية، وعادة ما ترفع الدعوى الحقوقية بالتبعية للدعوى الجزائية، ومع هذا لا يوجد ما يمنع أن ترفع كل دعوى بصورة مستقلة،³ ولحماية العلامة جنائياً ترفع دعوى التقليد، ويفترض التقيد بمجموعة من الإجراءات القانونية لضمان كفالة الحق واقتضائه بصورة صحيحة وسليمة وبناء على هذا نتطرق إلى الإجراءات القانونية لرفع دعوى التقليد.

¹ رامي محمد علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الأنترنت، مجلة الشريعة والقانون، دون مكان نشر، عدد 22، يناير 2005، ص 276.

² مصطفى موسى العطيّات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 188.

³ حمدي غالب الجعير، مرجع سابق، ص 228.

أولاً: أصحاب الحق في رفع دعوى التقليد

الأصل أن الحماية الجزائية مقررة لحماية الحق في العلامة ذاتها بصرف النظر عن قيمتها، لذا فلا ينقضي العقاب بوقوع الاعتداء على الحق في ملكية العلامة لعدم حصول مرتكب الفعل المعاقب عليه قانوناً على كسب أو ربح، إذ يعاقب المعتدي سواء حقق ربحاً أو لحقته خسارة، كما تقوم الحماية سواء تم الاعتداء على العلامة كلية أو على جزء منها فقط، وباعتبار التسجيل واقعة كاشفة للحق في العلامة وشرط أساسي لتمتعها بالحماية الجزائية.¹

1- صاحب العلامة

يحق لصاحب العلامة التجارية أو ورثته من بعد وفاته أو ممن آلت إليه ملكيتها، رفع دعوى جزائية لحماية الحق في ملكية العلامة، كما يمكن للمستفيد من حق الاستثناء في استغلال العلامة عن طريق عقد الترخيص (المخصص له) أن يرفع هذه الدعوى، غير أن ذلك مشروط بعدم ممارسة العلامة هذه الدعوى بنفسه حيث تنص المادة 31 من الأمر 03 - 06 المتعلق بالعلامات على أنه: "عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص يمكن للمستفيد من حق استثناء في استغلال علامة، أن يرفع بعد الإصدار دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه".²

ويستفيد صاحب العلامة التجارية من هذه الحماية في فترة سريان التسجيل وذلك لمدة 10 سنوات، تسري ابتداءً من تاريخ إيداع الطلب، ويمكن تجديد التسجيل لمدة 10 سنوات أخرى لفترات متتالية، تسري ابتداءً من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل، وهذا حسب مقتضى المادة 5 من الأمر 03 - 06، المتعلق بالعلامات، كما يجب الإشارة أن المدعي في دعوى التقليد ليس بحاجة إلى إثبات الضرر، فالعلامة تشكل حق يمنع كل اعتداء ويستوجب العقاب فيكفي أن يكون هناك مساس بحقه، إذا يمكن لصاحب العلامة التجارية المسجلة الحق في رفع دعوى جزائية أمام المحكمة الجنائية حيث يطالب فيها بعقاب المعتدي جزائياً.³

2- النيابة العامة

منح القانون سلطة لقضاة النيابة العامة بصفتها ممثلة الحق العام في حماية النظام العام، ومتابعة كل من ينتهك القوانين بتحريك ومباشرة الدعوى العمومية، ويجوز للنيابة العامة ممارسة صلاحيات تحريك

¹ حمادي زبير، مرجع سابق، ص 208.

² المادة 31 من الأمر 03 - 06، مرجع سابق.

³ فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية والصناعية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2007، ص 295.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

الدعوى متى كان ذلك ضرورياً، وتقوم بمباشرة الدعوى العمومية بالنسبة للدعوى التي تحركها وفقاً لما يخولها القانون، أو تلك التي يحركها أشخاص آخرون، وهكذا نجد إلى جانب صاحب العلامة التجارية يمكن لوكيل الجمهورية أن يباشر دعوى التقليد كلما توفرت أركانها وتكاملت أوصافها، وهذا ما تظهره الناحية العلمية بحيث تتدخل النيابة العامة سواء كطرف منظم في النزاع أو كخصم فيه.¹

3- الجمارك

إضافة إلى أن للجمارك دور بارز وبالع الأهمية في ضمان نزاهة المبادلات وحماية المستهلك وتشجيع الاستثمار، ومراقبة المنتجات لمدى مطابقتها للمقاييس المعمول بها، فإنه لهذا فهي تلعب دور مهم في محاربة التقليد الذي أصبح يشكل حاجز في حسن السير الاقتصادي والجبائي، فهو من جهة يؤثر في نزاهة المنافسة وفي تشجيع الاستثمار، ومن جهة أخرى فهو يحرم خزينة الدولة من استحقاقات القيمة الجبائية المحصلة من العلامة، ولقد خول المشرع الجزائري لمصالح الجمارك صلاحية مصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة، والتي من شأنها أن توهي بأن البضاعة الآتية من الخارج ذات منشأ جزائري وتتدخل مصالح الجمارك لقمع التقليد بحالتين:

- حالة التدخل التلقائي: حيث تطلب مصالح الجمارك في أي وقت من صاحب الحق في العلامة معلومات حول السلع متى تبين لها أن السلع مقلدة شريطة إخطاره فوراً بقرار الوقف.

- الحجز الجمركي: يكون بطلب مكتوب يقدمه صاحب الحق في العلامة لإدارة الجمارك وفي إطار رقابتها تقوم بالحجز على السلع المزعم أنها مقلدة، شرط تقديم أدلة كافية لإقناع السلطات الجمركية على وجود تعدي، وتقديم وصف دقيق للسلع المزعم وقوع التعدي عليها وبناء على هذه المعطيات تصدر إدارة الجمارك قرار بوقف الإفراج على السلع.²

ثانياً: الجهة القضائية المختصة

تكمن أهمية الاختصاص القضائي بتباين المحكمة المختصة التي تتمتع بصلاحيات التحقيق، والحكم بمقتضى القانون في دعوى التقليد، لذا سنحاول تحديد المحكمة المختصة محلياً ونوعياً للفصل في دعوى التقليد.

1- المحكمة المختصة إقليمياً:

يعد تحديد المحكمة المختصة من بين باقي المحاكم أمر ضروري، يتعين القيام به لمباشرة الإجراءات أمامها ويعتبر الاختصاص في المواد الجزائرية ذو أهمية بالغة، حيث ينص المشرع على قاعدة عامة تتمثل في اختصاص المحكمة التي يقع في دائرتها مكان ارتكاب الجريمة، لكن التساؤل يطرح حينما ترتكب جريمة في

¹ حمادي الزبير، مرجع سابق، ص 210.

² نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2013، ص 79.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

مكان وتظهر في عدة أماكن أخرى، كتقليد علامة تجارية في مكان معين، ويتم بيع وعرض البضاعة التي تحمل العلامة المقلدة في أماكن أخرى، أجابت على هذا التساؤل المادة 329 من القانون 04-14 المعدل لقانون الإجراءات الجزائية، التي تنص على أنه: "تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمة محل الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين، أو شركائهم، أو محل القبض عليهم، ولو كان هذا القبض قد وقع لسبب آخر، ولا تكون محكمة محل حبس المحكوم عليه مختصة، إلا وفق الأوضاع المنصوص عليها في المادتين 552، 553 من نفس القانون كما تختص بالنظر في الجنح والمخالفات غير قابلة للتجزئة أو المرتبطة".¹

ويلاحظ من خلال نص المادة 329 السالفة الذكر أن المحكمة المختصة بجرائم العلامات التجارية هي محكمة مكان تقليد العلامة، أي مقر المؤسسة أو الشركة أو المكان الخاص بتجارة التاجر، فالقاعدة العامة هي محكمة مكان ارتكاب الجريمة، أو محل إقامة أحد من المتهمين أو شركائهم، أما إذا وقع التقليد وغير الجاني مكانه قصد بيع البضائع في مكان آخر وتم القبض عليه، فمحكمة مكان القبض عليه هي المختصة ولو كان القبض قد وقع لسبب آخر، وإذا ادعى ضده في قضية أخرى، وتبين من خلال المحاكمة أن هناك تقليد فالمحكمة المختصة هي المحكمة النازرة في الدعوى الأصلية.

2 المحكمة المختصة نوعيا:

الأصل أن المحاكم ذات اختصاص عام في نظر جميع المنازعات باستثناء ما نص عليه القانون بنص خاص، وفيما يخص المواد الجزائية فإن المحكمة تختص بالنظر في جميع الجنح بما فيها جنح تقليد العلامات التجارية، وبالرجوع إلى المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية، نجدها تنص على اختصاص محلي بحت، وهكذا يحق لكل محكمة أن تنظر في دعوى التقليد دون تحديد أي محكمة مختصة نوعياً.²

المطلب الثاني: العقوبات الجزائية المقررة لدعوى جريمة التقليد

نص المشرع الجزائري على جملة من الآثار القانونية المترتبة عن رفع الدعوى الجزائية لجريمة التقليد، وذلك متى توافرت أفعال تعدي على ملكية العلامة، وتتمثل أساساً في عقوبات أصلية، وعقوبات تكميلية.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

يقصد بالعقوبة الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع وقدر للجريمة، إذا المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة، من دون أن يكون توقيعها معلقاً على الحكم بعقوبة أخرى وهي المتمثلة فيما يلي:

¹ المادة 329 من القانون 04 - 14 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية العدد 71، الصادرة في 12 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر 66 - 156.

² حمادي الزبير، مرجع سابق، ص 205.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

- حسب القانون 04 - 02، يعاقب عليها بنص المادة 38 منه على أنه: " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة..... كل مخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28..... من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) الى خمسة ملايين دينار (5000.000 دج).

وكذلك تنص المادة 47 من نفس القانون فإنه بعد نفاذ الاجراءات الادارية وحالة العود فإنها تنص على أنه: "... يمكن أن تضاف الى هذه العقوبات، عقوبة حبس من ثلاثة أشهر الى سنة واحدة".¹

- العقوبة المقررة لجنحة التقليد تتمثل في الحبس من ستة أشهر إلى سنتين والغرامة من مليونين وخمس مائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، وهذا ما هو مشار إليه في نص المادة 32 من الأمر 03 - 06 المتعلق بالعلامات فيعاقب كل من ارتكب جنحة التقليد بأية كيفية كانت، سواء بتقليد العلامة الأصلية أو باستعمال علامة مقلدة أو بيع أو عرض للبيع منتجا واحدا، أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة.²

كما أضافت المادة 33 من نفس الأمر، أنه يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة، وبغرامة من خمس مائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص:

- هؤلاء الذين خالفوا أحكام المادة 3 من الأمر المتعلق بالعلامات، وهم الأشخاص الذين لم يضعوا علامة على سلعهم أو خدماتهم، ذلك لأن علامة السلعة إلزامية لوضعها عليها مباشرة، وعند استحالة ذلك أي إذا لم تسمح طبيعة أو خصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة فتوضع على الغلاف أو الحاوية، ولا ينطبق هذا الإلزام على السلع التي تحمل تسمية المنشأ؛

- هذا إضافة إلى أولئك الأشخاص الذين خالفوا أحكام المادة 4 من الأمر 03 - 06 المتعلق بالعلامات وهم الأشخاص الذين يستعملون علامة تجارية غير مسجلة عبر الإقليم الوطني، وكل شخص لم يقم بالتزامات التسجيل عليه أن يمتثل لذلك خلال سنة ابتداء من تاريخ سريان الأمر.

إذ يعتبر الحبس عقوبة أصلية سالبة للحرية، ويقصد بها إيداع المحكوم عليه في إحدى المؤسسات العقابية المدة المقررة في الحكم، وقد اختلفت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية، في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضه على مرتكب أي جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وهذا الاختلاف يكون بحسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة، وتكيف جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري على أنها جنحة والجنح يكون الحبس فيها حسب نص المادة 5 من قانون العقوبات من شهرين إلى 5 سنوات.³

¹ المادة 38 و 47 من القانون 04 - 02، مرجع سابق.

² حمادي الزبير، مرجع سابق، ص 214-215.

³ المادة 05 من الأمر 66 - 156، مرجع سابق.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

وهكذا يعتبر الحبس عقوبة يعاقب بها كل شخص سواء كان تاجرا أم صانعا يرتكب أحد الأفعال المقررة قانونا، والتي تعتبر بمثابة تعد على ملكية العلامة المسجلة، أما الغرامة فهي عقوبة جزائية مالية تتمثل في إلزام المحكوم عليه بدفع مبلغا ماليا (مقدر في الحكم) تستحقه خزينة الدولة، بعكس التعويض الذي يستحقه المضرور.¹

فالأصل أنه لا يجوز للقاضي كقاعدة عامة الحكم على المتهم بالحبس والغرامة معا، إلا أن لهذه القاعدة استثناءات فيجوز للقاضي أن يقوم بتشديد العقوبات والجمع بين العقوبات المقررة بموجب هذا الأمر، والتي أحال إليها في قانون العقوبات والحكم بالعقوبة القصوى، ويجوز مضاعفة العقوبات في حالة العود، ويكون العود إذا كان قد صدر على المتهم خلال 5 سنوات السابقة حكم بارتكاب جنحة التقليد وأعادها، أما الظروف المخففة فتتمثل في تلك الوقائع التي تبيح للقاضي الحكم بعقوبة أخف من العقوبة التي قررها القانون للجريمة، وهي وقائع متروك أمر تقديرها للقاضي، فيمكن له أن يخفف العقوبة بمجرد إثبات وقوعها، ونجد أن المشرع الجزائري لم ينص على أي ظرف مخفف، بل اكتفى بمنح السلطة التقديرية للقاضي في تكيف الوقائع.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

يلزم القاضي إضافة إلى العقوبات الأصلية، أن يحكم بعقوبات تبعية إلى جانبها وتتمثل في مصادرة الأشياء والوسائل المستعملة وإتلاف الأشياء محل الجنحة، فضلا عن الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة.

أولا: المصادرة

المصادرة جزاء مالي، مضمونه نقل ملكية مال، له علاقة بجريمة وقعت أو يخشى وقوعها إلى الدولة التي تحل محل المحكوم عليه في ملكية المال من دون مقابل، وعرفت المادة 15 من تقنين العقوبات الجزائري، المصادرة على أنها أولوية الدولة النهائية لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء، وتضيف المادة 15 مكرر 1 من ذات التقنين على أنه: " في حالة الإدانة لارتكاب جنحة يؤمر بمصادرة الأشياء التي استعملت، أو كانت ستستعمل في تنفيذ الجريمة أو التي تحصلت منها...".²

أما في الأمر المتعلق بالعلامات فقد نصت المادة 32 منه، على أنه بالإضافة إلى عقوبة الحبس والغرامة التي أقرها المشرع، يحكم القاضي إلزاميا بمصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة.³

¹ حمدي غالب الجعير، مرجع سابق، ص 326.

² المادة 15 من الأمر 66 - 156، مرجع سابق.

³ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 281.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

ولا بد أن تكون المصادرة بناء على أمر المحكمة المختصة، ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت، وقد تكون المصادرة أثناء نظر الدعوى وقبل صدور حكم قطعي فيها، ويعتبر ذلك تشددا من المشرع لكنه تشدد يبرره ما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف، إذ أن قيمة العلامة التجارية تكمن في سمعتها.

ثانيا: الإلتلاف

يجب اعتبار أن الحكم بالإلتلاف في التشريع الجزائري يعد أمرا إلزاميا إلى جانب العقوبة الأصلية نظرا لصياغة النص القانوني، إذ تنص المادة 32 من الأمر 03 06 على أنه: "يعاقب... مع إلتلاف الأشياء محل المخالفة"، فللمحكمة المختصة أن تأمر بإلتلاف كافة البضائع ومواد الإعلان واللوحات والطابع والأختام والأغلفة والآلات والأجهزة، وغير ذلك من المواد المستعملة في ارتكاب الجرم.

ولا يخفى أن في إعطاء المحكمة سلطة التصرف بتلك البضائع والأشياء بالطريقة التي تراها مناسبة مراعاة للمصلحة العامة التي يحرص المشرع على تحقيقها، ويحكم القاضي بالإلتلاف في جميع الحالات سواء وقع التقليد أم كان وشيك الوقوع، أما إذا ثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة فينبغي أن يكون الحكم غير إلتافها كالأمر ببيعها وتوزيع ثمنها على المحتاجين أو الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى جهات الإحسان.

ثالثا: الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة

في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي المطروح أمامه الدعوى غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجريمة، ويترتب على غلق المؤسسة منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط (الصناعي أو التجاري) في المحل ذاته الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه، ويكون غلق المؤسسة إما بصفة دائمة أو مؤقتة لمدة لا تزيد عن 5 سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة التقليد، ويلاحظ أن المشرع لم يبين في الأمر المتعلق بالعلامات على غرار نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتا كان أو نهائيا، كما لم يحدد المدة القصوى التي لا يمكن تجاوزها في حالة الغلق المؤقت، ومن ثم فإن الأمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية، إلا أنه تأسيسا على قانون العقوبات الجزائري وحسب نص المادة 16 مكررا 1 منه يترتب على عقوبة غلق المؤسسة منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه ويحكم القاضي بخمس سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة.¹

¹ المادة 16 من الامر 66 - 156، مرجع سابق.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة

كما يلاحظ في الأمر المتعلق بالعلامات أنه لم يترك أية سلطة تقديرية للقاضي في اتخاذ العقوبات التكميلية، بل يجب عليه الحكم بالإتلاف أو المصادرة، أو الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة إلى جانب الحبس أو الغرامة كعقوبات أصلية.¹

الفرع الثالث: الإجراءات التحفظية

تعد عناية المشرع بشأن حماية حق مالك العلامة عناية خاصة، حيث لم يقتصر على منح المعني الأمر حق رفع دعوى جزائية، بل نص كذلك على إجراءات تحفظية يجوز له اتخاذها قبل رفع دعوى التقليد، حتى يمكن من إثبات فعل الاعتداء، ورغبة منه في تحقيق أقصى حماية ممكنة للعلامات التجارية.²

وبجوز لمالك العلامة التجارية المسجلة طلب توقيع الحجز التحفظي على الأدوات والأشياء التي استعملت في ارتكاب الجريمة، والحجز هذا إجراء تحفظي مقدر لمصلحة مالك العلامة، ويقصد بهذا الإجراء تحضير حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة، وعن المنتجات أو البضائع وغيرها من الأشياء التي وضعت عليها العلامة، أما الحجز فيتم بوضع هذه المنتجات والآلات تحت تصرف قانوني، ويجوز الاستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله.

إذا يجوز لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى الأمر من رئيس المحكمة إجراء الوصف المفصل للسلع فإذا كان منتجا يبين اسمه ومقداره وطبيعته وعبوته ووصفه وما حرر عليه وألوانه وحجمه ووزنه، وذلك بمساعدة خبير عند الاقتضاء لمعاونة المحضر في عمله مع الحجز أو بدونه للمنتجات التي يدعي أنها تحمل علامة تسبب له ضررا.³

¹ حمادي زبير، مرجع سابق، ص 124.

² فرحة زراوي، مرجع سابق، ص 284.

³ فاضلي ادريس، مرجع سابق، ص 279.

خلاصة الفصل:

يمكن القول في خاتمة هذا الفصل أن للمنتوج حماية من المنافسة غير المشروعة هي حماية قانونية مزدوجة وهي حماية مدنية متمثلة في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة المبنية على أساس المسؤولية التقصيرية التي من شروطها الخطأ والضرر والعلامة السببية بينهما، والمترتب عنها تحريك الدعوى لدى الجهات المختصة، وكذلك الآثار المترتبة عنها هي وقف الأعمال أو التعويض لجبر الضرر المقدر من طرف القاضي.

والحماية الجزائية المقتصرة على حماية العلامة التجارية للمنتوج التي يصبح التعدي عليها جريمة يعاقب عليها القانون، وتشمل جريمة التقليد ثلاث أركان أساسية وهي شرعي، مادي ومعنوي، أما فيما يخص إجراءات رفع دعوى التقليد فيجوز لصاحب العلامة أو النيابة العامة رفع الدعوى أمام الجهات القضائية المختصة فإذا نسبت الجريمة لفعالها وثبت التعدي فيحكم القاضي بعقوبات جزائية وهي الحبس أو الغرامة، بالإضافة إلى عقوبات تكميلية متمثلة في المصادرة أو الإتلاف مع إمكانية الغلق، ومن الجدير بالذكر أن مالك علامة المنتوج التجاري أو الصناعي المسجلة يجوز له أن يجمع بين الدعوى المدنية والدعوى الجزائية في آن واحد.

الخاتمة

الخاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة تبين لنا أن المنتج هو كل شيء منقول مادي ويقتنيه المستهلك والذي يقدمه او ينتجه أشخاص مختلفون من مستثمرين وأعاون اقتصاديين أو تجاريين، بغرض تعريفه للمستهلك ولقد نص عليه المشرع في عدة نصوص قانونية.

لكن المنافسة غير المشروعة لم يحددها المشرع الجزائري بنصوص خاصة بها مما جعلنا نبحث عنها في عدة قوانين مقارنة او اتفاقيات، وهذا ما يعاب على المشرع الجزائري الذي لم يولي اهتمام كبير بحماية المنتج ولم يخصه بقوانين خاصة بهذه الحماية، مما جعله في غالب الأحيان يرجع إلى نصوص القواعد العامة لحماية المنتج كرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، ولم يكيف لها نص وقواعد خاصة بها بل أرجعها إلى القاعدة العامة المنصوص عليها في المسؤولية التقصيرية، واعتمد على أركانها من خطأ وضرر وعلاقة سببية، وحتى تعويض الضرر أو وقف اعمال المنافسة غير المشروعة لم يحددها بل ترك تحديدها لتقدير القاضي، مما يجعل الأمور غالباً ما تكون مرهقة للمعتدي عليه ومنقصة من حقه.

ورغم ان المشرع الجزائري لم يكفل الحماية الكافية للمنتج سواء حماية مدنية أو جزائية، إلا أن المنطق يعرض حماية المنتج من منطلق كل ضرر يستوجب التعويض حسب القواعد العامة.

فمن المستحسن على المشرع مسايرة أغلب التشريعات العربية والأجنبية بوضع مثلا قانون خاص بحماية المنتج مثل بعض الدول، وهذا كي يضمن حماية كافية للمنتج من المنافسة غير المشروعة، إذ ما كان هناك اعتداء عليه وهذا ما يدخل في إطار المنافسة غير المشروعة.

أي أنه في حالة عدم وجود نص صريح تطبق الأحكام العامة الواردة في القانون المدني، ويلاحظ أن دعوى المنافسة غير المشروعة أكثر انتشارا في الأوساط التجارية من دعوى التقليد، لكون هذه الأخيرة مقيدة بالحالات المنصوص عليها قانونا.

وفيما يخص دعوى المنافسة غير المشروعة تبين لنا أنها أصبحت موضوع اهتمام وعناية من قبل المشرع ويرجع ذلك لأهميتها وضرورتها في آن واحد خصها بنصوص خاصة بالمسؤولية التقصيرية، إلا أنه تظن إلى أهمية المنافسة في السوق لذا اصدر قانونا للمنافسة 2003، وهذا لحماية السوق الذي حاول استيعاب مختلف الممارسات التي من شأنها تمس بنزاهة الممارسات التجارية بين الأعاون الاقتصاديين، لذا أضاف قانون الممارسات التجارية 2004 الذي حدد جميع الممارسات التي تدخل في إطار عدم المشروعية، وذلك بإضافته الطابع المزدوج لدعوى المنافسة غير المشروعة، أعطى لها طابع مدني في حالة عدم الحالات

المنصوص عليها صراحة، بمعنى أن للقاضي السلطة التقديرية في التوسيع من إطار أعمال المنافسة غير المشروعة.

كما أعطى لها طابعا جزائيا في الحالات المنصوص عليها لجريمة التقليد، وجعل لها الحق في رفع دعوى التقليد الجزائية، وتعد جريمة التقليد مساسا جسيما بالعلامة التجارية للمنتوج وتشمل الجريمة ركن شرعي لجرم الفعل، وركن مادي يتحقق به الفعل الإجرامي، وركن معنوي تثبت به النية الإجرامية، وكما أعطى لها طابعا جزائيا في الحالات المنصوص عليها صراحة وبين العقوبات المترتبة عنها، ليجعل هذه الدعوى لها دورا فعالا كي تؤدي للحد من أعمال المنافسة غير المشروعة.

لهذا أدرج القضاء مجموعة من الأسس والمعايير لتقدير التقليد أو التزوير، فالعبرة بأوجه الشبه بين العلامتين وبالمظهر العام والعبرة بالمستهلك العادي المتوسط الحرص.

أما المحكمة المختصة بنظر الدعوى فهي محكمة محل الجريمة، أو محل إقامة أحد المعتدين أو شركائهم أو محل القبض عليهم مهما كان السبب، مما أدى إلى إصدار عقوبات أصلية وأخرى تكميلية، ومن خلال دراستنا توصلنا إلى النتائج التالية:

النتائج:

- رغم تغيير السياسة الاقتصادية منذ 1989 من طرق الدولة باتجاه سياسة الاقتصاد الحر، إلا أن المشرع لم يتدخل لإعادة النظر في النظام القانوني الذي ينظم المنافسة النزيهة إلا بعد سنة 2003؛
- إن الجدل القائم حول تعريف المنافسة غير المشروعة ناجم عن عدم تطرق المشرع لهذا المفهوم وحصره في أعمال المنافسة غير المشروعة دون الخروج عن ذلك وعدم وضع تعريف دقيق لها؛
- حظر المشرع الجزائري كل ممارسات تمس بنزاهة المنافسة الشريفة بالإضافة إلى أعمال التقليد والتزوير المحددة بموجب قوانين خاصة إلا أن هذا الخطر لا يقف عند هاته الممارسات بل هي ممارسات لا يمكن حصرها أو تعدادها بسبب التطورات الحاصلة سواء في المجال التجاري أو الصناعي؛
- إن المشرع لم يحسم الجدل حول الأساسي القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة حيث أرجع ذلك للقواعد العامة سواء إذا تعلق الأمر بشروطها أو بطبيعتها أو بالجهة المختصة في الفصل فيها؛
- كما اعتبر أن إتيان أي ممارسة تتعارض مع المنافسات النزيهة والشريفة في الشؤون التجارية والصناعية تشكل فعل المنافسة غير المشروعة وعليه فأساس هذه الدعوى يقوم على أساس المسؤولية؛

- التقليد ظاهرة تؤثر سلبا على المنتجات، كما تعد سلامة وأمن البلاد اقتصاديا وهذا ما سيتوجب المزيد من تشديد الرقابة على الأسواق والمنتجات، ويمكن التقليل من حدتها بتضافر الجهود وتشريح نصوص أكثر ردية؛

- عزوف الشركات والمستثمرين الأجانب عن خلق قواعد إنتاجية في الدول التي لا يمكنها أن توفر حماية كافية للمنتج الصناعي والتجاري بصفة عامة والعلامات التجارية بصفة خاصة هذا ما يؤدي إلى اختلال السوق التنافسي وركود الاقتصاد الوطني؛

- المشرع الجزائري لم يراعي مسألة التنسيق بين مختلف النصوص القانونية خاصة منها تلك النصوص المتداخلة في المواضيع، فعلى سبيل المثال موضوع العلامات التجارية مرتبط ارتباطا وثيقا بقانون المستهلك فهذا يعني أن القانون الذي ينظمها لابد أن يكون متناسقا مع القانون الذي يحمي المستهلك، كيف يضع قانون لحماية العلامات يهتم فيه بحماية صاحب العلامة (المنتج) والمنتج أكثر من اهتمامه بالمستهلك؛

- ان خيار الدولة للاندماج الإيجابي ضمن النظام التجاري العالمي الجديد، مرهون بمدى استعدادها لاعتماد تدابير فعالة، والقدرة على بناء سياسة رشيدة واقتصاد تنافسي قوي وممارسات تجارية نزيهة.

وبعد هذا العرض الموجز لأهم النتائج المتوصل إليها، يجدر بنا طرح أهم الاقتراحات على النحو التالي:

الاقتراحات:

- المؤسسات اليوم ملزمة بتنظيم نفسها لمواجهة المنافسة الحرة، فعليها أن تأخذ بعين الاعتبار أنظمة الحماية المعروضة في العالم، والمتعلقة بحماية المنتج لضمان المعاملات التجارية، مع قمع الأعمال التي تعتبر أعمال منافسة غير مشروعة؛

- تفعيل القوانين الخاصة بحماية المنتج من المنافسة غير المشروعة، كما هو موجود في بعض الدول؛

- زيادة الاهتمام بموضوع المنافسة غير المشروعة، وإجراءات الدعوى الخاصة بها لمحاربة الجريمة الاقتصادية على وجه الخصوص وتجنب كل ممارسة من شأنها خلق اختلال في السوق؛

- تكوين قضاة مختصين، وإنشاء محاكم خاصة بالمنافسة غير المشروعة وهذا لردع مرتكبيها؛

- نص قوانين أكثر فاعلية وردعية ضد المعتدين للكف عن هذا الممارسات، فمثلا التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة غير كافي لحفظ حق العون الاقتصادي المنافس؛

- إزالة الغموض والنقائص والثغرات القانونية التي تعاني منها نصوص القانون الجزائري خاصة قانون الممارسات التجارية؛

- تفعيل دور السلطات الإدارية في مراقبة المنتجات المستوردة أو المصدرة، لمكافحة ظاهرة التقليد والغش والحد من اكتساح البضائع المقلدة للأسواق، وتحديث مراكز البحث للكشف عن ظاهرة التقليد وقمعها؛ وفي الأخير فإنه من الآفاق التي يمكن أن نتطلع إليها هي تكريس قضاء تجاري متخصص في مجال المنافسة و حمايتها من عدم المشروعية، وبالتالي حماية الاقتصاد وتطوير الاستثمار في كنف منافسة حرة ونزيهة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر

• النصوص القانونية:

- دستور 1996، المعدل والمتمم بالقانون 16 - 01 مؤرخ في 06 مارس 2016، الجريدة الرسمية، العدد 14، الصادرة في 07 مارس 2016.
- الأمر 66 - 156 مؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 49، صادرة في 11 يونيو 1966.
- الأمر 75- 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975.
- الامر رقم 03 - 03 مؤرخ في 19 يونيو 2003، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادرة في 20 يونيو 2003، المعدل والمتمم.
- الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، عدد 44، صادرة في 21 يونيو 2003.
- الامر 03 - 07 المؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق ببراءة الاختراع، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة في 23 يونيو 2003.
- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425، الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 27 يونيو سنة 2004.
- القانون 04 - 14 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 71، الصادرة في 12 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر 66 - 156.
- قانون رقم 05- 10 مؤرخ في 20 يونيو 2005، يعدل ويتمم الأمر 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، والمتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة في 26 يونيو 2005.
- قانون رقم 08 - 09 المؤرخ في 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية، العدد 21، الصادرة بتاريخ 28 فبراير 2008.
- قانون رقم 09 - 03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

- المرسوم التنفيذي 90-39، المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 05، الصادرة في 31 يناير 1990.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، الجريدة الرسمية، عدد 40 المؤرخة في 19 سبتمبر 1990.

ثانياً: المراجع

● الكتب:

- احمد شكري السباعي، الوسيط في القانون التجاري المغربي والمقارن، مطبعة المعارف الجديدة، الجزء الثالث، الرباط، 1993.
- الجيلالي عجة ، العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، دراسة مقارنة، الجزء الرابع ، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2015.
- الجيلالي عجة، براءة الاختراع (خصائصها وحمايتها)، دراسة مقارنة، الجزء الثالث، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2015
- بشير علاق، تطوير المنتوجات وتسعيورها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- جوزيف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، عزالدين للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1991.
- حسين فريجة، المبادئ الأساسية في قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- حماد مصطفى غرب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة.
- حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، 2012.
- حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2012.
- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2009.
- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة الملكية الصناعية، دراسة مقارنة، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الاردن، 2007.

- سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.
- صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة (كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري)، دراسة مقارنة، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2012.
- عبد الحميد الديسبي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون، المنصورة، مصر، 2010.
- عدنان غسان برانيو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2012.
- علي فيلالي، الالتزامات، الفعل المستحق للتعويض، الطبعة الثانية، الجزائر.
- عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012.
- فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية والصناعية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري (الحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- محمود جلال حمزة، العمل غير المشروع باعتباره مصدر الالتزام بالقواعد العامة والقواعد الخاصة، دراسة مقارنة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985.
- مصطفى موسى العطيّات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 188.
- معني فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010.
- مغاوي شلبي علي، حماية المنافسة ووضع الاحتكار بين النظرية و التطبيق، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
- موريس نخلة وآخرون، القاموس القانوني الثلاثي، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2002.

- نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السادسة، الجزائر، 2001.
- نادية ماميش، مسؤولية المنتج (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، رسالة ماجستير، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012.
- نسرين شريفي، حق الملكية الفكرية، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، طبعة 2014.
- نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.
- نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012.

• **المجلات العلمية:**

- حليلة بن دريس، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية الملكية الصناعية والتجارية، مجلة دراسات قانونية، المجلد 10، العدد 21، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلعباس، أوت 2014.
- حمدي عبد الرحمان، التزام العامل بعدم منافسة رب العمل، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد 01، جامعة عين شمس، مصر، 1974.
- رامي محمد علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الأنترنت، مجلة الشريعة والقانون، دون مكان نشر، عدد 22، يناير 2005.
- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 06، جامعة ورقلة، جانفي 2012.
- ميلود مباركي، شروط ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة الفقه والقانون، العدد 20، جامعة بشار، يونيو 2014.
- وليد كحول، تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، العدد 11، جامعة قسنطينة.

• **الملتقيات والمؤتمرات:**

- سامية كسال، مبدأ حرية التجارة والصناعة أساس قانوني للمنافسة الحرة، مداخلة في الملتقى الوطني (حرية المنافسة في القانون الجزائري)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عنابة، يومي 03-04 أفريل، 2013.

• **الاطروحات والرسائل الجامعية:**

- أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2016.

- الكاهنة زاوي، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية (في التشريع الجزائري)، أطروحة دكتوراه العلوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2015.
- جلال مسعد، تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- إلهام بوحلايس، الاختصاص في مجال المنافسة، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2005.
- إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، 2010.
- خير عبد الرحمن الصمادي، المنافسة غير المشروعة ووسائل الحماية منها، (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير في القانون، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، قسم الدراسات القانونية، جامعة ال البيت، 2004.
- زبير جوامع، حماية العلامات التجارية من التقليد في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير في القانون، جامعة سكيكدة، 2012.
- زبيري بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية (في ضوء قانون 04 - 02) رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة تلمسان، 2006.
- عماد حمد محمود الإبراهيم، الحماية المدنية لبراءة الاختراع والأسرار التجارية (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2015.
- نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار الممارسات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011، ص 88.

• مراجع باللغة الاجنبية:

- ARNAUD LECOURT, *La Concurrence déloyale*, l'harmattan, Paris.
- Albert Chavanne et Claudine Salomon, *Marque de Fabrique de Commerce ou de Service*, Encyclopédie Juridique, Dalloz, Paris, 2003.

• المواقع الالكترونية:

- يونس عرب، النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة في الاتفاقيات الدولية. www.lebarmy.otg
- محمد محبوبي، حماية حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة، مقالة منشورة عبر الموقع: www.startime.com/4shared
- الموقع الإلكتروني لمركز الويبو للتحكيم والوساطة، متوفر على الموقع الإلكتروني: www.wipo.int/amc

الفه رس

محتويات الفهرس

الصفحة	العنوان
أ.....	الإهداء
ج.....	شكر وتقدير
1.....	مقدمة
4.....	الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للمنتوج والمنافسة غير المشروعة
7.....	المبحث الأول: مفهوم المنتوج
7.....	المطلب الأول: تعريف المنتوج
7.....	الفرع الأول: تعريف المنتوج لغة واصطلاحا
8.....	الفرع الثاني: تعريف المنتوج في الاتفاقيات الدولية
10.....	الفرع الثالث: تعريف المنتوج في التشريع الجزائري
11.....	المطلب الثاني: أنواع المنتوج
12.....	الفرع الأول: السلع والخدمات
15.....	الفرع الثاني: المنتوجات الاستهلاكية
15.....	الفرع الثالث: المنتوجات الصناعية
16.....	المبحث الثاني: المنافسة غير المشروعة
16.....	المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة
16.....	الفرع الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة
19.....	الفرع الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عما يشابهها
22.....	الفرع الثالث: أثر المنافسة غير المشروعة على المستهلك
24.....	المطلب الثاني: أعمال المنافسة غير المشروعة
24.....	الفرع الأول: تشويه سمعة عون اقتصادي منافس ومنتوجه
25.....	الفرع الثاني: تقليد العلامة التجارية
29.....	الفرع الثالث: تقليد المنتوجات
30.....	خلاصة الفصل
31.....	الفصل الثاني: الحماية القانونية للمنتوج من المنافسة غير المشروعة
33.....	المبحث الأول: الحماية المدنية

