

## ظاهرة تقليد العلامات التجارية وحجمها في الجزائر

د. أميرة بحري- جامعة باتنة -1-

د. إيمان بوعكاز - جامعة باتنة -1-

تاريخ الاستلام: 2019-05-20 تاريخ القبول: 2019-07-05 تاريخ النشر: 2019-07-31

## ملخص

تعد العلامات التجارية إحدى الوسائل التي تميز كل منتج عن غيره وبالتالي تجنب المستهلك أعمال التضليل وتكسبه الثقة في المنتج. ونظرا لهذه القيمة أصبحت عرضة للاعتداء عليها لاسيما عن طريق أفعال التقليد. وقد انتشرت ظاهرة تقليد العلامات التجارية دوليا وتوسعت بشكل كبير حتى أصبحت تشكل أساس قيام الاقتصاديات الموازية. وتعتبر الجزائر واحدة من الدول التي تعاني من هذه استفحال هذه الظاهرة بشكل كبير. وعليه تهدف هذه الدراسة للبحث في ظاهرة تقليد العلامات التجارية وحجمها في الجزائر وما لها من أبعاد سلبية على الاقتصاد والمستهلكين، وتقييم مختلف الإجراءات المتخذة للحد من آثارها.

**الكلمات المفتاحية:** علامة تجارية، تقليد العلامة التجارية، سوق موازي.

**Abstract:**

Trademarks are one of the methods that help to distinguish each product from another, so consumers can avoid misleading between the different trademarks and to gain confidence in the product. Because of this value, trademarks have become a target of imitation which spread in many countries and has expanded considerably to become the basis for parallel economies. Algeria is one of the countries that suffer from this phenomenon, Therefore, this study aims to discuss the imitation of Trademarks in Algeria, its negative effects on the economy and consumers and to evaluate the various procedure which is taken to reduce this phenomenon.

**Key words:** Brand, imitation brand, parallel market

## المقدمة:

ظاهرة الغش والتقليد في العلامات أخذت بعدا دوليا خطيرا وأصبح يمس الكثير من المواد الاستهلاكية، ويمثل 2.5 في المائة من التجارة الدولية، بحجم بلغ 461 مليار دولار وفقا لمعطيات منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية من إجمالي حجم تجارة تقدر بـ 17900 مليار دولار ولم تعد المنتجات الاستهلاكية بمنأى عن التقليد من أغذية والعباب وأدوية مؤكدا ان الجزائر لم تسجل حجز أي دواء مقلد خلال السنوات الماضية.

وبغية تعزيز مكافحة هذه الظاهرة التي ما فتئت تتفاقم في الجزائر تم وضع لجنة وزارية مشتركة تجمع القطاعات المعنية بهدف إعداد قانون حول التقليد ويرتقب أن يصدر قريبا أن مصالح الجمارك وقعت 12 بروتوكول اتفاق مع شركات وعلامات دولية ووطنية لتبادل المعطيات والدعم لحصر ظاهرة التقليد، مؤكدا أنه في سنة 2016 تم تسجيل 75 طلب تدخل مقابل إطلاق مصالح الجمارك لـ 62 إشعار بشبهة التقليد

## مشكلة البحث:

مما سبق تتبلور اشكالية الدراسة على النحو التالي:

### ما هو واقع ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر؟

#### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، وماهي اثار هذه الظاهرة على المستهلكين الجزائريين والاقتصاد الجزائري

#### هيكل الدراسة:

من أجل الإحاطة بمختلف عناصر الدراسة، نقسم الدراسة إلى المحاور التالية:

- الإطار المفاهيمي لظاهرة التقليد والعلامات التجارية؛
- كيفية تقليد العلامات التجارية في الجزائر؛
- العوامل المشجعة لتنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر؛
- حجم ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر؛
- انعكاسات ظاهرة تقليد العلامات التجارية على المستهلكين والاقتصاد؛
- كيفية محاولة التخلص من ظاهرة تقليد العلامات التجارية بالجزائر.

## 1/ الإطار المفاهيمي لظاهرة التقليد والعلامات التجارية:

### ➤ مفهوم ظاهرة التقليد وتطورها:

إن التقليد ظاهرة قديمة جدا، تعود بدايتها إلى بداية عمليات التبادل التجاري، كما أنها قد ارتبطت بالحضارات القديمة كالحضارة اليونانية، المصرية والرومانية أين تعرضت العديد من السلع والعلامات للتقليد مثل علامة L C Lussius المميزة للخمر بجنوب إيطاليا، وكذا علامة Fortis للمصاييح الزيتية الرومانية. وقد مس التقليد آنذاك مختلف المنتجات الحرفية والفنية.

وقد تطورت هذه الظاهرة بتطور وتعقد الحياة الاقتصادية فأصبحت ذات بعد علمي وانتقلت من الأعمال الحرفية إلى الأعمال الصناعية خصوصا في التسعينيات الماضية حيث ظهرت ورش صغيرة في الأقاليم الساحلية الصينية بجوار المصانع الأصلية والتي أسندت لها الشركات المتعددة الجنسيات إنتاج بعض المنتجات المحدودة لتتوسع فيما بعد لتشمل تقليد كافة المنتجات<sup>1</sup>.

### ➤ تعريف التقليد:

يعرف التقليد بصفة عامة على أنه إعادة للإنتاج بطريقة غير شرعية لمصنف أدبي أو فني أو لمنتج صناعي، وترجع عدم قانونية هذه العملية لاختراق أحد حقوق الملكية الفكرية<sup>2</sup>. وهو يتخذ عدة أنواع وتشمل<sup>3</sup>.

- ✚ علامة الإنتاج أو الصنع أو علامة تجارية مسجلة أو اسم تجاري؛
- ✚ حق محفوظ وغير مسجل على التعبئة أو الغلاف أو على شكل (توضيح) المنتجات؛
- ✚ اختراع نموذج أو رسم أو شكل صريح؛
- ✚ حقوق المؤلف.

ولا يمكن أن نتحدث عن التقليد إلا في حالة تملك المنتج أو الشيء موضوع هذه العملية والتي هي عبارة عن مصطلح قانوني جد دقيق مشخصا للجنحة. ومن المتفق عليه والمؤكد أن التقليد أصبح ظاهرة عالمية، ولم يقتصر امتدادها على الحدود الجغرافية فقط وإنما توسعت هذه الممارسات الطفيلية إلى مختلف النشاطات من ثقافية واقتصادية واجتماعية.

### ➤ تطور ظاهرة التقليد:

إن التقليد ظاهرة قديمة جدا، تعود بدايتها إلى بداية عمليات التبادل التجاري، كما أنها قد ارتبطت بالحضارات القديمة كالحضارة اليونانية، المصرية والرومانية أين تعرضت العديد من السلع والعلامات

للتقليد مثل علامة L C Lussius المميزة للخمر بجنوب إيطاليا، وكذا علامة Fortis للمصاييح الزيتية الرومانية. وقد مس التقليد آنذاك مختلف المنتجات الحرفية والفنية.

ولقد بدأ انتشار ظاهرة التقليد مع الثورة الفرنسية (1791-1793) والتي نتج عنها تطور حقوق الملكية الفكرية، بالإضافة إلى ظهور الثورة الصناعية في المملكة المتحدة والتي نتج عنها بروز علامات تجارية رافقتها تقليد لهذه العلامات.

وتطورت هذه الظاهرة تزامنا مع تطور وتعقد المجالات الاقتصادية والسياسية فأصبحت ذات بعد عالمي وانتقلت من الأعمال الحرفية إلى الأعمال الصناعية الضخمة وبالتحديد في التسعينيات الماضية حيث ظهرت ورش صغيرة في الأقاليم الساحلية الصينية بجوار المصانع الأصلية والتي أسندت لها الشركات المتعددة الجنسيات انتاج بعض المنتجات المحدودة لتتوسع وبسبب التطور التكنولوجي والطلب العالمي المتنامي لتشمل تقليد كافة المنتجات<sup>4</sup>. وقد مثل هذا التطور الخطوة الأولى في ارتفاع هذه الظاهرة من المحلي نحو العالمي.

وتكلف ظاهرة التقليد للاقتصاد العالمي ما بين 150 و 170 مليار دولار سنويا، حيث أن 60% من الحالات التي يتم ضبطها في العالم تتم عن طريق مصالح الجمارك، وتصل النسبة في البلدان الأوروبية الى ما يقدر بـ 90%؛ وتعكس هذه الأرقام ضخامة الظاهرة وتشعبها داخل الاقتصاد العالمي<sup>5</sup>.

### ➤ مفهوم العلامة التجارية:

تعرف العلامة التجارية على أنها "تلك الوسيلة المادية التي تضمن لمشتريها مصدر السلع، أو هي كل إشارة تساعد في تمييز ذاتية السلعة سواء وضعت من طرف صانع أو تم بيعها من طرف تاجر"<sup>6</sup> وتعرف أيضا على أنها "السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محلته التجارية، أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها، قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها"<sup>7</sup>.

وقد عرفها المشرع الجزائري من خلال المادة 2 من الأمر رقم 03-06 كما يلي: "يقصد بالعلامة التجارية كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات والصور والأشكال المميزة للسلع وتوضيحها، والألوان بمفردها أو مركبة والتي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره".

التعريف المتعلقة بالملكية الفكرية في إطار المنظمة العالمية للتجارة في المادة 15 منها والتي عرفت العلامة على أنها " أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة

ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروف وأرقاماً<sup>8</sup>

### ➤ أنواع العلامات التجارية:

تتكون العلامة التجارية من العديد من العناصر كالأسماء والحروف والأرقام والصور، لشعارات وغيرها من الرموز وقد تتكون العلامة التجارية من واحد من العناصر أو من خلال جمع بين أكثر من عنصرين. كما تنقسم العلامات التجارية إلى عدة أنواع أهمها:

### ✚ العلامات التجارية والصناعية:

العلامات التجارية: غالبا ما تقترن كما هو واضح من تسميتها بالتاجر الذي يستخدمها لتمييز المنتجات التي يريد إعادة بيعها بعد شرائها، وذلك بغض النظر عن مصدر شرائها أو الطريقة التي يستخدمها موزع السلعة التي يوزعها دون أن يقوم بإنتاجها. وهذه العلامة هي وسيلة كذلك للمستهلك لتمييزها وللمداومة عليها والاطمئنان لها إن لم نقل الثقة، فبواسطة هذه العلامة لا تختلط البضائع مع غيرها ويستطيع طالب هذه البضاعة بالذات أن يطمئن إذا ما وجد العلامة موضوعة على البضاعة أو المنتجات التي يتعامل بها<sup>9</sup>.

العلامة الصناعية: وهي العلامة التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصناعتها عن بصناعتها عن مثيلتها من المنتجات الأخرى، وهي تشير إلى مصدر الإنتاج أو مصدر الصنع مثل "قولدستار" الذي يصنع الأجهزة الالكترونية «Gold Star» ويضع عليها المصنع.

### ✚ علامة الخدمة والعلامة الجماعية<sup>10</sup>:

علامة الخدمة: وهي التي تشير إلى خدمة أو خدمات غير مرتبطة بسلع أو بضاعة مثل البنوك أو شركات التأمين وشركات النظافة التي تقوم بوضع علامة على صدور أعمالها، أو على أكياس عبوات القمامة أو على الخدمة التي تؤديها الشركة.

العلامة الجماعية: هي كل شخص معنوي عام أو تنظيم نقابي يستهدف المصلحة العامة أو لتشجيع تطور التجارة أو الصناعة الخاصة بهم.

### 2/ كيفية تقليد العلامات التجارية في الجزائر

يشير العديد من التقارير الصادرة عن المديرية الولائية التابعة لوزارة التجارة، إلى أن الأسواق المحلية عرفت استباحا كبيرا للسلع المقلدة وغير الصحية والمضرة في أحيان كثيرة، الأمر الذي يؤكد انفلاتها

من مصالح الرقابة، سواء على مستوى الجمارك بالموانئ أو على مستوى نقاط التفتيش في الطرق الوطنية. وتمثل هذه المواد روائح من مختلف "الماركات" ومواد زينة و«ماكياج» ومواد تنظيف خاصة بالأطفال وحفظات وغيرها من المواد الأخرى التي تعتبر مقصدا للمستهلكين بشكل كبير في مختلف المناسبات.

يتم التقليد بالاعتماد على الطرق التالية<sup>11</sup>:

➤ **من ناحية الاسم:** يختار المقلد اسم العلامة التجارية مع تغيير بعض الحروف او زيادة بعض الحروف بحث لا يتغير نطق الكلمة، او تغيير ترتيب بعض الحروف مما يقوي الالتباس لدى المستهلك

➤ **من ناحية البصر:** حيث يقوم المقلد بتقديم علامة تجارية، معتمدا في ذلك على نفس التركيب والبناء من ناحية الرموز والاشكال والالوان الداخلة في تركيب العلامة التجارية الاصلية

➤ **من ناحية المحاكاة الذهنية:** يتوجه التقليد الى ذهن المستهلك ويعتمد في ذلك على المرادفات والمتناقضات للكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة الاصلية.

### 3/ العوامل المشجعة لتنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر:

هناك العديد من العوامل التي تشجع على تنمية ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر ونذكر منها:

➤ **انتشار الأسواق الموازية:** إن تفاقم ظاهرة انتشار السلع المقلدة في الجزائر ناجم أساسا عن انتشار الأسواق الموازية أو يطلق عليها بالأسواق الفوضوية، والتي انتشرت بكثرة في الجزائر رغم حضرها قانونيا، ففي الجرد الذي أعده المجلس الاقتصادي والاجتماعي سنة 2004 تم إحصاء أكثر من 700 سوق غير شرعية، تغطي مساحة قدرها 7.2 مليون متر مربع، وتستقطب 60 بالمائة من إجمالي التجار على المستوى المحلي، وتسيطر على 40 بالمائة من الكتلة النقدية المتداولة والتي قدرت سنة 2007 بحوالي 8.5 مليار دولار أي حوالي 17 بالمائة من عوائد الأوسر الجزائرية.

➤ **انتشار الفساد الإداري:** احتلت الجزائر في تقرير منظمة الشفافية الدولية لسنة 2016 المرتبة 115 من بين 180 دولة برصيد 33 نقطة فقط. وتفسر هذه المرتبة بانتشار الفساد الاداري

في الجزائر مما يؤدي إلى خرق القوانين والتستر على متعاملين اقتصاديين غير نزهاء وحتى مهربين لمختلف العلامات التجارية المقلدة.

➤ **قلة الوعي بين المستهلكين:** يجهل العديد من المستهلكون الجزائريون سلبيات المنتجات المقلدة والمغشوشة وما تحمله من مواد كيميائية مضرّة قد تسبب أمراضا خطيرة، لذا فهم يتجهون نحو السعر الأرخص على حساب الجودة وأصلية العلامة خصوصا في ظل صعوبة التفريق بين العلامات التجارية الأصلية والمقلدة.

➤ **ضعف القدرة الشرائية:** نظرا لتدني القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري وارتفاع معدلات التضخم خصوصا في السنوات الأخيرة فقد ارتفع معدل المواطنين تحت خط الفقر إلى 22% أي ما يفوق 6.5 مليون جزائري. وعليه فإن ارتفاع الأسعار وتدني مستويات القدرة الشرائية لدى المواطنين يفسر اقبال المستهلكين على السلع الرخيصة الثمن بغض النظر عن كونها أصلية أو مقلدة.

➤ **الاستهلاك التفاخري:** يدرك العديد من المواطنين أن ما يختارونه من علامات تجارية هي علامات مقلدة، لكنهم يسعون لاقتنائها نظرا لانخفاض أسعارها مقارنة بالعلامات الأصلية ولشبهها بالعلامات الأصلية مثل الملابس التي يسعى المستهلكون لاقتنائها نتيجة لشيوع مختلف أنماط الاستهلاك التفاخري.

➤ **قلة خبرة أعوان الرقابة:** إذ أنهم غير مؤهلون للكشف والتمييز بين السلع المقلدة والأصلية

➤ **غياب المخابر متخصصة:** على مستوى مختلف مناطق عبور السلع المستوردة لمراقبة وتحليل جودة ونوعية السلع المستوردة والمواد المصنعة منها والتأكد من أصليتها.

يضاف إلى ما سبق العوامل التالية<sup>12</sup>:

✚ **عدم الدراية بالقوانين المتعلقة بحماية الملكية الثقافية وحقوق المستهلك؛**

✚ **غياب التنسيق بين مختلف المصالح (الشرطة، الجمارك، الجهاز القضائي، الخ) فيما يخص مكافحة تقليد العلامات التجارية؛**

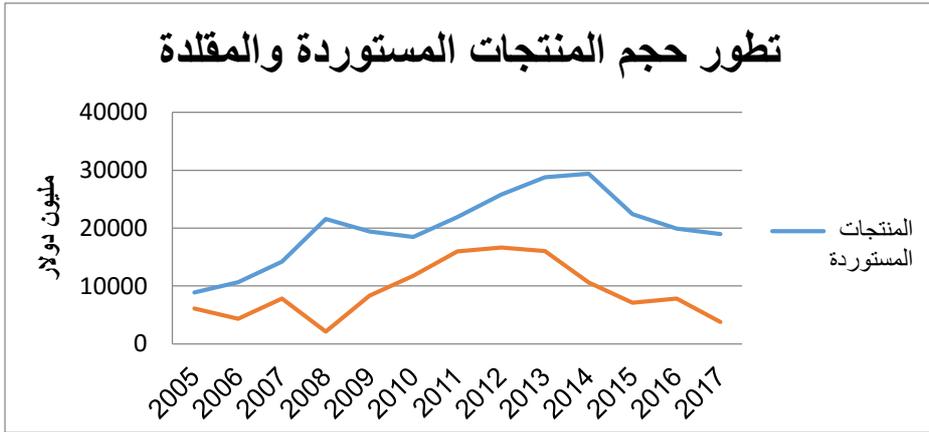
✚ **غياب الخبرة بالنسبة للمتعاملين الاقتصاديين الجدد، ونقص معرفتهم بالأسواق العالمية (أي شخص بإمكانه استيراد أي منتج)؛**

✚ **انتشار التقليد والتزييف وسط المنتجين المحليين الذين أصبحوا ينتجون منتجات مغشوشة.**

#### 4/ حجم ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر

قامت مصالح الجمارك من حجز أكثر من 724.214 منتجا مقلدا خلال سنة 2017<sup>13</sup>، فعلاوة على الاضرار بتوازنات الاقتصاد الكلي و الملكية الصناعية وتنافس المؤسسات فان ظاهرة التقليد تضر كذلك بصحة وسلامة المستهلكين الذين غالبا ما تجلبهم الاسعار المنخفضة نسبيا لتلك المنتجات المقلدة التي تتناقض مع المعايير و المقاييس. ونظرا لضعف المستوى الاقتصادي وانخفاض حجم الناتج المحلي والانفتاح الغير مراقب لاستيراد مختلف السلع والخدمات بهدف تلبية الطلب المتزايد، ارتفع إجمالي الواردات من العلامات التجارية الأصلية والمقلدة كما يوضح الشكل الموالي:

الشكل رقم 01: تطور حجم المنتجات المستوردة في الجزائر



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على:

الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI

<http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/bilan-du-commerce-exterieur>

ملوكة بورة، انعكاس تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات الدول وآليات محاربتها - حالة الجزائر -

رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة

محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص 193

نلاحظ من الشكل أن حجم الواردات يأخذ منحى تصاعديا خلال الفترة (2005-2017)، أين بلغت 29394 مليون دولار، لتتخفف بعدها نحو 18970 سنة 2017 وذلك بسبب السياسة المالية الانكماشية التي اتبعتها الدولة من أجل تخفيض فاتورة الواردات مقابل تشجيع المنتج الوطني.

وقد صاحب هذا التوسع في الاستيراد الغير مراقب بصفة كلية قد صاحبه تدفق كبير للسلع والخدمات ذات العلامات التجارية المقلدة، فالملاحظ من الشكل البياني أن تجارة السلع المقلدة تتماشى وبشكل متوافق مع معظم الزيادات والانخفاضات الخاصة بمنحى الواردات، مما يؤكد الانتشار الكبير للسلع والخدمات ذات العلامات التجارية المقلدة في السوق الجزائري.

كما كشفت مصالح الجمارك عن حجز اكثر من 11 مليون منتج مقلد ما بين سنوات 2007 و 2016<sup>14</sup> مشيرا على أن نسبة 63 في المائة من المواد المقلدة عبارة عن ألبسة أو منتجات رياضية، تليها المواد الالكترونية وألعاب وان المصدر الرئيسي للمنتجات المقلدة هي الصين تليها عدد من المناطق منها اوروبا وديي ثم بلدان كتركيا والهند، كما مثلت دولتا باكستان والأرجنتين جنات تقليد جديدة للعلامات التجارية بعد الصين وإسبانيا ورومانيا وديي التي يفضلها المستوردون لإغراق السوق الوطنية بمختلف العلامات المقلدة والسيئة.

وقد حجزت مصالح الجمارك الجزائرية 165 ألف وحدة من السلع المقلدة خلال السداسي الأول من سنة 2016، أغلبها أجهزة كهرو منزلية و سلع غذائية وقطع غيار وتجهيزات رياضية، مقابل مليون ونصف خلال سنة 2015، فيما تجاوز التحصيل الجبائي 493 مليار دينار، في الفترة نفسها من سنة 2016، مقابل 1000 مليار في 2015، في وقت بلغ عدد المحجوزات في الفترة الممتدة بين 2007 و 2015 ما يقارب 9.5 ملايين سلعة<sup>15</sup>.

##### 5/ انعكاسات ظاهرة تقليد العلامات التجارية على المستهلكين والاقتصاد:

ان العديد من السلع التي تدخل إلى الجزائر مقلدة، وحدّرت الجهات المختصة من تنامي الظاهرة بكثرة في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت تهدد حياة المواطنين، مشيرة إلى أنها أخذت بعدا خطيرا في السنوات الأخيرة وأصبحت تشكل خطرا على الاقتصاد الوطني وصحة المستهلكين من جراء عدم مطابقة هذه الأخيرة للمعايير المعمول بها عالميا، ان عملية التقليد امست عدة منتجات على غرار السجائر ب60 بالمائة، قطع غيار السيارات ب50 بالمائة، مواد التجميل ب40 بالمائة، الملابس والأحذية ب30 بالمائة، الأجهزة الكهرو منزلية ب12 بالمائة، علما أن الأرقام التي تكشف عنها سنويا الهيئات الرسمية والتي تخص تداول المنتوجات المقلدة لا يعني بالضرورة أنها صحيحة 100 بالمائة من منطلق أنها تخص عمليات المراقبة التي تمت عبر الأسواق الرسمية فقط كون الأسواق الموازية لم تراقب يوما وهي منتشرة بكثرة .

### ➤ على المستهلكين:

إن المنتجات الخاصة بالتقليد تكون في أغلب الأحيان خطيرة على صحة المستهلكين (المنتجات الخاصة بالأدوية، بقطع الغيار الخاصة بالسيارات... الخ)، إذ تشير إحصائيات السداسي الأول من سنة 2016

إلى ارتفاع حوادث المرور في الجزائر إلى حوالي 1084 حادث كان سببها الأول قطع الغيار المقلدة عموما تتمثل هذه الآثار في الجوانب التالية<sup>16</sup>:

➤ الآثار السلبية على سلامة وأمان المستهلك؛

➤ التأثير على الحالة النفسية للمستهلك؛

➤ بالإضافة إلى عدم قدرة المستهلك على إتباع طرق قانونية التي تسمح له باسترجاع أمواله التي خسرها جراء شراء هذا النوع من المنتجات، أو حتى التعويض على الضرر الصحي الذي قد يعاني منه هذا الأخير مدى الحياة.

### ➤ على الاقتصاد:

لتقليد العلامات التجارية آثار سلبية على عدة متغيرات اقتصادية نذكر منها:

➤ **تنافسية الاقتصاد:** لا تمتلك الجزائر آليات رقابة مشددة لمكافحة تقليد العلامات التجارية، مما يعني احتمالية تعرضها لعقوبات اقتصادية تمس المنتجات التي تمتلك الجزائر فيها ميزة نسبية أو المنتجات الأكثر تصديرا كالبترول، وهو ما من شأنه أن يحدث أثرا سلبيا على الاقتصاد الوطني إضافة إلى تشوه سمعتها السوقية. وقد أظهر تقرير التنافسية

➤ **الاستثمار المحلي والأجنبي:** تخوف المستثمرين الأجانب من الاستثمار في بلد يعتبر مصدرا للتقليد، و بالتالي خسارة أموال واستثمارات كان يمكن أن تعود على البلد بالفائدة من ناحية الإيرادات الضريبية أو النمو الاقتصادي أو المعرفة الأجنبية في المجال التكنولوجي أو مجال إدارة الأعمال<sup>17</sup>.

➤ **الصناعات الناشئة:** إن إدخال السلع دون دفع الحقوق والرسوم الجمركية المستحقة وبيعها بأثمان منخفضة مقارنة بأثمان السلع المحلية يؤثر سلبا على الصناعات الوطنية الناشئة ويتسبب في تعرض المؤسسات الوطنية للضرر والخسارة أو الغلق النهائي كما حدث لمجمع بي سي آر

والمختص في صناعة البراغي والصنابير والسكاكين والذي خسر في ظرف 10 سنوات أكثر من 30 بالمائة من حصصه في السوق<sup>18</sup>.

➤ **صادرات البلد:** أن صادرات هذه الدول تنخفض لاقتران منتجاتها بالتقليد. إن المنتجات الأصلية والمنتجة في هذه الدول قد تلاقي رفضا في الأسواق الأجنبية كون نظرة المتعاملين في الخارج سلبية إزاء نوعية هذه المنتجات، هذه الخسائر في الصادرات قد تؤدي إلى خسائر على مستوى العمالة وعلى مستوى العملات الصعبة على حد سواء. ثالثها أن تراجع نسبة نمو الاقتصاد سيفسح المجال أمام ظهور أنشطة التقليد ونموها مع ما يرافقها من تطور نشاط المنظمات الإجرامية.

## 6/ كيفية محاولة التخلص من ظاهرة تقليد العلامات التجارية بالجزائر

### ➤ الاجراءات الوقائية

فرضت مصالح الجمارك ابتداء من 20 ديسمبر 2017، على جميع المستوردين الحصول على شهادتي مطابقة لسلعهم، تكون الأولى صادرة عن الشركة الأم المصنعة للمنتوجات التي تدخل التراب الوطني برا وبحرا، والثانية مسلمة من طرف هيئة معتمدة معترف بها، تثبت أن ذلك المنتج مضمون وغير مقلد وبراغي كل معايير السلامة والأمان للمستهلك الجزائري، فيما حددت قائمة سوداء لـ 540 شركة تجارية جزائرية وأجنبية كبدت خزينته الدولة أزيد 1500 مليار بسبب تورطها في إغراق الأسواق الجزائرية بالبضائع المقلدة.

### ➤ أهم التشريعات والقوانين:

تعتبر الجرائد الرسمية أهم المصادر القانونية التي اهتمت بسن قوانين ومراسيم صارمة اتجاه ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر مثل<sup>19</sup>:

❖ المرسوم التشريعي رقم 17/93 المؤرخ في جمادى الثانية عام 1414 الموافق لـ 07 ديسمبر 1993 المتعلق بحماية الاختراعات والمتضمن المواد 12-13-14 أما المواد 31 الى 34 تتعلق بالعقوبات الخاصة بمنحة التقليد أهمها:

✚ الحبس من شهر واحد وستة أشهر؛

✚ غرامة مالية تقدر من 40000 دج إلى 400000 دج.

❖ المرسوم التشريعي رقم 03/09 الصادر في 29 صفر عام 1430 الموافق لـ 25 فيفري

2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، اما العقوبات والمخالفات المنصوص عليها في هذا

التشريع

فهي:

✚ الحبس لمدة 5 سنوات؛

✚ غرامات مالية تتراوح ما بدون 200.000 دج إلى 1000.000 دج حسب نوعية العقوبة.

➤ اجراءات متعلقة بوزارة التجارة:

في إطار محاربة تقليد العلامات التجارية، قامت وزارة التجارة باتخاذ عدة تدابير نذكر من بينها:

✚ خلق مصلحة خاصة لمراقبة وقمع الغش التجاري؛

✚ قامت الوزارة في 2004 بخلق مركز خاص لتدريب وتأهيل أعوان المراقبة؛

✚ إنشاء مخبر مجهز بأجهزة حديثة خاصة بمراقبة مكونات المنتج؛

✚ تشغيل حوالي 1500 إطار جامعي اختصاصي في ميدان المراقبة بمحذف تحسين مستوى أعوان

المراقبة؛

✚ وضع برنامج يسمح را مجال المراقبة خاصة في المناطق التي تفتقر إلى المراقبة.

**خاتمة البحث والاقتراحات**

تعد العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة الداخلية والدولية، والجزائر كغيرها من الدول تتكبد خسائر ضخمة نتيجة استثناء ظاهرة تقليد العلامات التجارية؛ حيث اتسعت دائرة تقليد العلامات التجارية لتمس أغلب المنتجات المتوفرة في السوق الجزائرية، حيث وبعد دراسة اهم اسباب تفشي هذه الظاهرة في السوق الجزائرية وانعكاساتها الخطيرة على المستهلكين نخرج بمجموعة من الاقتراحات:

➤ زيادة المخابر المتعلقة بالعلامات التجارية في مناطق العبور؛

➤ محاولة تقليص والقضاء على الاسواق الموازية وبالتالي عدم وجود اماكن لتسويق العلامات

التجارية المقلدة؛

➤ العمل على تكوين اعوان الرقابة على ايدي مختصين في كل الولايات؛

➤ انشاء دورات خاصة بالمستهلكين لتعريفهم بالعلامات التجارية المقلدة ومدى خطورتها

➤ يجب على المشرع تدارك النقائص المتعلقة بأفعال الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد وخاصة منها ما يتعلق بالتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية وإدراج نصوص قانونية رادعة لها.

### الهوامش والمراجع:

- 1 - ملوكة بوورة، انعكاس تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات الدول وآليات محاربتها - حالة الجزائر-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص 3، 4.
- 2 - بلهوارى نسرين، النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009 م، ص 7.
- 3 عبد العزيز شرابي، محمد أمين فروج، ظاهرة التقليد: المخاطر وطرق المكافحة، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 2008/5، ص 224، 225.
- 4 ملوكة بوورة، مرجع سابق، ص 4.
- 5 محمد شريف، تجند دولي لمكافحة التقليد والقرصنة، مقال إلكتروني، تاريخ النشر 1 فيفري 2007، متوفر على الموقع <https://www.swissinfo.ch>، تاريخ الزيارة: 2018/12/19.
- 6 عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص 135
- 7 جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص 253
- 8 اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، الملحق 1 ج(، منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية، متوفر على الموقع، [www.wipo.int](http://www.wipo.int)، تاريخ الزيارة: 2018/12/15
- 9 رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانونية، صادرة عن كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ع 5، مارس 2008، ص 35.
- 10 ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، مذكرة دكتوراه في القانون الخاص غير منشورة، كلية. 2012 م، ص / 57 الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011 - 2012، ص 57.
- 11 <http://smeadvisorarabia.com/%D8%AA%D9%82%D9%84%D9%8A%D8%AF-%D9%88%D8%AA%D8%B2%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D9%88%D8%A7/>

<sup>12</sup> ملاك قارة، إشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر – مع عرض ومقارنة تجارب: المكسيك، تونس، السنغال- ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منوري قسنطينة، 2010/2009، ص 139

<sup>13</sup> Eco Alegria ; <http://www.eco-algeria.com/content/%D8%AD%D8%AC%D8%B2-%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D9%86-720000-%D9%85%D9%86%D8%AA%D9%88%D8%AC-%D9%85%D9%82%D9%84%D8%AF-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-%D8%B3%D9%86%D8%A9-2017> , le 15/12/2018

<sup>14</sup> Eco-Algérie , <http://www.eco-algeria.com/content/%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D9%86-11-%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86-%D9%85%D9%86%D8%AA%D9%88%D8%AC-%D9%85%D9%82%D9%84%D8%AF-%D8%AD%D8%AC%D8%B2%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-9-%D8%B3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%AA> le 22/03/2017

<sup>15</sup> – نورة باشوش، **540 شركة أغرقت السوق بمنتجات “تايبان”**، جريدة الشروق، يوم 2018/08/20،

<https://www.echoroukonline.com/540-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D8%BA%D8%B1%D9%82%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82-%D8%A8%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D8%A7%D9%8A%D9%88%D8%A7%D9%86/>

<sup>16</sup> ملاك قارة، تقليد العلامات التجارية في الجزائر (حجمها وإجراء مكافحتها)، مجلة العلوم الانسانية، عدد جوان 47، بسكرة، 2017، ص 11

<sup>17</sup> عبد العزيز شرابي، محمد أمين فروج، مرجع سابق، ص 231.

<sup>18</sup> ملوكة بوورة، مرجع سابق، ص 79

<sup>19</sup> ملاك قارة، تقليد العلامات التجارية في الجزائر (حجمها وإجراء مكافحتها)، مرجع سابق، ص 18