

أعمال المنافسة غير المشروعة الماسقة بتسميات المنشأ

الأستاذة : زواوي الكاهنة

أستاذة مساعدة " أ " كلية علوم الشريعة والاقتصاد
قسم الشريعة والقانون- جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة-

Résumé:

Par son origine et sa distinction, toute « *appellation d'origine* » constitue un droit de propriété industrielle. C'est un moyen de caractériser par sa distinction, la source et la genèse de biens. Aussi, avec le développement économique, il est devenu l'un des outils les plus importants de la concurrence. Son rôle, tant important dans le domaine économique et social, vise à protéger le commerçant et son institution des actes et procédures de concurrence déloyale, et de protéger aussi les consommateurs contre tout acte frauduleux. Malgré cela, il n'existe pas de jurisprudence dans ce domaine. Ce qui nous a amené à aborder cet aspect, afin de montrer son importance dans la vie économique et sociale, tout en soulevant les actes les plus importants de concurrence déloyale affectant le type de signes, et de connaître la nécessité et la portée de la protection.

ملخص:

تعتبر تسمية المنشأ إشارة مميزة تنتمي إلى حقوق الملكية الصناعية، و هي وسيلة تميز مصدر و نشأة السلع، و مع التطورات الاقتصادية أصبحت من أهم أدوات المنافسة، و لها دورا مهما على المستويين الاقتصادي و الاجتماعي، لكونها تهدف لحماية العون الاقتصادي من أعمال المنافسة غير المشروعة، و حماية المستهلكين من عمليات الغش. و رغم هذه الأهمية إلا أننا لا نجد دراسات فقهية في هذا المجال و لهذا أردنا أن نتناول ماهية تسمية المنشأ و نبين مدى أهميتها في المجالين الاقتصادي و الاجتماعي، ثم نتطرق لأهم أعمال المنافسة غير المشروعة التي تمس بهذا النوع من الشارات، و هذا لنعرف مدى ضرورة حمايتها .

تعتبر تسمية المنشأ حقا من حقوق الملكية الصناعية، يرجع ظهورها كشارة لتمييز منتجات تتميز بمواصفات منطقة إنتاجها إلى العصور القديمة، فمعروف تاريخيا أن الصين اشتهرت بشايها الاخضر وحريرها، والهند اشتهرت بعطورها، وروما بخمورها المعتقة ، هذا على الصعيد التجاري، أما على صعيد التنظيم القانوني لتسميات المنشأ كشارة جماعية، تخضع لشروط محددة، لم يتم إلا خلال القرن العشرين مع صدور القانون الفرنسي في ماي 1919، الذي أخذ عليه على أنه لم يحدد المواصفات التي يجب أن تتوافر في المنتج لاستحقاق التسمية¹، ثم صدر مرسوم تشريعي في 30/07/1935 الذي استحدث اللجنة الوطنية لتسميات المنشأ INAO ، ثم اتفاقية مدريد² المتعلقة بقمع بيانات المصدر أو المنشأ المزورة أو غير القانونية، إضافة إلى إتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر 1958 التي تعترف بتسميات المنشأ على الصعيد الدولي، ففتح نظاما دوليا للتسجيل حيث يمكن من خلاله للبلد الذي يتبع نظاما وطنيا لحماية تسميات المنشأ أن يطلب تسجيل تسمية منشأ معين على الصعيد الدولي، وهذه الاتفاقية تديرها المنظمة العالمية للملكية الفكرية wipo، والتي صادقت عليها الجزائر³، والتي تنص على بعض المبادئ التي تهدف إلى تحقيق التوحيد الدولي، ولهذه الاتفاقية أهمية كبرى بالنسبة للدول التي تتميز منتجاتها الزراعية أو صناعاتها اليدوية بجودة عالية من حيث حماية تسميات مصدر المنتجات على المستوى الدولي في الأسواق الخارجية، وبقيت هذه القوانين نافذة في الجزائر حتى صدور قانون رقم 76-65⁴ المتعلق بتسميات المنشأ.

و من أهم الاعتداءات التي تمس تسمية المنشأ هي أعمال المنافسة غير المشروعة التي تعتبر تحويل العملاء بمناورات غير مشروعة من طرف المنافس⁵.

ولأن المنافسة النزيهة هي الوسيلة المثلى لتطوير المنتجات، و تخفيض أسعار السلع و الخدمات، و في حصول المنافسة غير المشروعة مضار كثيرة للفرد سواء كان عوننا اقتصاديا أو مستهلكا، وللاقتصاد الوطني، لهذا نظم المشرع الجزائري المنافسة في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة⁶.

المبحث الأول: ماهية تسميات المنشأ **appellation d'origine**

تعد من ضمن البيانات المميزة في الميدان الصناعي و التجاري و الفلاحي، فاستعمال تسميات المنشأ من قبل المنتجين لتشخيص البضائع و منحها شهرة وطنية أو دولية تعتبر عملية قديمة جدا، وزادت أهميتها مع تفتح الأسواق المحلية على الأسواق العالمية، ولذلك يجب معرفة ماهي تسمية المنشأ، وكيف تتمتع بالحماية القانونية.

المطلب الأول: التعريف بتسمية المنشأ وأهميته

الفرع الأول: تعريف تسميات المنشأ

عرفها الدكتور سمير حسين جميل الفتلاوي كما يلي: " هي التسمية التي تُستغل كرمز لمنشأة صناعية في البلد أو المنطقة أو جزء منطقة، أو ناحية أو مكان مسمى بحيث يكون الانتاج منسوباً حصراً أو أساساً لبيئة جغرافية تتمتع بعوامل طبيعية أو بشرية"⁷.

و عرفته اتفاقية لشبونة كما يلي: " تعني تسمية المنشأ طبقاً لهذا الإتفاق التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو وجهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته و خصائصه كلية أو أساساً إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية و البشرية..."⁸

أما فيما يخص التشريع الجزائري فقد عرفها في الفقرة الأولى من نص المادة الأولى من الأمر رقم 56-76 المتعلق بتسميات المنشأ كما يلي " تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، و تكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصراً أو أساساً لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية و البشرية."

و كما عرفت المادة 14 من قانون الجمارك⁹ بلد منشأ بضاعة معينة بما يلي " هو البلد الذي استخرجت من باطن ارضه هذه البضاعة أو جنيت أو صنعت فيه".

من خلال كل هذا نستخلص خصائص تسمية المنشأ المتمثلة فيما يلي:

- هي تسمية جماعية، من حق منتجي المنطقة المعنية بها، و الذين تتوفر في منتجاتهم المواصفات المحددة قانوناً.
- هي حق لا يزول إلا بزوال مواصفات المنتج التي جعلته مميزاً، وكانت وراء إقرار التسمية.
- هي ثابتة تخص المنتجات الآتية من المنطقة المعنية، أي تعيين منتجات من نفس النوع الآتية من مناطق مختلفة، أمر غير وارد و غير مشروع.

أمثلة لتسمية المنشأ¹⁰:

- تسمية " روكفور" للجبنة المصنوعة في إقليم روكفور في فرنسا، فإنضاج الجبنة في كهوف روكفور يعطيها مزايا و خصائصها المعروفة.
- تسمية "شمانيا" للنبذ المنتج في إقليم شمانيا شمال شرق فرنسا، و قد أنتج هذا النبذ منذ عهد المبراطورية الرومانية، و لا يزال يشكل أحسن مشروب معتق في العالم.

الفرع الثاني: أهمية تسمية المنشأ

تستعمل تسميات المنشأ كإشارة للمكان الذي تم فيه صناعة المنتج، إذ تسمح للمشتري بمعرفة أصل صناعة المنتج و نوعيته و تاريخ صنعه، و هذا نوع من أنواع ضمان جودة و نوعية البضاعة المعروضة للبيع¹¹ ، فهي وسيلة للتصديق على منشأ المنتج، تضمن له أن المنتج مهيأ وفق طرق الإنتاج الأصلية المرتبطة بذلك المنتج، فالهدف المنشود من وضعها هو اجتذاب الزبائن، بسبب الصفات المميزة للإنتاج، و لذلك هي تلعب دور مهم في حماية المستهلك .

و على المستوى الاقتصادي، تقوم تسميات المنشأ بنفس دور العلامات، فهي تشكل أداة لمنح قيمة مضافة للمنتجات المعنية بها، تضمن لها تسويقاً أفضل بالمقارنة مع المنتجات المشابهة لها، مما يسمح لمنتجها بالحصول على مداخيل أفضل¹² .

و من الناحية الاجتماعية، فإنه يمكن لهذه التسميات أن تلعب دوراً في التنمية الاجتماعية للمناطق المعنية بها، خاصة عندما يتعلق الأمر بمناطق نائية و مهمشة، حيث تلعب دوراً مهماً في استقرار سكان تلك المنطقة، عن طريق توفير نشاط اقتصادي، يضمن دخلاً محترماً.

لذا يحق لكل من يهيمه الأمر طلب إبطال تسمية منشأ مستعملة لتعيين منتج ما إذا كان غير ناشئ في المكان المقصود، مما يمكن اعتبارها من النظام العام¹³ .

المطلب الثاني: تمييز تسميات المنشأ عن البيانات المشابهة لها

إن الدور الذي تلعبه تسميات المنشأ في تمييز المنتوجات، يسبب خلطاً بينها و بين البيانات الأخرى التي بدورها تقوم بتمييز المنتوجات، ومثال على ذلك العلامة التجارية و الاسم التجاري

الفرع الأول: التسمية المنشأ و الاسم التجاري

يعتبر الاسم التجاري عنصراً من عناصر المحل التجاري، فهو ذلك الاسم الذي يطلقه التاجر على متجره لتمييزه عما سواه من المتاجر، و قد يكون هذا الاسم بالنسبة للأشخاص الطبيعيين، إما مبتكراً لجذب الزبائن وإما مركباً من كنية التاجر أو اسمه المستعار¹⁴ .

فيجوز استعمال الاسم العائلي - أي الاسم المدني- أو اللقب، كاسم تجاري، كما يمكن أن يختار التاجر اسماً مستعاراً بدلاً من اسمه الشخصي شريطة أي يسبب ضرراً للأشخاص الذين لهم اسماً عائلياً مشابهاً¹⁵ .

أما تسمية المنشأ فهي تتضمن الاسم الجغرافي لبلد معين أو منطقة معينة، وهي تهدف إلى تحديد أن هذا المنتج ناشئ في منطقة معينة دون سواها، بينما لا يقصد بالاسم التجاري تمييز منتج معين عن آخر بل تمييز محل تجاري عن آخر.

و الحق على الاسم ينشأ بمجرد الاستعمال في حين أن تسمية المنشأ تخضع لنظام التسجيل بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

الفرع الثاني: تسمية المنشأ والعلامة التجارية

تسمية المنشأ هي اسم جغرافي لبلد أو منطقة معينة ينشأ أو يُصنع المنتج فيها، أما العلامات فهي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، و الرسومات أو الصور أو الأشكال، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره¹⁶.

يترتب على ذلك يجوز أن تكون العلامة تسمية خيالية أو طريفة، أو اسما عائليا، لا علاقة لها بمكان الانتاج¹⁷.

إلا انه لا يجوز أن تكون العلامة عبارة عن اسم جغرافي يمكن أن يؤدي استعماله إلى تضليل المستهلك، وهذا ما أكد عليه المشرع الجزائري في المادة 07 من قانون العلامات¹⁸ بحيث استثنى من التسجيل "...الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يُحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة".

عكس المشرع الفرنسي الذي أجاز أن تكون العلامة اسم جغرافي مثل Mont-blanc التي استعملت كعلامة لحليب، أو Chicago التي استعملت كعلامة للملابس¹⁹.

وتوجد علاقة لصيقة بين تسميات المنشأ والمنتج، إذ لا يمكن أن نستعمل التسمية على منتجات لا تتوافر فيها الشروط اللازم توافرها، كالجودة وطريقة الصنع المتميزة بها تلك المنطقة، أما العلامة فتتعلق ببضائع قابلة للتغيير حسب إرادة الصانع.

و بما أن تسمية المنشأ حق جماعي ، فلا يمكن التنازل عنها، عكس العلامة التي يجوز للمالكها التنازل عن حقه في العلامة كليا أو جزئيا²⁰، وقد تكون العلامة محل رهن. عن طريق رهن المحل التجاري باعتبارها عنصرا من عناصره، وفي هذه الحالة يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة²¹، أما إذا رُهنّت منفصلة عن المحل التجاري يعتبر رهنها حيازيا من نوع خاص، لأن العلامة مال منقول معنوي، ولا تخضع حيازته لقاعدة الحيازة في المنقول سند الملكية²².

المبحث الثاني: الاعتداء على تسمية المنشأ

تعتبر تسميات المنشأ محمية قانوناً من تاريخ إيداع الطلب لمدة 10 سنوات قابلة للتجديد²³، من أي عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة التي هي اعتداء على صاحب الحق في تسمية المنشأ.

وقد جرّم المشرع الجزائري كل اعتداء على تسمية المنشأ في المواد 28 وما يليها من الأمر 65-76، ويكون هذا الاعتداء سواء بالتقليد أو باستعمال تسمية منشأ منطوية على الغش.

وقد أعطى المشرع الحق لكل شخص ذو مصلحة مشروعة، أن يطالب بالكف عن الاستعمال غير المشروع لتسمية منشأ محمية قانوناً، وهذا بتقديم طلب لدى القضاء لإصدار أمر بكل التدابير الضرورية لذلك²⁴.

المطلب الأول: لاعتداء على تسمية المنشأ بالتقليد

يبيّن المشرع الجزائري بوضوح أنه يعتبر عملاً غير مشروع تقليد تسمية المنشأ.

الفرع الأول: ماهية جريمة التقليد

هو نقل شيء عن الأصل بصورة احتيالية و تدليسية، قصد التحريف والغش، وتنديبه لغير صاحبه الأصلي لإيقاع الغير في الخطأ والخلط بين الأصلي والمقلد²⁵.

التقليد هنا ليس عن طريق استعمال تسمية المنشأ كما هي، ولكن بإدخال تغييرات جزئية أو أساسية عليها على نحو يجعل الخطاب الذي تمرره إلى الجمهور هو ذاته الذي تمرره تسمية المنشأ الأصلية، ويكون ذلك إما عن طريق تغيير عبارة تتكون منها تسمية المنشأ بعبارة مرادفة أو قريبة المعنى، أو بإقحام عبارات مغايرة للتمويه ولكن مع الحفاظ على نفس الخطاب²⁶.

وهذا ما قصده المشرع الجزائري في المادة 28 على أنه يعتبر عملاً غير مشروع تقليد تسمية المنشأ كما ورد ببيائها في المادة 21، والتي تنص على ما يلي: "لا يحق لأحد أن يستعمل تسمية منشأ مسجلة إذا لم يرخص له بذلك صاحبها، حتى ولو ذكر المنشأ الحقيقي للمنتج، أو كانت تسمية موضوع ترجمة أو نقل حرفي أو كانت مرفقة بألفاظ "الجنس" أو "النموذج" أو "الشكل" أو "التقليد" أو بألفاظ مماثلة." أي أنه حتى ولو كانت مترجمة أو مشفوعة بهذه العبارات فهو غير مشروع.

وهذا ما تضمنته كذلك اتفاقية لشبونة المتضمنة حماية تسميات المنشأ، إذ تمنع أي انتحال أو تقليد لهذه التسمية، حتى ولو كانت هناك إشارة إلى المنشأ الحقيقي للمنتج أو كانت

التسمية مستخدمة في شكل ترجمة أو مصحوبة بعبارات مثل نوع أو "طراز" أو "نموذج" أو "تقليد" أو ما يماثل ذلك ²⁷.

ولكن إذا كانت تسمية المنشأ المحمية تشبه مصطلحا مألوفاً، ودرج القياس عليه دون أن يقصد منه التقليد، فهذا لا يعد اعتداءً، كأن يكون اسمه الشخصي يتشابه مع تسمية منشأً، واستخدمه التاجر كاسم تجاري ²⁸.

الفرع الثاني: أركان وجزاء جريمة تقليد تسمية المنشأ

لتوافر الركن الشرعي يجب أن تكون تسمية المنشأ تتمتع بالحماية القانونية و هو أن تكون مستوفية جميع الشروط الموضوعية والشكلية، فبالنسبة للشروط الموضوعية تتمثل في:

- أن تقترن باسم جغرافي.
- أن تعين منتجا.
- أن تكون للمنتوجات مميزات معينة.
- ألا تكون مخالفة للنظام والآداب العامة.
- ألا تكون التسميات مشتقة من أجناس المنتجات.

و الشروط الشكلية هي أن يتم إيداعها لدى المكتب الوطني الجزائري للملكية الصناعية INAPI، وتسجيلها وإشهارها.

أما فيما يخص الركن المادي يستوي أن يكون التقليد مطبوعاً أو منسوخاً أو منقوشاً أو بأي صورة أخرى، على البضائع ذاتها أو حتى على ما له علاقة بالبضائع، كالغطاء أو الرقعة أو حتى على كل ما استعمل في لف البضائع أو ألصق عليها ²⁹، والقاضي يأخذ بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف.

ويشترط لقيام الفعل هنا سوء النية لدى المقلد، إذ يجب أن يتوفر لديه قصد تضليل الجمهور عن طريق استعمال تسمية المنشأ المحمية، وهذا أمر يسهل إثباته في الغالب بالنظر إلى أن الأمر يتعلق بمهنيين على إطلاع بالمعطيات المتعلقة بمجال عملهم ³⁰.

وقد نص المشرع الجزائري على العقوبات الخاصة بهذا الاعتداء في الأمر رقم 65-76 المتعلق بتنمية المنشأ، في نص المادة 30، وتتمثل في غرامة من 2000 إلى 20000 دج، والحبس من 3 أشهر إلى 3 سنوات، أو إحدى هاتين العقوبتين على مزوري تسمية المنشأ وعلى المشاركين في التزوير.

المطلب الثاني: استعمال تسمية منشأ منطوية على الغش

بالنسبة لاتفاقية باريس فقد منعت في المادة 10 كل استعمال مباشر أو غير مباشر لبيان مخالف للحقيقة عن مصدر المنتجات.

أما المشرع الجزائري فقد نص على أنه يعتبر عملا غير مشروعاً كل استعمال لتسمية منشأ منطوية على الغش.

الفرع الأول: المقصود بتسمية منشأ منطوية على الغش

هو الإدعاء بأن سلعة ما هي من منشأ جغرافي ليست من إنتاجه، هي خير مثال على الممارسات المنافسة للمنافسة المشروعة، لأنه إذا تم استعمال تسمية منشأ معروفة على منتج آخر لا علاقة له بالأرض المنسوب لها، وبالتالي لا يتمتع بنفس الخصائص التي تميّز منتجات هذه الأرض، هنا يعتبر تضليل للمستهلك.

عُرف الغش على أنه "كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع و يكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها، أو إعطائها شكلا أو مظهرا لسلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك بقصد الاستفادة من الخواص المسلوّبة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن"³¹

كما عُرف بأنه "الترويج لسلعة ما بما يخالف حقيقتها بأي طريقة كانت مثل توزيع نشرات، أو وضع ملصقات أو الإعلانات في إحدى وسائل الإعلام، أو أي عمل آخر يخفي حقيقة السلعة، ولا يتطلب أن يكون الشيء المدخل في البضاعة من طبيعة أخرى تغاير طبيعتها، بل قد تكون من ذات الطبيعة، ولكنه يختلف عنه في مجرد الجودة، على أنه لا يشترط في القانون أن تتغير طبيعة البضاعة بعد الحذف أو الإضافة، بل يكفي أن تكون قد زيف"³².

رغم أن التقليد يختلف عن الغش إلا أن هذا النوع من التقليد ينطوي على الغش، أي تم هنا غش المستهلك الذي يشتري المنتج نظرا لتميزه بشيء معين، سواء بالجودة أو بخاصية علاجية، إلا أنه ينخدع ولا يحصل على ما دفع المال لأجله.

وبطبيعة الحال من يقوم ببيع بضائع استعمال لها تسمية منشأ مغشوشة، أو عرضها للبيع، أو استيرادها بقصد البيع، أو حيازتها بقصد البيع، فهو يعتبر معتدي.

و المقصود بالعرض – L'offre - هنا العرض من أجل البيع، أي السعي وراء الزبائن من أجل اقتناء المنتج، وذلك باستعمال وسائل الدعاية لها³³.

الفرع الثاني: أركان جريمة الغش في تسمية المنشأ وجزائها

بالنسبة للركن المادي لا يُشترط التشابه بين السلعتين تشابها تاما، و لكن قد يستغل الجاني شهرة المنطقة الجغرافية بإنتاج سلعة ما تعتمد على عنصر أساسي، و بحيث يعتمد في إنتاجه على سلعته التي يتجر بها في ذات المنطقة المشهورة، و لكن ينتجها خارجها معتمدا على نفس العنصر مع إضافات قد تغير من طبيعة المنتج ذاته، على سبيل المثال منطقة تشتهر بالمياه المعدنية من الآبار، ثم يقوم هذا التاجر بعرض منتجاته من المياه الغازية، على نحو يوحي بأنه اعتمد في إنتاجه على مياه هذه المنطقة، رغم أنه أنتجها معتمدا على مياه من منطقة أخرى³⁴.

أما بالنسبة لعرض المنتج الذي يحمل تسمية منشأ مغشوشة للبيع ، هو وضعها أمام نظر المستهلكين، بأي صورة من الصور، كوضعها في محل تجاري، أو إرسال عينات منها للتجار، أو حتى النشر عنها أو مجرد وضعها في المخازن العامة، لأن ذلك يفتح منافذ المنافسة غير المشروعة، و التحايل على القانون³⁵.

و يدخل في حكم البيع أو العرض للبيع، ذلك الفعل المتمثل في تقديم هذا المنتج كجائزة أو كهدية للمشتري، بمناسبة قيامه بشراء منتج آخر مزيف، ذلك ان تقديم المنتج المزيف كجائزة أو كهدية إنما يتم و الحالة هذه في إطار تقنية تجارية و تسويقية تركز على اعتبار ثمن الجائزة أو الهدية جزء من ثمن المنتج المبيع أو جزء من مصاريف عرض هذا المنتج للبيع³⁶.

و هذا الاعتداء يفترض وجود الاعتداء الأول، أي استعمال تسمية منشأ مغشوشة، و قد يكون الشخص المرتكب للفعلين نفسه، عندئذ يعاقب على كل اعتداء على حدى، و تكون العقوبة أشد³⁷.

و تتحقق واقعة بيع المنتجات المقلدة، سواء كان الفاعل تاجرا أو غير تاجر، و سواء قام ببيع المنتجات المقلدة مرة واحدة أو أكثر، و سواء حقق من ذلك ربحا أم لم يحقق، أو حتى لحقته الخسارة.

و من أمثلة ذلك ما نراه في الواقع مع "دقلة نور" و هي من أجود أنواع التمور عالميا و ليس في الجزائر فقط، و التي نراها متداولة في الأسواق التونسية على أنها تمور تونسية، و هذا عبارة عن استعمال منطوي على الغش.

و هذا هو دور اتفاقية لشبونة التي عُقدت لحماية تسميات المنشأ الدولية، إذ تنص في الفقرة الأولى من المادة 05 على أنه بناء على طلب البلد العضو أن يسجل تسمية المنشأ لدى المكتب الدولي، فيقوم بنشرها في مجلة دورية، و هكذا تتمتع تسمية المنشأ بحماية دولية، لدى كل الدول الأعضاء.

ثم نصت الفقرة السادسة من نفس المادة على أنه إذا كانت إحدى التسميات التي تتمتع بالحماية، تستخدم بالفعل من قبل الغير في بلد آخر، فإن الإدارة المختصة في هذا البلد لها الحق في أن تمنح المعتدي مدة عامين لكي يضع حدا لهذا الاستخدام، و إبلاغ المكتب الدولي بعد انقضاء مدة سنة.

أما فيما يخص الجزاءات فقد أدرج المشرع الجزائري عقوبة هذا الاعتداء في الأمر 65-76 في المادة 30 سالفه الذكر، إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في القوانين والأنظمة المتعلقة بقمع الغش³⁸، و قانون العقوبات الذي تنص المادة 170 منه على أن " كل إخلال بالنظم المتعلقة بالمنتجات المعدة للتصدير التي من شأنها ضمان جودة صنفها ونوعها وأحجامها يعاقب بغرامة من 500 إلى 20000 دج، وبمصادرة البضائع". و المادة 429 التي تنص على أنه: "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20000 دج، ... كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد في طبيعة السلع أو في صفتها الجوهرية أو في تركيبها، أو في نسبة مقوماتها، أو نوعها أو مصدرها"

و حتى قانون الجمارك³⁹ اهتم بهذا الجانب إذ تنص المادة 22 منه على أن " كل بيان يوضع على المنتجات نفسها أو على الغلف و الصناديق أو الرزم، و الظروف و الشرائط أو اللصاقات..... من شأنه أن يحمل على الاعتقاد بأن البضاعة الآتية من الخارج هي ذات منشأ جزائري، يؤدي ذلك إلى فرض حظر مطلق على هذه البضاعة"

خاتمة

في وقتنا الراهن أصبح لتسمية المنشأ دورا هاما في النشاط الاقتصادي، فهي أداة للمنافسة على الزبائن و أداة مهمة لتنمية الاقتصاد المحلي، و التنمية الاجتماعية للمناطق المعنية بها، الأمر الذي يفرض على المشرع الجزائري تغيير النصوص القانونية الخاصة بتسمية المنشأ التي هي غير مناسبة للظروف الاقتصادية الحالية، إذ أن الأحكام القانونية لتسمية المنشأ تخضع للأمر رقم 65-76 المؤرخ سنة 1976.

و نظرا لخطورة أعمال المنافسة غير المشروعة التي تمس بتسمية المنشأ، سواء بالعون الاقتصادي المنافس أو بالمستهلك، و حتى بالاقتصاد الوطني، قام المشرع الجزائري بتجريم هذه الأفعال، سواء فعل المنافسة غير المشروعة المتمثل في التقليد، أو استعمال تسمية منشأ منطوية على الغش، و لإدراكه مدى التأثيرات السلبية لهذه الأفعال وضع المشرع الجزائري عقوبات لها ليس فقط في الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ، بل حتى في قانون العقوبات، و قانون الجمارك، و القوانين

المتعلقة بقمع الغش، وهذا لحماية بيانات المنشأ من جهة، و حماية المستهلك و تشجيع إنتاج منتجات أصلية من جهة أخرى.

الهوامش :

- (1) فؤاد معلال، الملكية الصناعية و التجارية، دار الآفاق المغربية للنشر و التوزيع، الدار البيضاء، 2009، ص 687.
- (2) اتفاقية مدريد تم إبرامها بتاريخ 14 أبريل 1958:
- L'arrangement de MADRID concerne la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits.
- (3) الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972، المتضمن انضمام الجزائر إلى بعض الاتفاقيات الدولية، ج.ر الصادرة في 21 أبريل 1972، عدد 32، التي تنص بوضوح انضمام الجزائر إلى اتفاقية لشبونة.
- (4) الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية عدد 59
- (5) Yves Guyon. **Droit des affaires**. Tome 1. 9eme édition. Delta. Paris. P 875.
- (6) الأمر 03/03. مؤرخ في 19 يوليو 2003. يتعلق بالمنافسة. الجريدة الرسمية الصادرة في 20 يوليو 2003. عدد 43.
- (7) سمير حسين جميل القتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 1988، ص 253.
- (8) اتفاقية لشبونة تم إبرامها بتاريخ 31 أكتوبر 1958 من قبل 18 دولة، و تم تعديلها باستوكهولم بتاريخ 14 يوليو 1967، و النظام التنفيذي المؤرخ في 05 أكتوبر 1976.
- (9) الأمر رقم 98-10 المؤرخ في 22/08/1998، المتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية رقم 30 .
- (10) www.economy.gov. القاضي. محمد عبد الفتاح نشأت، الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية.
- (11) Albert Chavanne et j.j. Burst , droit de la propriété industrielle, 5è éd, Dalloz , Paris, 1998, P 487.
- (12) فؤاد معلال، مرجع سابق، ص 678.
- (13) المادة 23 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق.
- (14) محمد لفروجي، الملكية الصناعية و التجارية (تطبيقاتها و دعاواها المدنية و الجنائية)، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، 2002 ، ص360.
- (15) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر و التوزيع، وهران، 2006، ص356.
- (16) المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، ج. ر. الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.
- (17) فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 353.
- (18) الأمر 03-07 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

(19) Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI, **Droit De La Propriété Industrielle**, 6e édition, DALLOZ, paris, p104 .

- (20) أنظر المادة 14 من الأمر 07-03 المتعلق بالعلامات.
- (21) هاني دويدار، **التنظيم القانوني للتجارة**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2001، ص 276.
- (22) سمير جميل حسين الفتلاوي، **الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص 310.
- (23) أنظر المادة 17 من الأمر 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ، مرجع سابق.
- (24) أنظر المادة 29 من الأمر 65-76.
- (25) Jeroma Passa, **contrefaçon et concurrence deloyale** , LITEC, paris. 1997 .p242.
- (26) فؤاد معلال، مرجع سابق، ص685.
- (27) أنظر المادة 03 من اتفاقية لشبونة، مرجع سابق.
- (28) نوري حمد خاطر، **شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية**، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2005، ص370.
- (29) صلاح زين الدين، **الملكية الصناعية و التجارية**، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ط2، 2010 ، ص478.
- (30) فؤاد معلال، مرجع سابق، ص478.
- (31) أحمد محمد محمود علي خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الاسلامية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص194.
- (32) عبد الحميد الشواربي، **جرائم الغش و التدليس**، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1992، ص152.
- (33) فؤاد معلال، مرجع سابق، ص406 .
- (34) أمين مصطفى محمد، **الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية و القوانين الوطنية**، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2010، ص 120، ص131 .
- (35) صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص154.
- (36) محمد لفروجي، مرجع سابق، ص175.
- (37) صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص478.
- (38) على وجه الخصوص المرسوم التنفيذي رقم 90-90 المؤرخ في 30 يناير 1990، **المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش**، ج.ر عدد31.
- (39) القانون رقم 10-98 الذي يعدل و يتم القانون 07-79 ، مرجع سابق.