



## الموضوع:

# انعكاسات تجارة السلع المقدمة على اقتصاديات الدول و آليات محاربتها- حالة الجزائر-

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ( LMD ) في العلوم التجارية  
تخصص : تجارة دولية

إشراف الدكتورة:  
رقية حساني.

من إعداد الطالبة:  
ملوكة بوورة

## أعضاء لجنة المناقشة:

|        |                  |                      |                   |
|--------|------------------|----------------------|-------------------|
| رئيسا  | جامعة بسكرة      | أستاذ التعليم العالي | أ.د. حدة رايس     |
| مقررا  | جامعة بسكرة      | أستاذ محاضر (أ)      | د. رقية حساني     |
| مناقشا | جامعة بسكرة      | أستاذ محاضر (أ)      | د. حياة بن سماعيل |
| مناقشا | جامعة بسكرة      | أستاذ محاضر (أ)      | د. عبد الله غالم  |
| مناقشا | جامعة خنشلة      | أستاذ محاضر (أ)      | د. ليليا بن منصور |
| مناقشا | جامعة أم البواقي | أستاذ محاضر (أ)      | د. أحسين عماني    |

السنة الجامعية: 2015-2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# شكر وعرفان:

الحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، أحمده على نعمة الصبر والتوفيق لإنجاز هذا البحث المتواضع.

" اللهم لك الحمد والشكر مداد كلماتك ومداد خلقك وزنة عرشك ورضي نفسك "

كما أتقدم بالشكر والامتنان والتقدير لأستاذتي المحترمة الدكتورة رقية حساني جزاها الله عنا كل الخير لمجهوداتها وصبرها وتفانيها في عملها وعلى كل توجيهاتها وإرشاداتها.

كما أتوجه بخالص الشكر للأستاذ رابعي عبد الرحمن على مساعدته لنا وتحفيزنا ودفعنا لإتمام هذا البحث.

الشكر موصول أيضا إلى الأستاذ عباسي صابر على توجيهاته ومساعدته القيمة وكذا الأستاذ لطرش وحتحوت مسعود من جامعة باتنة، ورئيس مصلحة الجمارك فرع باتنة والموظف مراد، دون أن ننسى عباسي عمار.

كما أتوجه بالشكر إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الذين شرفونا بمناقشة هذه الأطروحة.

إلى كل من علمني حرفا وأنار لي دربا إلى كل معلمي وأساتذتي من الابتدائي إلى الجامعي.

# الإهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى اللذين قال فيهما الله سبحانه وتعالى:

واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما

كما رباني صغيراً"

سورة الإسراء الآية 23.

إلى والدي الكريمين حفظهما الله ورحمهما خاصة أمي الحبيبة التي تعبت لتعيني وتألمت لوجعي  
وكانت خير سند لي، أحبهما كثيراً.

إلى كامل أفراد عائلتي فرداً فرداً خاصة: مداني، ميلود، لا ولن أنسى معروفكما طول حياتي.  
إلى كل أفراد عائلتي فرداً فرداً، خاصة سميرة وخالتي نور الدين.  
إلى الأستاذ المحترم رابحي عبد الرحمن.

إلى كافة صديقاتي: آمال يوسف، لبنى حبرة، حنان بولطيف، سلمى دوحه، أميرة بحري، ليندة  
أرزقي.

إلى صديقاتي اللواتي فرقته بيننا الأيام وبعد المسافات لكن ذكرهن ستبقى على الدوام  
أطيب ذكرى: ذيب منيرة، العمراوي دنيا، بن قريشي مروة، لجل حفافه، بن علي زاوية،  
قرايسي لأمياء، غنای ابتسام، سابق نسيمه، أوراخ سامية، حراوي رحمة.

إلى كل من ساهم في إنجاز هذا البحث من قريب أو بعيد،

وإلى كل من لا يزال يؤمن بالأخلاق والمبادئ وحب العلم

## مصطلحات الدراسة:

| المصطلح  | معناه   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- La Contrefaçon (Countrefeiting)</li> <li>- Piracy.</li> <li>- Fraud commercial</li> </ul>   | <p><b>مصطلحات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- التقليد</li> <li>- القرصنة.</li> <li>- الغش التجاري.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brand Equity Theory.</li> <li>- Dominant- Firm Pricing Model .</li> <li>- Goal-Driven Consumption (GDC).</li> <li>- Perceived Risk Theory</li> <li>- Price-Auality Heuristics Theory.</li> <li>- Technological Gap Model</li> </ul>   | <p><b>نظريات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- نظرية العلامة التجارية.</li> <li>- نموذج الشركة المسيطرة.</li> <li>- نظرية الهدف من الاستهلاك.</li> <li>- نظرية المخاطر المتصورة.</li> <li>- نظرية الاستدلال السعري.</li> <li>- نموذج الفجوة التكنولوجية</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy( BASCAP)</li> <li>- Office Of International Trade (CBP)</li> <li>- Intellectual Property Rights</li> <li>- Chambre de commerce aux États-Unis (CCUSA)</li> <li>- Centre for Economics and Business Research (CEBR)</li> <li>- Chartered Institute of Patent Agents (CIPA)</li> <li>- Comité national anti-contrefaçon( CNAC.)</li> <li>- U.S. Food and Drug Administration( FDA)</li> <li>- Institut des droits d'auteur (IA)</li> <li>- International Chamber of Commerce( ICC)</li> </ul> | <p><b>منظمات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- نشاطات الأعمال من أجل وقف التقليد والقرصنة</li> <li>- مؤسسة التجارة الدولية</li> <li>- حقوق الملكية الفكرية</li> <li>- غرفة التجارة في الولايات المتحدة الأمريكية</li> <li>- مركز أبحاث الاقتصاد والأعمال</li> <li>- المعهد القانوني لوكلاء البراءات</li> <li>- المنظمة الوطنية ضد التقليد</li> <li>- إدارة الغذاء والدواء للولايات المتحدة</li> <li>- معهد حق المؤلف</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- International Anti -countrefeiting Coalition (IACC),</li> <li>- Interpol</li> <li>- l'Organisation de Coopération et Développement Economiques (OECD)</li> <li>- L'Organisation national de droit d'auteur (ONDA )</li> <li>- Queen Mary Institute for Research on Intellectual Property (QMIPRI).</li> <li>- transparency international</li> <li>- World Customs Organization(WCO)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- غرفة التجارة الدولية</li> <li>-الاتحاد الدولي ضد التقليد</li> <li>- منظمة الشرطة الدولية</li> <li>- منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية</li> <li>- الديوان الوطني لحقوق المؤلف</li> <li>- معهد كوين ماري لأبحاث الملكية الفكرية</li> <li>- منظمة الشفافية الدولية</li> <li>- منظمة الجمارك الدولية</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Barcodes.</li> <li>- Bubble tag</li> <li>- Radio frecency identification(RFID)</li> <li>- World Health Organization(WHO)</li> <li>- World Intellectual Property Organization (WIPO)</li> </ul>   | <p style="text-align: center;"><b>التقنيات التكنولوجية:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- الكودبار</li> <li>- رقاقة الفقاعة</li> <li>- الترددات الراديوية</li> <li>- منظمة الصحة الدولية</li> <li>- المنظمة الدولية لحقوق الملكية الفكرية</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ACTA</li> <li>- TRIPS</li> <li>- Aggregated trade-related index of counterfeiting (ATRIC)</li> </ul>   | <p style="text-align: center;"><b>اتفاقيات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- اتفاقية مكافحة التقليد التجاري</li> <li>- اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة</li> <li>- مؤشر قياس تجارة التقليد</li> </ul>  |

# فهرس المحتويات:

|          |  |
|----------|--|
| I        | الشكر  |
| II       | الإهداء  |
| III      | مصطلحات الدراسة  |
| VI       | فهرس المحتويات   |
| VI       | قائمة الجداول  |
| VI       | قائمة الأشكال  |
| VI       | قائمة الملاحق  |
| أ-ي      | مقدمة عامة   |
| -2<br>86 | <b>الفصل الأول: ماهية وحجم ظاهرة تقليد السلع على المستوى العالمي</b>         |
| 2        | تمهيد  |
| 3        | المبحث الأول: مفهوم التقليد.   |
| 3        | -المطلب الأول: تعريف مصطلح تقليد السلع وبداية ظهوره.                         |
| 3        | ➤ الفرع الأول: بداية ظهور التقليد.   |
| 4        | ➤ الفرع الثاني: تعريف مصطلح تقليد السلع.                                     |
| 5        | -المطلب الثاني: الفرق بين التقليد والمصطلحات الأخرى.                         |
| 5        | ➤ الفرع الأول: التزييف   |
| 7        | ➤ الفرع الثاني: القرصنة.   |
| 8        | ➤ الفرع الثالث: التزوير.   |
| 8        | ➤ الفرع الرابع: الغش التجاري.  |
| 9        | -المطلب الثالث: استراتيجيات التقليد ومراحل الانتقال من التقليد إلى الابتكار. |
| 9        | ➤ الفرع الأول: مراحل الانتقال من التقليد إلى الابتكار.                       |
| 12       | ➤ الفرع الثاني: استراتيجيات التقليد.   |
| 15       | المبحث الثاني: مجالات التقليد وأهم النظريات والنماذج المفسرة له.             |
| 15       | -المطلب الأول: مجالات التقليد.   |
| 15       | ➤ الفرع الأول: تعريف حقوق الملكية الفكرية.                                   |
| 16       | ➤ الفرع الثاني: أنواع حقوق الملكية الفكرية.                                  |

|    |  |
|----|--|
| 17 | ➤ الفرع الثالث: مجالات حق الملكية الصناعية والتجارية.                                |
| 21 | ➤ الفرع الرابع: تقليد العلامات التجارية  |
| 24 | - <b>المطلب الثاني:</b> النظريات والنماذج الاقتصادية المفسرة لظاهرة التقليد.         |
| 24 | ➤ الفرع الأول: نموذج الفجوة التكنولوجية  |
| 26 | ➤ الفرع الثاني: نظرية دورة حياة المنتج لفرنون  |
| 29 | ➤ الفرع الثالث: نموذج تسعير الشركة المسيطرة.   |
| 33 | - <b>المطلب الثالث:</b> النظريات والنماذج المفسرة لسلوك المستهلك اتجاه السلع المقلدة |
| 33 | ➤ الفرع الأول: نظرية المخاطر المتصورة.   |
| 34 | ➤ الفرع الثاني: نظرية الاستدلال السعري.  |
| 34 | ➤ الفرع الثالث: نظرية العلامة التجارية.  |
| 34 | ➤ الفرع الرابع: نظرية الهدف من الاستهلاك.  |
| 35 |  |
| 36 | <b>المبحث الثالث: حجم تجارة السلع المقلدة عالميا وأسباب انتشارها.</b>                |
| 36 | - <b>المطلب الأول:</b> حجم تجارة السلع المقلدة عالميا.                               |
| 42 | - <b>المطلب الثاني:</b> العوامل الدافعة لإنتاج وأو توريد السلع المقلدة.              |
| 42 | ➤ الفرع الأول: عوامل مرتبطة بخصائص الأسواق و فرص الدخول إليها.                       |
| 43 |  |
| 45 | ➤ الفرع الثاني: التحديات التكنولوجية والتوزيعية.                                     |
| 45 | ➤ الفرع الثالث: العوامل المرتبطة بحجم المخاطر التي تتطوي عليها عملية الانتاج.        |
| 45 |  |
| 46 | - <b>المطلب الثالث:</b> دوافع استهلاك السلع المقلدة.                                 |
| 47 | ➤ الفرع الأول: دوافع تعود لخصائص المنتج  |
| 47 | ➤ الفرع الثاني: عوامل مرتبطة بخصائص المستهلك.  |
| 47 | ➤ الفرع الثالث: العوامل المرتبطة بالخصائص المؤسسية                                   |
| 48 | <b>المبحث الرابع: قطاعات يمسها التقليد.</b>  |
| 48 | - <b>المطلب الأول:</b> سلع ومنتجات تعتبر مصدرا للخطورة المباشرة على المستهلك.        |
| 48 | ➤ الفرع الأول: الأدوية.  |
| 53 | ➤ الفرع الثاني: قطاع الألبسة.  |
|    | ➤ الفرع الثالث: مستحضرات التجميل.  |

|    |  |
|----|--|
| 53 | ➤ الفرع الرابع: الخمر والمشروبات الروحية والمشروبات الكحولية.                  |
| 54 | - <b>المطلب الثاني:</b> سلع ومنتجات تعتبر مصدرا للهدر المالي بالنسبة للمستهلك  |
| 55 | والاقتصاد  |
| 55 | ➤ الفرع الأول: قطع غيار السيارات.  |
| 55 | ➤ الفرع الثاني: برامج الاعلام الآلي.   |
| 56 | ➤ الفرع الثالث: الآلات الكهرومنزلية.   |
| 56 | ➤ الفرع الرابع: قطاع اللعب والألعاب الالكترونية                                |
| 57 | ➤ الفرع الخامس: قرصنة التسجيلات الموسيقية.                                     |
| 59 | - <b>المطلب الثالث:</b> أهم الدول مصدر السلع المقلدة                           |
| 60 | ➤ الفرع الأول: الدول الآسيوية.   |
| 62 | ➤ الفرع الثاني: دول أوروبا.  |
| 63 | ➤ الفرع الثالث: بعض دول أمريكا اللاتينية ودول أخرى.                            |
| 66 | <b>المبحث الخامس: علاقة تحرير التجارة الخارجية بتزايد تجارة السلع المقلدة.</b> |
| 66 | - <b>المطلب الأول:</b> ماهية السياسات التجارية وأهدافها.                       |
| 67 | ➤ الفرع الأول: مفهوم التجارة الخارجية.   |
| 68 | ➤ الفرع الثاني: تعريف السياسات التجارية.                                       |
| 69 | ➤ الفرع الثالث: أهداف السياسات التجارية.                                       |
| 71 | ➤ الفرع الرابع: المسار التاريخي للسياسات التجارية.                             |
| 74 | - <b>المطلب الثاني:</b> سياسة الحماية التجارية.                                |
| 74 | ➤ الفرع الأول: تعريف سياسة الحماية التجارية.                                   |
| 75 | ➤ الفرع الثاني: الحجج الاقتصادية وغير اقتصادية لسياسة الحماية.                 |
| 81 | - <b>المطلب الثالث:</b> سياسة الحرية التجارية وتفاقم تجارة السلع المقلدة.      |
| 81 | ➤ الفرع الأول: مفهوم سياسة الحرية التجارية.                                    |
| 81 | ➤ الفرع الثاني: أساليب تحرير التجارة.  |
| 83 | ➤ الفرع الثالث: دور تحرير التجارة في زيادة السلع المقلدة.                      |
| 84 |  |
| 86 | <b>خاتمة الفصل الأول.</b>  |



|  |   |
|--|---|
| -89<br>175   | <b>الفصل الثاني: انعكاسات تجارة السلع المقلدة على المستوى العالمي<br/>و طرق الحد منها ومحاربتها.</b>  |
| 90   | تمهيد.  |
| 90   | المبحث الأول: آثار السلع المقلدة السوسيو -اقتصادية.   |
| 90<br>91<br>92<br>94<br>95<br>96<br>97<br>97         | -المطلب الأول: أثر التجارة في السلع المقلدة على الابتكار، الأمن والبيئة.<br>➤ الفرع الأول: الأثر على الابتكار والنمو.<br>➤ الفرع الثاني: الأثر على زيادة الأنشطة الإجرامية.<br>➤ الفرع الثالث: الأثر على البيئة.<br>-المطلب الثاني: أثر التجارة في السلع المقلدة على العمالة.<br>-المطلب الثالث: أثر التجارة في السلع المقلدة على الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة.<br>➤ الفرع الأول: الأثر على الاستثمار الأجنبي المباشر.<br>➤ الفرع الثاني: الأثر على التجارة.      |
| 103  | المبحث الثاني: آثار السلع المقلدة على أصحاب الحقوق والملك الشرعيين.   |
| 100<br>100<br>100<br>101<br>103<br>103<br>103<br>105 | -المطلب الأول: أثر السلع المقلدة على حجم المبيعات، الأسعار وقيمة العلامة التجارية.<br>➤ الفرع الأول: انخفاض في المبيعات<br>➤ الفرع الثاني: سعر الضغط.<br>➤ الفرع الثالث: أثر السلع المقلدة على قيمة العلامة التجارية وسمعة الشركة<br>-المطلب الثاني: أثر السلع المقلدة على حجم الإتاوات والتكاليف.<br>➤ الفرع الأول: الأثر على حجم الإتاوات ونطاق العمليات.<br>➤ الفرع الثاني: الأثر على التكاليف.<br>-المطلب الثالث: أثر السلع المقلدة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. |
| 106  | المبحث الثالث: آثار السلع المقلدة على المستهلك والحكومة.  |
| 108<br>108   | -المطلب الأول: تأثير السلع المقلدة على حقوق المستهلك الأساسية.<br>➤ الفرع الأول: حقوق المستهلك.   |

|     |  |
|-----|--|
| 110 | ➤ الفرع الثاني: تأثير السلع المقلدة على صحة وسلامة المستهلك.                 |
| 113 | ➤ الفرع الثالث: تأثير السلع المقلدة على فائدة وانفاق المستهلك.               |
| 114 | -المطلب الثاني: تأثير السلع المقلدة على الإيرادات والنفقات الحكومية.         |
| 114 | ➤ الفرع الأول: الأثر على عائدات الضرائب والرسوم الجمركية.                    |
| 117 | ➤ الفرع الثاني: الأثر على زيادة تكاليف أنشطة مكافحة التقليد.                 |
| 117 | ➤ الفرع الثالث: زيادة الفساد.  |
| 118 | ➤ الفرع الرابع: التأثير على استقرار الدولة.                                  |
| 119 | -المطلب الثالث: بعض الآثار الإيجابية لظاهرة التقليد.                         |
| 121 | -المطلب الرابع: نماذج لآثار تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات بعض الدول      |
| 122 | المتقدمة والنامية.   |
| 128 | ➤ الفرع الأول: آثار السلع المقلدة على بعض الدول النامية.                     |
|     | ➤ الفرع الثاني: آثار السلع المقلدة على بعض الدول المتقدمة.                   |
|     | <b>المبحث الرابع: مكافحة تجارة السلع المقلدة عبر العالم</b>                  |
| 130 | -المطلب الأول: محاربة تجارة السلع المقلدة عبر التشريعات.                     |
| 131 | ➤ الفرع الأول: محاربة تقليد السلع من الناحية الشرعية.                        |
| 132 | ➤ الفرع الثاني: الاتفاقيات الدولية.  |
| 144 | -المطلب الثاني: محاربة تجارة السلع المقلدة عبر المنظمات الدولية ومبادرات     |
|     | الصناعة والأعمال.  |
| 144 | ➤ الفرع الأول: دور المنظمات الدولية في محاربة التقليد.                       |
| 155 | ➤ الفرع الثاني: دور مبادرات الصناعة وقطاع الأعمال في محاربة                  |
|     | التجارة في السلع المقلدة.  |
|     | -المطلب الثالث: محاربة تجارة السلع المقلدة عبر استخدام التقنيات التكنولوجية. |
| 159 | ➤ الفرع الأول: أنواع التقنيات التكنولوجية.                                   |
| 159 | ➤ الفرع الثاني: المعايير المطلوبة لتحديد طريقة الحماية باستعمال              |
| 160 | التكنولوجيا.   |
| 161 | ➤ الفرع الثالث: أمثلة عن بعض تقنيات محاربة تقليد السلع.                      |
| 170 | -المطلب الرابع: دور جمعيات حماية المستهلك و المستهلك في محاربة السلع         |
| 170 | المقلدة  |
| 172 | ➤ الفرع الأول: دور جمعيات حماية المستهلك في محاربة السلع المقلدة.            |
|     | ➤ الفرع الثاني: دور المستهلك في محاربة السلع المقلدة وحماية نفسه.            |

|             |   |
|-------------|---|
| 173         | خاتمة الفصل .   |
| -174<br>251 | <b>الفصل الثالث: تجارة السلع المقلدة في الجزائر وآليات محاربتها</b>             |
| 175         | تمهيد   |
| 176         | المبحث الأول: السياسة التجارية وظهور التقليد في الجزائر.                        |
| 176         | - <b>المطلب الأول:</b> مرحلة الرقابة على التجارة الخارجية (1962_1969).          |
| 176         | ➤ <b>الفرع الأول:</b> تعريف فكرة الرقابة.                                       |
| 177         | ➤ <b>الفرع الثاني:</b> آليات فكرة الرقابة.                                      |
| 179         | - <b>المطلب الثاني:</b> مرحلة احتكار الدولة للتجارة الخارجية (1970-1989).       |
| 179         | ➤ <b>الفرع الأول:</b> تعريف احتكار التجارة الخارجية.                            |
| 180         | ➤ <b>الفرع الثاني:</b> مراحل احتكار التجارة الخارجية.                           |
| 181         | - <b>المطلب الثالث:</b> مرحلة تحرير التجارة الخارجية (1990_1999).               |
| 182         | ➤ <b>الفرع الأول:</b> برنامج التثبيت والتعديل الهيكلي.                          |
| 185         | ➤ <b>الفرع الثاني:</b> مرحلة التحرير التدريجي (1990_1993).                      |
| 187         | ➤ <b>الفرع الثالث:</b> مرحلة التحرير الكلي (1994-2000).                         |
| 193         | المبحث الثاني: تجارة السلع المقلدة في الجزائر.                                  |
| 193         | - <b>المطلب الأول:</b> حجم السلع المقلدة في الجزائر.                            |
| 197         | - <b>المطلب الثاني:</b> الدول مصدر السلع المقلدة المنتشرة في الجزائر.           |
| 201         | - <b>المطلب الثالث:</b> القطاعات الأكثر عرضة للتقليد في الجزائر.                |
| 207         | المبحث الثالث: أسباب وانعكاسات تجارة السلع المقلدة على الجزائر.                 |
| 207         | - <b>المطلب الأول:</b> أسباب انتشار السلع المقلدة في الجزائر.                   |
| 204         | ➤ <b>الفرع الأول:</b> عوامل إجتماعية.   |
| 206         | ➤ <b>الفرع الثاني:</b> عوامل تنظيمية.   |
| 208         | ➤ <b>الفرع الثالث:</b> عوامل اقتصادية.  |
| 216         | - <b>المطلب الثاني:</b> الانعكاسات الاجتماعية والأمنية لتجارة السلع المقلدة على |
| 217         | الجزائر.  |
| 218         | ➤ <b>الفرع الأول:</b> الانعكاسات الاجتماعية.                                    |
| 219         | ➤ <b>الفرع الثاني:</b> الانعكاسات على الأمن الوطني وأمن الأشخاص.                |
| 219         | - <b>المطلب الثالث:</b> الانعكاسات الاقتصادية والمالية لتجارة السلع المقلدة.    |
| 222         |   |

|             |  |
|-------------|--|
|             | ➤ الفرع الأول: الانعكاسات الاقتصادية.<br>➤ الفرع الثاني: الانعكاسات المالية.               |
| 223         | المبحث الرابع: جهود الجزائر في مكافحة ومحاربة السلع المقلدة.                               |
| 223         | - المطلب الأول: محاربة الجزائر لتجارة السلع المقلدة عبر القوانين.                          |
| 224         | ➤ الفرع الأول: مفهوم التقليد وعقوبته في القانون الجزائري.                                  |
| 228         | ➤ الفرع الثاني: إعداد المراسيم بشأن حقوق الملكية الفكرية والانضمام إلى الاتفاقيات الدولية. |
| 229         | - المطلب الثاني: محاربة الجزائر لتجارة السلع المقلدة عبر مؤسساتها الرسمية.                 |
| 229         | ➤ الفرع الأول: دور الجمارك الجزائرية في مجال مكافحة السلع المقلدة.                         |
| 233         | ➤ الفرع الثاني: دور وزارة التجارة في مكافحة السلع المقلدة.                                 |
| 236         | ➤ الفرع الثالث: دور الشرطة الجزائرية في مجال مكافحة السلع المقلدة.                         |
| 241         | ➤ الفرع الرابع: المعهد الوطني لحقوق الملكية الفكرية.                                       |
| 242         | ➤ الفرع الخامس: الديوان الوطني لحقوق المؤلف.   |
| 242         | ➤ الفرع السادس: مديرية المنافسة والأسعار.  |
| 242         | - المطلب الثالث: جوانب الضعف في سياسة محاربة تجارة السلع المقلدة وسبل دعمها.               |
| 242         | ➤ الفرع الأول: جوانب الضعف في سياسة الجزائر لمحاربة السلع المقلدة.                         |
| 243         | ➤ الفرع الثاني: سبل دعم سياسات الجزائر في محاربة السلع المقلدة.                            |
| 251         | خاتمة الفصل  |
| -252<br>260 | الخاتمة العامة.  |
| -261<br>275 | قائمة المراجع  |
|             | الملاحق  |
|             | الملخص   |

# فهرس الجداول:

| الرقم | عنوان الجدول  | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 1     | أوجه الاختلاف بين مفهومي التزييف التام والمعاكس.  | 7-6    |
| 2     | تقديرات الأرباح الضائعة بالنسبة للمنتجين الشرعيين في أمريكا وكذا مكاسب فائض المستهلك والأرباح للمنتجين المنتهكين. | 32     |
| 3     | حجم تجارة السلع المقلدة بالنسبة لتقديرات التجارة العالمية   | 36     |
| 4     | حجم تجارة السلع المقلدة عالميا خلال الفترة (2000-2012)  | 37     |
| 5     | نسب تحميل الأفلام عبر الإنترنت بطريقة غير مشروعة  | 58     |
| 6     | الآثار السوسيو-اقتصادية لظاهرة تقليد السلع  | 89     |
| 7     | أمثلة عن العلاقة بين الشبكات الإجرامية و التقليد  | 93     |
| 8     | نتائج بعض الدراسات التي تناولت العلاقة بين التقليد والتجارة   | 98     |
| 9     | آثار تجارة السلع المقلدة على أصحاب الحقوق والملاك الشرعيين.   | 99     |
| 10    | بعض التكاليف التي تتعلق لمكافحة التقليد.  | 104    |
| 11    | آثار تجارة السلع المقلدة على الحكومات والمستهلكين.  | 107    |
| 12    | نسبة الأدوية المقلدة في أسواق الدول المتقدمة والنامية   | 112    |
| 13    | خسائر الشركات الهندية من التقليد عام 2012.  | 122    |
| 14    | الخسائر الضريبية للحكومة الهندية عام 2012.  | 123    |
| 15    | حقوق الملكية الصناعية والتجارية والاتفاقيات الدولية ذات الصلة بها.  | 132    |
| 16    | الحد الأدنى لمدد حماية حقوق الملكية الفكرية وفق اتفاقية ( تريبس )   | 139    |
| 17    | المراحل التي سبقت التوقيع على اتفاقية (ACTA)  | 142    |
| 18    | بعض تقنيات المصادقة وتقنيات التتبع  | 159    |
| 19    | تطور ظاهرة تقليد السلع في الجزائر خلال الفترة 2003-2013   | 193    |
| 20    | عدد طلبات تسجيل العلامات التجارية في الجزائر خلال الفترة 2003-2010  | 195    |
| 21    | الدول مصدر السلع المقلدة المسوقة في الجزائر خلال الفترة 2007-2010   | 198    |
| 22    | الدول منشأ السلع المقلدة المسوقة في الجزائر خلال الفترة 2007-2011   | 200    |
| 23    | السلع الأكثر عرضة للتقليد في الجزائر  | 202    |
| 24    | خسائر الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة  | 223    |

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 231 | عدد طلبات التدخل والإنذارات المنشورة لدى الجمارك الجزائرية الخاصة بحجز السلع المقلدة خلال الفترة: 2007-2010       | 25 |
| 231 | مناطق تدخلات الجمارك في إطار محاربة السلع المقلدة   | 26 |
| 238 | إحصائيات المديرية العامة للأمن الوطني على مستوى التراب الوطني بالنسبة لقضايا المساس بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة | 27 |

# فهرس الأشكال:



| الرقم | عنوان الشكل  | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 1     | مراحل الانتقال من التقليد إلى الابتكار   | 11     |
| 2     | استراتيجيات التقليد.   | 12     |
| 3     | مجالات حق الملكية الصناعية والتجارية.  | 18     |
| 4     | بعض العلامات التجارية.   | 21     |
| 5     | تقليد علامة adidas و NIKE بتغيير أحرفها  | 22     |
| 6     | منتج تم تقليده في محتواه مع وضع نفس العلامة                                      | 23     |
| 7     | الفجوة التكنولوجية   | 25     |
| 8     | دورة حياة المنتج وظهور التقليد.  | 27     |
| 9     | آثار الانتهاك باستخدام نموذج تسعير الشركة المسيطرة.                              | 30     |
| 10    | تطور ظاهرة التقليد في العالم خلال الفترة 2000-2012.                              | 38     |
| 11    | تطور عدد السلع المقلدة والمحتجزة في دول الاتحاد الأوروبي (2001-2011)             | 40     |
| 12    | تطور السلع المقلدة المحتجزة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة: 2003-2012 | 41     |
| 13    | دوافع انتاج وتوريد السلع المقلدة   | 42     |
| 14    | العلامات الأولى الأكثر تقليدا في العالم خلال عام 2013                            | 43     |
| 15    | دوافع استهلاك السلع المقلدة.   | 46     |
| 16    | تركيب الأدوية المقلدة  | 49     |
| 17    | أكثر أنواع الأدوية التي تعرضت للتقليد والمحتجزة في دول الاتحاد الأوروبي.         | 50     |
| 18    | دورة الأدوية المقلدة.  | 51     |
| 19    | يوضح نسبة التسجيلات الموسيقية المقرصنة سنة 2004                                  | 57     |
| 20    | النقط السوداء الإثني عشر للدول مصدر التقليد في العالم.                           | 59     |
| 21    | الدول الآسيوية مصدر التقليد في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة 2010-2013  | 60     |
| 22    | طرق انتقال السلع المقلدة من دول المنشأ إلى الدول المستقبلة                       | 64     |
| 23    | تقديرات التقليد في العالم والولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة 1982-2003      | 85     |
| 24    | الابداع في تصميم العلامة التجارية  | 101    |
| 25    | الآثار الديناميكية للخداع في السوق الأولية                                       | 102    |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 112 | وجهة تدفقات الأدوية المقلدة                                      | 26 |
| 117 | الفساد في العالم - مؤشرات سنة 2009-                              | 27 |
| 126 | مقاطعات الصين مركز التقليد.                                      | 28 |
| 161 | أنواع الكودبار.  | 29 |
| 163 | تقنية الهولوجرام المطبقة على بعض المنتجات.                       | 30 |
| 165 | رقاقة RFID ونوعيتها : سلبية و نشطة                               | 31 |
| 165 | الجهاز القارئ لرقاقة RFID  | 32 |
| 167 | عمل تقنية الفقاعة.   | 33 |
| 168 | أمثلة لبعض المنتجات التي تحمل علامة الفقاعة                      | 34 |
| 194 | تطور عدد السلع المقلدة المحتجزة في الجزائر خلال الفترة 2003-2013 | 35 |
| 197 | الدول مصدر السلع المقلدة في الجزائر خلال عام 2006                | 36 |
| 199 | الدول مصدر السلع المقلدة في الجزائر - متوسط أربع سنوات-          | 37 |
| 200 | نسبة الدول مصدر السلع المقلدة خلال عامي 2012- 2013               | 38 |
| 205 | نسبة التضخم خلال الفترة 2001-2010                                | 39 |
| 207 | ترتيب الجزائر ضمن مؤشر الشفافية العالمي خلال الفترة 2010- 2013   | 40 |
| 209 | تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة 2000-2011                    | 41 |
| 211 | الشركاء الرئيسيون للجزائر في مجال الواردات سنة 2012              | 42 |
| 212 | الشركاء الرئيسيون في الواردات عام 2013                           | 43 |
| 216 | تركز النشاط التجاري للعمالة الصينية في الجزائر العاصمة وضواحيها. | 44 |
| 235 | هوية مقدم الشكوى المتعلقة بالتقليد لدى وزارة التجارة.            | 45 |
| 235 | مصدر المنتجات موضوع الشكاوي                                      | 46 |
| 237 | خريطة توزيع الفروع المتخصصة في مكافحة التقليد                    | 47 |
| 239 | توزيع المخابر لمراقبة الغش عبر التراب الوطني                     | 48 |
| 244 | سلسلة التوريد في التجارة الدولية                                 | 49 |
| 245 | حلقة قمع تقليد السلع والجهات ذات العلاقة                         | 50 |

# فهرس الملاحق:

| رقم الملحق | عنوان الملحق  |
|------------|---|
| 1          | استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للترويج للسلع المقلدة |
| 2          | إحدى الأساليب التكنولوجية التي دعمت عمليات التقليد.             |
| 3          | ورش التقليد ذات البيئة غير آمنة و الغير صحية                    |
| 4          | بعض الآثار الصحية الناتجة عن استهلاك سلع مقلدة.                 |
| 5          | بعض مواد اتفاقية باريس  |
| 6          | بعض المنظمات والمجموعات التي لها علاقة بمحاربة السلع المقلدة.   |
| 7          | بعض السلع المحتجزة في الجزائر خلال الفترة 2010-2012             |
| 8          | نظام الاستدعاء الأمريكي للسلع                                   |

مقدمة عامة:

## تمهيد:

تحتل التجارة الخارجية مكانة متميزة ضمن النظام الاقتصادي لأي دولة نظرا لارتباطها بعامل السيادة، وعبر تطورها التاريخي اتخذت مسارا يتسم بالقليل من الاستقرار والكثير من التذبذب نتيجة الجدل الذي يثار حول تقييدها أو تحريرها، انطلاقا من قناعات مصلحية، غير أن الاتجاه العام للمنظمات الدولية على الأقل منذ أواخر القرن العشرين مال كل الميل إلى الاتفاق على ضرورة تحرير التجارة في كل جوانبها، والتي تعني في النهاية إزالة كل القيود التي تقف عائقا أمام تحركات السلع، الخدمات، رؤوس الأموال، العمالة إلى جانب التكنولوجيا بكل أبعادها والتحول لآليات السوق والخصوصية، مما يحول العالم إلى قرية تتسع فيها دائرة ومجال المنافسة بين الأطراف الفاعلة، ولتحقيق هذا الهدف ظهرت الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة التي دخلت حيز التنفيذ في 1948.

ورغم قدم ظاهرة التقليد حيث تشير العديد من الدراسات أنها ظهرت مع بداية التبادل التجاري، إلا أنه (التقليد) كان مقتصرًا على الأعمال الحرفية وفي ذلك الوقت لم يتأثر سوى عدد قليل من الشركات المصنعة للمنتجات بأسعار عالية ومتميزة مثل : المنسوجات والمجوهرات والاكسسوارات ، وكان من المفترض أن هذه الظاهرة ستكون ذات أهمية ثانوية، غير أنه على العكس من ذلك تماما فقد أصبح التقليد على نطاق واسع وتطور ليصبح مشكلة اقتصادية ذات بعد دولي من خلال انتقاله إلى الأعمال الصناعية الضخمة وارتباطه بشبكة توزيع عبر كافة أنحاء العالم المتقدم والنامي على حد سواء، بالإضافة إلى ارتباطه بعالم الجريمة في أغلب الأحيان، وتشير الأرقام الأخيرة أن هذه الظاهرة أصبحت تمثل أكثر من 10 % من تجارة السلع في العالم، كما أن آثارها تطل كل المجالات: الاقتصادية، الاجتماعية... إلخ، كما تطل كافة الدول بغض النظر عن درجة تقدمها أو تخلفها.

لذا فقد نشطت جمعيات حماية المستهلك عبر العالم من أجل محاربة هذه الظاهرة وكبح آثارها السلبية التي تطل المستهلك ، البيئة والاقتصاد... إلخ، كما ظهرت هيئات ومنظمات دولية كثيرة مثل

WIPO, INTERPOL, BASCAP, WCO... ، وتعد منظمة التجارة العالمية من بين المنظمات التي حاولت تبني الظاهرة - رغم الانتقادات الكثيرة والمعارضة الشديدة من الدول النامية - وجعلها من صميم اختصاصها لما لها من أهمية كبيرة، خاصة بعد تعرض اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية لخسائر كبيرة جراء عمليات التقليد التي طالت مختلف السلع الأمريكية خاصة منها السلع الالكترونية والموسيقية، وبعد تثمين الدول المتفاوضة للعوائد المتأتية من المتاجرة بالمنتجات التي تعتمد أساسا على الابداع الفكري والوقوف على أهمية التجارة في الأصول المعنوية كبراءات الاختراع، العلامات... إلخ، فقد تم ادخالها في مفاوضات منظمة التجارة العالمية بدءا من مفاوضات طوكيو تحت تسمية حقوق الملكية الفكرية.

الجزائر كسائر دول العالم الثالث عرفت تحولات اقتصادية هامة بعد استقلالها، فبعدما اعتمدت في تسيير اقتصادها على النهج الاشتراكي والمركزي الموجه، الذي لم يحقق ما كان مرجوا منه من خلال المخططات الاقتصادية، سعت إلى تغيير سياستها ابتداء من سنوات التسعينات نحو مزيد من النفتح والتحرير وتعديل العديد من التشريعات والقوانين من أجل اعطاء حرية أكبر للقطاع الخاص، ما ساهم في تدفق مختلف السلع والمنتجات وصاحب ذلك تسرب بعضها على شكل سلع مقلدة، وفي ضوء المشاكل الاجتماعية والاقتصادية التي كانت تعانيها الجزائر فإنه لم تكن هناك سياسة واضحة أو قانون يجرم هذه الظاهرة، غير أنه في الآونة الأخيرة لوحظ اجتياح كبير لهذا النوع من السلع والتي في أغلبها لا تحمل معايير الأمن والسلامة مما سيكون له آثار وخيمة على المستهلك والاقتصاد الجزائري.

### 1- إشكالية الدراسة:

إن المتتبع لمسار تطور ظاهرة المتاجرة في السلع المقلدة يدرك أنها كانت نتيجة للتطورات الاقتصادية والاجتماعية السريعة، التي تمثلت في ظهور التكتلات الاقتصادية والاجتماعية والدولية في ظل العولمة والتوجه الجاد للانفتاح الاقتصادي العالمي لتحرير التبادل التجاري بين جميع الدول، بالإضافة إلى تغير الظروف الاقتصادية الداخلية، والذي أدى بدوره إلى شدة المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية سواء في السوق المحلي أو الدولي، وهو ما كان له انعكاسات على المستهلك والاقتصاد إما

بالإيجاب أو بالسلب تبعا لقدرة اقتصاد كل دولة على مواجهة هذه التطورات الاقتصادية المتلاحقة ، مما ألقى ضرورة تكثيف الجهود لمكافحة فعالة لهذه الظاهرة، ومنه يأتي طرح الاشكالية التالية:

**ما هي انعكاسات تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات الدول وكيف يتم محاربتها؟**

بمعنى ما هي آثار تجارة السلع المقلدة على مختلف الميادين خاصة الاقتصادية وكيف يتم محاربتها، مع التطبيق على حالة الاقتصاد الجزائري.

## 2- الأسئلة الفرعية:

ومن أجل الإجابة على هذه الاشكالية تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي انعكاسات تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات الدول؟
- ما هي الآليات المستخدمة من أجل محاربة هذه الظاهرة؟
- ما آثار تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري؟
- ما الجهود التي تبذلها الجزائر في مجال مكافحة تجارة السلع المقلدة وهل هي كافية؟

## 3- فرضيات الدراسة:

- ومن أجل الإجابة على إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية وضعنا الفرضيات التالية:
- ينجم عن تجارة السلع المقلدة آثار وانعكاسات سلبية على كل من المستهلك واقتصاديات الدول سواء كانت نامية أو متقدمة.
- تتباين جهود الدول وفعاليتها في محاربة تجارة السلع المقلدة تبعا لانعكاسات هذه الأخيرة على اقتصادياتها.
- لتجارة السلع المقلدة آثار أو انعكاسات على الاقتصاد الجزائري من خلال التأثير على تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة وحتى الاستثمارات المحلية والإيرادات الحكومية.



- ما تزال جهود وآليات الجزائر في مجال محاربة السلع المقلدة بعيدة عن المستوى المطلوب والمبذول في كثير من دول العالم.

#### 4- أهمية الدراسة:

يلاحظ أن انتهاك الملكية الفكرية وبشكل خاص التقليد والقرصنة ظاهرة آخذة في النمو، ولا ينفك البعد الدولي لهذه الظاهرة أن يتعاضم إذ أصبح التقليد يطال كافة حقوق الملكية الفكرية وجميع القطاعات، ابتداء من السلع الاستهلاكية وصولاً إلى المنتجات الصناعية كما لا يستثني اقتصاداً متقدماً ولا نامياً. إن الإساءات الناتجة عن التقليد واسعة ومقلقة نذكر منها إحباط الاستثمارات، خسارة الإيرادات الضريبية والجمركية، تراجع فرص العمل، ناهيك عن تهديد السلامة العامة وأمن المستهلكين في حالات كثيرة. لا شك أن المصالح المالية المرتبطة بالكثير من أنشطة التقليد أو القرصنة مهمة حيث يلاحظ تطور صناعات حقيقية عابرة للحدود تستعين أحياناً بوسائل إنتاج وتوزيع متطورة جداً، علاوة على ارتباطها في أغلب الأحيان بعالم الجريمة، إزاء هذا الوضع، برزت عدة جهود دولية تحاول إثارة الاهتمام بهذا الموضوع وآثاره السيئة على الاقتصاد والمستهلكين.

#### 5- أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذا الموضوع إلى الإطلاع على أحد المواضيع المهمة ألا وهو التقليد الذي رغم أهميته إلا أننا نلاحظ قلة المراجع الخاصة به باللغة العربية أما المصادر الأجنبية فهي في الغالب صادرة عن هيئات ومؤسسات دولية، لذا ارتأينا أن تكون دراستنا هذه إضافة للمكتبة العربية. كما تهدف الدراسة إلى تبيان جانب مهم من هذا الموضوع من خلال تبيان مختلف الانعكاسات والآثار الناجمة عن هذه الظاهرة على اقتصاديات الدول وعلى المستهلكين إذ تم تزويد الدراسة ببعض الإحصائيات عن مختلف آثارها على العمالة، الاستثمار، فقدان الإيرادات وغيرها، كما تم دراسة آثارها

على بعض الدول المتقدمة وأخرى نامية بغية تبيان أن آثارها تتعدى الحدود ودرجة التقدم، كما ركزنا على آثارها على الاقتصاد الجزائري.

#### 6- أسباب اختيار الموضوع:

تأتي دوافع اختيار الموضوع من تنامي خطورة السلع المقلدة واتخاذها طابعا دوليا عابرا الدول المتقدمة والمتخلفة على حد سواء وتزداد آثارها الوخيمة على كل الأصعدة الاجتماعية الاقتصادية وحتى السياسية، ما أملى ضرورة البحث في أسباب انتشار هذه الظاهرة وكيفية مكافحتها خاصة على المستوى الوطني حيث نلاحظ في السنوات الأخيرة اجتياحا كبيرا لهذا النوع من السلع والتي تحمل في طياتها الكثير من المخاطر.

#### 7- حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: الجزائر.

- الحدود الزمانية: نظرا لعدم توفر سلاسل زمنية منتظمة لم يمكن تحديد حدود زمنية دقيقة لكن تم

اعداد الدراسة بالاعتماد على ما هو متوفر من البيانات والإحصائيات التي تنحصر بشكل غير

منتظم ولا متسلسل بين 2000-2013.

#### 8- الدراسات السابقة:

بعد دراسة الظاهرة تبين أنها لم تحض بالاهتمام المطلوب من قبل الباحثين والدارسين في البلدان

العربية والنامية لذلك اعتمدنا في إنجاز هذه الدراسة على العديد من المراجع والدراسات التي صدرت في

أغلبها عن هيئات دولية، بالإضافة إلى مذكرات دكتوراه تناولت في جزء منها ظاهرة التقليد:

-رسالة دكتوراه لزايد مراد ( 2005-2006) بعنوان: دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق حالة

الجزائر، التي تطرقت لمختلف المفاهيم حول اقتصاد السوق، مراحل السياسة التجارية في الجزائر

من الاحتكار إلى التحرير، معرجا على اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وآفاق الانضمام إلى

المنظمة العالمية للتجارة، ثم دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق ودورها في محاربة الغش الجمركي، حيث اعتبر أن التقليد هو جزء من الغش التجاري وهو يمثل عنصر محاكاة لسلعة أو صور أو علامات تجارية، بغرض تضليل وغش المستهلك، كما تطرق لبعض أنواعه مثل تقليد العلامة أو الاسم، تقليد الصنف والشكل مع اختلاف الاسم، استعارة الاسم والعلامة... إلخ، غير أن هذه الدراسة كانت مقتصرة على هذه العناصر دون التطرق لأسباب هذه الظاهرة، واقعها في الجزائر أو حتى آثارها.

-رسالة دكتوراه لقارة ملاك (2009-2010) بعنوان: إشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر مع عرض ومقارنة تجارب: المكسيك، تونس والسنغال ، تطرقت الدراسة إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بالاقتصاد غير الرسمي ومختلف الظواهر المحيطة به مثل: الفساد، تبييض الأموال، التهرب الضريبي وتقليد العلامات التجارية، ثم تطرقت إلى تجارب بعض الدول في التعامل مع هذا الاقتصاد الغير رسمي مثل : تونس، المكسيك والسنغال، كما تم التطرق لمختلف مظاهره في الجزائر، حيث بينت الدراسة فيما يخص تقليد العلامات التجارية أنها كانت نتاج التحولات التي حدثت خلال سنة 1991، من انفتاح وتحرير للتجارة الخارجية، غير أن الدراسة اكتفت بعرض لنوعية السلع التي طالها التقليد مصدرها ومنشئها خلال سنتي 2005-2006 وكميتها خلال الفترة 2003-2007، كما حصرت أسبابها في المجال الإداري الذي يخص قلة الخبرة والتأهيل للأعوان المختصين، قلة وسائل الرقابة، عدم التنسيق بين المصالح المختصة... إلخ، مهمة الأسباب الأخرى خاصة الاقتصادية، كما تطرقت الدراسة إلى طرق مكافحته عبر القوانين الوطنية على مستوى الجمارك ووزارة التجارة.

-دراسة( November2004) Comptroller( William C. Thompson.Jr بعنوان Bootleg billions,the **impact of the counterfeit goods trade on New York City** تطرقت هذه الدراسة لمفهوم التقليد وكونه لا يملك تعريفا محددًا، كما تطرقت إلى واقع هذه الظاهرة في الولايات المتحدة الأمريكية

وبالخصوص في ولاية نيويورك وتوصلت إلى أن هناك علاقة موجبة بين ظاهرة انتشار السلع المقلدة وتحرير التجارة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية.

- دراسة OECD لعامي 2007 و 2008 بعنوان **The economic impact of counterfeiting and piracy**

**Executive Summary**: واللذان بينتا أن لظاهرة التقليد الكثير من الآثار السلبية على كافة

النواحي: السوسيو-اقتصادية، على أصحاب الحقوق وملاك العلامات، بالإضافة إلى مختلف

الآثار على المستهلك والحكومة.

- دراسة (2008) Claudio Dordi بعنوان **Impact of counterfeiting on international trade** بينت أن

لظاهرة السلع المقلدة الكثير من الآثار، كما بينت أن عقد الاتفاقيات الدولية والتعاون الدولي من

شأنه أن يحد من انتشار هذه الظاهرة، كما تطرقت إلى اتفاقية محاربة التقليد التجاري.

- دراسة (2009) Frontier & BASCAP بعنوان **The impact of counterfeiting on governments and consumers**

اعتمدت على احصائيات ودراسة منظمة التعاون والتنمية (OECD) وتطرقت إلى

الخسائر التي يتسبب فيها التقليد لدول مجموعة العشرين (G20)، ثم آثاره على إنجلترا ومكسيكو

وذلك على صحة وسلامة المستهلك وعلى الحكومات من خلال الخسائر في الإيرادات، خسارة

العمال لوظائفهم، الاستثمار الأجنبي....إلخ.

- دراسة (2009) Bhaskar Marg, Bani Park بعنوان **Combating counterfeit goods** الصادر عن

Cuts (centre for international trade) الدولية، بينت هذه الدراسة أن لتجارة السلع المقلدة الكثير

من الآثار السوسيو-اقتصادية ومن بين الآليات الكفيلة بمحاربتها تشجيع التعاون الدولي عن

طريق دور بعض المنظمات والهيئات الدولية في هذا المجال مثل: WHO, WIPO, IMPACT, ...

.WTO

دراسة (Chaudhry, P.E,Zimmerman(2013) بعنوان **The global growth of counterfeit trade** بينت

هذه الدراسة أن التقليد ظاهرة قديمة تعود حتى للحضارات القديمة غير انها ازدادت سوءا في الوقت الحاضر، كما بينت أن لهذه الظاهرة العديد من الآثار السلبية مع دراسة حالة الولايات المتحدة الأمريكية.

### 9- منهج الدراسة:

لإيجاد إجابة عن اشكالية البحث والتحقق من مدى صحة الفرضيات، واعتبارا من كون البحث عن انعكاسات تجارة السلع المقلدة في الجزائر لا يزال الحديث عنه في بداياته، فإن الدراسة تناولت معظم الآثار الممكنة على اقتصاديات الدول مع اعطاء أمثلة عن بعض الاقتصادات المتقدمة والنامية مما يعني اتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يتيح فرصة تتبع الظاهرة بالاستناد إلى معلومات تتعلق بها للنظر في أبعادها المختلفة وتطوراتها وهذا من أجل ضمان الوصول إلى نتائج موضوعية وبلوغ الأهداف المتوخاة من الدراسة، بالإضافة إلى منهج دراسة حالة من خلال التطرق لآثار هذه الظاهرة عن الاقتصاد الجزائري.

### 10- تقسيمات الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول بالإضافة إلى مقدمة وخاتمة:

- الفصل الأول يتحدث عن مفاهيم عن ظاهرة تقليد السلع من خلال التطرق إلى مختلف المفاهيم حول الظاهرة وأبرز الفروق بينها وبين بعض المصطلحات كالتزوير والغش، ثم الاستراتيجيات التي يتبعها المقلدون، كما حاولنا تسليط الضوء على مختلف طرق تقليد العلامة التجارية، وحجم هذه الظاهرة على المستوى العالمي مع الإشارة إلى أهم الأسباب التي أدت إلى تفاقمها وأكثر القطاعات تضررا من هذه الظاهرة، أما في المبحث الأخير فحاولنا دراسة العلاقة بين سياسة تحرير التجارة وتفاقم هذه الظاهرة.

- أما في الفصل الثاني فقد تم التطرق إلى مختلف الآثار المحتملة لتجارة السلع المقلدة، السوسيو اقتصادية، على أصحاب الحقوق، على الحكومات والمستهلكين، وذلك بصفة عامة، ثم تم دراسة أثر هذه الظاهرة على بعض الاقتصادات المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا والنامية مثل: الهند، مكسيكو والصين، أما المبحث الأخير فتم التطرق فيه إلى مختلف الآليات المستعملة دوليا من أجل محاربة ظاهرة السلع المقلدة والمتاجرة بها سواء من الناحية القانونية من خلال التعرف على أهم الاتفاقيات الدولية في هذه المجال، الجانب المنظماتي من خلال نشاط بعض المنظمات الدولية وغير الدولية، نشاط المؤسسات وجمعيات حماية المستهلك بالإضافة إلى التطرق إلى أهم التقنيات التكنولوجية المستخدمة في محاربة هذه الظاهرة.

- أما في الفصل الثالث وهو الفصل الأخير فتم التطرق فيه إلى آثار تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري، من خلال محاولة الإشارة إلى واقع هذه الظاهرة قبل سنوات التسعينات (في ظل عدم توفر الإحصائيات اللازمة) وذلك أثناء انتهاج الجزائر لسياسة الرقابة والاحتكار وأثناء مرحلة التحرير، وتم التركيز على الفترة 2003-2013 بعد ذلك لتوفر المعلومات والإحصائيات عن هذه الفترة، كما تم التطرق إلى مختلف الأسباب التي شكت تحفيزا لهذه الظاهرة في الجزائر من أسباب إجتماعية، تنظيمية واقتصادية، وأهم الآليات القانونية والمؤسسية المنجزة من أجل القيام بعدة وظائف من بينها مكافحة ومحاربة هذه الظاهرة، وفي الأخير تم استنباط مختلف جوانب الضعف في هذه السياسة ووضع بعض الحلول من أجل تدعيمها.

## 11- صعوبات الدراسة:

رغم أهمية الدراسة إلا أننا واجهنا قلة المراجع التي تناولت هذا الموضوع باللغة العربية وخاصة بالنسبة للاقتصاد الجزائري، وكما أشرنا في السابق فإن أغلب المراجع الخاصة بالموضوع أجنبية وصادرة عن هيئات دولية، بالإضافة إلى الطبيعة السرية للتقليد والقرصنة مما يعني صعوبة الحصول على الإحصائيات المتعلقة بهذه الظاهرة خاصة تلك المتعلقة بالاقتصاد الجزائري، يضاف إلى ذلك عدم

التناسق في الإحصائيات المحصلة من مختلف الهيئات الوطنية أو مواقع الهيئات الدولية، كما أن هذه الإحصائيات تستند إلى حد كبير على المضبوطات الجمركية التي يصعب أن تتضمن أرقام السوق الفعلية.

## الفصل الأول:

ماهية وحجم ظاهرة تقليد السلع  
على المستوى العالمي



**تمهيد:**

يشهد العالم حالياً العديد من التطورات الاقتصادية والاجتماعية السريعة، لعل أبرزها الاتجاه المتزايد من قبل الدول نحو مزيد من الانفتاح الاقتصادي العالمي لتحرير التبادل التجاري بين جميع الدول ، بالإضافة إلى ظهور التكتلات الاقتصادية والاجتماعية والدولية، مما أدى إلى شدة المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية سواء في الأسواق المحلية أو الدولية وكذا ظهور عدة ظواهر سلبية من بينها ظاهرة تقليد السلع.

فرغم قدم ظاهرة التقليد إلا أنها أصبحت في الوقت الحالي ظاهرة دولية تعاني منها كافة المجتمعات النامية والمتقدمة على حد سواء، حتى أنها أصبحت تمثل حوالي 10% من حجم التداول التجاري العالمي خلال سنة 2010، وتعتبر الدول الآسيوية وبالأخص دولة الصين المنشأ والمصدر الرئيسي لها ، وتمس هذه الظاهرة جميع المنتجات بمختلف أنواعها في جميع الميادين، غير أن تقليد المنتجات يختلف من مقلد إلى آخر ويمس جميع أنشطة المنتج من تصميم وتغليف وتبیین، إلا أن أشهر أسلوب لتقليد المنتجات يكون عن طريق تقليد العلامة التجارية لهذا المنتج بالتقليد التام أو الشبيه للشكل أو المحتوى ، ونتطرق في هذا المبحث إلى أهم المفاهيم المتعلقة بظاهرة التقليد، ضمن المباحث التالية:

-المبحث الأول: مفهوم التقليد.

-المبحث الثاني: مجالات التقليد وأهم النظريات والنماذج المفسرة له.

-المبحث الثالث: حجم السلع المقلدة وأسباب انتشارها.

-المبحث الرابع: قطاعات يمسه التقليد.

-المبحث الخامس: علاقة تحرير التجارة الخارجية بتزايد تجارة السلع المقلدة.

## المبحث الأول: مفهوم تقليد السلع.

سنتناول في هذا المبحث الحديث عن بداية ظهور التقليد واتخاذها طابعا دوليا وكذا بعض التعاريف الخاصة به، بالإضافة إلى عرض بعض المصطلحات مثل التزييف، القرصنة، الغش التجاري،..إلخ، والتي تتشابه وتتداخل مع بعضها ومع مصطلح التقليد، بالإضافة إلى تناول عناصر التقليد وأهم الاستراتيجيات المتبعة من قبل المقلدين.

## المطلب الأول: تعريف مصطلح تقليد السلع و بداية ظهوره.

رغم قدم ظاهرة التقليد فهي لم تحض بالاهتمام اللازم بها إلا بعد انتقالها إلى الأعمال الصناعية الضخمة لتشمل كافة أنواع السلع وتنتقل من الدول المقلدة إلى الدول المجاورة ثم اتخاذها طابعا دوليا لتشمل كافة أنحاء العالم المتقدم والنامي على حد سواء.

## الفرع الأول: بداية ظهور التقليد.

هناك من يرى أن ظاهرة التقليد قديمة جدا تعود إلى بداية التبادل التجاري، وهناك من يربطها بالحضارات القديمة كالحضارة اليونانية، المصرية وخاصة الحضارة الرومانية، حيث تعرضت العديد من السلع والعلامات للتقليد مثل علامة L C Iussius المميزة للخمر في منطقة جنوب إيطاليا وكذا علامة Fortis للمصابيح الزيتية الرومانية،<sup>1</sup> وتجر الإشارة هنا أن التقليد آنذاك كان يمس بالدرجة الأولى المنتجات الحرفية والفنية.<sup>2</sup>

و منذ 1980 تطورت هذه الظاهرة تزامنا مع التطور الاقتصادي والسياسي الذي عرفهما العالم والذي مس جميع الميادين والمجالات في البعدين الاقتصادي والسياسي فأصبحت ذات بعد عالمي وانتقلت من الأعمال الحرفية إلى الأعمال الصناعية، أما ظهوره على الشكل الحالي فقد كان في التسعينات من خلال

<sup>1</sup> Brunot Patrick, **La Contrefaçon**, Coll : **Que sais Je ?**, Presses Universitaires de France (PUF), 1986, P43.

<sup>2</sup> Documents Emis Par L'Union Des Fabricants **La Contrefaçon**, Association Française de Lutte Anti-Contrefaçon, France, P5.

الورش الصغيرة التي ظهرت في الأقاليم الساحلية الصينية بجوار المصانع الأصلية التي أسندت لها الشركات المتعددة الجنسيات إنتاج بعض المنتجات كان أهمها الجلود حيث توسعت هذه الورش فيما بعد لتشمل تقليد كافة المنتجات<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: تعريف مصطلح تقليد السلع.

حضي مفهوم التقليد بعدة تعريفات والتي تتناول وجهات نظر مختلفة منها:

- عرّف التقليد على أنه ما يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والمقلد وهو ما من شأنه أن يندفع به الجمهور<sup>2</sup>، وقد ركز هذا التعريف على عنصر المحاكاة والشبه بين السلع الأصلية ونظيراتها المقلدة بالإضافة إلى توفر عنصر النية في خداع الجمهور، وقد أهمل الجوانب والمجالات التي يتعلّق بها.
- وفي تعريف آخر: التقليد هو سرقة لحقوق الملكية الفكرية بدون إذن صاحبها، ويشمل الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية والصناعية<sup>3</sup>، أضاف هذا التعريف أن للتقليد عدة مجالات يطالها وتشمل حقوق الملكية الفكرية والصناعية.
- كما عرف على أنه استخدام دون وجه حق عنصر من عناصر الملكية الفكرية المحمية ، ويتميز باستنساخ عناصر أساسية ومميزة للعلامة التجارية، الرسم والتصميم... إلخ، ويهدف إلى خلق البلبلة في ذهن المستهلك، كما قد يكون هناك انتهاك حتى لو كانت هناك اختلافات بسيطة وحتى لو كانت بحسن نية<sup>4</sup>، وقد اعتبر هذا التعريف أن التقليد يتعلّق بأحد حقوق الملكية المحمية وركز على تقليد العلامة التجارية، سواء بتوفر نية الخداع أم عدمها مستخدماً في ذلك مصطلح استنساخ.

<sup>1</sup> International Forum Of Counterfeiting Crime(IF2C), **Le Crime- Contrefaçon**, Waito Foundation, Suisse, PP 24-25.

<sup>2</sup> فرج علواني هليل، **جرائم التزييف والتزوير**، دار المطبوعات الجامعية، مصر ، 1993، ص 17.

<sup>3</sup> Andy Hyeans, Jorick laneuf, **La Contrefaçon En France**, Note Statistique De L'observatoire National De La Délinquance Et Des Repores, Focus Et Inhess, Penale,N6, France, Juin 2011 ,P6.

<sup>4</sup> Définition Contrefaçon, Sur Le Site : <http://www.definitions-marketing.com/Definition-La-marque> 13-04-2013 16h :34.

- وفي تعريف آخر والذي جاء في المادة 51 من الاتفاق حول مزايا حقوق الملكية الفكرية من تعريف المنظمة العالمية للتجارة السلع المقلدة على أنها: "تشمل جميع المنتجات بما في ذلك التغليف التابع لها والتي تحمل بعض الخصائص أو كلها لعلامة مسجلة والتي تمس حقوق المالك أو مالكي هذه العلامة و تلحق به أضراراً مادية أو وظيفية،<sup>1</sup> وقد ركز هذا التعريف على تقليد العلامات التجارية بما فيها من تغليف، خصائص، مهملاً باقي عناصر الملكية الفكرية، بالإضافة إلى إشارته إلى وجود آثار عن هذه الظاهرة تتمثل في وجود أضرار مادية ووظيفية.

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن التقليد مصطلح متداخل مع عدة مصطلحات وهو يعني الانتهاك بدون وجه حق لأحد عناصر الملكية الفكرية بما في ذلك العلامة التجارية، ويلحق أضراراً كبيرة بالمالكين الأصليين، وهو عمل غير شرعي حتى لو كان بحسن نية أو يضم اختلافات بسيطة.

**المطلب الثاني: الفرق بين التقليد والمصطلحات الأخرى.**

لقد تبين من خلال ما ورد في التعاريف السابقة وجود تداخل بين مصطلح التقليد وعدة مصطلحات أخرى، حيث تستعمل أحياناً للدلالة على معاني مختلفة وأحياناً أخرى تستعمل لتدل على نفس المعنى ، ومن هذه المصطلحات نذكر: التزييف، التزوير، القرصنة، الغش التجاري.

**الفرع الأول: التزييف.**

يعتبر تزييفاً انتقاص شيء من المنتج كالمعدن أو الطلاء بحيث يجعلها شبيهة بالمنتج الأصلي الذي يتمتع بقيمة أكبر، وبالتالي ينطوي مفهومه على عنصرين مهمين هما: الانتقاص والتمويه وهناك من يعتبره شكلاً من أشكال التقليد، وهناك من يعتبره غير ذلك مبرزين أن التقليد ينتج منتجاً غير صحيح لكن لم يكن له قبلاً وجود في حين أن التزييف يفترض منتجاً صحيحاً أصلاً أدخل عليه عدة تغييرات أدت إلى تشويبه كما يحدث بالنسبة للعملة،<sup>2</sup> و ينقسم إلى :<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Charles Clift ,**A Review Of Statistical Information On Countrefeiting And Piracy**, Advisory Committee On Enforcement Seventh Session Geneva, WIPO ,November 30-December 2011,P5.

<sup>2</sup> فرج علواني هليليل، مرجع سابق، ص 20

- التزييف التام : و يتمثل في إعادة إنتاج منتج أصلي أو الإشارات المميزة له بشكل دقيق ، حيث تتعلق هذه الإشارات المميزة بالجوانب الخارجية للمنتج والمتمثلة في : التغليف، العلامة، الشعار، أو رموز المنشأة الاسم التجاري، الاسم التجاري للمحل، ويطلق عليه بالنقل الأعمى.
- التزييف المعاكس: يقتبس أو يستمد المنتج المزيف بعض خصائص المنتج الأصلي مع المحافظة على الخصائص المميزة له، ومن أهمها العلامة والاسم التجاري للمنشأة الممارسة لعملية التزييف، ويطلق عليها بالنقل الذكي .

و يمكن لنا حصر أوجه الاختلاف بين هذين المفهومين انطلاقاً من الجدول الموالي:

جدول رقم ( 1 ) أوجه الاختلاف بين مفهومي التزييف التام والمعاكس.

| التزييف المعاكس  | التزييف التام   |                                  |
|--|---|----------------------------------|
| غامضة : أدلة صعبة<br>يمكن أن تصبح منافس مباشر                        | _ غير مشروعة<br>_ متطفلة                              | هيكل المنشأة المقلدة<br>ووضعيتها |
| أقل فعالية و غير متعارف عليها  | متعارف عليها و فعالة                                  | وسائل القمع                      |
| التحكيم  | التغليط : إيقاعه في الخطأ أو إشراكه                   | تصرف المقلد اتجاه المستهلك       |
| حصة السوق، المكانة، الأرباح<br>المالية في الأمدين المتوسط<br>والطويل | الربح المالي في الأمد القصير                          | هدف المقلد وآفاقه                |
| التهديد للوضع التنافسية مع أحكام<br>مسبقة مالية قد تكون مهمة         | أحكام مالية مع التأثير على صورة<br>المنشأة بشكل أقل . | التأثير على المنشأة الضحية       |
| جودة معادلة أو أحسن من المنتج<br>الأصلي.                             | أقل جودة من المنتج الأصلي                             | جودة الصورة أو النسخة            |
| وظيفية وتكنولوجية  | العلامة، الشعار، الشكل، اللون ...<br>إلخ              | الخصائص المنقولة                 |

|             |  |                  |
|-------------|--|------------------|
| طريقة النقل | لا توجد طريقة بل هي مجرد تحويل للمعلومات . | التعلم بالمشاهدة |
|-------------|--|------------------|

المصدر : دور التسويق في تقليص خطر تقليد المنتجات- دراسة حالة الجزائر- مرجع سابق

### الفرع الثاني: القرصنة.

تستعمل كلمة القرصنة عادةً لوصف الانتهاك العمدي لحق المؤلف لتحقيق ربح ما على نطاق تجاري

في حين يعطيها الاتفاق المتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة التعريف التالي:

" كل نسخ لسلعة من دون الحصول على موافقة صاحب الحق أو الشخص المفوض من قبل صاحب

الحق في بلد الإنتاج، على أن يتم هذا الاستنساخ بصورة مباشرة أو غير مباشرة من أحد المقالات مشكلاً

انتهاكاً لحق المؤلف أو حق مجاوراً."

وقد كانت تشير قرصنة حق المؤلف في السابق إلى النسخ/الاستنساخ غير القانوني لعمل أصلي تم إنتاجه

وتوزيعه، ولكن مع ظهور النسخة الفوتوغرافية التي تلتها البرمجيات وتكنولوجيا الإنترنت أصبح من

الممكن نسخ وتوزيع بصورة غير مشروعة جميع المواد تقريباً في أي مكان وبلحظات معدودة،<sup>1</sup> لذا

أصبح مصطلح القرصنة يستخدم ليشمل فئة جرائم الإنترنت المتعلقة بالملكات الفكرية، وتعرف حينئذ

القرصنة بأنها كل عمل إجرامي يتعلق بالتعدي على حقوق المؤلف على الشبكات الرقمية.<sup>2</sup>

بالتالي يترافق التقليد بالقرصنة متى حملت النسخ غير المرخصة شعارات و/أو أسماء المنتجين

الأصليين.<sup>3</sup>

### الفرع الثالث: التزوير.

<sup>1</sup> فلافيا سكاربليني، الأشكال المختلفة لجرائم الملكية الفكرية برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية- مشروع تحديث النيابات العامة أعمال الندوة الإقليمية حول جرائم الملكية الفكرية ، مملكة البحرين، 13-14 أبريل 2008 ، ص ص 48-49.

<sup>2</sup> أوليفير كوسي، الجرائم الخاصة ذات الصلة بالملكية الفكرية (القرصنة والتعدي)، برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية- ، أعمال الندوة الإقليمية حول جرائم الملكية الفكرية ، مملكة البحرين، 13 - 14 أبريل 2008 ، ص 53.

<sup>3</sup> فلافيا سكاربليني، مرجع سابق، ص ص 48-49.

يعني إدخال تغيير بالإضافة أو الحذف أو التعديل على شيء صحيح في الأصل سواء تعلق التغيير بالكتابة التي يحملها أو الرموز أو الإشارات أو الرسوم أو الشكل العام، ويهدف الجاني بالتزوير إلى جعل الشيء محقق له مصلحة ما كان يحققها لو ظل الشيء على أصله وهناك من يعتبر أن التقليد جزء منه.<sup>1</sup>

#### الفرع الرابع: الغش التجاري.

هو محاولة التدليس على المستهلك وتظليله بإخفاء المعلومات الكافية المتعلقة بالسلعة عنه ويعرضها البائع أو المنتج على أنها تضاهي السلعة ذات النوعية الجيدة إلا أنها في الواقع وإن كانت تماثل وتشابه السلع الجيدة من حيث الشكل إلا أنها رديئة عديمة الجودة،<sup>2</sup> ويتحقق الغش بالحالات التالية:<sup>3</sup>

- إخفاء المعلومات الأصلية للسلعة.

- تدوين معلومات مظلمة وخاطئة.

- إجراء تغيير في تركيب البضاعة أو الصنف عن طريق مخالفته المواصفات الموضوعة من قبل الجهات المختصة بالمواصفات و المقاييس.

ومنه يتضح أن للغش التجاري صور متعددة منها:<sup>4</sup>

- الغش بذاتية السلعة: طبيعتها، نوعها، عناصرها، صفاتها.

- نوع السلعة: من حيث إخفاء المعلومات الأصلية أو تزويد المستهلك بمعلومات مظلمة و خاطئة.

- الغش في قدر السلعة: سواء الوزن، المقاس، العدد، الطاقة، المعيار.

- وصف السلعة أو الإعلان عنها أو عرضها بأسلوب يحوي بيانات كاذبة وخادعة أو انتهاك حق

الملكية الفكرية.

<sup>1</sup> فرج علواني هليل، مرجع سابق، ص 112.

<sup>2</sup> رزين بن محمد الرزين، حماية المستهلك من الغش التجاري في الشريعة الإسلامية، ندوة حماية المستهلك والغش التجاري في الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 13-17 جانفي 2008، ص 96.

<sup>3</sup> نفس مرجع السابق، ص 97.

<sup>4</sup> دور الجمارك السعودية في مكافحة الغش التجاري والتقليد، متاح على الموقع الإلكتروني: <http://www.customs.gov.sa/Customs>، 10-15-2014. سا:19د

كما ورد تعريف آخر للغش التجاري على أنه التزييف والتدليس والتقليد لسلعة معينة معدة للبيع وهو تغيير وتعديل يحدث على تلك السلعة وجوهرها وتكوينها الطبيعي ويكون الهدف وراء ذلك الحصول على فرق السعر من أجل الكسب السهل السريع.<sup>1</sup>

فلاحظ أن هذا التعريف عرف الغش التجاري بمصطلحي التزييف والتقليد كما أشار إلى التزوير في قوله: " تغيير وتعديل يحدث على تلك السلعة" كما أضاف مصطلحا آخر وهو التدليس والذي يعني خداع بهدف الحصول على عائد مالي، ومنه نلاحظ أن المصطلحات السابقة استعملت هنا لتحقيق نفس المعنى. و من كل ما سبق يتضح أن الغش التجاري مفهوم شامل يضم التقليد، التزييف، التزوير، القرصنة، والتي تعتبر مصطلحات ليست دقيقة ولكنها جميعاً تتضمن التعدي عن عمد، وبوجه عام بطريق الاحتيال، على حقوق الملكية الفكرية المختلفة؛ ومن أبرزها العلامات التجارية.

**المطلب الثالث: استراتيجيات التقليد ومراحل الانتقال من التقليد إلى الابتكار.**

نظرا للنمو المتسارع في العالم في كافة المجالات وما ترتب على التقدم التكنولوجي وثورة المعلومات والاتصالات من تأثيرات في إطار العولمة التي فرضت في كثير من الأحيان أنماطا استهلاكية على الأفراد والمجتمعات تدعو البعض إلى المحاكاة والتقليد من أجل حصد المزيد من الأرباح والانتقال فيما بعد إلى الابتكار وذلك بإتباع عدة استراتيجيات.

**الفرع الأول: مراحل الانتقال من التقليد إلى الابتكار.**

للتقليد عدة عناصر تشكل حلقة متكاملة، تبدأ بسرقة منتجات الآخرين -والتي في الغالب تحمل نفس اسم العلامة الأصلية- إلى صنع نسخ رخيصة أو شبيهة بها بشكل قانوني إلى بداية إدخال تعديلات

<sup>1</sup> عبد الرحيم أبو القاسم ، مذكرة تفاهم حول مكافحة الغش التجاري و التقليد ، موقع الشرطة السوداني، متاح على الموقع الإلكتروني <http://www.dc.net.s/> تاريخ النشر 2012-01-13، تاريخ الإطلاع: 2014-06-15 10:11د



وتحسينات تدريجيا على التصميم فقط أو على المنتج في حد ذاته، ومنها الوصول إلى التقليد الانعكاسي ومرحلة الابتكار، وهذه العناصر هي:<sup>1</sup>

#### أولاً: منتجات مسروقة.

والتي تتمثل في نسخ تحمل ذات الاسم التجاري أو العلامة التجارية للمنتجات الأصلية تتميز بقلّة الجودة وورداة الصنع وعادة ما تطرح في الأسواق بأسعار تقل كثيرا عن المنتجات الأصلية، ويميزها عن بقية الأشكال الأخرى للمنتجات المقلدة عدم قانونيتها، ومستهلك هذه المنتجات إما أن يكون مدركا للغش المقصود، وإما أن يكون غير مدرك له، فالعلامة المميزة لاسم تجاري محترم والتي تباع بسعر منخفض كثيرا ما تخدع المستهلك وتجعله يقبل على السلع الرخيصة حتى ولو كانت مقلدة.

#### ثانياً: نسخ رخيصة أو نسخ شبيهة.

يستعمل مصطلح النسخ الشبيهة على منتجات الصناعة الإلكترونية المقلدة خاصة ما يتعلق بالحواسيب أما باقي الصناعات فتسمى نسخا رخيصة لأنها تباع بأسعار منخفضة مقارنة بالمنتجات الأصلية، و كلاهما تعتبران منتجات قانونية ومشروعة نظرا لغياب أو انتهاء حقوق استغلال الاختراع أو العلامات التجارية للمالك الأصلي.

#### ثالثاً: نسخ من التصميم أو الشكل التجاري.

تجمع هذه النسخ بين أوجه التقليد والتجديد من خلال أنها تُبنى على شكل أو تصميم منتج أصلي شهير، فإذا كان التصميم أهم جزء في المنتج كما هو الحال في المنتجات الإلكترونية تصبح النسخ المقلدة مثل النسخ الشبيهة، وإذا كان التصميم يلعب دورا أقل فإن نسخ التصميم تُبنى على تقنية فريدة مستحدثة.

#### رابعاً: التعديل المبتكر.

<sup>1</sup>ستيفن ب. شنارس، تقليد المنتجات والخدمات كيف يتفوق المقلدون على المجددون، خلاصات كتب المدير ورجل الأعمال، الشركة العربية للإعلام العلمي شعاع، العدد 9، السنة الثالثة، مصر، ماي 1994، ص ص 1-2.

وتسمى أيضا بالمقلدات المبتكرة، وذلك لأنه يتناول سلعة موجودة بالسوق ويعمل على تحسينها أو

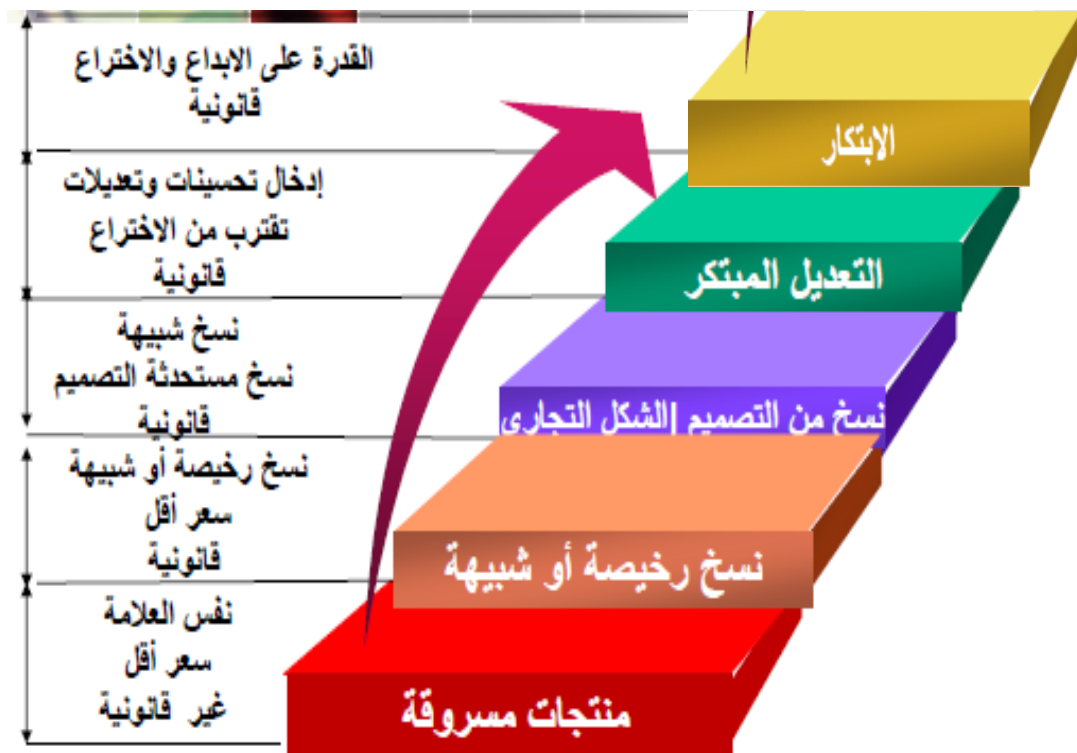
إدخال تعديلات عليها لتناسب مجالا تنافسيا جديدا مما يجعلها تقترب من الاختراع.

ومما سبق يمكن القول أن هذه العناصر الأربعة التي تبدأ من سرقة أفكار الآخرين وتنتهي بإدخال

تحسينات وتعديلات على المنتج يمكن أن تشكل في مجموعها مراحل متتابعة يمكن من خلالها الخروج

من التقليد إلى الابتكار ويمكن تمثيلها في الشكل التالي:

شكل رقم ( 1 ) مراحل الانتقال من التقليد إلى الابتكار.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما سبق.

من الشكل يتضح أن سرقة المنتجات هي أول بداية اتبعتها العديد من الدول في بداية انطلاقها نحو

الابتكار وخير مثال على ذلك اليابان التي بدأت بالنقل والتقليد للمنتجات الأوروبية والأمريكية على وجه

الخصوص عن طريق سرقة منتجات وأفكار الآخرين، كما عملت على أخذ التكنولوجيا من غيره وقامت

بملاءمتها بإدخال تحسينات عليها وتطويرها باستمرار ونجحت في إحداث ما يسمى بالتقليد الانعكاسي من

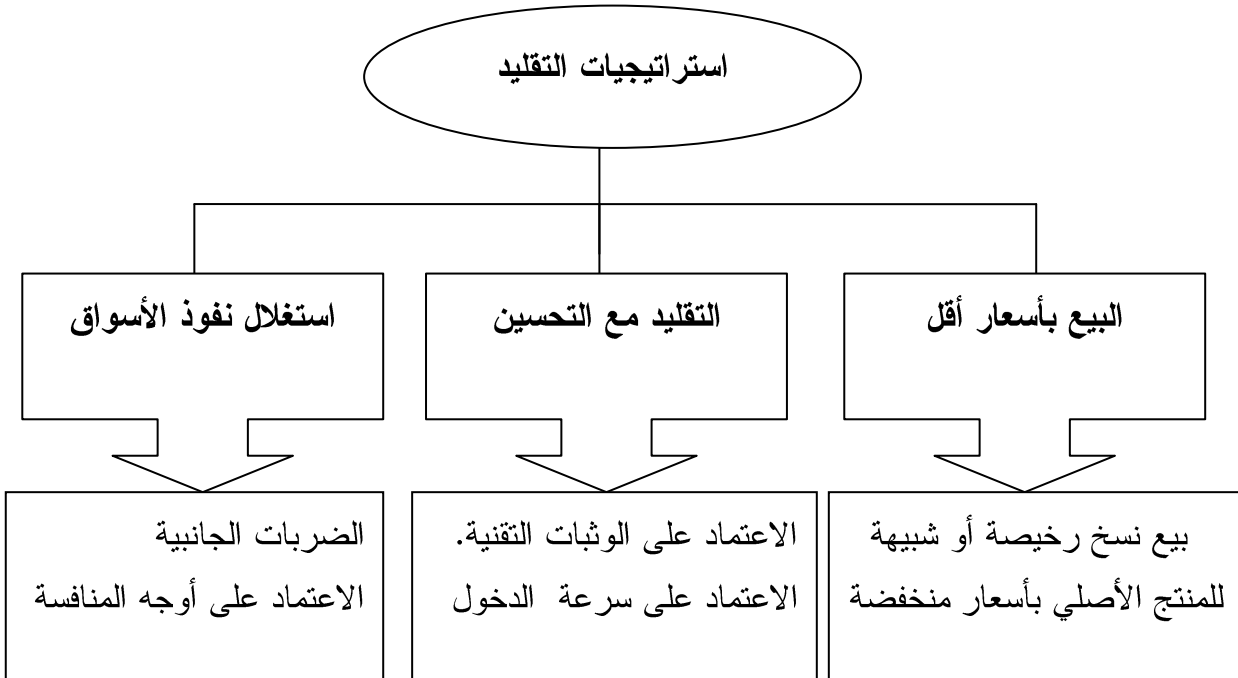
خلال استعمال بعض خصائص المنتج الأصلي لإنتاج منتج يحمل علامة وخصائص مختلفة وخاصة به

بحيث يلبي نفس احتياجات المنتج الأصلي بنوعية مساوية أو أعلى ويهدف إلى جعل المستهلك في وضعية الحكم بين المنتجات، وبذلك ارتقت الى مرتبة الريادة وأصبحت تمتلك المؤسسات القدرة على الابداع وخلق التكنولوجيا، غير أنه ليس بالضرورة أن تمر كل الدول بهذه المراحل لتصل إلى الابتكار كما لا يعني هذا أن التقليد هو أساس الابتكار.

#### الفرع الثاني: استراتيجيات التقليد.

ينجح المقلدون للسلع في اكتساب أسواق السلع والمنتجات الأصلية من خلال اتباع عدة استراتيجيات قد تتعلق بالسعر أو التحسين أو استغلال نفوذ الأسواق ولكل استراتيجية أهداف يسعى المقلدون لبلوغها إما الربح فقط أو إدخال تحسينات من أجل الحصول على حصة وميزة مستقبلية في السوق أو حتى اقضاء الرائد، ويمكن تلخيص هذه الاستراتيجيات في الشكل التالي:

#### شكل رقم (2) استراتيجيات التقليد.



المصدر: من إعداد الباحثة.

من الشكل يتضح وجود ثلاث استراتيجيات أساسية يتبعها المقلدون من أجل اكتساب أسواق السلع والمنتجات الأصلية وهي:

أولاً: استراتيجية البيع بأسعار أقل.

تهدف هذه الاستراتيجية إلى توسيع السوق بجذب فئة من المستهلكين لا تستطيع دفع الأسعار المرتفعة للمنتج الأصلي، وذلك من خلال بيع نسخ رخيصة أو شبيهة للمنتج الأصلي بأسعار منخفضة حيث تكون هذه السلع في الأغلب أقل جودة، ويرجع السعر المنخفض إلى قلة التكاليف التي يتحملها المقلد، الذي يحصل أحياناً على ميزة في مجال التكاليف الثقيلة المتعلقة بالبحوث والتطوير نتيجة كونه ينسخ منتجا جاهزا من السوق أنشأه الرائد (المنتج الأصلي) بعد استثمارات كبيرة بما فيها مصاريف البحوث والتطوير ومصاريف الترويج حيث يمكن للمقلد في حالات كثيرة الاستفادة من طرق ترويج الرائد ومكان منتجه من السوق أو فتح مواقع عبر الأنترنت أو عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ملحق رقم 1)، لخلق اهتماما ورغبة لدى المستهلكين لاستخدام نوع معين من المنتجات وعندما يذهب المستهلك لشراء ما يلزمه فإنه ينجذب إلى المقلدات رخيصة الثمن حتى وإن لم تتساوى مع المنتج الأصلي من حيث الجودة، وقد يُلد بعض المقلدين انطباعاً بأنهم يبيعون نفس المنتج مثل الرائد ولكن بأسعار أقل، وبالتالي المقلد يدع للرائد متاعب القيام بالحملة الإعلانية ثم يزيد هو مبيعاته بأسعاره المنافسة.

أما إذا تعلق الأمر بمنتجات تقنية فإن نجاح التقليد منخفض السعر يعتمد على توحيد مقاييس المنتج إذ يجب أن تستقر تصميمات المنتج والتقنية المستخدمة فيه قبل أن يتم نسخه بنجاح لأنه من الصعب نسخ منتج جديد يتغير شكله بسرعة وباستمرار، وفي مثل هذه الأحوال يتخلف المقلد دائماً عن الرائد فعندما يدخل المقلد يكون الرائد قد تحرك خطوات للأمام ولا يتمكن المقلد من النسخ قبل أن تستقر تقنية صنع المنتج<sup>1</sup>.

ثانياً: استراتيجية التقليد مع التحسين.

<sup>1</sup>ستيفن ب. شنارس، مرجع سابق، ص ص 4-5.

هدف المقلدين من اتباع هذه الاستراتيجيات يختلف عن أهداف متبعي الاستراتيجية الأولى إذ لا يهدفون إلى نسخ منتج أصلي كما لا يرغبون في المنافسة على أساس السعر المنخفض، بل هدفهم تفضيل المستهلكين لتصميمهم المتفوق الذي سيعطيهم مميزات إضافية مستقبلاً، و يعتمدون في ذلك على عدة طرق منها:<sup>1</sup>

- الاعتماد على الوثبات التقنية في حالة المنتجات التقنية بحيث يدخل المقلد بتقنية جيل ثان للمنتج يحجب به منتج الرائد ويخرجه من السوق.
- الاهتمام بسرعة الدخول من خلال لئسب قسم من السوق قبل أن تتوفر لدى الرائد فرصة لفرض شكل معين لمنتجه، لكن ليس المهم سرعة دخول المقلد إلى السوق بل المهم هو توفر فرصة له للدخول بمنتج أفضل عن طريق استغلال مختلف أنواع التقنيات.

ثالثاً: استراتيجية استغلال نفوذ السوق.

تكون هذه الاستراتيجية من خلال قيام الرواد بوضع حواجز تمنع غيرهم من دخول السوق إلا أنها تكون ضعيفة أمام نفوذ العمالقة، الذين يمتلكون عدة مصادر للقوة منها: استغلال النفوذ في الترويج وقوة الأسماء التجارية، توفر قنوات توزيع وامتلاك مصادر تمويل متعددة، وتستخدم هذه الاستراتيجية عدة طرق منها:<sup>2</sup>

1- الضربات الجانبية:

خلالها يتم سرقة منتج الشركات الرائدة من قبل عمالقة الصناعة ورغم أنها قد تقوّت على العملاق فرصة المنتج الجديد التي أوجدها الرائد، ولكن حالما تتضح قدرات هذا المنتج يوظف العملاق خبرته في بيع وتوزيع المنتجات المشابهة لدفع الرائد بعيداً عن طريقه.

2- أوجه المنافسة:

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 5.  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 6.

غالبا ما تكون المنافسة في الأسواق الوليدة خليطا مثيرا من التحديث والتقليد، ويعتبر تفهم ديناميكية التقليد التنافسي هاما لكل من الرواد واللاحقين، ففي حين يتلمس المقلدون نقاط ضعف تسمح لهم بالدخول بنجاح يتخذ الرواد مواقف دفاعية تقلل من شأن هذا التهديد.

### المبحث الثاني: مجالات التقليد وأهم النظريات والنماذج المفسرة له.

سنتناول في هذا المبحث مختلف مجالات التقليد والتي تتمثل في بحقوق الملكية الفكرية الأدبية مثل: حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، والحقوق الصناعية مثل: براءات الاختراع، العلامات التجارية، المؤشرات الجغرافية...إلخ، كما سنتطرق إلى بعض النظريات والنماذج التي تحاول تفسير جوانب اقتصادية مختلفة من ظاهرة التقليد ونظريات أخرى تحاول تفسير سلوك المستهلك اتجاه السلع المقلدة.

**المطلب الأول: مجالات التقليد.**

بعد التطور الصناعي والفكري أصبحت حقوق الملكية الفكرية هاجسا أساسيا في الاقتصاد المعاصر حتى أنه أصبح يعبر عنه باقتصاد الملكية الفكرية الجديد، لكن نتيجة اشتداد حدة المنافسة وعدة عوامل أخرى بالإضافة إلى ظهور التقليد والقرصنة أصبح من الضروري إيجاد طريقة لضمان حقوق المبدعين على الأقل من المنافسين وحماية حقوقهم والتي تنقسم إلى حقوق ترد على أشياء مادية وأخرى غير مادية.

#### الفرع الأول: تعريف حقوق الملكية الفكرية.

هناك العديد من التعاريف نورد البعض منها:

- تعرف حقوق الملكية الفكرية على أنها: إنتاج فكري يرد على أشياء غير مادية كالملكية الصناعية والملكية الأدبية والفنية، فهي تعد منتجات ذات طبيعة معنوية أو فكرية، وغالبا ما تفسر الملكية

الفكرية على أنها حقوق الطبع أو النشر،<sup>1</sup> وقد جاء هذا التعريف مختصراً لمفهوم حقوق الملكية

الفكرية يرد على منتجات ذات طبيعة معنوية أو فكرية، مع اهماله لحق التملك والانتفاع بها.

- وهناك من عرفها على أنها سلطة مباشرة يعطيها القانون للشخص على كافة منتجات عقله وتفكيره

وتمنحه حق الاستثناء والانتفاع بما تُدر عليه هذه الأفكار من مردود مالي، للمدة المحددة قانوناً

ودون منازعة أو اعتراض من أحد،<sup>2</sup> يركز هذا التعريف على الحق الذي يمنح لصاحب الملكية

الفكرية من أجل الانتفاع بأفكاره وما ينجم عنها من مردود مالي دون أن يفرق بين الحقوق

ومجالاتها.

- وفي تعريف آخر عرفت على أنها كل ما ينتجه ويبدعه العقل والذهن الإنساني، فهي الأفكار التي

تتحول أو تتجسد في أشكال ملموسة يمكن حمايتها، وتتمثل في الإبداعات الفكرية والعقلية،

والابتكارات مثل الاختراعات والعلامات والرسوم والنماذج وتصميمات الدوائر المتكاملة،<sup>3</sup> يتبين

من خلال هذا التعريف أن حقوق الملكية الفكرية تتعلق بإبداعات العقل البشري، كما أنه على

خلاف التعريف السابق ذكر أهم أنواعها.

ومن التعاريف السابقة نستنتج أن حقوق الملكية الفكرية هي إنتاج فكري يرد على الإبداعات الفكرية

والعقلية وهي ما تسمى حق الملكية الأدبية والفنية أو ترد على الإبداع الفكري في المشاريع الصناعية

والتجارية والتي تسمى بحق الملكية التجارية والصناعية مثل: الاعتراعات، العلامات، الرسوم... وغيرها.

**الفرع الثاني: أنواع حقوق الملكية الفكرية.**

ليست كل حقوق الملكية الفكرية ترد على منتجات فكرية إنما ترد أيضاً على حق الملكية الصناعية

**أ- حق الملكية الأدبية والفنية:**

<sup>1</sup> مصطفى حمد الله عبد الله، حماية حقوق الملكية الفكرية ومدى تأثيرها على أمن المعلومات، مداخلته ضمن المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية: البيئة المعلوماتية الأمانة المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، السعودية، 6-7 أبريل 2010، ص 3-4.

<sup>2</sup> عبد الله خشرم، الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني والقانون الدولي، بحث منشور في مجلة حماية الملكية الفكرية، المجمع العربي للملكية الفكرية، العدد 59، 1999، ص 24.

<sup>3</sup> مصطفى حمد الله عبد الله، مرجع سابق، ص 4.

عرفت حقوق الملكية الفكرية على أنها ما للمؤلف من حق على إنتاجه الذهني في العلوم والآداب والفنون والموسيقى والسينما... إلخ،<sup>1</sup> حيث يبين هذا التعريف أن حقوق الملكية ترد على ابداعات العقل البشري في المجالات الأدبية والفنية والعلمية وغيرها ويمنح المؤلف حق التصرف عليها.

### ب- حق الملكية الصناعية:

- عرفت حقوق الملكية الصناعية على أنها تلك الحقوق التي تشمل حقوق الملكية الصناعية والحقوق الواردة على براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية،<sup>2</sup> وقد اقتصر هذا التعريف على ذكر عناصر الملكية الصناعية مهملًا ما يترتب عن هذه الحقوق من حق الاستغلال.

- كما عرفت أيضا على أنها تلك الحقوق التي للشخص على أموال معنوية كما أنها تمثل حقه في احتكار استغلال الاختراعات والرسوم والنماذج، وحقه في الأسماء التجارية والعلامات والبيانات التجارية<sup>3</sup>، من خلال هذا التعريف يتضح أن الملكية الصناعية ترد على عنصر معنوي بالإضافة إلى أنها تعطي لصاحبها حق الاستغلال لعدة عناصر.

ومن التعاريف السابقة نستخلص أن حق الملكية الصناعية يرد على منقول معنوي أو ابتكارات جديدة كبراءة الاختراع، الرسوم والنماذج الصناعية أو إشارات مميزة كالعلامة وتعطي لصاحبها حق الاستغلال و التصرف فيها كما قد ينتج عن ذلك مردود مالي.

### الفرع الثالث: مجالات حق الملكية الصناعية والتجارية.

توجد هناك عدة تقسيمات للملكية الصناعية والتجارية والشكل التالي يوضح ذلك:

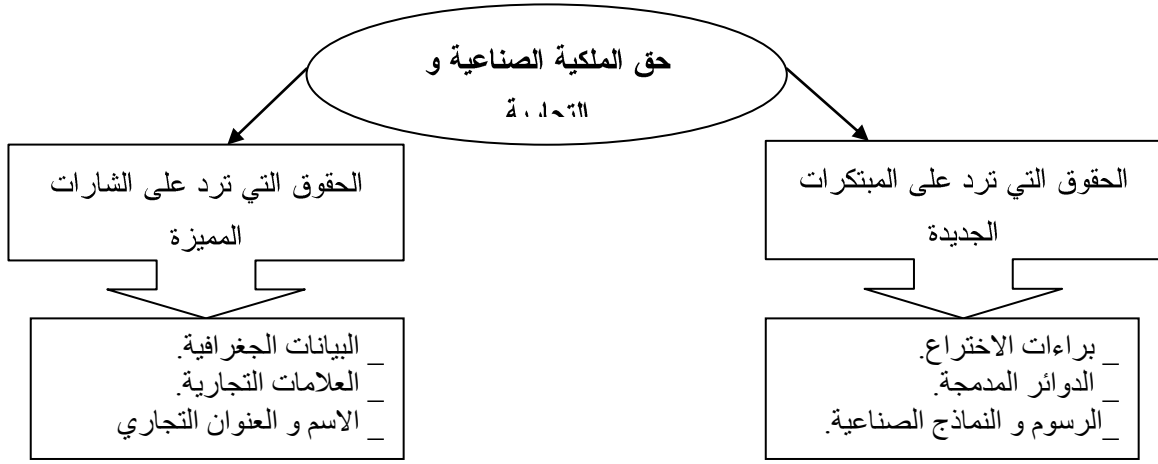
<sup>1</sup> محمد طوبا أونغون، اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية وانعكاساتها على البلدان النامية، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، 2002، ص 107.

<sup>2</sup> حلو أبو حلو، القانون التجاري، الشركة العربية المتحدة للتسويق، مصر، 2008، ص 22.

<sup>3</sup> فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 181.



شكل رقم (3) مجالات حق الملكية الصناعية و التجارية.



المصدر: من إعداد الباحثة.

من خلال هذا الشكل يتضح أن حقوق الملكية الصناعية يمكن تقسيمها إلى نوعين، منها ما ترد على

المبتكرات الجديدة و أخرى ترد على الشارات المميزة كما يلي:

أولاً: الحقوق التي ترد على المبتكرات الجديدة.

وهي التي تخول لصاحبها استغلال ابتكاره، ويمكن أن ترد على ابتكارات جديدة ذات قيمة نفعية أو ذات

قيمة جمالية،<sup>1</sup> و هي:

- براءة الاختراع: وهي حق استثنائي يمنح لاختراع أي منتج أو طريقة صنع جديدة لفعل شيء ما

أو إتاحة حل جديد لمشكلة تقنية<sup>2</sup>، وحسب المادة 1/27 من اتفاقية TRIPS " تلزم الدول

الأعضاء بإتاحة الحصول على براءات الاختراع لأي من اختراعاتهم سواء كانت منتجات أو

عمليات صناعية في كافة ميادين التكنولوجيا دون تمييز ، شريطة كونها جديدة وتنطوي على

خطوة إبداعية وقابلة للاستخدام في الصناعة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مقدمات في الملكية الفكرية، دار الحامد، الأردن، 2012، ص 38.  
<sup>2</sup> صالح فلاح، ليلي شيخة، تأثير حماية حقوق الملكية الفكرية على القرارات الإستراتيجية لمنظمات الأعمال الدولية، الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية، بسكرة، نوفمبر 2005، ص 15.  
<sup>3</sup> خاطر لطفي، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، الأردن، 2003، ص ص 305-306.

- تصميم شكل الدوائر المندمجة: هي مخترعات تتعلق بالميدان الإلكتروني، وتقوم على إدماج عدد كبير من الوظائف الكهربائية في مكون صغير عن طريق ترتيب ثلاثي الأبعاد أحدها على الأقل نشط،<sup>1</sup> وحسب المادة 35 من اتفاقية TRIPS: "الدوائر المندمجة هي أي منتج في هيئته النهائية أو الوسيطة يتضمن مكونات أحدها على الأقل عنصر نشط، وتشكل مع بعض وصلات أو كيانات متكاملة في /أو على قطعة من مادة عازلة تعمل على تحقيق وظيفة إلكترونية محددة.<sup>2</sup>
- الرسوم والنماذج الصناعية: وهي تعتبر ابتكارات ذات طابع فني تتناول المنتجات من حيث الشكل،<sup>3</sup> وحسب المادة 1/25 من اتفاقية TRIPS: تلتزم الدول بمنح الحماية للنماذج الصناعية المبتكرة بصورة مستقلة والتي تعد جديدة أو أصلية.<sup>4</sup>

#### ثانياً: الحقوق التي ترد على الشارات المميزة.

- نقصد بها الحقوق التي ترد على الشارات المميزة والتي تمكن صاحبها من احتكار استغلال شارة مميزة وهذه الشارة إما أن تستخدم في تمييز المنتجات أو المنشآت أو مصدر المنتجات،<sup>5</sup> وتتمثل في:
- **البيانات الجغرافية:** هي إشارة توضع على السلع التي لها منشأ جغرافي محدد وعادة يكون البيان الجغرافي اسم مكان منشأ السلعة،<sup>6</sup> ووفقاً لاتفاقية التريبس TRIPS: المؤشرات الجغرافية هي المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي دولة عضو أو في منطقة أو موقع في تلك الأراضي، حيث تكون النوعية أو السمعة أو أي خاصية أخرى لهذه السلعة ترجع بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي.<sup>7</sup>

<sup>1</sup> صالح فلاحي، ليلي شيخة، مرجع سابق، ص 18

<sup>2</sup> خاطر لطفي، مرجع سابق، ص: 312.

<sup>3</sup> فرحة زراوي صالح، **الكامل في القانون التجاري الجزائري**، دار ابن خلدون، الجزائر، 2001، ص ص 216-217.

<sup>4</sup> خاطر لطفي، مرجع سابق، ص: 320.

<sup>5</sup> محمد سعد الرحالة، إيناس الخالدي، مرجع سابق، ص 38.

<sup>6</sup> هاجر بغاصة، **حقوق الملكية الفكرية والمؤشرات الجغرافية**، مذكرة سياسة رقم 20، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي المركز الوطني للسياسات الزراعية بالتعاون مع منظمة الأغذية والزراعة، 2006، ص3.

<sup>7</sup> خاطر لطفي، مرجع سابق، ص 320.

- **العنوان التجاري:** يقصد به التسمية التي يختارها التاجر لكي يستخدمها في تمييز متجره عن غيره من المتاجر ويتألف عادة من مصطلح مبتكر قد يضاف إليه عناصر أخرى مشتقة من طبيعة النشاط الاقتصادي الذي يمارسه صاحب العنوان التجاري.<sup>1</sup>
- **الاسم التجاري:** يقصد به التسمية التي يختارها التاجر لكي يستخدمها في تمييز نفسه عن غيره من التجار ويتألف عادة من الاسم المدني للتاجر أو لقبه أو كنيته أو من كل ذلك إن أمكن.<sup>2</sup>
- **العلامات التجارية:** هناك عدة تعريفات للعلامات التجارية منها:
- عرفت العلامة التجارية على أنها: إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات ينتجها أو يوفرها شخص أو مشروع محدد وتتكون العلامة التجارية من كلمات أو حروف أو رموز أو ألوان أو إشارات صوتية.<sup>3</sup>
- وفي تعريف آخر: العلامة التجارية هي كل إشارة تمكن من تمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو اعتباري ويمكن أن تتكون العلامة الفارقة على سبيل المثال من الأسماء أو التسميات أو الرموز أو الأختام أو الكلمات أو الحروف أو السمات أو النقوش البارزة أو الرسوم أو الصور أو الأرقام أو الإمضاءات أو الدمغات أو أسماء المحال أو مجموعة الألوان وترتيباتها وتدرجاتها أو أشكال المنتجات أو غلافاتها التي تتخذ شكلاً خاصاً مميزاً وكذلك أي مزيج من هذه العناصر وفي كل الأحوال يجب أن تكون العلامة الفارقة مرئية يمكن إدراكها بالبصر.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> صالح زين الدين ، المدخل إلى الملكية الفكرية ، دار الثقافة ، مصر ، 2004 ، ص 29 .

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق ، ص 29 .

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق ، ص 34 .

<sup>4</sup> منظمة الويبو ، دليل العلامات التجارية ، متاح على الموقع الإلكتروني: <http://www.wipo.org> ، 23-10-2014 ، ص 14 .

شكل رقم ( 4 ) بعض العلامات التجارية.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على محرك البحث: <http://www.google.fr> بتاريخ 2015-04-28 02:33د

من الشكل يتضح وجود كم هائل من العلامات التجارية والتي تنتشر عبر العالم مثل علامة BOSS, Dior, CHANEL للعطور ومواد التجميل، وعلامات LACOSTE, SKY في مجال الألبسة والأحذية والألبسة الرياضية ولكل علامة شكل ولون مميز عن بقية العلامات.

#### الفرع الرابع: تقليد العلامات التجارية.

تعرض العلامات التجارية للتقليد أكثر من باقي عناصر الملكية الصناعية لسهولة العملية من جهة والأرباح المتأتية من بيع السلع المقلد من جهة أخرى، وهو يأخذ الأشكال التالية:<sup>1</sup>  
أولا: تقليد العلامة أو الاسم التجاري.

يصعب التفريق بين هذا النوع و بين المنتج الأصلي، وهو ما يعرف بالتقليد الدقيق أو المحترف،

ويتخذ عادة أسلوبين هما:

- الأسلوب الأول: التقليد الظاهري للتعبة والمواصفات الخارجية وذلك بتعديل الألفاظ أو بتحريك

بعض الأحرف، والشكل التالي يضم بعض الأمثلة عن ذلك:

<sup>1</sup>زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، علوم اقتصادية فرع التسيير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2005-2006، ص ص 318-319.

شكل رقم (5) تقليد علامة adidas و NIKE بتغيير أحرفها.



**المصدر:** من تجميع الباحثة بالاعتماد على محرك البحث: <http://www.google.fr> بتاريخ 2015-04-28 02:23د  
والملاحظ من خلال الشكل أنه تم التلاعب بالحروف بتغيير حرف أو أكثر مع المحافظة على الشبه العام  
مثل: تغيير كلمة adidas إلى كلمة adidos, abcids, adibas ، تغيير كلمة Nike إلى Mike، NIRE،  
، مما يخلق لبسا لدى المستهلك فلا يستطيع التفرقة بينها وبين السلع الأصلية.

- **الأسلوب الثاني:** تقليد محتويات المنتج نفسه وهذه هي الكارثة التي يضار بها المستهلكين كثيرا  
لعدم تطبيق المنتج المقلد للمواصفات القياسية المطلوبة وعدم التزامه بالنسب الداخلة لكل مادة في  
صناعة المنتج، إضافة إلى رداءة المواد الخام وغيرها، مثل الصورة التالية:

شكل رقم ( 6 ) منتج تم تقليده في محتواه مع وضع نفس العلامة.



**Source :** Bernard Brochand (Président du Comité National Anti-Contrefaçon (CNAC)),

**Contrefaçon,** <http://www.bernard-brochand.fr/spip.php> 13-05-2015 13h :31m

من خلال هذا الشكل يتضح أن المنتج الذي يحمل عبارة صنع في الصين يختلف عن المنتج الأصلي المصنوع في إنجلترا، وحتى وإن استعمل نفس العلامة التجارية فهو يحوي بيانات مختلفة بحجم مختلف والأهم أنه قد ثبت عدم فعالية مكوناته مع اختلاف واضح في اللون، وبالتالي فهذا المنتج تقليد للمنتج الأصلي، وفي حالة منتجات أخرى قد تشكل ضرراً على المستهلك.

ثانياً: تقليد الصنف والشكل مع اختلاف الاسم والعلامة.

يمكن للمستهلك كشف هذا النوع بسهولة لاختلاف الشكل الخارجي الواضح وأيضاً لاختلاف الجودة

والسعر والكفاءة.

ثالثاً: استعارة الاسم والعلامة.

يعتبر هذا غشا تجارياً إذا ما تم استخدام الاسم أو العلامة أو كلاهما للمنتج الأصلي دون تصريح من صاحبها، وإذا ما كان بتصريح من صاحبها وهو ما يطلق عليه حقوق الامتياز فلا يعد غشاً.

**المطلب الثاني: النظريات والنماذج الاقتصادية المفسرة لظاهرة التقليد.**

تحاول النظريات الاقتصادية تفسير مختلف الظواهر الاقتصادية كل حسب وجهة نظر معينة، وهناك عدة نظريات يمكن استعمالها لتفسير ظاهرة التقليد أو جزء بسيط منها كمنظريّة الفجوة التكنولوجية التي تبين أن التجديد يمكن أن يخلق ميزة نسبية جديدة لدولة ما، ومنظريّة دورة حياة المنتج التي تحاول تفسير الكيفية التي سيتحقق بها ذلك التجديد، يمكن سرد هاتين النظريتين كما يلي:

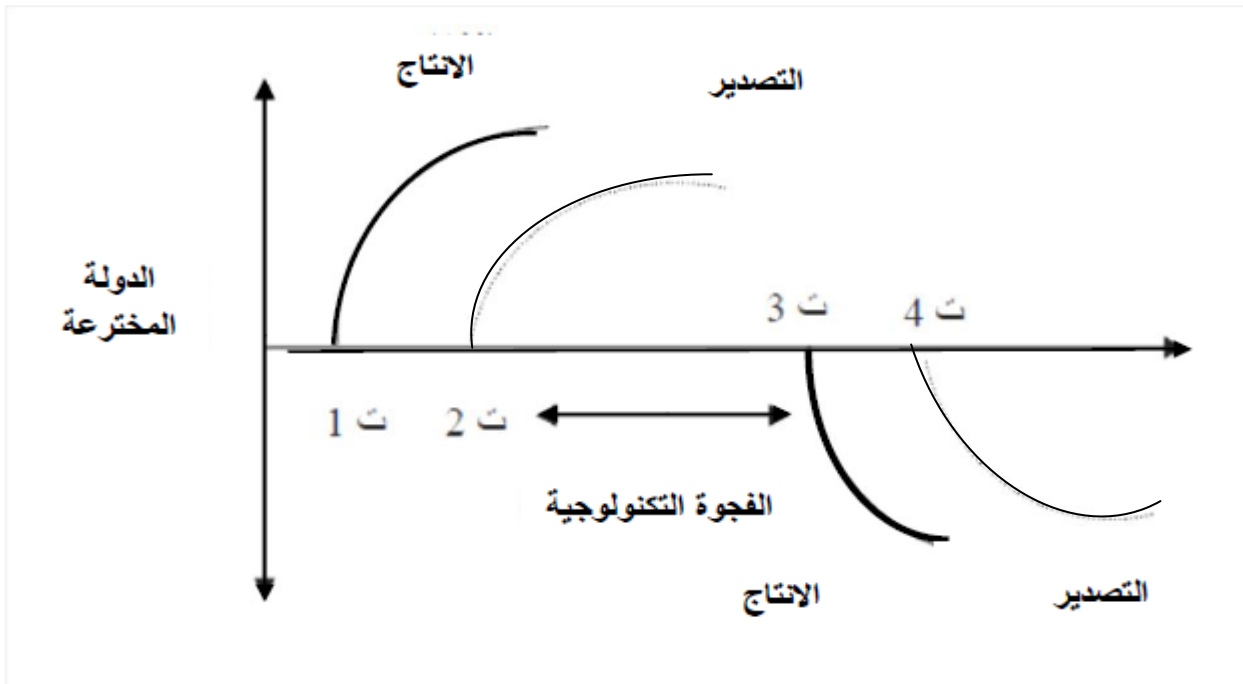
**الفرع الأول: نموذج الفجوة التكنولوجية Technological Gap Model .**

تركز نظرية " Posner " (1961) في تفسيرها لنمط التجارة الدولية على إمكانية حيازة إحدى الدول على طرائق فنية للإنتاج أكثر تقدماً من الدول الأخرى، تمكنها من إنتاج سلعة جديدة أو سلع ذات جودة عالية أفضل مما تنتجه الدول الأخرى، أو سلع ذات تكاليف إنتاجية أقل، مما يجعل هذه الدولة تكتسب مزايا نسبية مستقلة عن غيرها من الدول،<sup>1</sup> لذلك قسم العالم إلى منطقتين هما: بلدان الشمال التي تقوم بعملية الابتكار وتحصل على تفوق مطلق في فترة زمنية معينة مقارنة مع الدول المتبادل معها، حيث تقوم بتصدير تلك السلع إلى هذه الأخيرة الغير مبتكرة والتي لا تنتج هذه السلع إلا بعد فترة زمنية معينة حين تبدأ بتقليدها، غير أن التطور في دول الشمال يستمر بسبب ظهور ابتكارات جديدة وهي ما تتمثل في الفارق التكنولوجي ما بين البلدان، وهذا ما يسمح للبلدان ذات التقدم التكنولوجي من إنتاج السلع كثيفة التكنولوجية، بينما الدول الأخرى تنتج سلع نمطية،<sup>2</sup> ويمكن تمثيل هذا حسب الشكل التالي:

<sup>1</sup> محمد دياب، بسام الحجار، النظريات المحدثّة للتجارة الدولية، دار المنهل، لبنان، 2012، ص 166.

<sup>2</sup> Jean Luis Muiccheielli, Economie Internationale, Paris , 1997, P68.

شكل رقم ( 7 ) الفجوة التكنولوجية.



المصدر: مخلوفي عبد السلام، اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة TRIPS، أداة لحماية

التكنولوجيا أم لاحتكارها، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، الشلف، الجزائر، العدد 3، دون ذكر السنة، ص 115.

من الشكل يتضح وجود نوعين من فترات الإبطاء في عملية الانتشار الدولي للتكنولوجيا الحديثة هما:<sup>1</sup> الفجوة (1ت-2ت) التي تعبر عن فجوة تأخر الطلب، وتشير إلى الفجوة الزمنية بين اللحظة التي يقدم فيها الابتكار الجديد لأول مرة واللحظة التي يتعرف فيها المنتجون في الدول الأخرى على حاجتهم للاستجابة مع التغيرات الحادثة، ويتحقق ذلك عندما تبدأ الدولة المبتكرة في تصدير السلعة الجديدة إلى دول أخرى، وهنا يشعر المنتجون في الدول الأخرى بتحدي المنافسة الجديدة ويعترفون بحاجتهم إلى رد فعل ملائم، ومنه فإن فترة إبطاء رد الفعل تتمثل في الفترة بين بداية استهلاك هذه السلعة في الدولة موطن الابتكار واستهلاك هذه السلعة في الدول الأخرى .

<sup>1</sup>سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية، الكتاب الثاني، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص ص 240-241.



والفجوة (ت1-ت3) تمثل فجوة التقليد وهي تشير إلى الفجوة الزمنية بين إنتاج السلعة الجديدة لأول مرة (الإنتاج الأصلي) وإنتاج الدول الأخرى لها (الإنتاج المقلد)، وعند هذه النقطة تبدأ صادرات الدولة المبتكرة في التراجع، ويحل محلها الإنتاج المحلي المقلد في البلدان الأخرى .

والفرق بينهما وهو (ت2-ت3) يشير إلى الفجوة التكنولوجية والتي تمثل المدى الزمني للفجوتين، حيث تكون فترة إبطاء التقليد أطول زمنا من فترة إبطاء الطلب، والفجوة الزمنية بينهما يطلق عليها الفجوة التكنولوجية Technological Gap وهي التي تفتح المجال أمام التجارة الدولية في هذه السلعة .

غير أن الملاحظ أن الدولة التي فقدت الميزة الاحتكارية نتيجة تقليد مبتكراتها لا تقف ساكنة في معظم الأحوال، ولكن تبحث عن ابتكار آخر أو تحديث جديد وهو ما نراه في شكل تقديم أجيال متعاقبة من سلعة معينة كالحاسبات والبرامج الإلكترونية، وبالتالي قد تستمر الدولة الرائدة في مجال الابتكار في التمتع بميزة نسبية في فرع معين من الصناعات، بالإضافة إلى استغلال الفروق في مستويات الأجور بين الدول المختلفة ونقل مواطن الإنتاج بسرعة إلى دول أخرى تتصف بانخفاض مستويات الأجور خاصة عندما تشكل الأجور جزءا كبيرا من وحدة النفقة ، كما يمكن لها أن تنشط في مجال يحتاج لاستثمارات كبيرة تشكل عائقا أمام الشركات الصغيرة كصناعة الفضاء التي تحتاج إمكانات مادية وتكنولوجية جد متطورة، أما إذا فقد ذلك البلد قدرته على الابتكار أو إدخاله في الإنتاج فيمكن أن يبقى في موقع تابع للبلد الرائد تكنولوجيا، أو ربما يدخل حلقة التخلف التكنولوجي.

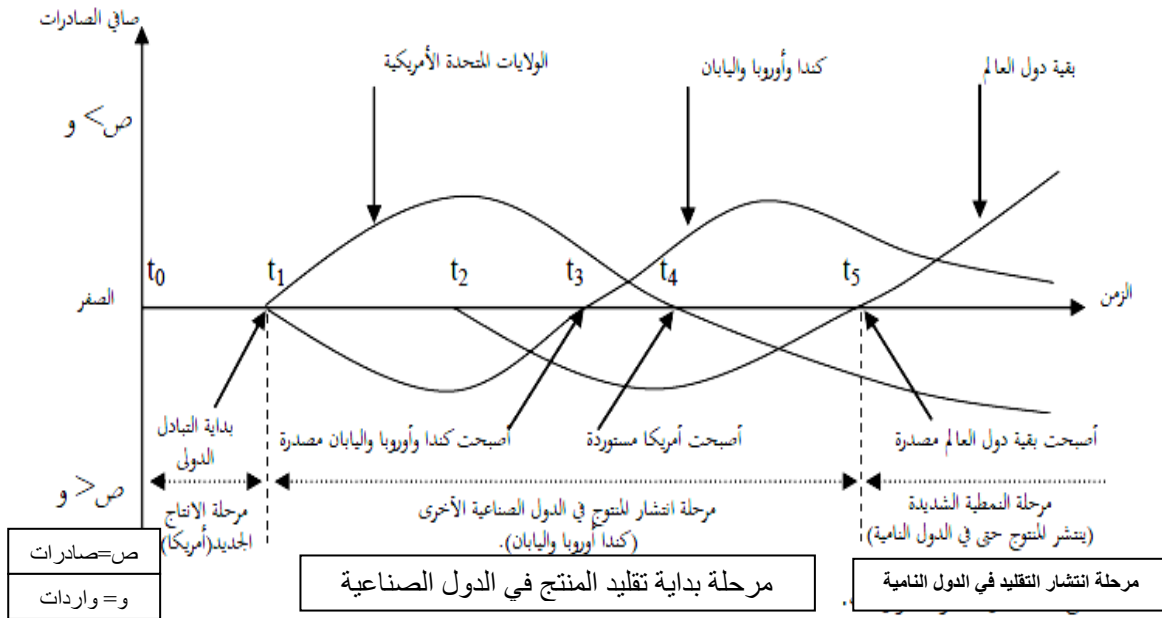
#### الفرع الثاني: نظرية دورة حياة المنتج لفرنون (Vernon).

في النظرية السابقة لـ Posner (1961) بين أن التجديد يمكن أن يخلق ميزة نسبية جديدة لدولة ما والتي يمكن أن تستفيد منها طالما أن التبادل الدولي لا يلغيها عن طريق انتشار المعلومات الخاصة بهذا التجديد دوليا، غير أنه لم يبحث عن تفسير الكيفية التي بها سيتحقق التجديد في هذه الدولة أو تلك، لذا جاءت نظرية دورة حياة المنتج لـ (Vernon 1966) من أجل أن تجيب على الأسئلة التالية: أين تظهر

بسرعة أكبر الأفكار والتكنولوجيا الجديدة لإنتاج السلع الجديدة؟ أين يبدأ بسرعة أكبر إنتاج لتلك السلع الجديدة؟ ما هي الظروف التي تؤدي إلى تصدير تلك السلع ونقل إنتاجها إلى الخارج؟ وما هي انعكاسات ذلك على تدفقات التجارة الدولية والاستثمارات الدولية.

وقد استرشد Vernon في تفسير ذلك بسلع الاستهلاك التي يطلبها أصحاب الدخل المرتفعة أو بالسلع التي تسمح بإحلال رأس المال محل العمل، ويوضح في نموذجه عن الولايات المتحدة الأمريكية والذي سمّاه بدورة حياة المنتج أن المنتج يكون جديدا في البداية ثم ينتشر في الدول الصناعية الأخرى ، ثم يصبح نمطيا بعد ذلك، فالتوسع في إنتاج السيارات في الدول النامية مثل آسيا وأمريكا اللاتينية على سبيل المثال (والتي كان إنتاجها مقتصرًا على الدول المتقدمة فقط) هو أمر يدعو إلى التفكير في أن السيارات هي منتج على وشك أن يصبح نمطيا، ويظهر الشكل التالي نماذج التبادل الممكن توقعها خلال دورة حياة منتج جديد في أمريكا<sup>1</sup>.

شكل رقم ( 8 ) دورة حياة المنتج وظهور التقليد.



المصدر: محمود يونس، مرجع سابق، بتصريف، ص 82.

<sup>1</sup> محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص ص 81-84.

وفي هذا الشكل يميز Vernon بين ثلاثة مراحل وهي كما يلي:

أولاً: مرحلة ظهور السلعة الجديدة.

في هذه المرحلة يفترض أن عملية التجديد والإنتاج تبدأ في الدولة المبتكرة والتي عادة ما تكون الولايات المتحدة الأمريكية ، وذلك في الفترة الزمنية (  $t_0$  ) بسبب ارتفاع مستوى الدخل وارتفاع تكلفة الأيدي العاملة، وليس مهما متى بدء التجديد ولكن المهم هو بدء الإنتاج، والذي يفضل تسويقه في السوق المحلي أو في الأسواق القريبة، من أجل الاقتراب قدر الامكان من المستهلك للحصول منه على أي معلومة عن السلعة لإدخال التعديلات الضرورية عليها بحيث تتكيف مع متطلبات السوق، وفي الغالب تكون تكلفة الإنتاج مرتفعة ويصعب تحديدها بقدر كبير من الدقة خلال العمليات الأولى للإنتاج ، ولأن المبتكر يواجه منافسة ضعيفة جداً أو معدومة وبوجود قوانين حماية الاختراعات من التقليد، فهو يكون محتكراً للسوق مما يدفعه لرفع سعر السلعة من أجل كسب السوق وتعويض نفقات البحث وتطوير المنتجات مما يعني إلقاء عبء النفقات العالية على كاهل المستهلك.<sup>1</sup>

ثانياً: مرحلة نضوج السلعة والانتشار في الدول الصناعية الأخرى.

بعد انقضاء وقت معين وفي الفترة الزمنية (  $t_1$  ) يكون المنتج قد تنوع ( مثلاً مذياع منبه، مذياع سيارات، مذياع عادي ... ) وبدء كل نوع يتجه للنمطية هنا تبدأ الدولة المبتكرة في تصدير بعض الكميات من هذا المنتج الجديد إلى الدول الصناعية الأخرى (كندا وأوروبا واليابان)، وبعد انقضاء فترة زمنية معينة (من  $t_1$  إلى  $t_2$  ) تقوم هذه الدول بتطوير طاقاتها الإنتاجية الخاصة بهذا المنتج الجديد، وقد يتم ذلك بمساعدة فروع شركات الدولة المبتكرة الموجودة بها، وبعد انقضاء فترة زمنية أخرى (من  $t_2$  إلى  $t_3$  ) تكون هذه الدول الصناعية قد تهيأت للإنتاج على نطاق كبير وتصبح بذلك مصدرة صافية لهذا المنتج بدءاً من اللحظة الزمنية (  $t_3$  )، ويقدر ما تتقادم التكنولوجيا الخاصة بهذا النوع من المنتجات وتصبح نمطية

<sup>1</sup> محمد دياب، بسام الحجار، مرجع سابق، ص ص 176-177.

بقدر ما تفقد الدولة المبتكرة (الولايات المتحدة الأمريكية) ميزتها النسبية، وتصبح في النهاية مستوردة صافية لهذا النوع من المنتجات ويتحقق ذلك عند اللحظة الزمنية  $(t_4)$ .<sup>1</sup>

و الملاحظ أن المنتج الأمريكي الذي كان في البداية يفضل تسويق منتوجه الجديد في السوق المحلي وفي الأسواق القريبة، فإنه يصبح يفضل عند انتشار فنون الإنتاج الخاصة بالمنتج الجديد في الدول الصناعية الأخرى أن يقيم استثمارات جديدة فيها خصوصا إذا كانت وفرات الحجم تفوق بكثير تكاليف النقل، وعندئذ فلن يتردد في تزويد السوق الأمريكي بهذا المنتج الذي تم إنتاجه في الخارج.

### ثالثا: مرحلة النمطية الشديدة.

في هذه المرحلة يصبح المنتج نمطيا بدرجة كبيرة كما أن السوق الخاصة به أصبحت معروفة بالكامل، وعندئذ تكون اعتبارات التكلفة لها القول الفصل في تحديد أماكن إنتاج هذا المنتج، وهنا يبدأ التفكير في إقامة المشروعات في بعض الدول النامية التي تكون تكاليف الإنتاج فيها منخفضة.

يضاف إلى ذلك، أن بقية الدول تستطيع هي الأخرى مع الوقت أن تتقل المعرفة التكنولوجية الموجودة في الدول الصناعية المتقدمة (كندا وأوروبا واليابان) والتي تتعلق بهذه المنتجات، خصوصا وأنها أصبحت قديمة بفعل مرور الزمن،<sup>2</sup> وعلى ذلك فإن دورة حياة المنتج في اللحظة الزمنية  $(t_5)$  تكون قد دخلت مرحلتها النهائية، وتصبح بذلك بقية دول العالم مصدرة صافية لهذه المنتجات، وتقوم بتصديرها إلى الولايات المتحدة الأمريكية وبقية دول العالم ذات الدخل المرتفع.

### الفرع الثالث: نموذج تسعير الشركة المسيطرة Dominant- Firm Pricing Model .

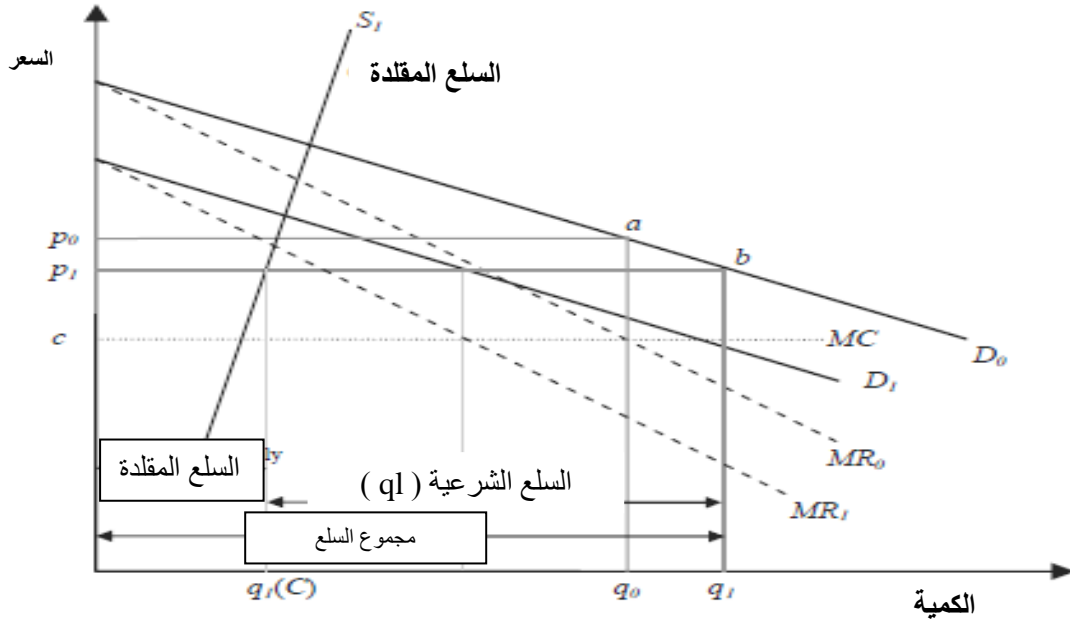
يفترض في هذا النموذج أن المنتج الم قلد يمثل بديلا كاملا للمعروض من المنتج الشرعي بالنسبة للمستهلكين، مما يعني إمكانية إحلال المبيعات من المنتج الم قلد محل نظيرتها من المنتج الشرعي أو

<sup>1</sup> ريتشارد بومفرت، ترجمة سفر بن حسين القحطاني و كمال الدين علي بشير إبراهيم، مذكرات محاضرات في نظرية و سياسة التجارة الدولية ، جامعة الملك سعود ، المملكة العربية السعودية، 2012، ص ص 70-71..

<sup>2</sup> محمد دياب، بسام الحجار، مرجع سابق، ص 178.

الأصلي (الخاص بالمالك الشرعيين لحقوق الملكية الفكرية)، ويحدث الانتهاك فقط متى تمنح القيود القانونية المنتجين الشرعيين درجة من الاحتكار، حيث يتم حساب المبيعات من الناتج المقلد فقط كجزء صغير من السوق<sup>1</sup>، و الشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (9) آثار الانتهاك باستخدام نموذج تسعير الشركة المسيطرة.



Source : Karsten Olsen, Op Cit ,P 44.

شرح المنحنى:

- S1: منحنى العرض من المبيعات المخالفة قد يكون لمنتج أو عدد من المنتجين ، ويعتمد انحدار

هذا المنحنى على كيفية تزايد احتمال اكتشاف ومعاقبة المنتهكين.

- C: منحنى التكلفة الحدية للمنتج الشرعي والذي يفترض ثباتها.

- D : منحنى الطلب على السلعة المنحدر.

- MR: منحنى الإيراد الحدي المشتق من الطلب.

<sup>1</sup> Karsten Olsen, Counterfeiting And Piracy: Measurement Issues, Background Report For The WIPO/OECD Expert Meeting On Measurement And Statistical Issues, Geneva, 17-18 October 2005, PP 43-44.

P1 - : السعر المعظم للربح من المبيعات الشرعية في حالة عدم وجود مبيعات مخالفة على الترتيب.

L1 - : الكمية المعظمة للربح من المبيعات الشرعية في حالة عدم وجود مبيعات مخالفة على الترتيب.

يفترض هذا النموذج أن المنتج الشرعي يستجيب للمخالفات أو الانتهاكات من خلال التخلي عن جزء من المعروض السوقي للمخالفين عند أي سعر معين، وهنا يقوم بتعظيم أرباحه على أساس منحنى الطلب  $D_0$ ، ويشق هذا المنحنى من خلال استبعاد المعروض المخالف من إجمالي الكمية المطلوبة عند كل سعر. ويحدد المنتج الشرعي سعرا ما في حالة الانتهاك  $P_1$ ، وعند هذا السعر يصل إجمالي المبيعات إلى  $q_1$  منها مبيعات مخالفة  $q_i$  ومبيعات شرعية  $(q_1 - q_i)$ .

وينبغي ملاحظة أن الانخفاض في حجم المبيعات الشرعية الناتج عن المخالفة أو الانتهاك أقل من كمية المبيعات المخالفة، ويعني هذا أنه مع مزيد من تخفيض المنتج الشرعي للسعر فإن ذلك يؤدي إلى زيادة حجم المبيعات، و يدل هذا على أن الانتهاك يشجع على تخفيض السعر وارتفاع حجم المبيعات الكلية.<sup>1</sup>

أما الخسارة في الأرباح بالنسبة للمنتج الشرعي فتتمثل في الفرق بين الانخفاض في إيراد المنتج والانخفاض في تكاليفه، ويمثل الانخفاض في الإيراد في المستطيل  $O q_1 b P_1$  مطروحا منه المستطيل  $q_1 I$  أما الانخفاض في التكاليف فهو التكلفة الحدية  $C$  مضروبة في الانخفاض في الوحدات المباعة  $(q_1 - q_0 + q_i)$ ، ويتمثل المكسب في فائض المستهلك الناتج عن المخالفة في شبه المنحرف  $P_0 a b P_1$ ، بينما يعتمد ربح المخالفين على الجدول الخاص بمتوسط تكلفة انتاجهم، وتوجد هذه الأرباح في الأجل القصير في حين أنها تتخفض في الأجل الطويل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ياسر محمود جاد الله محمود، الملكية الفكرية والنمو الاقتصادي، دار المريخ، السعودية، ص 96.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 96.

وبتطبيق جملة من المعادلات توصل النموذج إلى أن نصيب السوق المملوك للمنتجين المخالفين يمثل عنصرا مهما في تحديد آثار الانتهاك أو المخالفة أقل من سعر المنتج الأصلي، ومن ثم فإن نصيب السوق يكون صغيرا باستخدام القيمة عنه باستخدام الكمية، وتعني الاختلافات السعرية إما وجود إحلال بين سلعتين بشكل محدود أو أن وحدات القياس غير قابلة للمقارنة، وفي أي حالة، فإن افتراض إحلال وحدة بأخرى من المحتمل أن يغالي في إحلال المبيعات الشرعية.<sup>1</sup>

وبتطبيقه على عينه من الشركات الأمريكية ( 45 شركة موزعة على خمس قطاعات : 9 ترفيه، 10 حاسب آلي، 9 استهلاكي، 12 صناعي، 5 استخراجي) كما في الجدول التالي:

جدول رقم (2) تقديرات الأرباح الضائعة بالنسبة للمنتجين الشرعيين في الولايات المتحدة الأمريكية وكذا مكاسب فائض المستهلك والأرباح للمنتجين المنتهكين.

| التقديرات القطاع                                    | الترفيه | الحاسب الآلي | الاستهلاكي | الصناعي | الاستخراجي | الاجمالي |
|---|---------|--------------|------------|---------|------------|----------|
| الأرباح الضائعة المقدرة بالمليون دولار أمريكي       | 79.2    | 1.671.0      | 73.4       | 253.5   | 7.6        | 2.084.7  |
| كنسبة من المبيعات                                   | 3.6     | 2.6          | 0.7        | 1.3     | 0.05       | 1.8      |
| تكاليف تعزيز الملكية الفكرية بالمليون دولار أمريكي. | 2.48    | 25.49        | 6.35       | 4.67    | 0.78       | 39.77    |
| كنسبة من الأرباح الضائعة المقدرة                    | 3.1     | 1.5          | 8.7        | 1.8     | 10.3       | 1.9      |
| المكسب من فائض المستهلك بالمليون دولار أمريكي.      | 58.1    | 1.608.4      | 34.4       | 232.7   | 0.6        | 1.934.2  |
| الأرباح للمنتهكين بالمليون دولار أمريكي.            | 70.3    | 930.0        | 69.6       | 168.5   | 7.6        | 1.246.3  |

المصدر: ياسر محمود جاد الله محمود، مرجع سابق، ص101.

يتضح من خلال الجدول أن هذه الدراسة كانت كلية وذلك لأخذها كافة القطاعات التي طالتها التقليد

بعين الاعتبار، من قطاع الترفيه المتمثل في اللعب والألعاب الالكترونية، مختلف برمجيات ومكونات

<sup>1</sup> Karsten Olsen, op cit , p 44.

الحاسب الآلي، القطاع الاستهلاكي والذي يتعلق بكافة السلع والمنتجات القابلة للاستعمال أو الاستهلاك، المنتجات الصناعية مثل مختلف الأدوات المنزلية وقطع الغيار، بالإضافة إلى القطاع الاستخراجي. ويلاحظ أيضا أن هناك الأرباح الضائعة للمنتجين بسبب التقليد تشكل مكاسب في فائض المستهلك وأرباحا للمنتهكين، كمثال على ذلك مكونات الحاسب الآلي الذي يعتبر أكثر القطاعات تعرضا للتقليد (حسب الجدول) يشكل أرباح ضائعة للمنتجين بقيمة 1.671.0 مليون دولار أمريكي، في حين يشكل هذا مكاسب قدرها 1.608.4 مليون دولار للمستهلكين و 930 مليون دولار كأرباح للمقلدين.

يليه القطاع الصناعي بحجم أرباح ضائعة 253.5 مليون دولار ثم الترفيه و أخيرا القطاع الاستخراجي، هذا الأخير الذي يعتبر أقل القطاعات عرضة للتقليد وذلك لأن القطاع غالبا ما تقوم به الحكومات أو الشركات العملاقة.

ومن خلال هذه الدراسة نستنتج أن هناك مكاسب و خسائر ناتجة عن عملية الانتهاك لحقوق الغير، تتمثل المكاسب في فائض المستهلكين والخسائر في فائض المنتجين الشرعيين، وأن الأرباح الضائعة للمنتجين جراء عمليات التقليد ودفع تكاليف حماية وتعزيز الملكية الفكرية تشكل مكاسب للمستهلكين وأرباحا للمقلدين.

### المطلب الثالث: النظريات والنماذج المفسرة لسلوك المستهلك اتجاه السلع المقلدة.

هناك العديد من النظريات المفسرة لسلوك المستهلك بشأن اتخاذ قراراته للاختيار بين السلع الأصلية والمقلدة، ومن بين هذه النظريات ما تفترض عقلانية المستهلك في قراراته الشرائية، وإذا ما أتاحت له المعلومات الكافية عن المنتجات والعلامات التجارية لإجراء المقارنة ومن ثم الاختيار فإنه سيظهر ميلا لاختيار العناصر الحقيقية بدل المقلدة، ونظريات أخرى ترى أن المستهلك يقتني السلع تبعاً لأهدافهم، ومن بين هذه النظريات ما يلي:



## الفرع الأول: نظرية المخاطر المتصورة Perceived Risk Theory.

تشير إلى أن المستهلكين يفضلون السلع الأصلية على المقلدة تبعاً لدرجة المخاطر المتصورة والتي يمكن أن تصاحب اختيارهم للسلع المقلدة من أخطار نفسية، إجتماعية، ضياع الوقت، مالية... إلخ، حيث تم تقسيمها إلى: مخاطر مالية ومخاطر الأداء ومخاطر إجتماعية، هذه الأخيرة لها أهمية أكبر من سابقتها، ذلك أن السلع المقلدة تكون نوعيتها وجودتها أدنى من الأصلية في معظم الحالات كما أنها لا تخضع لمعايير السلامة المطلوبة، وعادة ما تكون مصنوعة من مواد أقل جودة، كما أنها تنفقر إلى بعض التفاصيل بالإضافة إلى أن التعبئة والتغليف يمكن أن تكون أقل جودة<sup>1</sup>، بالتالي حسب هذه النظرية فإن سلوك المستهلك في الاختيار بين السلع الأصلية والمقلدة يتوقف على مدى الحد من المخاطر التي تتطوي عليها السلع المقلدة، غير أن هناك من المستهلكين من يقبل على شراء سلع مقلدة مع علمه بذلك دون مراعاة للخطورة الكامنة فيها.

## الفرع الثاني: نظرية الاستدلال السعري Price-Quality Heuristics Theory.

والتي تبين أن ارتفاع أسعار السلع الأصلية يدل على جودتها العالية عكس السلع المقلدة التي تكون جودتها منخفضة وبالتالي تكون أرخص بكثير مقارنة بالأولى،<sup>2</sup> وبذلك تعتبر هذه النظرية أن السعر محدد لجودة السلعة، وبالتالي فإن انخفاض الأسعار بشكل غير معقول للمنتجات يوحي للمستهلك أنها مقلدة ويقتعه أن جودتها جد منخفضة.

## الفرع الثالث: نظرية العلامة التجارية Brand Equity Theory.

ترى هذه النظرية أن المستهلكين هم أكثر عرضة لتفضيل السلع الحقيقية على المقلدة بسبب قوة الارتباط بالعلامة التجارية التي تدل على القيمة المضافة للمنتج باستعمال اسم العلامة التجارية والتي

<sup>1</sup> Boonghee Yoo, Seung-Hee Lee, **Do Counterfeits Promote Genuine Products?**, Research Was Supported By A Summer Research Grant From The Frank G. Zarb School Of Business, Hofstra University, New York, 06 October, 2005, PP 4-6.

<sup>2</sup> Boonghee Yoo, Seung-Hee Lee, Op Cit, P 5.

يمكن أن تحصل عليها من خلال التسويق لها على المدى الطويل<sup>1</sup>، وبالتالي حسب هذه النظرية فإن المستهلك يميل للاعتماد على اسم العلامة التجارية وقوتها للحكم على جودة المنتج، وبفضلها يتمكن المستهلك من الحصول على المعلومات الضرورية من أجل اتخاذ قرار الشراء.

#### الفرع الرابع: نظرية الهدف من الاستهلاك (GDC) .Goal-Driven Consumption

ترى بأن المستهلك يقوم بقراراته الشرائية بناء على قرار ونية سابقة تعرف بالهدف بمعنى أن فعل الاستهلاك هو آلية لتحقيق الهدف، هذا الأخير الذي يعرف على أنه: فوائد مجردة يبحث المستهلك عنها لجعلها متاحة في المستقبل، وكان كل من Wilcox, Kim, and Sen (2009) أول من طبق هذه النظرية ووجدوا أن هناك أهدافا عدة لها تأثير على قرارات المستهلكين واختيارهم بين المنتجات الأصلية والمقلدة بغض النظر عن مدى عقلانيتهم.<sup>2</sup>

من خلال ما سبق نستنتج أن هناك نظريات تفترض عقلانية المستهلك عند اتخاذ قرارته الشرائية وتبين أن هذا الأخير يختار السلع الأصلية على المقلدة نظرا للخطورة الكامنة فيها، ويستعمل في ذلك العلامة التجارية للمنتج و السعر للحكم على جودة السلع، ورغم أن هذا التفكير منتشر بشكل كبير إلا أنه في الواقع ليس دائما صحيحا، ونلاحظ في الواقع أن الكثير من المستهلكين ورغم علمهم بنوعية السلع المقلدة إلا أنهم يقومون بشرائها بغض النظر عن السعر أو العلامة التي تحملها أو حتى درجة الخطر التي قد تسببها، وهو ما يفسر عدم عقلانية المستهلك في الكثير من الأحيان، وهذا ما أشارت إليه نظريات أخرى مثل نظرية الهدف التي تبين أن سلوك المستهلك يرتبط بدرجة الفوائد المتحصل عليها حتى ولو كانت بشكل قصير، كما أن هناك العديد من الدوافع في نظرنا تحد من هذه العقلانية نذكر منها:

➤ السعر المرتفع جدا للعلامات التجارية الأصلية والذي من قدرة المستهلك البسيط على اقتناءها و

بالتالي فالسلع الرخيصة قد تحقق فوائد ولو كانت لفترة محدودة.

<sup>1</sup> Ibid ,PP 4-6

<sup>2</sup> Tatyana Vasilieva Astray, **How Do Consumers Make Their Purchase Decisions Between Genuine And Counterfeit Product**, <http://www.docstar.com> 15-05-2014 13h:20m

- الفضول والرغبة في تجربة منتج معين وهذا ما لا يتيح المنتج الأصلي لارتفاع ثمنه ومنه وبعد استعمال المنتج المقلد قد يحصل بعض الرضا وتكرر هذه العادة الشرائية.
- الرغبة في الظهور بمركز اجتماعي مرموق أو اتباع الموضة خاصة بالنسبة للشباب.
- تفضيل السياح لهذا النوع من السلع لانخفاض ثمنها وبالتالي إمكانية جلب هدايا أكثر تبيين أنهم حقاً قاموا بزيارة مكان معين وهذا ما يحصل بكثرة في دول جنوب أوروبا وأسواق بكين ، بانكوك،...إلخ.

### المبحث الثالث: حجم تجارة السلع المقلدة عالمياً وأسباب انتشارها.

لا توجد إحصاءات دقيقة عن حجم تجارة البضاعة المقلدة عالمياً وذلك لعدم مشروعية هذه التجارة، لذا يتم استعمال عدد المحجوزات من هذه السلع والتي تقوم بها مختلف الأطراف من أجل التعبير عن حجم السلع المقلدة، كما أن انتشار هذه الظاهرة لم يكن عشوائياً إنما كان نتيجة العديد من الأسباب التي تضافرت مع بعضها مما أدى إلى تفاقم هذه الظاهرة ومن هذه الأسباب ما هو مرتبط بالمنتج و المورد(التاجر) ومنها ما هو مرتبط بالمستهلك.

### المطلب الأول: حجم تجارة السلع المقلدة عالمياً.

هناك تفاوت في التقديرات والأرقام والإحصاءات التي تطرحها مصادر مختلفة عن حجم ونسبة التجارة العالمية في المواد المقلدة، حيث يرى البعض أن المؤسسات الاقتصادية المتضررة من التقليد تنحو باتجاه المبالغة في تقدير حجم تجارة التقليد، لكن الأرقام التقديرية تشير إلى أنها مثلت حوالي 10 % من قيمة التداول التجاري العالمي خلال سنة 2010، بعد أن كانت لا تتجاوز 7% سنة 2000 و 4 % سنوات الثمانينات، والجدول التالي يوضح هذه التطورات:

جدول رقم (3) حجم تجارة السلع المقلدة بالنسبة لتقديرات التجارة العالمية

| السنوات                                     | 1980           | 1990           | 2000           | 2010         |
|---|----------------|----------------|----------------|--------------|
| تقديرات التجارة العالمية (مليار \$)         | 3400           | 5000           | 7000           | أكثر من 9800 |
| الخسائر بالنسبة للاقتصاد العالمي (مليار \$) | من 68 إلى 136  | من 250 إلى 350 | من 490 إلى 630 | 780          |
| نسبة التقليد بالنسبة لحجم التجارة العالمية  | من 02 إلى 04 % | من 05 إلى 07 % | من 07 إلى 09 % | 10 %         |

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على: غرفة التجارة الدولية (بباريس) متاح عبر الموقع الإلكتروني التالي: <http://www.cci.org/counterfeiting> \_ تاريخ الإطلاع 12-01-2013-16: سا: 25

وكما هو ملاحظ فإن تجارة السلع المقلدة في تزايد مستمر وخسائرها أيضا في تزايد من 136 مليار دولار خلال سنة 1980 إلى حوالي 350 مليار دولار عام 1990 بزيادة قدرها 21.4% خلال عشر سنوات، وبعدها ارتفعت بـ 280 مليار دولار لتصل حوالي 630 مليار دولار عام 2000، حتى وصلت عام 2010 حوالي 780 مليار دولار بزيادة حوالي 330 مليار دولار، أما بالنسبة لحجم هذه الظاهرة فيصعب الحصول على إحصائيات دقيقة حتى على المستوى العالمي والجدول التالي يضم إحصائيات عنها تم تجميعها من مصادر مختلفة وتم تمثيلها ببيانيا من أجل مراقبة تطور هذه الظاهرة خلال الفترة 2000-2012:

جدول رقم (4) حجم ونسبة تجارة السلع المقلدة عالميا خلال الفترة (2000-2012).

| السنوات | حجم السلع المقلدة بليون دولار | نسبة التغيير % |
|---------|-------------------------------|----------------|
| 2000    | 100                           | ///            |
| 2001    | 107.8                         | 7.8            |
| 2002    | 118.2                         | 9.64           |
| 2003    | 141                           | 19.28          |
| 2004    | 172                           | 21.98          |
| 2005    | 200                           | 16.27          |
| 2006    | 235.2                         | 17.6           |
| 2007    | 257                           | 9.26           |
| 2008    | 455                           | 77.04          |

|        |     |      |
|--------|-----|------|
| 42.85  | 650 | 2009 |
| 10.76  | 720 | 2010 |
| 15.41  | 831 | 2011 |
| 20.93- | 657 | 2012 |

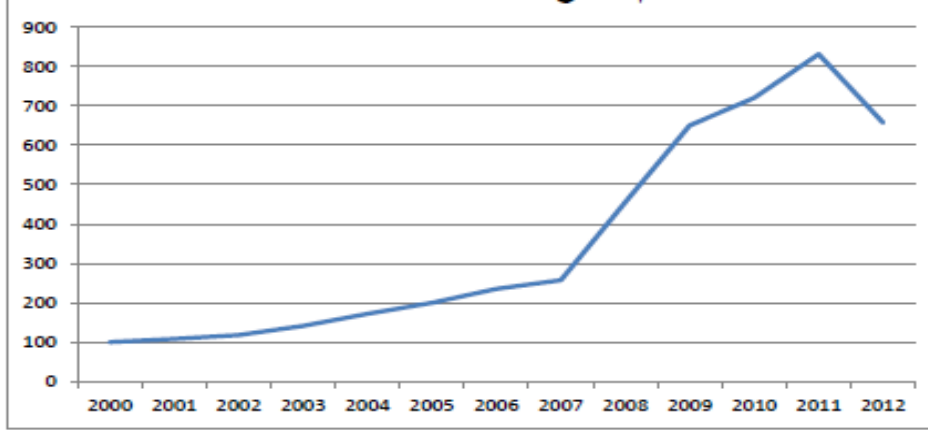
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المراجع التالية:

- International Anticounterfeiting Coalition (IACC), **Just How Big is The Counterfeiting Problem?** <http://www.iacc.org/counterfeiting-statistics> 12/01/2013 17h :02m
- The International Chamber Of Commerce, <http://www.cci.org/counterfeiting> 12/01/2013 16 h :25m .
- Organisation for Economic Co-operation and Development( OCDE), **The Economic Impact Of Counterfeiting And Piracy: Executive Summary**, France , 2007, P12.
- <http://www.alwatansudan.com/index>. 24-01-2013 11h:33m

يتبين من خلال هذا الجدول أن حجم تجارة السلع المقلدة في تزايد مستمر من سنة إلى أخرى مع بعض التذبذبات حيث نلاحظ أن قيمتها ارتفعت من 100 بليون دولار عام 2000 إلى 107.8 بليون دولار عام 2001، ثم واصلت هذا الارتفاع بنسب متقاربة كان أعلاها سنة 2004 بـ 21.98%، لكن خلال سنة 2005 بلغت قيمتها حوالي 200 بليون دولار بزيادة متناقصة قدرها 16.27% عن السنة السابقة، لتشهد بعدها تذبذبا واضحا في نسبة الزيادة الذي وصل 17.6% خلال عام 2006 و 9.26% خلال سنة 2007 وذلك رغم بداية الأزمة المالية التي لم تظهر آثارها بعد، أما خلال سنتي 2008 و 2009 فقد شهدت أعلى زيادة بـ 77.04% و 42.85% على التوالي بقيمة وصلت 650 بليون دولار أمريكي والذي قد يمكن تفسيره باستفحال آثار الأزمة المالية العالمية، و ما يترتب عن ذلك من نتائج كإفلاس للشركات وارتفاع نسبة البطالة، ما أدى إلى ارتفاع الطلب على سلع استهلاكية أقل سعرا دون مراعاة للجودة أو النوعية وبالتالي ترويج تجارة التقليد، وواصلت الارتفاع خلال عام 2010 بقيمة 720 بليون دولار، لتبلغ ذروتها الثانية عام 2011 بما قيمته 831 بليون دولار بنسبة زيادة 15.41%، والذي يعد في نظرنا لحالة عدم الاستقرار التي شهدتها العديد من البلدان عبر العالم وظهور ثورات الربيع العربي في

الكثير من الدول العربية، لكن تراجع قيمتها خلال 2012 — 20.93% عن السنة السابقة، وذلك نظرا لزيادة جهود الجهات المختصة في التفتيش والرقابة، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

شكل رقم ( 10 ) تطور ظاهرة التقليد في العالم خلال الفترة 2000-2012.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول رقم 4.

من خلال هذا الشكل يمكن تقسيم الفترة 2000-2012 إلى المراحل التالية:

- المرحلة الأولى (2000-2004): مرحلة الزيادة المتواصلة.

- المرحلة الثانية (2005-2007): مرحلة الزيادة المتناقصة.

- المرحلة الثالثة (2008-2011): مرحلة الزيادة المرتفعة.

- مرحلة ما بعد 2012: فهناك من يتوقع استمرار الانخفاض في قيمة السلع المقلدة، وهناك من

يرجح بأنها ستشهد ذروة أخرى عام 2015 بحوالي 1.770 تريليون دولار والتي يفسرها البعض

باستمرار الصراعات الداخلية في العديد من الدول وما ينجم عنه من مشاكل أمنية تسهل عمل

المهربين الجماعات الإجرامية النشطة في هذا المجال ومشاكل أخرى اجتماعية تؤدي إلى زيادة

الاقبال على هذا النوع من التجارة الغير مشروعة،<sup>1</sup> ذلك بعدما شهدت ذروة في كل من سنة

2007، 2009 و 2011 بما قيمته 257 بليون دولار ، 650 بليون دولار و 831 بليون دولار

<sup>1</sup> BASCAP, Estimating The Global Economic And Social Impacts Of Counterfeiting And Piracy, Frontier, London, February 2011, P 5.

على الترتيب، و بذلك يتضح جليا أن هذه الظاهرة أصبحت ظاهرة ذات بعد عالمي تحتل نسبة

معتبرة من حجم التجارة العالمي، بعد أن كان ينظر إليها في الماضي على أنها مشكلة ثانوية.

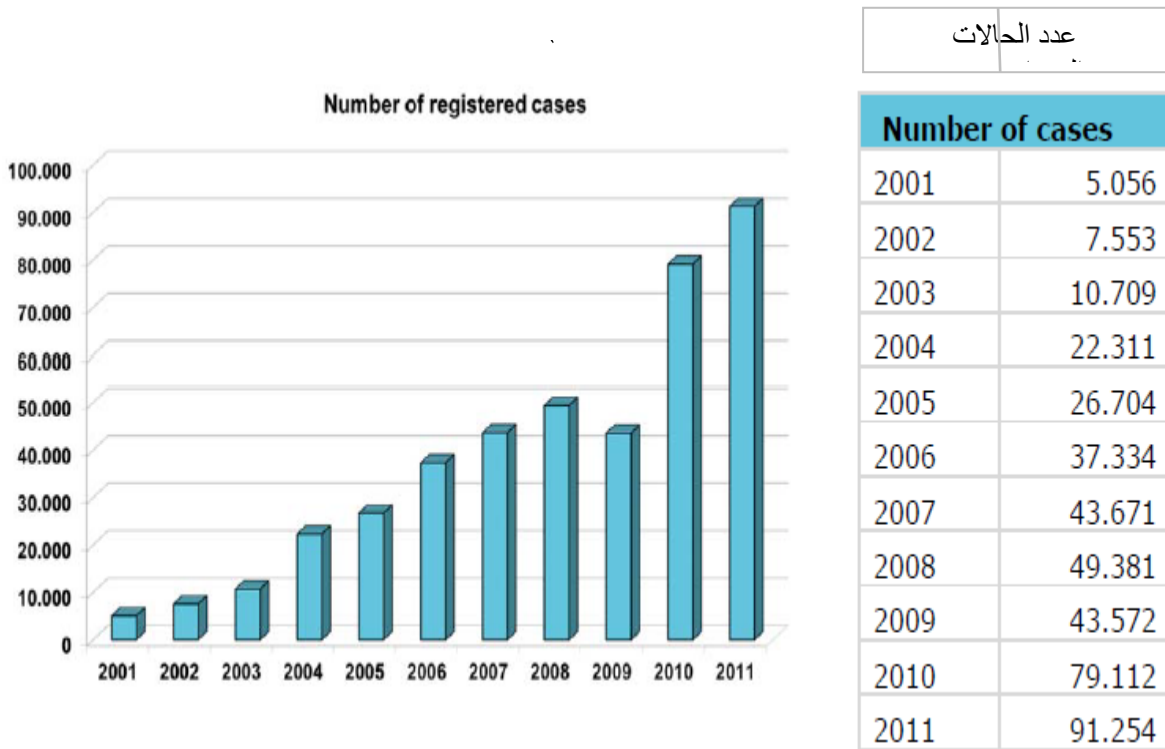
وهذا التزايد ليس على المستوى العالمي فقط بل أيضا على مستوى الدول والمستوى الاقليمي، في الدول

المتقدمة والنامية على حد سواء، ففي الدول العربية قدر حجم السلع المقلدة بـ 6,4% من حجم الغش

والتقليد العالمي بما مقداره «50» مليار دولار<sup>1</sup>، وكذا الحال بالنسبة لدول الاتحاد الأوروبي التي شهدت

تذبذبا في حجم السلع المحتجزة، كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (11) تطور عدد السلع المقلدة المحتجزة في دول الاتحاد الأوروبي (2001-



**Source:** Report On EU Customs, Enforcement Of Intellectual Property Rights At EU Border, Publications Office Of the European Union, 2010.

من الشكل نلاحظ أن عدد المحتجزات من السلع المقلدة يشهد ارتفاعا من سنة لأخرى حيث شهد فترة

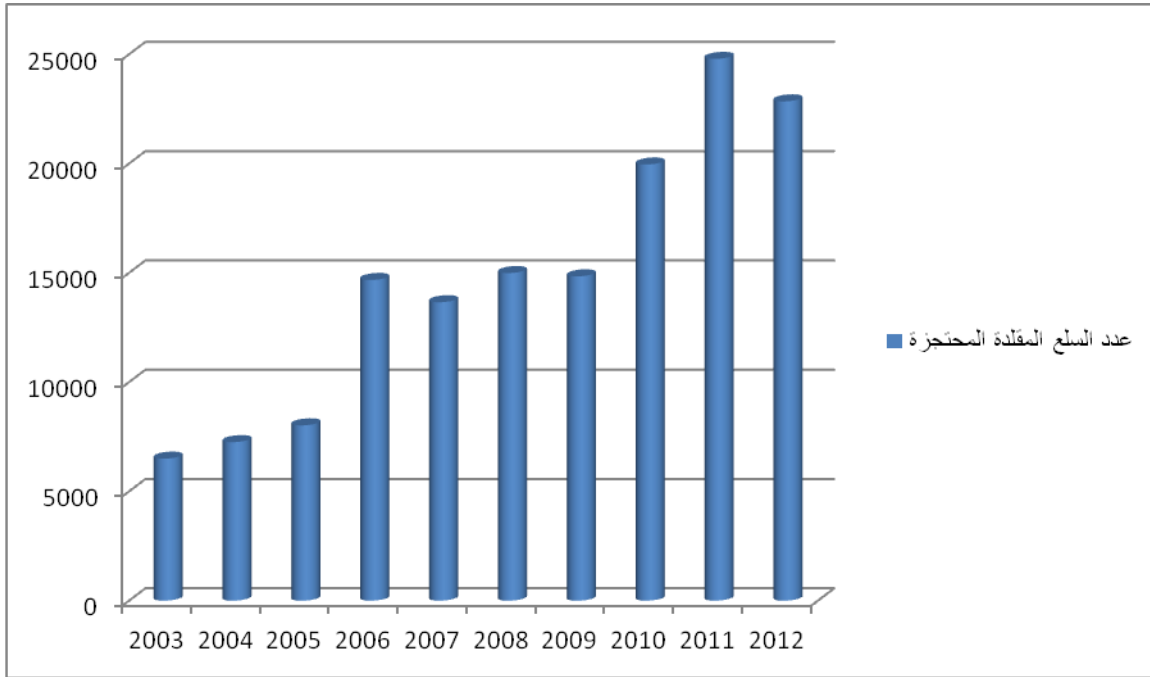
ارتفاع دامت ثلاث سنوات بدءا من عام 2006 بما قدره 37.334 حالة إلى عام 2008 بـ 49.381

حالة وهذا ما يرجع في نظرنا للأزمة المالية العالمية التي بدأت آثارها في الظهور، ثم شهدت خلال العام

<sup>1</sup> البقعاوي، 360 مليار دولار حجم الغش التجاري عالميا.. 6.4% منها في الدول العربية ، متاح على الموقع <http://www.startimes.com/> نقلًا عن جريدة الرياض تاريخ النشر 2007-09-06 تاريخ الإطلاع 2015-05-16 سا:38

الموالي تراجعاً طفيفاً بـ 11.76% بسبب زيادة جهود المصالح المختصة بالتفتيش والرقابة، أما خلال عامي 2010-2011 فقد شهدت فترة صعود كبيرة بـ 99.81% و 15.34% على التوالي، وذلك رغم ما تقوم به السلطات في دول الاتحاد الأوروبي من جهود لمحاربة هذه الظاهرة، و نفس الوضع بالنسبة لدولة أمريكا كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (12) تطور السلع المقلدة المحتجزة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة: 2003-2012



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

U.S Customs And Border Protection , Office Of International Trade, **Intellectual Property Rights, Fiscal Year 2012 Seizure Statistics**, Homeland Security,US, P5.

من الشكل يتضح أن تجارة السلع المقلدة في تذبذب داخل الولايات المتحدة الأمريكية لكنها تتجه إلى الارتفاع، فقد قدرت عام 2003 بحوالي 6500 سلعة محتجزة ليرتفع العدد إلى 7255 عام 2004 ثم 8022 عام 2005، ثم تشهد ارتفاعاً سنة 2006 بنسبة 82.93% لتبلغ حوالي 14.675 سلعة مقلدة، واستمرت بعدها في الارتفاع ورغم التراجع الذي شهدته خلال 2007-2008-2009 إلا أنها عاودت الارتفاع بـ 4.10% خلال سنة 2010 بالمقارنة مع سنة 2009 وذلك بحوالي 19.959 حالة بقيمة



1.413 مليون دولار<sup>1</sup>، أما خلال سنة 2011 فقدرت 24.792 حالة بما قيمته 1.110 مليون دولار لتشهد انخفاضا طفيفا قدره 7.84 % خلال العام التالي لتقدر بحوالي 22.848 حالة بقيمة 1.262 مليون دولار<sup>2</sup>.

وبذلك يتضح جليا أن هذه الظاهرة أصبحت ظاهرة ذات بعد عالمي تحتل نسبة معتبرة من حجم التجارة العالمي، تنتشر في كافة أنحاء العالم بما فيها المتقدمة والنامية على حد سواء.

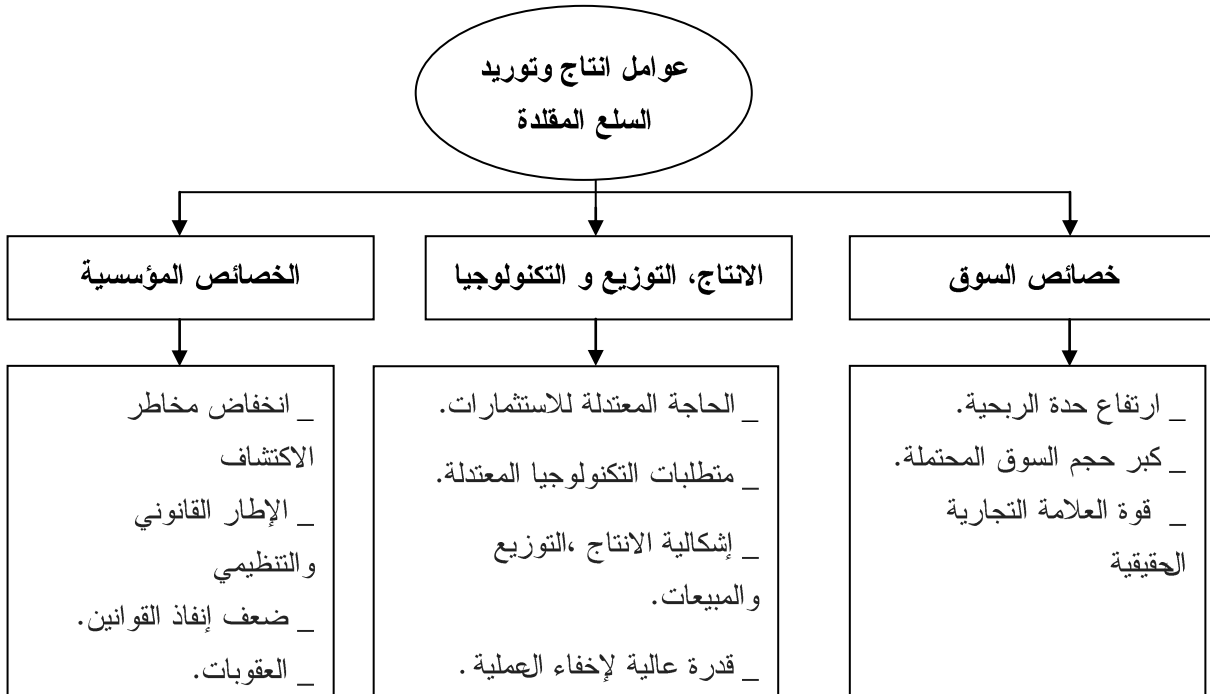
المطلب الثاني: العوامل الدافعة لانتاج و| أو توريد السلع المقلدة.

حسب دراسة (OECD 2008) التي جاءت بعنوان (The Economic Impact Of Counterfeiting

And Piracy) ، فإن هناك ثلاث دوافع رئيسية تتعلق بالمنتج و تدفعه إلى عملية انتاج السلع المقلدة، وهي

كما يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم ( 13 ) دوافع انتاج وتوريد السلع المقلدة



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على :

<sup>1</sup> Office Of International Trade, **Intellectual Property Rights, Fiscal Year 2010 Seizure Statistics Final Report**, U.S Customs And Border Protection, U.S Immigration And Customs Enforcement, January 2011, P4.

<sup>2</sup> U.S Customs And Border Protection , Office Of International Trade, **Intellectual Property Rights, Fiscal Year 2012 Seizure Statistics**, Op Cit, P5

Organisation for Economic Co-operation and Development (OCDE), **The economic Impact of counterfeiting And Piracy**, 2008, France, P 40.

من الشكل يتضح أن الأطراف التي تشارك في انتشار السلع المقلدة عن طريق انتاجها و| أو توريدها فإنها تفعل ذلك لتحقيق الربح وبالتالي مواجهة تحديات السوق نفسها التي تواجهها الأعمال التجارية المشروعة والمتمثلة في المخاوف المتعلقة بتكاليف الإنتاج وقنوات التوزيع وسلوك المستهلك، ومن دوافع انتاج و| أو توريد السلع المقلدة ما يلي:

**الفرع الأول: عوامل مرتبطة بخصائص الأسواق و فرص الدخول إليها.**

حيث تتمتع تجارة هذا النوع من السلع بحجم ربحية كبير نظرا لانخفاض تكاليف انتاجها، كما أن حجم السوق المحتمل لتسويقها كبير وذلك لإمكانية تسويقها عبر مختلف أنحاء العالم خاصة الدول النامية، بالإضافة إلى وجود عدد كبير جدا من العلامات التجارية التي تحظى بالشعبية و بالتالي إمكانية تقليدها والحصول على أرباح، ومن هذه العلامات ما يلي:

**شكل رقم ( 14 ) العلامات الأولى الأكثر تقليدا في العالم خلال عام 2013**

1. Nike
2. Apple
3. Rolex
4. Samsung
5. Adidas
6. Louis Vuitton
7. Chanel
8. Cialis
9. Viagra
10. Gucci

**Source:** Trevor Little Nike Named The Most Counterfeited Brand, <http://www.worldtrademarkreview.com/> 24-01-2013 11h:32m

**الفرع الثاني: التحديات التكنولوجية والتوزيعية.**

ففيما تشكل هذه العناصر تحديات لبعض الشركات القانونية إلا أنها لا تمثل ذلك بالنسبة للمقلدين إذ سهلت ثورة التكنولوجيا الأمر كثيرا على المقلدين والساعين إلى تحقيق الربح السريع فهم يعملون على

استكشاف تفاصيل مكونات السلع وتصميمها وتغليفها ويعملون على تقليدها بشكل كبير كان من قبل يحتاج إلى إمكانيات مادية وصناعية كبيرة (ملحق رقم 2)، حتى أنهم أصبحوا يقلدون السلع وفقا لدرجات معينة من سلع رديئة التقليد إلى سلع ممتازة التقليد والتي تشبه إلى حد كبير السلع الأصلية ولا يستطيع أن يميزها سوى المختص، وفي بعض الأحيان يحتاج الأمر إلى فحص المكونات في مختبرات مختصة للتأكد من كون السلعة ليست أصلية وإنما مقلدة، ويظهر أثر التطور التكنولوجي في زيادة عمليات انتهاك حقوق الملكية الفكرية بالتقليد بوضوح في مجال التسجيلات الصوتية إذ أصبح من السهل نقل و نسخ الأشرطة سواء من التسجيلات أو من المحطات الإذاعية، بالإضافة إلى سهولة نسخ الأقراص المضغوطة وبرامج الحاسب الآلي.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى أن هذه التجارة الغير مشروعة تتمتع بسهولة الحصول على الخدمات اللوجستية واختراق قنوات التوزيع وذلك نظرا لـ:

- ارتباطها بشبكة توزيع دولية تديرها في الغالب عصابات المافيا، حيث تقر الشرطة الدولية بوجود صلة بين الاتجار بالسلع غير المشروعة والجريمة المنظمة عبر الوطنية، فالمجموعات الإجرامية تجتذبها الفوائد المربحة التي تجنيها من الاتجار بالسلع المقلدة أو بيع السلع الأصلية عبر قنوات غير مشروعة، والمجرمون المتورطون في هذه الأنشطة ينتجون ويبيعون سلعا غير مشروعة على الصعيد الإقليمي وبشكل متزايد على الصعيد العالمي ، وتستغل شبكات الجريمة المنظمة التكنولوجيا الحديثة والفروق بين الأنظمة الوطنية والصلات القائمة على الصعيد العالمي بين النظم الاقتصادية والمالية والمتصلة بالنقل لتحقيق المكاسب ، وتستخدم الأرباح التي تجنيها بهذه الطريقة لتمويل أنشطة إجرامية أخرى مثل الاتجار بالمخدرات وتهريب المهاجرين والسرقة... إلخ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد الطيار، بسبب أسعارها المنخفضة مستحضرات التجميل المقلدة تغزو السوق، جريدة الثورة، صفحة الاقتصاد، العدد 17694، اليمن، 30 أبريل 2013، متاح على موقع الاتحاد: <http://athawra.org> 2013-03-15 13:23  
<sup>2</sup> الأنتربول (الشرطة الدولية)، برنامج مكافحة الاتجار بالسلع غير المشروعة والتقليد، متاح على الموقع: <http://www.interpol.int/ar/> 2012-04-13 10:17د

- استثناء البضائع العابرة والبضائع المودعة في المناطق الحرة من تدابير الإنفاذ : فعدم تطبيق إجراءات حماية حقوق الملكية الفكرية على البضائع العابرة (ترانزيت) أدّى إلى استغلال ذلك من قبل المقلدين في الاستيراد غير المباشر لها، إذ يتخذ الاتجار بالمنتجات المقلدة أساليب متعدّدة بحيث يتم إنتاجها في دولة أو إقليم ونقلها بالعبور وتجميعها في عدّة دول مستغلين عدم تطبيق إجراءات حماية حقوق الملكية الفكرية وإجراءات المناطق الحرة، ومن ثم نقلها إلى دولة أخرى لإدخالها إلى الأسواق التجارية، ومن هنا فإنّ الاستيراد غير المباشر للسلع من مناطق حرة أو دول غير دول الإنتاج يوجب على أجهزة الرقابة المختلفة ومنها الجمارك التدقيق في هذه السلع والشحنات للتأكد من سلامتها.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: العوامل المرتبطة بحجم المخاطر التي تنطوي عليها عملية الإنتاج.

فمنظراً لعدم شرعية المؤسسات التي تقوم بالتقليد والتي تكون في الغالب ورشا سرية فإنه يصعب تتبعها من طرف الجهات المختصة كما أنها تستغل في الغالب النساء والأطفال في الإنتاج بأجور جد زهيدة.

بالإضافة إلى أن القوانين في هذا الصدد لا تزال فتية في الكثير من الدول ولا تماشى مع المستجدات والجرائم العصرية، حيث مازالت قوانين الملكية الفكرية في كثير من دول العالم في مرحلة مبكرة والعقوبات فيها غير رادعة بحق المخالفين، حيث ينظر إلى هذه الظاهرة على أنها جنحة وليست جريمة، كما أن عدم وجود قضاة متخصصين وانعدام أجهزة التحريات الخاصة للوصول إلى المصدر الأساسي للقرصنة والتقليد يؤثر على عملية الفصل في المنازعات ويؤدي إلى إطالة أمد التقاضي وعدم عقوبة المخالفين، الأمر الذي من شأنه استمرار إنتاج البضائع المقلدة وطرحها في الأسواق خلال هذه الفترة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> غالب قاسم الصرايرة، ممارسات الغش والتقليد في المناطق الحرة وبلدان العبور ، مداخلة ضمن المنتدى العربي الثالث لمكافحة الغش التجاري والتقليد وحماية حقوق الملكية الفكرية، الجمارك السعودية، 3-5 مارس 2013، ص ص 15-16.

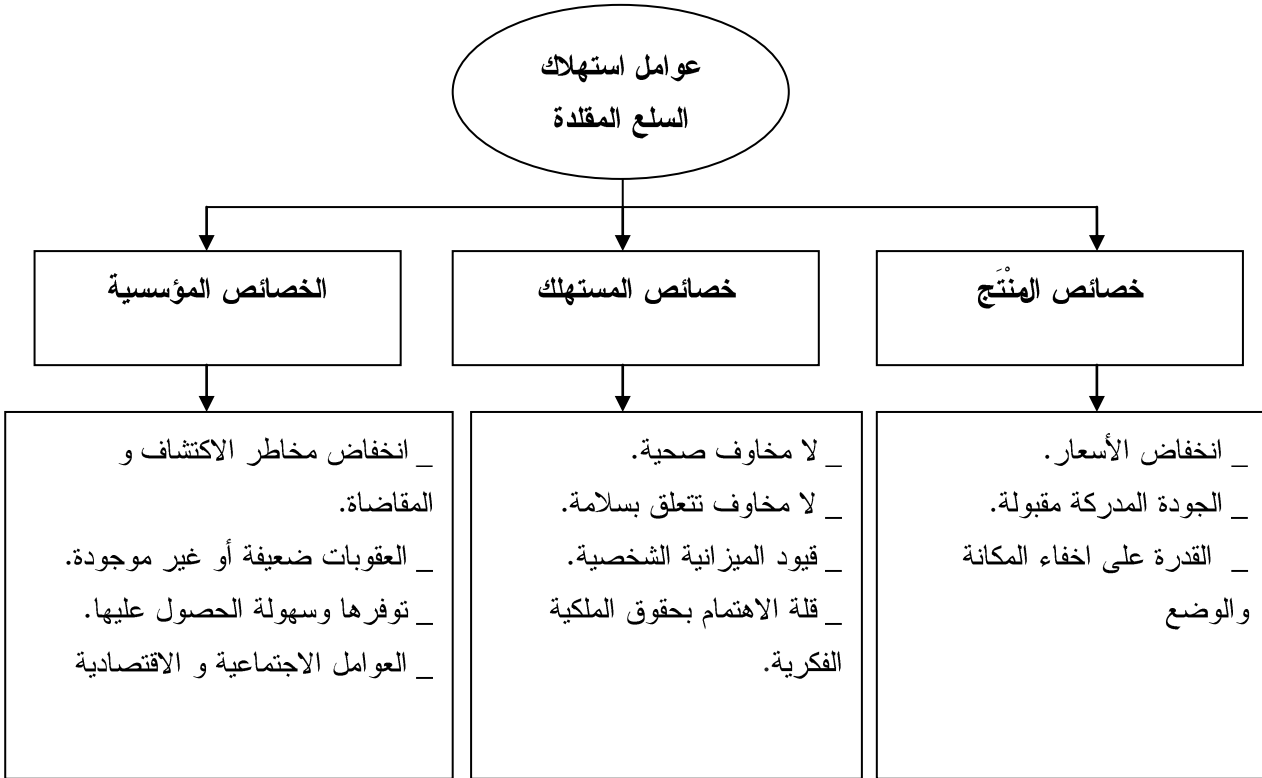
<sup>2</sup> ربي القليوبي، النواحي القانونية للتعدّي على العلامات التجارية ، مجلة حماية حقوق الملكية الفكرية، العدد 50، 1996، ص 7.

مما سبق نستنتج أن هناك العديد من العوامل الاجتماعية، الاقتصادية، التكنولوجية، التنظيمية وحتى الأمنية تتداخل مع بعضها البعض لتشكل مجموعة من الأسباب التي تدفع لانتاج أو توريد هذا النوع من السلع، و لعل ارتفاع الربحية، سهولة خداع المستهلكين، انخفاض التكاليف و ضعف العقوبات أهم تلك الأسباب الدافعة.

### المطلب الثالث: دوافع استهلاك السلع المقلدة.

كما رأينا في النظريات التي تفسر سلوك المستهلك فإنه لا يتصف دائما بالعقلانية في سلوكه الاستهلاكي الذي يكون مدفوعا في الغالب بالفوائد التي يحصل عليها وبقيود الميزانية المحدودة، وفيما يلي شكل يوضح بعض دوافع استهلاك السلع المقلدة:

شكل رقم ( 15 ) دوافع استهلاك السلع المقلدة.



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على :

Organisation for Economic Co-operation and Development (OCDE), 2008, Op Cit , P 40.

من الشكل يتضح وجود العديد من العوامل تساهم في تزايد السلع المقلدة عن طريق دفع المستهلك لزيادة استهلاكها، ومن هذه العوامل ما يلي:

#### الفرع الأول: دوافع تعود لخصائص المنتج.

حيث تتمتع السلع المقلدة بانخفاض سعرها مقارنة بالسلع الأصلية ما يجعلها مقبولة لدى المستهلك الذي يواجه المشكلة الاقتصادية حيث لا يستطيع الحصول على كل السلع لأن دخله محدود، وعليه أن يختار تلك السلع التي إذا أنفق عليها دخله حصل على أقصى إشباع ممكن في ظل الأسعار السائدة، وأن حل تلك المشكلة يحدث باستخدام فكرة المنفعة، فالمستهلك يختار تلك السلع التي تعطيه أكبر نفع ممكن<sup>1</sup> ولو بشكل مؤقت بالنسبة لوحدة النقد أو الدخل المنفق عليها وبالتالي درجة من الرضى خاصة فيما يتعلق بقدرة هذه السلع على إخفاء حقيقة الوضع الاجتماعي والبروز بمستوى اجتماعي أفضل.

#### الفرع الثاني: عوامل مرتبطة بخصائص المستهلك.

في ضوء جهل المستهلك بمعنى حقوق الملكية الفكرية ومختلف الحقوق المرتبطة بها، و انعدام التوعية على مستوى المسؤولين أو على المستوى الشعبي بأهمية هذا الموضوع نتيجة عدم فعالية وسائل الإعلام والجهات المختصة وجمعيات حماية المستهلك في محاولة توعية جمهور المستهلك بمدى خطورة الوضع وتعريفه بطرق التمييز بينها وبين الأصلية، أدى إلى جهل المستهلك بظاهرة التقليد وعدم إدراك نتائجها على صحته و سلامته و بالتالي الاقبال على السلع الرخيصة بغض النظر عن كونها مقلدة أم أصلية، طالما أنها تحقق له بعض الأهداف الأخرى وتكون في إطار الميزانية الشخصية.

#### الفرع الثالث: العوامل المرتبطة بالخصائص المؤسسية.

في بعض الدول التي تهتم بقوانين الملكية الفكرية يعاقب المقلدون بعقوبات قاسية مالية وجسدية من خلال الحبس وتعويض الشركات المتضررة حتى أن بعضاً من هذه الدول تعاقب المستهلكين الذين يقتنون

<sup>1</sup> عبد المطلب عبد الحميد، النظرية الاقتصادية تحليل جزئي وكي، الدار الجامعية، مصر، 2001، ص 13.

سلعا مقلدة كما هو منتشر في بعض الدول الأوروبية، أما في باقي الدول فلا يعاقب المستهلك ولا يقاضى لأنه مجرد ضحية.

كما أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية مثل انتشار الفقر والبطالة وارتفاع تكاليف المعيشة كلها عوامل تدفع المستهلك ذو الدخل المحدود أو الضعيف لاستهلاك سلع رخيصة الثمن بغض النظر عن مدى جودتها ومطابقتها للمواصفات.

مما سبق نستنتج أن هناك العديد من العوامل الاجتماعية، الاقتصادية، التكنولوجية والتنظيمية تتظافر وتتداخل مع بعضها البعض لتشكّل مجموعة من الأسباب التي تدفع المستهلك لاقتناء واستهلاك هذا النوع من السلع، ولعل قلة الوعي بمخاطرها، انخفاض الأسعار وقيود الميزانية المحدودة تشكل أهم تلك الأسباب تأثيرا على سلوك المستهلك.

#### المبحث الرابع: قطاعات يمسها التقليد.

تتعرض جميع أنواع السلع للتقليد من شفرة الحلاقة إلى أجزاء هامة في السيارات والطائرات، وذلك رغم تسجيلها كحقوق ملكية من قبل مالكيها، وهناك عدة تقسيمات لنوع السلع التي تعرضت للتقليد من ها من حيث قانونيتها والتي تقسم إلى سلع قانونية وأخرى غير قانونية، أيضا من ناحية مصدر هذه السلع والذي يقسم إلى سلع محلية الصنع وأخرى أجنبية الصنع، أما التقسيم الآخر الذي ارتأينا اتباعه فهو من حيث درجة ومصدر الخطر، إذ أن هناك منتجات تعتبر مصدرا للخطورة المباشرة على المستهلك وأخرى تعتبر مصدرا للهدر المالي.

#### المطلب الأول: سلع ومنتجات تعتبر مصدرا للخطورة المباشرة على المستهلك.

والمقصود بها كل منتج يستخدمه الإنسان سواء كان مأكلا أو ملبسا أو مناديلًا أو عطورا أو كريمات أو منظفات شخصية بالإضافة إلى الدواء، وهذا النوع من السلع التي يقتنيها المستهلك تعتبر مصدرا لخطر حقيقي على صحته وسلامته وأحيانا تهدد حياته.

## الفرع الأول: الأدوية.

هناك عدة تعريفات للأدوية المقلدة منها:

- عرف الدواء المقلد على أنه: الدواء الذي تم عمدا وضع علامة أو بيان خادع عليه يتعلق بمحتواه أو شكله أو مصدره،<sup>1</sup> وقد بين هذا التعريف أن التقليد يتعلق بالمحتوى أو بالشكل أو تغيير مصدر السلع كما اعتبر العلامة من ضمن شكل المنتج.

- وفي تعريف آخر: الدواء المقلد هو الدواء الذي يلجأ عمدا في توسيمه إلى الغش والتزييف من حيث تحديد مواصفاته وأو مصدره، و يمكن أن ينطبق تعريف التزييف على المنتجات ذات العلامة التجارية المسجلة والمنتجات الجنيسة، ويمكن للمنتجات المزيفة أن تشمل منتجات تتضمن المكونات الصحيحة وغير الصحيحة أو من مكونات غير فعالة أو منتجات تحتوي على نسب غير كافية من المكونات الفعالة أو ذات تغليف مزيف،<sup>2</sup> ويعتبر هذا التعريف أكثر شمولية من سابقه لتعرضه لمختلف النقاط من حيث تعلق التقليد بالأدوية القانونية سواء كانت أصلية أو جنيسة، ارتباطه بتغيير الشكل، مصدر الدواء ومحتواه الذي قد يكون زائفا، ناقص المكونات أو مكوناته غير فعالة والتي قد تكون ضارة أحيانا.

ومنه نستنتج أن الدواء المقلد هو ذلك الدواء الذي يتضمن تعديا على إحدى حقوق الملكية

الفكرية (براءة اختراع، علامة تجارية) حيث يتم تغيير شكله أو بيان مصدره أو تغيير محتواه وهذا الأخطر لأنه قد يحتوي على مكون فعال أو يحتوي على مقدار ضئيل للغاية منه، مما سيلحق الضرر بصحة وسلامة المريض و يمكن توضيح ذلك من خلال هذا الشكل:

<sup>1</sup> Document Cadre De La FIP Pour L'élaboration, D'un Guide National Sur Les Contrefaçons De Médicaments A L'attention Des Pharmaciens 2009, P 30, <http://www.fip.org> 15-06-2013 9h :15m

<sup>2</sup> منظمة الصحة العالمية، المنتجات الطبية المزيفة، البند 11-20 جدول الأعمال المؤقت، جمعية الصحة العالمية الثالثة و الستون، 22 أبريل 2010، ج A63|23، ص 53.



## شكل رقم (16) تركيب الأدوية المقلدة.



المصدر: صبحي حمزة، تجارة الأدوية المزيفة أخطر من تجارة المخدرات، تفاصيل تركيبها ومنتجاتها حول العالم ،

جريدة الراية متاح عبر الموقع الإلكتروني <http://www.raya.com/news> تاريخ الإطلاع 25-04-2013 09:31د

هذا الشكل يبين بوضوح مختلف الاحتمالات في تركيب الدواء المقلد التي في الغالب يتم الغش في

محتواها بتغيير مادتها الفعالة أو التخفيف منها أو أنه يكن خاليا من أي تركيبات فعالة علاوة على أنها قد

تتراوح بين الخليط من المواد السامة والضارة ، أما النتائج المتوقعة حسب هذا الشكل من استهلاك هذه

الأدوية فهي عدم الكفاية العلاجية مما قد يؤدي إلى تدهور حالة المريض أو إلى الموت مباشرة في حال

التركيبات السامة.

و تتعرض جميع أنواع الأدوية للتقليد من الأدوية البسيطة من النسخ الجنيسة و الرخيصة الثمن من

مسكنات الألم إلى تلك الأدوية ذات العلامات التجارية التي تعالج الاعتلالات المهددة للحياة، ويتحلى مقلدو

الأدوية بالمرونة القصوى في الأساليب التي يتبعونها في تقليد المنتجات والحيلولة دون اكتشافها ،

وبإمكانهم تغيير هذه الأساليب من يوم لآخر لذا يصعب التفريق بين الأدوية المقلدة والأدوية الأصلية.<sup>1</sup>

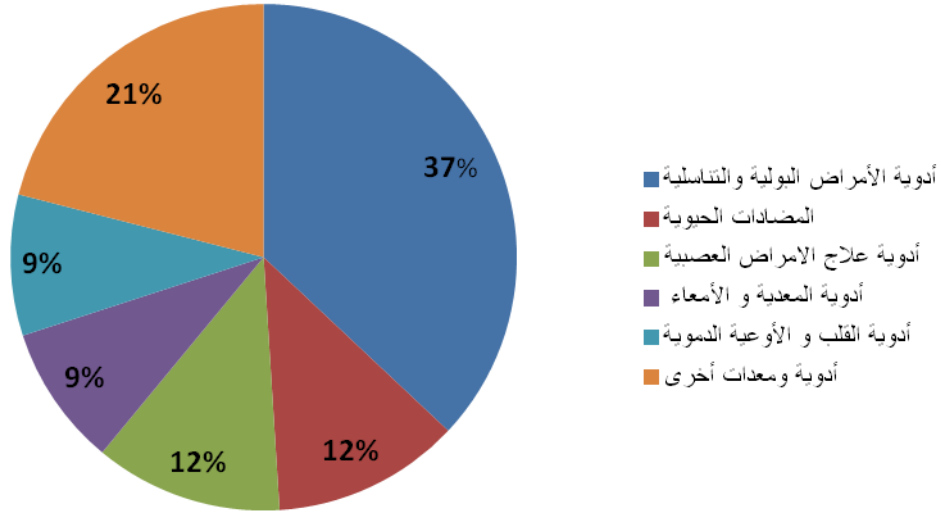
وفي حين يتصل تقليد الأدوية في بعض البلدان بالمنتجات التي يغلو ثمنها كالأدوية المضادة للسرطان

والمستحضرات الصيدلانية ذات الصلة بأنماط الحياة، فإنه في بلدان أخرى يتعلق بالأدوية الجنيسة الزهيدة

الثمن، والشكل التالي يمثل الأدوية المقلدة المحتجزة في دول الاتحاد الأوروبي:

<sup>1</sup> خوني رايح، ملوكة برورة، واقع وآثار ظاهرة تقليد الأدوية عبر العالم وسبل علاجها ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد الاقتصادي، المجلد الثاني، العدد 20، سنة 2014، ص179.

شكل رقم (17) أكثر أنواع الأدوية التي تعرضت للتقليد والمحتجزة في دول الاتحاد الأوروبي.



Source: IMPACT, Counterfeit Drugs Kill, World Health Organization, 2008, P4

من الشكل يتضح أنه خلال عام 2008 تعرضت العديد من الأدوية للتقليد كان أكثرها تقليدا ما يتعلق بالأمراض البولية و التناسلية بنسبة 37% مثل المقويات، تليها كل من المضادات الحيوية وأدوية علاج الأمراض العصبية ومسكنات الألم بنسبة 12%، ثم الأدوية الخاصة بالقلب والمعدة بنفس النسبة 9%، أما النسبة الباقية المتمثلة في 21% فهي تشمل الأدوية الأخرى بالإضافة إلى المعدات الطبية مثل الأدوات الجراحية والأطراف الصناعية، هذا بالنسبة لدول الاتحاد الأوروبي، لكن في الدول النامية خاصة دول جنوب إفريقيا فحتمًا ستكون الأدوية المعالجة للأمراض المهددة للحياة المنتشرة فيها أكثر تقليدا مثل الملاريا، الإيدز،... إلخ<sup>1</sup>.

ويعتقد خبراء قطاع الأدوية أن الهند والصين هما بؤرة شبكة عالمية معقدة تصنع وتوزع الأدوية لأسواق ومرضى عبر العالم وتتبع شركات الأدوية المقلدة عدة طرق في إنتاج وتسويق الأدوية وهو ما يسمى دورة الأدوية المقلدة<sup>2</sup>، والتي يوضحها الشكل التالي:

<sup>1</sup> IMPACT, Op Cit ,P 3.

<sup>2</sup> حساني رقية، ملوكة برورة، التكنولوجيا كآلية لتحقيق حماية مستدامة للمستهلك من الأدوية المقلدة ، الملتقى الدولي الرابع حول الحماية المستدامة للمستهلك وتحديات العولمة بين الواقع والمأمول، جامعة تبسة، 12-11-2014، ص5.

## شكل رقم ( 18 ) دورة الأدوية المقلدة.



المصدر: صبحي حمزة، مرجع سابق.

فيتضح من خلال الشكل أن الدواء المقلد يدخل في رحلة طويلة قبل أن يصل إلى المستهلك النهائي على

أنه دواء أصلي، فتبدأ رحلته من بلد الانتاج الذي يكون في الغالب الصين أو الهند في ورش سرية أو

مصانع أخرى قانونية، تنتج مكونات الأدوية الصالحة في جهة ومكونات الأدوية المقلدة في جهة أخرى

مخفية، وعندما تمر عليهم فترة كساد في بيع الأدوية الصالحة فإنها تقوم ببيع المكونات المقلدة، كما أن

هناك مصانع تعمل بدقة ومصداقية في النهار ثم تتحول للعمل المقلد ليلا، لأن الدواء المقلد قد تتخضع

لكلفة تصنيعه إلى أقل من 80% من كلفة تصنيع الدواء الصحيح وبعدها لا يهم إن باعوا العبوة بأقل

من 50% من سعر مثيلاتها غير المقلدة<sup>1</sup>، ثم تنقل هذه المكونات إلى مكان آخر عادة ما يكون تايوان

لتجميعها وتركيبها، ثم تغلب في بلد ثالث عادة ما يكون الهند ليصدر لبلد رابع وعبر أكثر من شركة

تصديرية ليصل أخيرا إلى السوق المستهدفة التي يمكن أن تستقبل الدواء من شركة عالمية ذات مصداقية

في سوق الدواء، أو ينقل إلى منطقة حرة مثل دبي من أجل الاستفادة من تدابير الانفاذ وعدم تطبيق

إجراءات حماية حقوق الملكية الفكرية، ثم ينقل إلى بلد آخر عادة ما يكون بلدا صغيرا في أمريكا الوسطى

<sup>1</sup> اخوني راجح، ملوكة برورة، مرجع سابق، ص 182.

ليصل إلى كندا حيث يتم تسجيله على أنه دواء أصلي، ثم يتم شحنه إلى الدول المنتجة للأدوية ومنها يباع إلى باقي دول العالم.

مثال هذه الدورة ما حدث خلال عام 1996 حيث قتل 89 طفلا في هايتي وبعد إجراء تحقيقات اكتشف أن الشركة المصدرة صينية ولكنها باعت الشحنة لشركة ألمانية والتي باعتها بدورها لشركة هولندية ومن ثم شركة ألمانية أخرى ثم بيعت لشركة في روتردام وبعد شهرين من تخزينها كجزء من خطة التهريب تم شحنها لهايتي لكن المحققين لم يكتشفوا المصنع الحقيقي للدواء<sup>1</sup>.

ومنه يتبين أن الدواء يمر برحلة قد تكون قصيرة أو طويلة حسب المقلدين حيث تصنع المكونات في بلد وتجمع في بلد وتعلب في آخر وتسوق في مكان آخر وذلك من أجل إخفاء المصدر الحقيقي لهذه الأدوية، لكن هذا لا ينفي أنه قد تتم العمليات كلها في بلد واحد.

#### الفرع الثاني: قطاع الألبسة.

يشمل تقليد الملابس ذي الماركات العالمية بما فيها من مختلف الاكسسوارات، لباس الأطفال،... إلخ، ويعتبر من أكثر القطاعات تعرضا للتقليد في الولايات المتحدة، في حين لا يمثل سوى 1 % من حجم القطاع في الاتحاد الأوروبي، كما يمتد التقليد أيضا ليشمل الملابس الرياضية والأحذية ومختلف الشارات الرياضية خاصة في المواسم الرياضية<sup>2</sup>.

#### الفرع الثالث: مستحضرات التجميل.

يمكن تعريف مستحضرات التجميل بوصفها "أي مادة أو خليط الغرض منه أن يلامس مختلف الأجزاء الخارجية من جسم الإنسان أو الأسنان والشمع بغية تنظيفها، وتعطيرها، وتغيير مظهرها، وحمايتها، والحفاظ عليها في حالة جيدة أو تصحيح روائح الجسم"، وهي تستخدم لمجموعة متنوعة من التطبيقات

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 182.

<sup>2</sup> Philippe Boudoux, Arnaud Ilie, L'impact De La Contrefaçon Vu Par Les Entreprises En France, Union Des Fabricants(UNIFAB),France, Avril 2010,P 37.

المختلفة التي تتراوح من العناية بالشعر والعمور والروائح وحتى التجميل والعناية الشخصية، فضلا عن الفئة المتطورة بسرعة من مستحضرات العناية بالبشرة.<sup>1</sup>

وقد شهدت صناعة مستحضرات التجميل - خاصة العطور - في الآونة الأخيرة تطورا كبيرا على المستوى العالمي، حيث أصبحت سلعاً متميزة ومستهلكة من شريحة كبيرة من المستهلكين، مما أدى إلى شدة التنافس بين المنتجين من خلال تطوير المنتجات وتنويع أشكالها وأساليب تصنيعها، لابتكار أصناف جديدة تعتمد في أساسها على تقنية عالية الجودة والتميز لتتناسب مع كافة الأذواق والمستويات، ما أدى إلى تقليدها بشكل كبير، حتى أصبحت تستحوذ تجارة مستحضرات التجميل المقلدة نسبة 50% من التجارة العالمية للعطور، ومن العلامات الأكثر تقليدا نجد: علامة Chanel ,Saint-Laurent,Guerlain الفرنسية وعلام Calvin Klein,Thierry Mugler الأمريكية<sup>2</sup>، ومن أمثلة المستحضرات التجميلية المقلدة نذكر:<sup>3</sup>

- **بودرة تجميلية مضغوطة Maria Clarie** : بودرة تجميلية وجد أنها تحوي نسبة عالية من الرصاص ثلاث مرات عن النسبة المقبولة وهذه البودرة ملوثة كذلك بالبكتيريا الضارة والجراثيم الممرضة وقد عبئت هذه البودرة بعبوات أنيقة وجذابة توحى للمستهلك أنها منتجات جيدة ونافعة للبشرة وعالية الجودة.

- **مستحضر تجميلي يدعى "لامارين"** : وهذا المستحضر عبارة عن ماسك وجد أن هذا المحلول ذا اللون الرصاصي مع بودرة ملحية بحرية مذابة وجد أنه ملوث بنسبة عالية من الرصاص أكثر من ثلاث مرات من النسبة المسموح بها وكذلك نسبة عالية من الزرنيخ المسبب لسرطان الجلد وهذه النسبة أعلى ثلاث مرات من النسبة المسموح بها وملوث كذلك بالبكتيريا الضارة.

- **بودرة مضغوطة Cream Powder** : وهي بودرة تجميل أيضا من إنتاج Miss World وجد أنها تحوي نسبة عالية من الرصاص هذه النسبة العالية من الرصاص لها دور كبير في التأثير السام

<sup>1</sup> راشيل واينبرغ سارة، الاتفاقية المتعلقة بالتنوع البيولوجي، [www.cbd.int](http://www.cbd.int) 16-05-2015 سا: 14 سا: 15 د  
<sup>2</sup> خالد طه، **حذار من مستحضرات التجميل المقلدة**، يومية إيلاف العدد 4525 الصادرة بتاريخ 11 أكتوبر 2013 متاحة على الموقع <http://elaph.com/Web/Reports/> تاريخ الإطلاع 16-05-2015 سا: 13 د  
<sup>3</sup> نفس المرجع السابق.

مثل هشاشة العظام وقد تسبب الإعاقة للجنين عند المرأة الحامل ولها تأثير ضار على الكلى والكبد.

-بودرة شفاه بنية LORD & BERRY: و التي كانت تحوي دهون غير ملائمة للجسم البشري.

- أحمر خدود نوبا: بودرة مضغوطة لونها أحمر وردي صنع في ايطاليا ، بتحليل هذه البودرة

المضغوطة تحتوي على نسبة رصاص ست مرات أعلى من النسب المسموح بها كذلك تحوي

الليثيوم السام وقد كانت في عبوات جذابة محتوية على البودرة بالإضافة إلى قطعة قطنية

لاستخدامها في مسح البودرة على الوجه والخدود.

#### الفرع الرابع:الخمور والمشروبات الروحية والمشروبات الكحولية.

تتعرض جميع أنواع المشروبات الكحولية للتقليد، وتعد علامة الكونياك والشمبانيا والويسكي والفودكا

الأكثر تضررا من التقليد كما أنها يمكن أن تكون مجردة من المذاق ، وحسب أحد الدراسات بخصوص

التقليد في هذا القطاع تبين أن 20% من الكحول المستهلك في أوروبا مقلد، وتبين أيضا أن الصين التي

تعد خامس دولة في استهلاك الخمور خاصة النبيذ الأحمر هي مصدر 25% من النبيذ المقلد حيث يتم

إنتاج أكثر من 400 نوع، وخلال سنة 2010 تبين أن 50% من النبيذ المستورد في أوروبا من الصين

هو مقلد.<sup>1</sup>

المطلب الثاني: سلع ومنتجات تعتبر مصدرا للهدر المالي بالنسبة للمستهلك والاقتصاد الوطني.

هذا النوع من السلع المقلدة لا تسبب خطرا حقيقيا ومباشرا على المستهلك كالأجهزة الالكترونية،

الهاتف، ساعات، مجوهرات غير أنها تتسبب في هدر أمواله في اقتناء سلع أخرى أو في المطالبة بحقوقه

كما أنها قد تتحول إلى مصدر خطر في بعض الحالات، ومن هذه السلع ما يلي:

<sup>1</sup> Eric Przystway , A New Study On The Problem Of Countrefeiting In The Area Of Wines And Spirite,And Presentation Of Anti Countrefeiting Technologies , Associate Research, Wines Paristech,Brussels, Paris, 22 may 2014, P 2.

الفرع الأول: قطع غيار السيارات.

انتشرت تجارة قطع الغيار المقلدة بشكل كبير في الآونة الأخيرة خاصة في الدول النامية ، حيث بلغ حجم هذه التجارة حوالي 5% إلى 7% من إجمالي حجم التجارة العالمي في هذا المجال، كما تمثل 12 مليار دولار سنويا في الشرق الأوسط أي 30% ، و نسبة 5 إلى 10 % من قطع غيار السيارات التي تباع في دول الاتحاد الأوروبي.

هذه التجارة تتسبب في فقدان حوالي 750,000 وظيفة سنويا في مجال صناعة السيارات على مستوى العالم، وتنامت هذه التجارة بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة حتى وصل معدل هذا النمو ما بين 9%- 11 % سنويا.<sup>1</sup>

الفرع الثاني: برامج الاعلام الآلي.

إن نمو الاقتصاد القائم على التكنولوجيا المتقدمة أدى إلى طلب عالمي غير مسبوق على برامج الكمبيوتر ذات الصلة بقطاع الأعمال والاستهلاك ، ما أدى إلى تفاقم ظاهرة تقليد البرمجيات واتساع رقعتها فانقلت من دول آسيا إلى أمريكا الجنوبية و بعض دول أوروبا الشرقية حتى بلغت عام 2005 حوالي 37% من حجم المبيعات العالمي من برمجيات الحاسب الآلي، فيما بلغت هذه النسبة ( عام 2005 دائما) حوالي 58% في الشرق الأوسط وأفريقيا ، وهو ما يمثل أكثر من نصف المنتجات والبرمجيات المباعة فيهما، في حين قدرت بنحو 76% من حجم البرامج المباعة في منطقة الخليج العربي، وهي نسبة كبيرة مقارنة بالولايات المتحدة وبريطانيا حيث تقلّ النسبة عن 30%.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رانيا غنيم، مؤتمر يكشف مخاطر قطع الغيار المغشوشة ويؤكد % 50 من حوادث السيارات سببها قطع الغيار المقلدة ، مصر، نشر بتاريخ 27 أبريل 2015 على الموقع <http://sayarat.akhbarelyom.com/News/Articles?journalid=7> تاريخ الإطلاع ، 16 مايو 2015 سا: 29 د.

<sup>2</sup> تغريد السلطان، موازنة لمكافحة الغش التجاري، جريدة الشرق، قطر، 8 جانفي 2011 متاح عبر الموقع الإلكتروني: <http://www.mohaon-qa.com> 10-30 سا: 30 د.

## الفرع الثالث: الآلات الكهرومنزلية.

يتم التقليد في هذا المجال عن طريق إنتاج نسخ طبق الأصل للمنتوج الأصلي ووضع العلامة المسجلة أو الشعار نفسه ليصبح المنتوج المقلد يشبه المنتوج الأصلي بجميعة خصائصه، لكن الخطير في الأمر هي معايير الإنتاج فالمقلدون و لتخفيض التكاليف يقومون بتخفيض عدد مكونات الأجهزة أو استعمال مكونات أقل تكلفة و ذات نوعية رديئة، وتمثل هذه التجارة حوالي 56% من التجارة العالمية في هذا القطاع، لذا فإن المقلدين يجدون في هذا القطاع فرصا لأرباح طائلة، وأكثر المنتجات المزيفة هي عناصر المطبخ (الروبوتات، المواقد... إلخ) وبعض الأدوات المنزلية الأخرى كالهواة، آلات الغسيل... إلخ.<sup>1</sup>

## الفرع الرابع: قطاع اللعب والألعاب الإلكترونية.

يوجد نوعين من الألعاب ، اللعب التقليدية والألعاب الإلكترونية، حيث يهيمن على النوع الأول شركات قليلة ويجري تقليد منتجاته بنسخ شبيهة تحمل نفس العلامة أو مختلفة عنها قليلا، وتلتمن خطورة هذا التقليد في كونه يمس منتجا موجها للصغار مما قد يؤثر على صحتهم وسلامتهم نظرا لعدم مطابقتها للمعايير والمواصفات، وتشكل هذه التجارة نحو 12% من حجم التجارة في العالم ، أما النوع الثاني من الألعاب فهو الألعاب الإلكترونية خاصة ألعاب الفيديو التي يتم قرصنتها في جنوب شرق آسيا من خلال نسخ قرص CD وطرحه في السوق على أنه أصلي،<sup>2</sup> وتزداد عملية التقليد أو المتاجرة بها خاصة في المناسبات و الأعياد حيث يزيد الإقبال على اقتنائها مثلما حدث في أوروبا خلال عيد رأس السنة لعام 2005 حيث تم حجز 17160 نوع من اللعب والتي ثبت أن منشأها هو الدول الآسيوية، وكانت تتمثل في حيوانات صغيرة، جنود، دمي بنات، مسدسات... إلخ.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Documents Emis Par L'Union Des Fabricants , Op Cit ,P P5-6.

<sup>2</sup> OECD, **Les Incidences Economique De La Contrefaçon**, France, 1998, P 17.

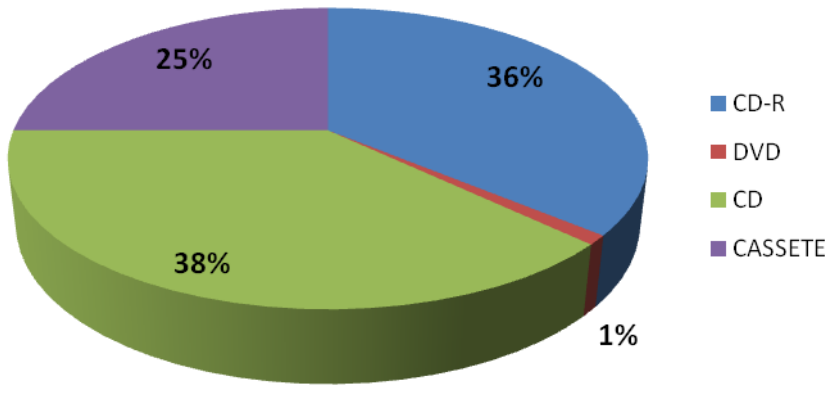
<sup>3</sup> M. Marc Laffineur, **La Contrefaçon**, Rapport D'information Déposé Par La Délégation De L'ensemble Nationale Pour L'union Européenne Sur La Lutte De L'union Européen Contre La Contrefaçon,P 23



الفرع الخامس: قرصنة التسجيلات الموسيقية.

بلغ إجمالي سوق التسجيلات الموسيقية المقرصنة 1.5 مليار وحدة خلال سنة 2004 مع انخفاض بسيط عن عام 2003، و يعود هذا الانخفاض بشكل أساسي إلى انخفاض نسبة الكاسيتات المقرصنة (نسبة الانخفاض 28%) خاصة في آسيا وانتشار شكل جديد للقرصنة هو القرصنة الرقمية على الإنترنت،<sup>1</sup> وتوزعت نسبة التسجيلات الموسيقية المقرصنة كما هي موضح في الشكل التالي:

شكل رقم ( 19 ) نسبة التسجيلات الموسيقية المقرصنة سنة



2004.

المصدر: جورج غندور: مرجع سابق، ص 8.

وقد بلغت قيمة سوق التسجيلات الموسيقية المقرصنة 4.6 مليار دولار أمريكي، كما أن انتشار الإنترنت أدى إلى ظهور وانتشار القرصنة الرقمية بشكل سريع وواسع والتي سهّلت القرصنة فصارت بمتناول أي شخص، إذ تشير الإحصائيات إلى أن 24% من مستخدمي الإنترنت قد قاموا بتحميل الأفلام من الإنترنت بطريقة غير شرعية، وتتوزع النسبة كما في الجدول التالي :

<sup>1</sup> جورج غندور، قرصنة الأعمال : التداعيات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، متاح عبر الموقع <http://www.alyassir.com> شوهده يوم 28-2014-04 9:سا:45د

جدول رقم ( 5 ) نسب تحميل الأفلام عبر الإنترنت بطريقة غير مشروعة.

| النسبة % | البلد           | النسبة % | البلد                      |
|----------|-----------------|----------|----------------------------|
| 27       | فرنسا           | 58       | كوريا                      |
| 20       | المملكة المتحدة | 24       | الولايات المتحدة الأمريكية |
| 19       | ألمانيا         | 20       | إيطاليا                    |
| 10       | اليابان         | 18       | استراليا                   |

المصدر: جورج غندور، مرجع سابق، ص 9.

من خلال هذا الجدول يتضح أن نسبة تحميل الأفلام عبر الإنترنت بطريقة غير شرعية مختلف بين الدول، حيث تشهد كوريا أعلى نسبة — 58% من مجمل الأفلام المعروضة عبر الشبكة، تليها كل من فرنسا والمملكة المتحدة — 27% و 24% على التوالي، مما يرجح كبر حجم القرصنة في هذه الدول، في حين أن اليابان تشهد أقل عمليات تحميل بنسبة 10%، مما يمكن تفسيره بقلة القرصنة فيها مقارنة بالدول الأخرى.

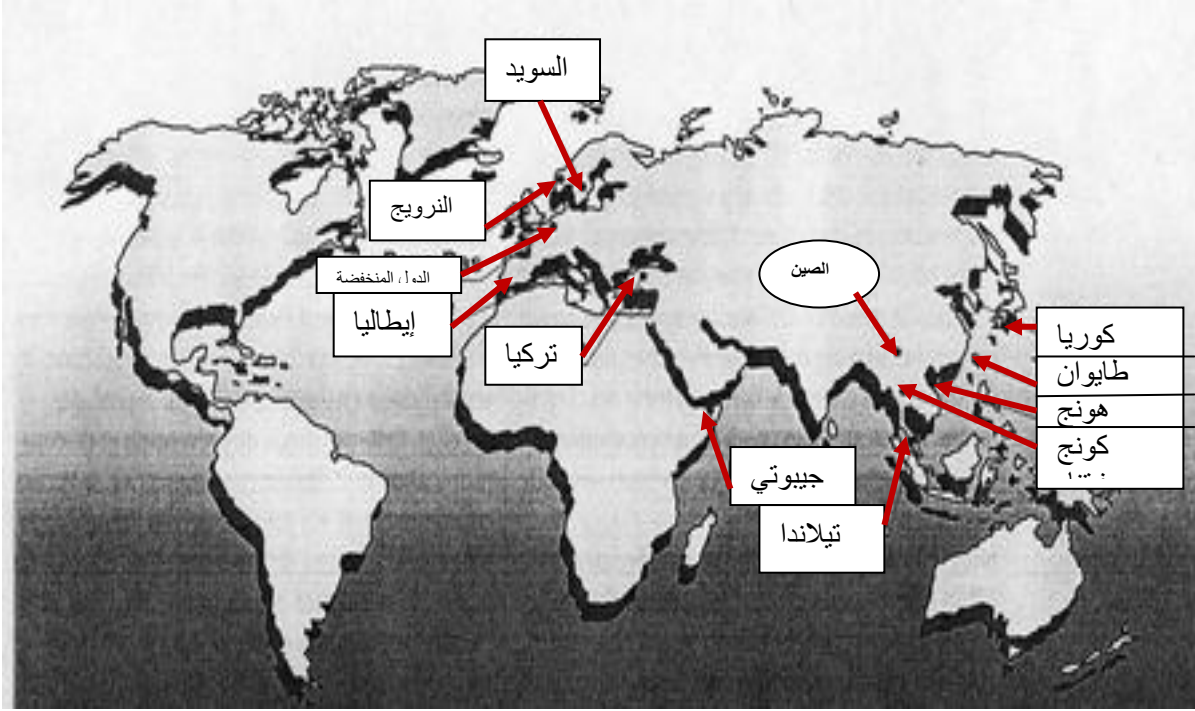
من خلال ما سبق يتضح أن السلع التي يطالها التقليد يمكن تقسيمها حسب درجة الخطر إلى مصدر للخطر المباشر على المستهلك في حال تعلقت بالمنتجات التي يستعملها هذا الأخير مثل السلع الغذائية وملابسه ومواد نظافته الشخصية، في حين أن السلع ذات الهدر المالي تتعلق بمنتجات يمكن أن تسبب خسارة جزء من ماله دون قدرته على تعويضه مثل الأجهزة الكهربائية، أجهزة وبرامج الاعلام الآلي...إلخ. غير أن الملاحظ أنه يمكن أن تتحول السلع ذات الهدر المالي إلى مصدر للخطورة المباشرة على المستهلك أو بيئته.

**المطلب الثالث: أهم الدول مصدر السلع المقلدة.**

لا يمكن تحديد دولة واحدة لتحميلها مسؤولية المنتجات المقلدة فكل دول العالم و تحديدا الدول الناشئة التي لا توجد فيها قوانين لمحاربة التقليد و حماية حقوق الملكية الفكرية هي مصدر لتلك السلع.

و تشير عدة تقارير أن حوالي 70 % من مصادر المنتجات المقلدة مصدرها آسيا، أما 30 % الباقية فمصدرها حوض البحر الأبيض المتوسط و بعض دول أوروبا الوسطى و الشرقية ، في حين المنتج الأول للمنتجات المقلدة هي الصين و الشكل التالي يبين الدول الأكثر تصديرا للسلع المقلدة عبر العالم:

شكل رقم ( 20 ) النقط السوداء الإثني عشر للدول مصدر التقليد في العالم.



**Source :** Bernard Brochand, Op Cit.

من خلال الشكل يتضح أن هناك اثنا عشرة نقطة سوداء للتقليد في العالم، تضم الدول الأكثر تقليدا للسلع

عبر العالم، في حين أن هناك أخرى أقل نشاطا في هذا المجال، ويمكن التفصيل في ذلك كما يلي:

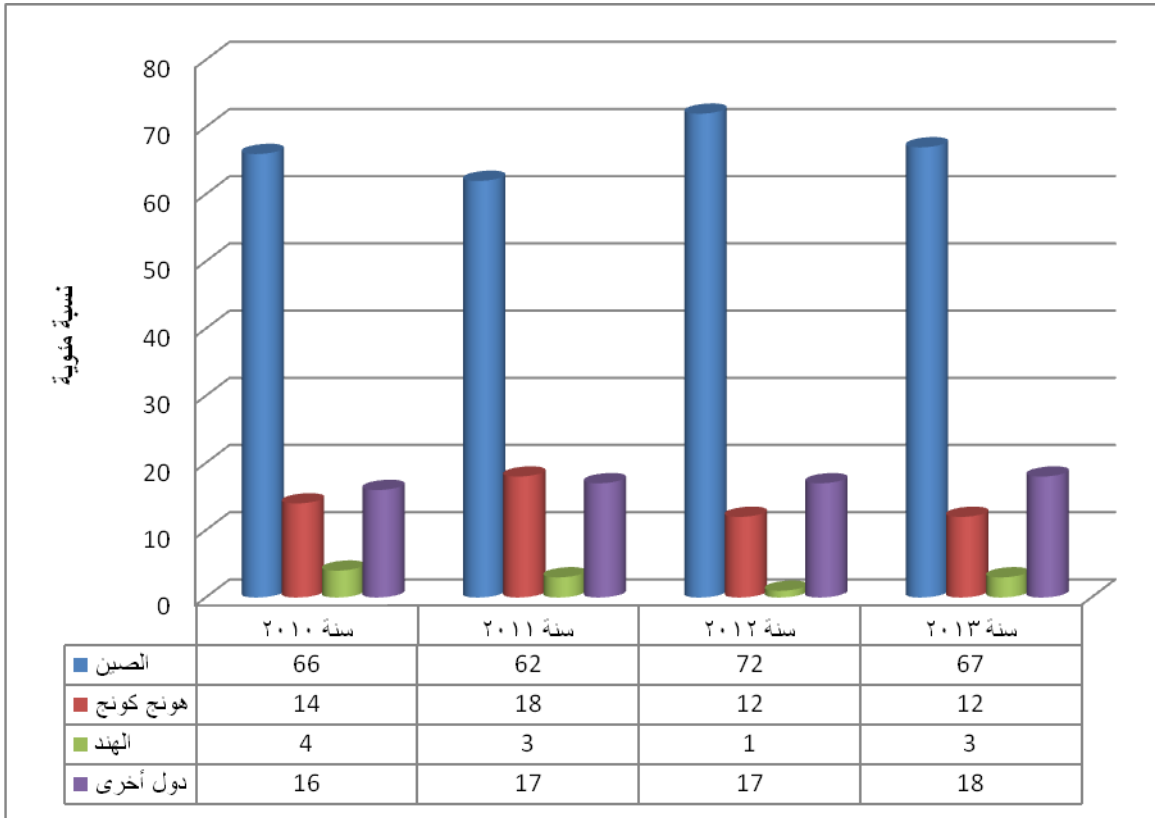
**الفرع الأول: الدول الآسيوية.**

تبقى الدول الآسيوية مصدر السلع المقلدة وتبقى الصين الرقم واحد في إنتاج السلع المقلدة عبر

العالم متبوعة بكل من هونغ كونغ والهند اللتان احتلتا المرتبة الثانية و الثالثة على التوالي في مجال تقليد

السلع عبر العالم، كما يوضح الشكل التالي:

شكل رقم (21) الدول الآسيوية مصدر التقليد في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة 2010-2013



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المراجع التالية:

- Homeland Priorities And Workload, **Intellectual Property Rights, Seizures Statistics Fiscal year 2013**, 2013, US, P 10.
- CBP Office Of International Trade, **Intellectual Property Rights Fiscal Year 2011 Seizure Statistics, U.S**, Customs And Border Protection U.S, Immigration And Customs Enforcement ,P12.

من الشكل يتضح أن الصين هي الأولى عالمياً من حيث التقليد والقرصنة، وذلك في كافة أنواع السلع والمنتجات: الدوائية، الإلكترونية، الجلدية، النسيجية... إلخ، برقم أعمال يقدر بـ 8 في المائة من إجمالي ناتجها الداخلي، أي أكثر من 500 مليار دولار، وبذلك تعد "ورشة التقليد في العالم"<sup>1</sup>، وكما في الشكل فقد احتلت المرتبة الأولى خلال أربع سنوات بنسبة كبيرة حيث بلغت 66%، 62%، 72%، 67% على التوالي مما يؤكد أنها امبراطورية التقليد في العالم.

<sup>1</sup> Zachary A. Pollinger1, Op Cit, P 105.

أما هونج كونج فظهرت باعتبارها ثاني أكبر منتج للسلع المقلدة بعد الصين بما نسبته 14% خلال سنة 2010 لترتفع حصتها من السلع المقلدة في العام الموالي وتبلغ حوالي 18%، أما خلال السنة 2012 و2013 فنلاحظ تراجعها إلى 12% ، في حين كانت الهند ثالث أكبر دولة مصدر السلع المقلدة في العالم بعد كل الصين وهونج كونج بنسبة ضعيفة مقارنة بسابقتها حيث بلغت أكبر نسبة لها عام 2010 بحوالي 4% وأقلها 1% خلال 2012، وتتخصص الهند في تقليد برامج ومعدات الإعلام الآلي، المنسوجات والمنتجات الكيماوية بالإضافة إلى المنتجات الصيدلانية.

بالإضافة إلى بعض الدول الأخرى مثل:

- **تيلاندا:** تنشط أساسا في مجال تقليد المنتجات الجلدية و النسيجية ، المنتجات الساعية و الصياغة، المنتجات السمعية البصرية، بالإضافة إلى تقليد العطور والمشروبات.
- **كوريا الجنوبية:** تختص في مجال قرصنة التسجيلات و الأفلام بالإضافة إلى الألبسة ، المنتجات الكمالية، الأسلحة، قطع السيارات، و ألعاب الفيديو<sup>1</sup>.
- **اليابان:** رغم تراجع نشاطه في التقليد، إلا أنه يبقى محيطا خصبا لتقليد الملابس ( خاصة بأوزاكا) قطع الغيار، عتاد الإعلام الآلي والسمعي البصري.
- **طايبوان:** لقد كان هذا البلد مصدر التقليد خلال مرحلة السبعينات غير أنه تراجع بسبب دخوله مرحلة الابتكار في العديد من الصناعات.
- **سنغافورة:** تعتبر سوقا رائجة لمختلف ا لمنتجات الكمالية ذات العلامات المشهورة بما فيها المقلدة، وتختص بتقليد العديد من المنتجات منها العطور، الألبسة، المنسوجات، برامج الأعلام الآلي والإلكترونيات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> CBP Office Of International Trade, Op Cit, P 10.

<sup>2</sup> Zachary A. Pollinger1, Op Cit, P 106.

## الفرع الثاني: دول أوروبا.

خلافًا للاعتقاد الشائع فإن السلع المقلدة لا تأتي كلها من آسيا، فهناك دول أوروبية عديدة مثل إيطاليا وإسبانيا وبلدان وسط وشرق أوروبا هي موطن لكثير من شبكات تصنيع المنتجات المقلدة ومن هذه الدول نذكر:

- **إيطاليا:** تخصص في تقليد قطع غيار السيارات، المنتجات الجلدية، المنسوجات و العطور، وتعتبر مصدراً أساسياً للتقليد في أوروبا.<sup>1</sup>
- **تركيا:** تعتبر من الدول حديثة العهد بالتقليد، وحسب غرفة التجارة الدولية فإنه خلال عام 2011 قدرت قيمة المنتجات المقلدة المنتجة في تركيا بنحو 11 مليار دولار، ويتم فيها تقليد الألبسة الجاهزة و الجلديات بصورة كبيرة بالإضافة إلى العطور، المنتجات الصيدلانية، الغذاء وقطع الغيار، وكانت هذه المنتجات موجهة إلى الدول الأوروبية غير أنا نلاحظ في السنوات الأخيرة اتجاهها إلى بعض الدول العربية خاصة دول شمال أفريقيا.<sup>2</sup>
- **بريطانيا:** بدأت مرحلة التقليد فيها خلال سنة 1991 بتقليد العطور، ثم تطور ليشمل منتجات أخرى مثل مستحضرات التجميل، قطع الغيار.
- **بلغاريا:** ينتشر فيها تقليد مختلف برمجيات و مكونات الحاسوب الآلي.
- **اليونان:** هي واحدة من الدول الأوروبية القليلة التي تدرج في المراكز الثلاثة الأولى لبلدان المنشأ بالنسبة لفئات معينة من المنتجات المقلدة مثل الحقائب والسلع الجلدية الصغيرة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> L'Union Des Fabricants , Op Cit,P 6.

<sup>2</sup> European Commissions , **Countrefeit Products**, 2008, PP44-45.

<sup>3</sup> L'Union Des Fabricants ,Op Cit ,P5

الفرع الثالث: بعض دول أمريكا اللاتينية ودول أخرى.

هناك عدة دول من أمريكا خاصة أمريكا اللاتينية ومن إفريقيا تعتبر مصدرا لتجارة السلع المقلدة

نذكر منها:<sup>1</sup>

- البرازيل: تعتبر مهد التقليد في أمريكا اللاتينية وتخصص في تقليد محركات الطائرات،

الألعاب، ومختلف مكونات الإعلام الآلي.

- المكسيك : تختص بتقليد العلامات الأكثر شهرة خاصة في مجال الألبسة، بالإضافة إلى تقليد

قطع الفيديو، المشروبات والسجائر... الخ.

- المغرب: تختص أساسا بتقليد مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة بالإضافة إلى المنسوجات ذات

العلامة، المنتجات الساعية ومختلف أنواع الأمتعة.

- جنوب إفريقيا: تختص أساسا بتقليد مختلف أنواع المنتجات الصيدلانية خاصة تلك المعالجة

لأمراض خطيرة كالمalaria والسل.<sup>2</sup>

من خلال ما سبق يتضح أن ظاهرة التقليد لها بعد عالمي، ولا يمكن الحكم بكون الدول النامية هي مصدر

السلع المقلدة أو أنها سوق لها حيث نجد هذه الظاهرة منتشرة أيضا في البلدان المتقدمة مثل الدول

الأوروبية والأمريكية، لكنها فقط تكون تكون أشد في الأماكن التي تقل فيها الحماية لحقوق الملكية

الفكرية حيث يتبع المقلدون والمهربون كل طرق النقل من نقل بري بحري وجوي خلال سلسلة توريد

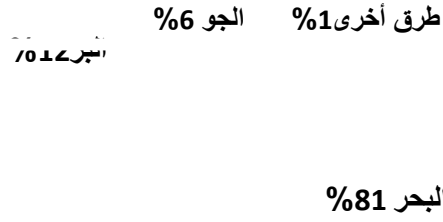
قد تكون أحيانا طويلة بغية الوصول إلى الأسواق المستهدفة والشكل التالي يوضح نسبة استخدام طرق

النقل للسلع المقلدة في دول الاتحاد الأوروبي:

<sup>1</sup> Intellectual Property Rights Seizures Statistics Fiscal Year 2013, Op Cit, PP 10-11.

<sup>2</sup> European Commissions ,Op Cit, PP 44-45.

شكل رقم ( 22 ) طرق انتقال السلع المقلدة من دول المنشأ إلى الدول المستقبلة



**Source:** Européen Commission, Op Cit, P178.

من الشكل يتضح أن المهربين للسلع المقلدة يستخدمون ثلاث طرق رئيسية لنقل السلع المقلدة من مصدرها إلى وجهتها وهي:<sup>1</sup>

- **النقل عن طريق البحر:** تمثل هذه الطريقة أعلى نسبة من حيث الطرق المستخدمة بنسبة 81%، وذلك لأنها تتم بين الدول التي بينها ممرات مائية مثل البحار أو الأنهار بحيث تستخدم سفن البضائع، أو السفن الصغيرة و زوارق الصيد مستغلين كبر المساحات المائية مثل البحار والمحيطات و بالتالي فرصا أكبر للنفوذ من الرقابة.
- **النقل بطريق البر :** تحتل هذه الطريقة 12% من طرق نقل السلع المقلدة و تتم بين الدول التي تربطها حدود برية مشتركة يمكن أن يسلكها المهربون، وتستخدم في ذلك السيارات، القطارات، الدواب مثل الجمال و الحمير ، بالإضافة إلى التسلل الخفي بين الحدود، خاصة التي لا تتوفر على نقاط للتفتيش مستخدمين المسالك والطرق الوعرة من خلال الأراضي التي تتوفر فيها تضاريس صعبة والتي لم يتمكن السلطات المختصة في مكافحة التهريب من بسط سيطرتها عليها، بالإضافة إلى استغلال سكان تلك المناطق أو تعاونهم مع المهربين.

<sup>1</sup> عبد الرحمن العنزي، أمن الحدود البحرية الدولية ودوره في تعزيز أمن الدولة، الملتقى العلمي حول: قضايا الملاحة البحرية وتأثيرها على الأمن، السعودية، 2012، ص 9.



- النقل بطريق الجو: تمثل هذه الطريقة فقط ما نسبته 6% بالمقارنة مع الطرق الأخرى و ذلك لأن الطريقة المستخدمة هي النقل عبر الطائرات التي تتعرض للتفتيش والرقابة باستمرار، لذا فإن المهربين الذين تتوفر لديهم الإمكانيات القوية التي تمكنهم من استخدام هذه الوسيلة هم الذين يقودون عمليات التهريب عبرها ، حيث يتمتع مثل هؤلاء المهربين الذين على شكل منظمات بكفاءة عالية ودقة في التنظيم، ويستخدمون مطارات سرية سواء في بلد الإنتاج أو في بلد الاستهلاك ولا شك أن مثل تلك الطريقة لا تتم في جميع البلدان وإنما تتم في بلدان تكون حركة الطيران فيها غير مقيدة، كما تستغل طائرات الخطوط المختلفة وشركات النقل وذلك من خلال أمتعة الركاب المسافرين أو من خلال الشحن كطرود.

- النقل عبر وسائل أخرى: تمثل هذه الطريقة النسبة المتبقية أي 1% و التي لا تعتمد طريقة واحدة للنقل إذ قد تستعمل أكثر من وسيلة نقل بغية إيصال تلك السلع المقلدة إلى وجهتها المحددة، بالإضافة إلى استعمال الطرود البريدية حيث أنه حسب إحصائيات 2011 تم حجز 1.4 مليون حالة من السلع المقلدة في دول الاتحاد الأوروبي بعدما كانت 1 مليون خلال عام 2010<sup>1</sup>، كما تستعمل الأنترنت خاصة بعد التطور التكنولوجي والتجارة الإلكترونية عن طريق مواقع المسابقات أو تلك الخاصة بالتسويق بأسعار منخفضة.<sup>2</sup>

ومنه نستنتج أنه يتم إنتاج واستهلاك السلع المقلدة في معظم دول العالم النامي والمتقدمة على حد سواء مع اعتبار منطقة آسيا الناشئة منطقة رئيسية لهذا النوع من النشاط خاصة دولة الصين التي يطلق عليها امبراطورية التقليد في العالم، وتختلف السلع المقلدة من سوق إلى آخر، فعلى سبيل المثال: تعد منطقة الشرق الأوسط السوق الرئيسية لقطع غيار السيارات المقلدة في حين أن استهلاك منتجات التبغ المقلدة هي الأعلى في أمريكا اللاتينية وأفريقيا وآسيا ، الأدوية المقلدة هي مشكلة رئيسية في أفريقيا وكانت هناك

<sup>1</sup> Christian Leblanc, **La Contrefaçon**, L'action De La Douane Dans La Lutte Anti-Contrefaçon, Sensibilisation A La Contrefaçon, France, 7-02-2013, P 2.

<sup>2</sup> COMITE COLBERT, **Le Rôle Du Comite Colbert Dans La Lutte Contre La Contrefaçon En France Et Dans Le Monde**, France, 2012, P 20.

مضبوطات كبيرة في أوروبا وأمريكا الشمالية ، أما المكونات الكهربائية ، الطعام، الشراب والمنتجات المنزلية المقلدة فهي التي تظهر في جميع أنحاء العالم، خاصة أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية.

ويتم نقل هذه السلع من أماكن إنتاجها إلى أماكن وأسواق استهلاكها بعدة طرق برية بحرية وجوية أو استعمال أكثر من وسيلة نقل بغرض تضليل رجال الجمارك كأن يتم نقلها من بلد المنشأ بواسطة قارب إلى بلد أول هو بلد العبور ثم يتم نقلها بواسطة طائرة إلى وجهتها النهائية، أو بطرق أخرى مثل استعمال الطرود البريدية.

### المبحث الخامس: علاقة تحرير التجارة الخارجية بتزايد تجارة السلع المقلدة.

لقد أصبح من المستحيل أن تستغني دولة عن التبادل الدولي أو تعيش في عزلة اقتصادية عن بقية دول العالم، سواء من أجل تصريف فائض إنتاجها أو من أجل الحصول على السلع والخدمات التي لا تنتجها نهائياً أو تنتجها بتكاليف مرتفعة نسبياً، ومع التغيرات التي طرأت على الساحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية أصبحت هناك ضرورة ملحة في تبني سياسة الحرية في التجارة الخارجية خاصة مع انشاء المنظمة العالمية للتجارة، لكن الملاحظ أن هذه السياسة كانت متبوعة بجملة من الظواهر والتي تعد انعكاسات سلبية منها تجارة السلع المقلدة.

### المطلب الأول: ماهية السياسات التجارية وأهدافها.

يعود ظهور التجارة الخارجية إلى العصور التاريخية الأولى، وكانت البداية الحقيقية لها مع الثورة الاقتصادية منتصف القرن 18، أما خلال القرن 19 فقد اتسع نطاق التجارة نتيجة التقدم الذي شهدته وسائل النقل والمواصلات والذي ساهم في اختصار الوقت والمسافات وجعل العالم كأنه سوق واحدة يتم فيها تبادل مختلف المنتجات وتقل فيها حدة الاختلافات بين مستويات الأسعار، وتختلف السياسات التجارية التي تحكم هذه التجارة باختلاف النظم الاقتصادية في الدول الصناعية المتقدمة عن الدول النامية إذ أن لكل دولة أهدافها ووسائلها في تحقيق تلك الأهداف.

## الفرع الأول: مفهوم التجارة الخارجية.

هناك تباين كبير بين المدارس الاقتصادية بشأن موضوع التجارة الخارجية والفرق بينها وبين التجارة الدولية، إذ اتخذ مصطلح التجارة الخارجية إطاراً كلاسيكياً ونتيجة الفروض الطويلة التي اشتملت عليها هذه المدرسة فقد تم استبعاد رؤوس الأموال الدولية والخدمات والهجرة الدولية من ظاهرة التبادل الدولي وتم الإبقاء على حركة التبادل السلعي فقط، وبذلك يكون مصطلح التجارة الخارجية وصف لحركة انتقال السلع بين دول العالم المختلفة وبالتالي التركيز على حركة التجارة الخارجية المنظورة.<sup>1</sup>

أما مصطلح التجارة الدولية فيدل حسب أحد التعاريف على حركات السلع والخدمات بين الدول المختلفة بحيث تشمل الحركات الدولية لرؤوس الأموال<sup>2</sup>، مما يعني اشتمالها على السلع المنظورة وغير المنظورة بالإضافة إلى رؤوس الأموال.

وفي تعريف آخر يدل على أنه مجمل المعاملات التجارية والدولية من انتقال السلع والأفراد ورؤوس الأموال، والتي تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات ومنظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة<sup>3</sup>، أضاف هذا التعريف إلى أن التجارة الدولية تشتمل أيضاً انتقال الأفراد، بالإضافة إلى كونها تتم بين الحكومات أو الأفراد في بلدان مختلفة.

بالتالي فمصطلح التجارة الدولية يشمل الفهم الضيق لمضمون التجارة الخارجية حسب المفهوم الكلاسيكي يضاف إليه كل صور التبادل الدولي التي نراها في عالمنا المعاصر من تجارة غير منظورة، هجرة دولية والحركات الدولية لرؤوس الأموال.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي و التجارة الدولية، الكتاب الثالث، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص 29-33.

(2) حسام علي داوود و آخرون، اقتصاديات التجارة الخارجية، دار المسيرة، الأردن، 2000، ص 14.

<sup>3</sup> رشاد العصار و آخرون، التجارة الخارجية، دار المسيرة، الأردن، 2000، ص 118.

<sup>4</sup> سامي عفيفي حاتم، مرجع سابق، ص 32.

ومنه نستخلص أن مصطلح التجارة الدولية مفهوم شامل يتضمن التجارة الخارجية المنظورة وغير المنظورة بالإضافة إلى الحركات الدولية لرؤوس الأموال وانتقال الأفراد بين الدول، في حين تمثل التجارة الخارجية انتقالاً فقط للسلع بين دول مختلفة.

### الفرع الثاني: تعريف السياسات التجارية.

- يمكن تعريف السياسة التجارية على أنها: كل السياسات الاقتصادية المطبقة في مجال التجارة الخارجية<sup>1</sup>، حيث يقصد بالسياسة الاقتصادية منظومة من التدابير ذات الصيغة الرسمية الحكومية والتي تستهدف التأثير على واحد أو أكثر من المتغيرات الاقتصادية بصورة مباشرة أو غير مباشرة بغية إحداث آثار اقتصادية مرغوبة أو تجنب أخرى غير مرغوبة<sup>2</sup>، وبالتالي فإن السياسة التجارية هي " مجموع الإجراءات المطبقة من قبل السلطات ذات السيادة في مجال التجارة الخارجية بغية تحقيق أهداف معينة"<sup>3</sup>، وحسب هذا التعريف السياسة التجارية تتضمن مجموعة إجراءات، وجهة تقوم بها و أهداف تسعى لتحقيقها.

- كما تعرف على أنها: الاختيار الذي تقوم به السلطات العمومية لمجموعة متناسقة من الوسائل القادرة على التأثير في التجارة الخارجية للدولة بغرض الوصول إلى تحقيق أهداف محددة كتطوير الاقتصاد الوطني وتحقيق التوظيف التام واستقرار أسعار الصرف<sup>4</sup>، هذا التعريف لم يخرج عما جاء في التعريف السابق غير أنه تضمن مجموعة من الأهداف والتي لم تذكر سابقاً.

- كما عرفت أيضاً على أنها: كل الإجراءات المراد بها التحكم في قرارات الأفراد والهيئات فيما يتعلق باستيراد وتصدير السلع والخدمات، ولتحقيق هذه الغاية لا بد أن تمتلك السلطات المهيمنة

<sup>1</sup> درواسي محمد، السياسات المالية ودورها في تحقيق التوازن الاقتصادي حالة الجزائر (1990-2004)، مذكرة دكتوراه منشورة، جامعة الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية 2005-2006، ص 46.

<sup>2</sup> عبد القادر محمد عبد القادر عطية، رمضان محمد أحمد مقلد، النظرية الاقتصادية الكلية، قسم الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2004-2005، ص 314.

<sup>3</sup> مجدي محمود شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص 113.

<sup>4</sup> Maurice Bye, Relation Economique Internationale, Dalloz, Paris, 1971, P 341.

مجموعة من الوسائل تعرف بأدوات السياسة التجارية<sup>1</sup>، أضاف هذا التعريف بكون السياسة التجارية تستعمل مجموعة من الأدوات بغرض تحقيق مجموعة من الأهداف.

- وفي تعريف آخر عرفت أنها: مجموعة من القوانين والنظم والإجراءات التي تنظم إدارة ميزان المدفوعات أي إدارة الصادرات والواردات سلعية كانت أم خدمية، وكذا المعاملات الرأسمالية والتي من شأنها التأثير في إجمالي الدخل وذلك من خلال المعاملات الخارجية للدولة<sup>2</sup>، أما هذا التعريف فقد أضاف أنها تتعلق بالتجارة الخارجية والدولية.

ومنه يمكن القول أن السياسات التجارية هي جزء من السياسة الاقتصادية للدولة إلى جانب السياسة المالية والنقدية تقوم فيها السلطات المختصة بإتباع مجموعة من الإجراءات و القوانين التي تعرف بأدوات السياسة التجارية لتحقيق أهداف معينة تتعلق أساسا باستيراد وتصدير السلع والخدمات وكذا المعاملات الرأسمالية وذلك خلال مدة زمنية معينة وتتراوح هذه السياسة بين الحماية والحرية التجارية.

**الفرع الثالث: أهداف السياسات التجارية.**

تتنوع الأهداف التي تسعى الدول إلى تحقيقها من خلال تطبيق سياساتها التجارية، من أهداف اقتصادية، اجتماعية وأخرى إستراتيجية.

#### أولاً: الأهداف الاقتصادية.

هناك مجموعة من الأهداف الاقتصادية تسعى السياسات الاقتصادية على وجه العموم والسياسات التجارية بصفة خاصة إلى تحقيقها وهي:

1- تحقيق إيرادات للخزانة العامة وذلك من خلال ما يتحصل عليه من التجارة الخارجية والتي تكون بعملة مختلفة في الغالب، ولتحقيق هذا الهدف لا بد من حسن اختيار السلع والخدمات في التجارة الدولية

<sup>1</sup> مجدي محمود شهاب، مرجع سابق، ص 113.  
<sup>2</sup> سهير محمد السيد حسن، محمد محمد البناء، الاتجاهات الحديثة في السياسات التجارية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004-2005، ص 15.

وبالتحديد أن تكون المرونة السعرية لطلب وعرض هذا النوع من السلع ضعيفة كما يجب أيضا مراعاة مبادئ العدالة الاجتماعية والاقتصادية عند فرض الرسوم الجمركية.

2- توازن ميزان المدفوعات حيث أنه في حالة عجزه وبغية إعادة التوازن يتم التقليل من الطلب على الصرف الأجنبي وزيادة المعروض منه، لكن لا بد من الانتباه عند تحقيق هذا الهدف على عدم الإخلال بأهداف أخرى تتعلق بالاقتصاد القومي.<sup>1</sup>

3- حماية الإنتاج المحلي من المنافسة الأجنبية وذلك بعزل المؤثرات الخارجية التي تشكل ضررا على الإنتاج المحلي في بعض فروعها، وذلك متى كانت النفقة الحقيقية للإنتاج في الداخل أكبر منها في الخارج، وعادة ما يرتبط هذا الهدف بهدف توزيع الدخل القومي في اتجاه معين.

4- حماية الاقتصاد الوطني من خطر الإغراق الذي يعد صعب الإثبات نتيجة اختلاف المفاهيم حول بنود التكاليف غير أنه بمجرد استشعار الدولة أن هناك بادرة للإغراق فإنها تسارع باتخاذ الإجراءات الكفيلة بحماية اقتصادها وذلك من خلال فرض رسوم جمركية مرتفعة أو تمنع الاستيراد كليا.

5- حماية الصناعات الوليدة وهي صناعات حديثة العهد في بلد ما ويتوقع لها أن ترتقي إلى مرحلة النضج إذا توفرت لها البيئة المناسبة، لكن يجب اختيار الصناعات التي تعطى الحماية باعتبارها وليدة لأن تركها دون حماية لتنافس مثيلاتها العريقة في الدول التي سبقت التصنيع في هذا المجال يؤدي حتما إلى زوالها.<sup>2</sup>

6- حماية الاقتصاد القومي من التقلبات الخارجية إذ تتميز البيئة الاقتصادية الدولية بكثرة التقلبات الاقتصادية وسرعة تغيرها مما يضطر البلد المتعرض لها إلى اتخاذ إجراءات بصفة منفردة لحماية اقتصاده، دون أن ينفي ذلك أنه أصبح مسؤولية دولية لأن ما يحدث في بلد ينتقل أثره إلى بلدان أخرى.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عادل أحمد حشيش، مجدي محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، ص ص 233-235.

<sup>2</sup> مجدي محمود شهاب، مرجع سابق، ص ص 118-121.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص 122.

7- تشجيع الاستثمار من أجل التصدير وذلك بتوفير الحوافز والمزايا من إطار مؤسسي وبنية تصديرية تدفع الاستثمار سواء كان محليا أو أجنبي مباشر من أجل التصدير، ويأتي هذا الهدف في إطار تطبيق سياسة التحرير للتجارة الخارجية.

8- زيادة العمالة ومستوى التشغيل في الاقتصاد القومي وذلك عن طريق اتباع إستراتيجية الإنتاج من أجل التصدير ورفع مستوى العمالة من الأنشطة التصديرية أو جعل الاقتصاد الوطني أكثر جاذبية للاستثمار الأجنبي هذا الأخير سيساهم في رفع مستوى التشغيل.

9- إيجاد آلية للتكيف مع التحولات الاقتصادية العالمية والتي من أهمها ظهور المنظمة العالمية للتجارة التي حلت محل سكرتارية الجات، التوجه نحو إقامة التكتلات الاقتصادية وتعميق اقتصاديات المشاركة في العلاقات الاقتصادية الدولية و التحول إلى إستراتيجية الإنتاج من أجل التصدير بدل الإحلال محل الواردات.

لذا لا بد أن تمتلك السياسات التجارية سواء الحالية أو المستقبلية لأي دولة الأداة الفعالة من أجل مواجهة التحولات الاقتصادية العالمية، لتعظيم الاستفادة وتقليص السلبيات قدر الإمكان من التجارة الخارجية.<sup>1</sup>

#### ثانيا: الأهداف الاجتماعية والاستراتيجية.

وهي تعني تلك الأهداف التي تسعى الدولة من خلالها إلى تحقيق الأمن للمجتمع اقتصاديا، غذائيا وعسكريا بالإضافة إلى بعض الأهداف الاجتماعية، وتتمثل في:<sup>2</sup>

- حماية مصالح فئات اجتماعية معينة مثل المزارعين، المنتجين لسلعة معينة، العاملين في صناعة معينة،...إلخ.

- إعادة توزيع الدخل القومي بين الفئات أو الطبقات المختلفة.

- تحقيق الأمن الاقتصادي مثل ضرورة توفير مقادير كافية من مصادر الطاقة كالبترول.

<sup>1</sup> عبد المطلب عبد الحميد ، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي و كلى، مكتبة الزهراء الشرق، مصر، 1997، ص ص 323-326.  
<sup>2</sup> عادل أحمد حشيش، مجدي محمود شهاب، مرجع سابق، ص ص 122-123.

- تحقيق الأمن الغذائي كضرورة توفير حد أدنى من الغذاء عن طريق الإنتاج المحلي مهما كانت تكلفته.

- تحقيق الأمن العسكري كتوفير حد أدنى من الإنتاج الحربي.

#### الفرع الرابع: المسار التاريخي للسياسات التجارية.

عند متابعة السياسات التجارية منذ بداية عصر النهضة الأوروبية إلى الآن نلاحظ تناوب تاريخي لها ما بين سياسات الحماية و سياسات الحرية كما يلي:

#### أولاً: خلال القرنين (16-17).

سادت السياسة الحمائية من خلال أفكار التجار حيث فرضت القيود على تجارة الاستيراد كما تم ربط الصادرات بتحول أساسي للمواد المستوردة وكان الهدف من هذه السياسة خلال هذه الفترة هو الحفاظ على ثروات البلدان المشاركة في التجارة الدولية خاصة من الذهب والمعادن النفيسة الأخرى، تعزيز الصناعات الناشئة، خلق فرص عمل جديدة وزيادة الفوائض في الميزان التجاري.<sup>1</sup>

#### ثانياً: خلال الفترة (1842-1873).

تميزت بعدم تدخل الدولة في الحياة التجارية الدولية، فكانت فترة رواج وتدعيم لمذهب الحرية وذلك من خلال اعتناق مذهب آدم سميث الذي أعطى حرية للأفراد في ممارسة نشاطاتهم الاقتصادية بما يحقق مصالحهم الشخصية، كما سادت فكرة التخصص والتقسيم الدولي للإنتاج، وكان إلغاء قانون الغلال في عام 1846 وعقد اتفاقية كويدن بين فرنسا وإنجلترا إيذاناً بانطلاق مبدأ حرية التجارة في أوروبا، مما ساعد على ربط الاقتصاد العالمي بشبكة متعددة الأطراف، فأخذت التجارة صيغة العالمية في إطار استقرار قاعدة الذهب.<sup>2</sup>

#### ثالثاً: خلال الفترة (1873- ما قبل قيام الحرب العالمية الثانية).

<sup>1</sup> هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد الدولي، دار جرير للنشر، الأردن، 2006، ص 371.  
<sup>2</sup> زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004، ص ص 276-277.



خلال هذه الفترة نادى الاقتصاديون بضرورة حماية المنتجات الوطنية من غزو ما تنتجه الصناعات الأجنبية خاصة منها الإنجليزية والفرنسية، وانتهى الأمر بعودة الدول الأوروبية تلو الأخرى لسياسة الحماية التجارية، خاصة بعد أزمة الكساد عام 1929 التي أدت إلى إهمال معاهدة جنيف 27 التي كانت تهدف لتنمية التجارة الدولية عن طريق التخفيض التدريجي للرسوم الجمركية<sup>1</sup>. وفي المقابل زادت القيود على المبادلات الدولية، ومما كرس هذه السياسات: تعدد الأقطاب ومراكز السيطرة في الاقتصاد الدولي وعدم وجود قاعدة نقدية مستقرة.<sup>2</sup>

#### رابع: خلال فترة بعد الحرب العالمية الثانية.

خلال هذه الفترة تمكنت الدول من تنظيم وإعادة الحرية النسبية إلى حركة التجارة الدولية بالاعتماد على الرسوم الجمركية<sup>3</sup>، وقد بدأ هذا التحول مع اتفاقية بريتون وودز (1944) عندما تم تأسيس البنك الدولي للإنشاء والتعمير وصندوق النقد الدولي، ومن ثم قامت مسيرة للمفاوضات متعددة الأطراف منذ عام 47، وذلك مع نشوء الجات (GATT) والتي توجت بتأسيس المنظمة العالمية للتجارة عام 1994، والتي خرجت بإزالة القيود الكمية وإدخال تخفيضات كبيرة على التعريفات الجمركية. وهكذا تم تبني سياسات الحرية التجارية الدولية على أسس مؤسسية وتشريعية ووفق مبادئ وقواعد وترتيبات متعددة الأطراف، نظمت بموجبها اتفاقيات لتحرير التبادل الدولي شملت حركة السلع، الخدمات، رؤوس الأموال، المعلومات والأشخاص.<sup>4</sup>

غير أنه يلاحظ أنه بالرغم من دعوة البلدان المتقدمة لإزالة القيود على التجارة إلا أننا نلاحظ ظهور بعض السياسات الحمائية التي قادتها الدول الصناعية بإجراءات لم تكن معروفة من قبل، من أجل حماية صناعاتها من المنافسة الأجنبية بنوع جديد من القيود تعرف بالإجراءات الرمادية ومعايير الجودة، مثلما

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 277-278.

<sup>2</sup> هوشيار معروف، مرجع سابق، ص 372.

<sup>3</sup> زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 279.

<sup>4</sup> هوشيار معروف، مرجع سابق، ص 372.

قامت به الولايات المتحدة الأمريكية ضد الصادرات اليابانية وبلدان شرق آسيا، وقد عرفت هذه السياسة بالحماية الجديدة.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: سياسة الحماية التجارية.

اقتترنت البدايات الأولى لسياسة الحماية بالأنظمة الاشتراكية والموجهة إلى أن أصبح أمرا مألوفا إذ لا تكاد تخلو دولة من نوع أو أكثر من التدخلات الحكومية وفرض نوع من السياسات المقيدة لحرية التجارة لأسباب قومية، اجتماعية، اقتصادية.

### الفرع الأول: تعريف سياسة الحماية التجارية.

يطلق على هذه السياسة أيضا السياسة الحمائية وسياسة تقييد التجارة الخارجية.

### أولا: تعريفها لغة.

القيد مفرد جمعه قيود وأقياد، والقيد هو ما ضم العضدين المؤخرتين من أعلاهما وهو أيضا موضع القيد من رجل الفرس والخلخال من المرأة، كما يأتي القيد أيضا بمعنى المنع وهو المقصود هنا، لأن القيود الواردة على حرية التجارة هي تلك القيود التي تمنع وتحد من ممارسة التاجر للتجارة.<sup>2</sup>

### ثانيا: تعريفها اصطلاحا.

- عرفت سياسة الحماية على أنها: تلك القيود التي تفرضها الحكومة على تجارتها الخارجية بإتباع بعض الأساليب مثل: فرض رسوم جمركية على الواردات، أوضع حد أقصى لها خلال فترة

<sup>1</sup> عبد المطلب عبد الحميد، النظرية الاقتصادية تحليل جزئي وكمي للمبادئ، دار الجامعية، مصر، 2001، ص 409.  
<sup>2</sup> محمد علي العكاز، القيود الشرعية الواردة على حرية التجارة ودورها في التنمية الاقتصادية، دار الفر الجامعي، مصر، 2008، ص 64.

زمنية،<sup>1</sup> من خلال هذا التعريف يتبين أن القيود على التجارة الخارجية تفرض من قبل الحكومة باستعمال الرسوم الجمركية.

- كما عرفت أيضا أنها: مجموعة من القواعد والإجراءات والتدابير التي تضع قيودا مباشرة كمية أو غير كمية، تعريفية أو غير تعريفية على تدفق التجارة الدولية عبر حدود الدولة، لتحقيق أهداف اقتصادية،<sup>2</sup> أضاف هذا التعريف طرق تقييد التجارة وهي الأدوات الكمية وغير الكمية، التعريفية وغير تعريفية.

وترجع فكرة الحماية التجارية إلى المذهب التجاري الذي ساد ما بين نهاية القرن الرابع عشر إلى النصف الثاني من القرن الثامن عشر، والذي كان منتشرًا خاصة في كل من إنجلترا وفرنسا وإسبانيا وإيطاليا وغيرها، الذي برز في أفكار كتابه مثل توماس مان ( Thomas Man ) الذي قدم مجموعة من المقترحات التي من شأنها أن تعمل على تحقيق الفائض في الميزان التجاري والتي يذكر من بينها: العمل على تشجيع الصادرات وتخفيض الواردات، عدم المغالاة في استهلاك السلع المستوردة، وقصر التجارة الخارجية على السفن الوطنية، وعدم التوسع في الاستهلاك لإيجاد فائض للتصدير، واستيراد المواد الأولية بقصد التصنيع وإعادة التصدير، والسماح بخروج النقود فقط عند الضرورة.<sup>3</sup>

### الفرع الثاني: الحجج الاقتصادية وغير اقتصادية لسياسة الحماية.

لإتباع هذه السياسة العديد من الأسباب والدوافع منها ما لها حجج اقتصادية ومنها ما لها حجج غير اقتصادية، كالتالي:

#### أولاً: الحجج الاقتصادية لسياسة تقييد التجارة.

هناك العديد من الحجج الاقتصادية لتبرير سياسة الحماية التجارية منها:

<sup>1</sup> السيد محمد أحمد السريتي، التجارة الخارجية، الدار الجامعية، مصر، 2009، ص 149.  
<sup>2</sup> عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكمي، مرجع سابق، ص 327.  
<sup>3</sup> عبد الرشيد بن ديب، تنظيم وتطور التجارة الخارجية حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع التسيير، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص 120..

## 1- حجة حماية الصناعات الناشئة:

وترجع هذه الحجة إلى المفكرين الاقتصاديين هامتون وفريدريك ليست خلال القرن 19، اللذين كانا يريان أن الحماية هي تأمين مستقبل بلديهما (الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا) اقتصاديا من المنافسة الأجنبية والتقدم الصناعي البريطاني.<sup>1</sup>

و لكي نستطيع القول أن تلك الصناعات الجديدة هي صناعات ناشئة وتقدم لها فترة حماية مؤقتة، لابد من توفر شروط معينة:<sup>2</sup>

- أن تتمتع الصناعات بميزة نسبية كامنة يمكن أن تتجلى في المستقبل.
- أنها لم تستغل بعد كل طاقاتها الإنتاجية وبالتالي لم تتمتع بوفورات الحجم الكبير.
- لا تتمتع بالوفورات الخارجية وهو ناتج عن عدم توافر البنية الأساسية و المرافق العامة بالشكل اللازم كما هو الحال في الدول النامية، أو من عدم توفر الصناعات الأخرى التي تتكامل معها كما في الدول المتقدمة.
- الفترة التي تمنح فيها الحماية لهذه الصناعات هي مؤقتة إلا أنها ضرورية حتى تتضح ثم تلغى بعد أن تصبح قادرة على الصمود وحدها.
- أن نقل الحماية تدريجيا بقدر نمو الصناعة وقدرتها على المنافسة.

غير أن هناك عدة انتقادات وجهت لهذه الحجة منها:<sup>3</sup>

- صعوبة اختيار الصناعات التي يمكن لها أن تصمد مستقبلا أمام المنافسة الخارجية، أو صعوبة إلغاء الحماية حتى مع اكتمال نمو الصناعة وذلك لاعتبارات سياسية،...إلخ.
- صعوبة تحديد الطور الذي تستحق عنده الصناعة كشف الحماية عنها.

<sup>1</sup> موسى سعيد مطر و آخرون ، التجارة الخارجية، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2001، ص ص 105-106.

<sup>2</sup> محمود يونس محمد، علي عبد الوهاب نجا ، اقتصاديات دولية، الدار الجامعية، مصر، 2009، ص ص 165-166.

<sup>3</sup> زينب حسين عوض الله ، الاقتصاد الدولي: نظرة عامة على بعض القضايا ، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص 293.

- صعوبة تحديد من يتحمل عبء هذه الحماية، ولأي اعتبارات سياسية أو اقتصادية قد يكون من الأفضل دعم الصناعات الناشئة بدلا من فرض الحماية عليها.

## 2- حجة السياسة التجارية في العلاقات الإستراتيجية.

يرى المؤيدون لهذه السياسة أن حرية التجارة هي أفضل سياسة تجارية، غ ي أن عدم توفر المنافسة الحرة يجعل الكثير من الحكومات تلجأ إلى سياسة الحماية خوفا من الخسارة وبالتالي يخلصون إلى أنه على الدولة أن تهدد بحماية أسواقها ما لم توافق الدول الأخرى على فتح أسواقها. وقد طبقت هذا الولايات المتحدة الأمريكية في مفاوضاتها التجارية مع العديد من الدول مثل ما حدث عام 1995 عندما هددت بفرض تعريف جمركية مقدارها 100% على وارداتها من السيارات اليابانية الفخمة ما لم توافق اليابان على فتح أسواقها المحلية أمام السيارات الأمريكية وقطع غيارها، وقد تجنبت الدولتان حربا تجارية خطيرة عندما وقعتا على الاتفاق في آخر لحظة. ويرى الاقتصاديون أن هذه الإستراتيجية تمثل نوعا من المقامرة ذلك أنه ما لم تنجح عملية التهديد هذه فإن السياسة الحمائية والرقابة التجارية قد تسودان.<sup>1</sup>

## 3- حجة الإنتاج والعمالة:

ينادي مؤيدو هذه الحجة بأن الحماية التجارية تعمل على رفع مستوى العمالة أو المحافظة على مستواها وبالتالي إبعاد خطر البطالة من خلال:

<sup>1</sup> سهير محمد السيد حسن، محمد محمد البنا، مرجع سابق، ص ص 216-217.

- إن رجال الأعمال داخل الدولة قد يضطرون تحت ضغط المنافسة الأجنبية أن يتخلوا عن الإنتاج كلية أي الخروج من سوق السلعة، وبالتالي يخرج معهم من سوق العمل كل الأيدي العاملة التي كانت تعمل لديهم مما يعني تفاقم مشكلة البطالة.

- إن الحماية تخلق أنواعا جديدة من الصناعات المحلية وهذه الصناعات تستخدم الأيدي العاملة المحلية.

- إن التوسع في سياسة الاكتفاء الذاتي يؤدي إلى زيادة فرص العمل والتوظيف بها.

ووجهت انتقادات عدة لهذه الحجة مفادها أن الدولة المصدرة ستقوم بفرض ضريبة استيراد على منتجات الدولة الأخرى مما يعني انخفاض الطلب في كلتا الدولتين وما يصحبه من انخفاض في الإنتاج أي أن الرفاه الاقتصادي للدولتين قد انخفض بسبب سياسة الحماية. ومن هنا يتضح ما لهذه الحجة من خطورة على الاقتصاد العالمي.<sup>1</sup>

#### 4- حجة العمل الرخيص والمنافسة الأجنبية:

استخدمت هذه الحجة من قبل الدول المتقدمة، ويرى أنصارها أن صناعاتهم المحلية ستلاقي منافسة غير عادلة من قبل الدول النامية ويبررون ذلك أن أجور الأيدي العاملة في الدول المتقدمة مرتفعة على عكس الدول النامية، وبالتالي سوف تكون تكلفة إنتاج السلع في الدول النامية قليلة مقارنة بالدول المتقدمة هذه الأخيرة التي تقوم بنقل صناعاتها للدول النامية التي تتوفر لديها أيدي عاملة رخيصة الثمن مما يؤدي إلى تفشي البطالة في الدول المتقدمة.<sup>2</sup>

وقد وجهت لهذه الحجة عدة انتقادات منها:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> موسى سعيد مطر، مرجع سابق، ص 99.

<sup>2</sup> سامي عفيفي حاتم، مرجع سابق، ص 43.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 103-104.

- فرضيتها بشأن تكلفة الإنتاج خاطئة ذلك أنها تتضمن إلى جانب تكلفة العمل أيضا تكلفة المواد الخام، تكلفة رأس المال، الأرض والتكنولوجيا، وإذا كانت الدول النامية تمتلك ميزة نسبية في رخص الأيدي العاملة فالدول المتقدمة تتفوق تكنولوجيا.
- إن إنتاجية العامل في الدول المتقدمة أعلى بكثير من إنتاجية العامل في الدول النامية وبالتالي فإن ذلك يبرر ارتفاع الأجور في الدول المتقدمة بسبب الإنتاجية الحدية المرتفعة للعامل.
- تفترض ثبات أسعار الصرف بين الدول وبالتالي لابد من معرفة سعر الصرف لعمليتي البلدين من أجل مقارنة الأجور، أما في حالة أسعار الصرف المرنة فإن سعر الصرف الأجنبي ستتكيف بشكل تلقائي وتلغي أي فروق في الأجور بين الدولتين.

#### 5- حجة العجز في الميزان التجاري:

وهي مرتبطة بالدول النامية التي يميل ميزانها التجاري في الغالب إلى حالة العجز بسبب زيادة الواردات، لذا فإنه في حالة تحرير التجارة ستتضاعف الواردات بشكل أكبر مع قلة الصادرات مما يضطرها إلى الاقتراض من الأسواق المالية الدولية لسد هذا العجز ، والحل يكون بتدخل الدولة من خلال دعم المصدرين لاقتحام السوق الخارجي وفي المقابل تفرض ضرائب استيراد على السلع المستوردة مما يساهم في تحسين حالة ميزان المدفوعات.<sup>1</sup>

#### 6- حجة الإيرادات الحكومية:

من خلال فرض رسوم جمركية مما يزيد من الموارد المالية العامة للدولة ويساعد على تنفيذ المشروعات والخدمات العامة ، وما يؤخذ على هذه الحجة أن لها جانب آخر سلبي وذلك في حالة أن السلعة الأجنبية لها ميزة نسبية في أحد عناصرها مما يؤدي إلى انخفاض سعرها، وبالتالي فإن فرض رسم جمركي عليها سيؤدي إلى ارتفاع سعرها في السوق الداخلي، مما يجعل المستهلك هو من يتحمل

<sup>1</sup> موسى سعيد مطر، مرجع سابق، ص 113.

عبء الضريبة من خلال فرض سعر أعلى مما قد يؤثر على رفايته وفي المقابل يستفيد منتج السلعة البديلة فيزيد إنتاجه.<sup>1</sup>

### 7- حجة مكافحة الإغراق.

تعرف سياسة الإغراق بكونها حالة من التمييز بين الأسعار السائدة في الداخل والسائدة في الخارج وذلك بخفض أسعار السلعة المصدرة في الأسواق الخارجية عن المستوى الذي تحدده قيمة السلعة في الداخل مضافا إليها نفقات النقل،<sup>2</sup> وله عدة أنواع:

- الإغراق العارض: يتمثل في رغبة المنتجين في بلد معين بالتخلص من فائض سلعة معينة في آخر

موسم من المواسم فتلقى بالأسواق الخارجية بأسعار مخفضة.

- الإغراق قصير الأجل: كأن يقوم المنتجون في بلد معين بخفض أسعار سلعة معينة بصورة مؤقتة

حتى يتمكنوا من فتح سوق أجنبية وتثبيت أقدامهم فيها، ثم يعود محاولا تعويض ما أصابه.

- الإغراق الدائم: ويتعلق الأمر هنا بحالة دائمة لا يمكن أن تكون بطبيعة الحال على أساس تحمل

الخسائر.

ونظرا لصعوبة تحديد نوع الإغراق فإنه يصعب تحديد في أي الظروف يتطلب الأمر تدخل الدولة

لمكافحته لذلك يرى مؤيدو هذه الحجة أنه على الدولة التي تعارض هذه السياسة أن تفرض ضرائب

استيراد عالية على منتجات الشركات التي تقوم بالإغراق حماية للإنتاج الوطني،<sup>3</sup> غير أنه ما يؤخذ على

هذه الحجة:<sup>4</sup>

- عدم قدرة المحتكر على رفع السعر إلى درجة عالية لأن ذلك يساعد على دخول منافسين جدد.

<sup>1</sup> السيد محمد أحمد السريبي، مرجع سابق، ص ص 192-193.

<sup>2</sup> عزمي عبد الرحمن، عبد الله دراغمة، تقرير حول منظمة التجارة العالمية WTO و الواقع الفلسطيني، إدارة الدراسات والتخطيط، دائرة الدراسات والسياسات الاقتصادية، وزارة الاقتصاد الوطني، فلسطين، 2003، ص ص 18-19.

<sup>3</sup> محمود يونس محمد، علي عبد الوهاب نجا، مرجع سابق، ص ص 170-171.

<sup>4</sup> موسى سعيد مطر وآخرون، مرجع سابق، ص 108.



- قد تقوم الدولة الأجنبية التي تمارس فيها سياسة التمييز السعري بإجبار المنشأة للبيع بسعر واحد أو فرض ضريبة تصدير على منتجات هذه الشركة التي تمارس تمييزا سعريا وبالتالي تزداد إيرادات الدولة الأجنبية ويؤدي أيضا إلى زيادة الرفاه الاقتصادي فيها.

- يعتبر كل من ضرائب الاستيراد وتلك المتطلبات القانونية والتشريعية المقيدة للاستيراد ممارسات غير عادلة ومنحازة للطرف المحلي المتمثل في الموردين.

### ثانيا: الحجج الغير اقتصادية.

وهي تلك الحجج المستخدمة من أجل إعطاء تبرير لتدخل الدولة في تجارتها الخارجية بعيدا عن

الناحية الاقتصادية مما يجعلها تمتاز بصعوبة القياس، ومن هذه الحجج نذكر:<sup>1</sup>

1- **حجة دعم الأمن القومي** : والتي يرى أنصارها أنه على الدولة حماية استقلالها الاقتصادي بهدف تحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع الإستراتيجية المتمثلة في معدات الغذاء والدفاع من خلال الإنتاج المحلي لها أو فرض رسوم جمركية أو بسياسات أخرى بديلة كالدعم تساهم كلها في توفير الحد الأدنى من هذه السلع.

2- **الحفاظ على الشخصية القومية**: وذلك بمعنى أنه على الدولة تقييد تجارتها الخارجية إذا رأت أن شخصيتها القومية من عادات وتقاليد وقيم عقائدية معرضة للذوبان جراء دخول قيم غريبة عن المجتمع.

3- **حماية المصالح القومية**: والتي تكون بتقييد جزء من تجارتها الخارجية وبالذات الواردات التي يمكن أن تستخدم للإضرار بمصالحها القومية مثل: السلع العسكرية، أجهزة الكمبيوتر المتطورة جدا، وسائل الاتصال، التجهيزات العلمية الدقيقة.

**المطلب الثالث: سياسة الحرية التجارية وتفاقم تجارة السلع المقلدة.**

<sup>1</sup> جمال جويدان الجمال، مرجع سابق، ص ص 140-141.

تعد التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع متقدم أو نامي وهي مظهر من مظاهر التعاون الإنساني بصرف النظر عن الحدود الإقليمية والسياسية التي تفصل بينهم ، لذا تعد سياسة الحرية التجارية عن طريق إزالة كافة القيود هي الحل نحو تعزيز هذا التعاون.

### الفرع الأول: مفهوم سياسة الحرية التجارية.

#### أولاً: تعريفها لغة.

الحرُّ بالضم عكس العبد وجمعه أحرار، وحرره أي أعتقه والحرُّ من الناس أختيارهم وأفضلهم وقول حرية العرب بمعنى أشرفهم. ويقال من حرية قومه أي من خالصهم.

أما الحرية في القانون الوضعي: القدرة على التحديد الذاتي بالنسبة للفرد والجماعة ومن ثم يكون لها مجالات فردي وجماعي.

- فردي: تعني قدرة كل شخص على أن يدبر شؤونه بنفسه بدون أي تدخل أو ضغط خارجي.

- جماعي: تعني سلطة أعضاء هذه الجماعة في تحديد شؤونهم بأنفسهم.

أما حرية التجارة: فتعني حرية المشروعات في ممارسة أنواع التجارة دون قيد عليها.<sup>1</sup>

#### ثانياً: تعريفها اصطلاحاً.

- سياسة الحرية تتمثل في إزالة كافة القيود والعقبات المفروضة على حركة السلع والخدمات من

دولة إلى أخرى،<sup>2</sup> غير أن ذلك لا يعني أنه بمجرد فتح باب التجارة بين الدول المختلفة فإن كل

السلع والخدمات التي تنتج في دولة ما سوف تتدفق إلى الدول الأخرى ، ويرجع فضل الدفاع عن

هذه السياسة إلى المذهب الطبيعي الذي ظهر بفرنسا بقيادة فرانسوا كيني ( 1694 - 1774 )

والقائم أساساً على عدم تدخل الدولة في الشؤون الاقتصادية، لعدم تعارض مصالح الأفراد فيما بينها

أو مع مصلحة الجماعة، كما اعتبر أن المنافسة الحرة كفيلة بتحقيق ما أسماه الطبيعيون بالثمن

<sup>1</sup> محمد علي عكاز، مرجع سابق، ص 69.

<sup>2</sup> السيد محمد أحمد السرييني، مرجع سابق، ص 126-127.

المجزي، كما أن إنجلترا اتبعت سياسة حرية التجارة، ودافعت عنها من خلال إلغاء قوانين الغلال في 1846، وقوانين الملاحة التي كانت تميز السفن البريطانية بمعاملة خاصة عام 1854، إلى غاية الحرب العالمية الأولى حيث أصيب اقتصادها بمشاكل استدعت ضرورة تدخل الدولة.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: أساليب تحرير التجارة.

هناك وجهتا نظر تفسر حالة رغبة دولة معينة في التحول من السياسة الحمائية إلى الحرية التجارية هل تتدرج في تحقيقها أم تتحول سريعا، وهما:<sup>2</sup>

#### أولا: التحول السريع.

وهو منهج ساد خلال منتصف الثمانينات واتبع من طرف المنظمات الاقتصادية الدولية مثل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي من خلال الإسراع بتطبيق برنامج متكامل لتحرير التجارة يتم الإعلان عنه مسبقا حسب الظروف السياسية بالإضافة إلى تحرير القطاعات النقدية والمالية. لأن البطء في تنفيذ سياسة التحرر سيعطي جماعة الضغط من معارضي سياسة التحرير إلى التأثير سلبا على قرارات وسياسات الحكومة.

وقد نجح تطبيق هذا المنهج في العديد من الدول مثل دول أمريكا اللاتينية، يوغوسلافيا، تركيا،.. إلخ، هذه الأخيرة التي قامت بتخفيض القيمة الخارجية لعملتها وطبقت العديد من الإجراءات المالية والنقدية التي تشجع الصادرات، كما قامت بالتخفيض التدريجي للقيود الجمركية وغير الجمركية على الواردات.

#### ثانيا: التحول التدريجي.

نظرا لعدم قدرة اقتصاديات الدول المختلفة خاصة النامية منها على استيعاب التحول السريع إلى سياسة الحرية فإن هذا الرأي يرى ضرورة السماح لهذه الدول بتطبيق برامج التحرير بشكل تدريجي ضمن مدى زمني أطول من الزمن الممنوح للدول المتقدمة.

<sup>1</sup> عبد الرشيد بن ديب، مرجع سابق، ص 119.

<sup>2</sup> موسى سعيد مطر و آخرون، مرجع سابق، ص ص 9-10.

ونظرا لنجاح هذا الأسلوب في العديد من الدول النامية فقد تم اعتماده من قبل المنظمات الاقتصادية العالمية ابتداء من منتصف الثمانينات من القرن الماضي.

وسواء كان التحرير تدريجيا أم سريعا فإنه يكون في أحد الأشكال التالية:<sup>1</sup>

- **التحرير من جانب واحد** : والذي يكون في حالة استفادة الدولة من التجارة الدولية فتقوم بإزالة الحواجز الحماية أمام باقي الدول.
- **التحرير الثنائي**: حيث يكون بين دولتين بعد التفاوض فيم بينهما على تخفيض الحماية بالنسبة لتجارتها مع بعضهما سواء بالنسبة لسلع معينة أو لكل السلع.
- **التحرير الإقليمي**: ويكون بين مجموعة من الدول قامت بتطوير ترتيبات التجارة الإقليمية فيما بينهم مثل ترتيبات المناطق الحرة، بحيث تحصل الدول أعضاء التكتل على مزايا متبادلة في التبادل التجاري.
- **التحرير متعدد الأطراف** : ويكون فيه التحرير على مستوى العالم ككل من خلال اتفاقيات مفتوحة يمكن للدول أن تنضم إليها.

### الفرع الثالث: دور تحرير التجارة في زيادة السلع المقلدة.

تشير معظم الدراسات والتقارير التي تناولت ظاهرة تقليد السلع بأن هناك علاقة موجبة بين تحرير التجارة وتفاقم ظاهرة السلع المقلدة إذ بدأت تظهر السلع المقلدة وتنتشر على مستوى العالم بأكمله منذ تشكيل منظمة التجارة العالمية وسهولة الوصول إلى الأسواق العالمية وانفتاحها على بعض كقرية واحدة والتسهيلات التي منحها الدول لدخول السلع والبضائع، بالإضافة إلى رفع القيود الجمركية عنها،<sup>2</sup> كل هذا جعل الأسواق أكثر استيعابا لأي سلعة تجارية ، وأعطى فرصة لضعاف النفوس للجوء إلى أساليب غير

<sup>1</sup> محمد صفوت قابل ، منظمة التجارة العالمية و تحرير التجارة الدولية، الدار الجامعية، مصر، 2008-2009، ص ص 16-17.

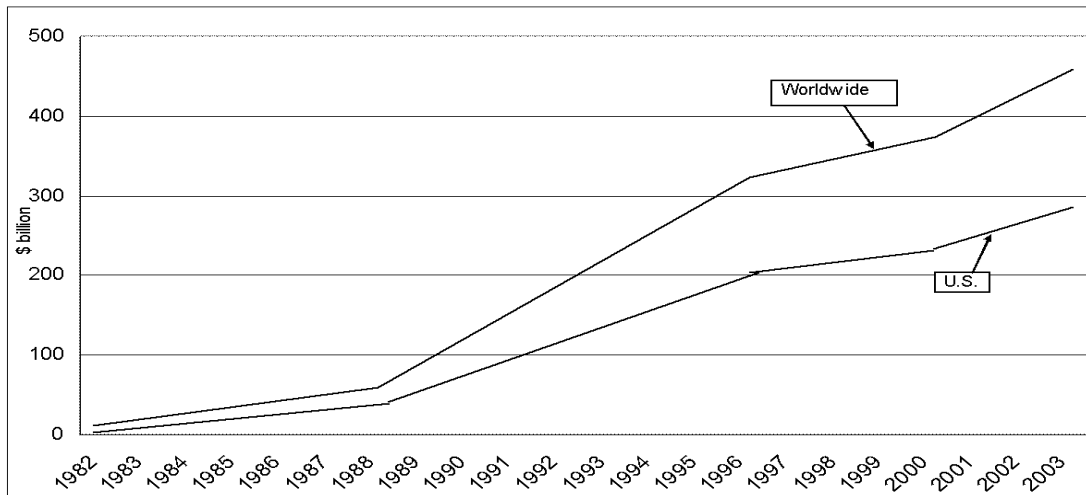
<sup>2</sup> International Anticountrefeiting Coalition (IACC) **Just How Bi Gis The Countrefeiting Problem?** Op Cit.

مقبولة لتقليد السلع والمنتجات التي تلقى رواجاً وقبولاً لدى جمهور المستهلكين ، سعيًا لتحقيق مكاسب سريعة دون النظر إلى تداعيات هذا الموضوع السلبية التي قد تؤثر بشكل سيء على الاقتصاد القومي.<sup>1</sup> وبذلك فإن ظهور التكتلات الاقتصادية في ظل العولمة وما رافقها من انفتاح اقتصادي وتحرير للتبادل التجاري ومنافسة حادة بين المنتجات الوطنية والأجنبية وغيرها من العوامل، شكل مجموعة من التطورات الاقتصادية المتلاحقة التي أدت إلى ظهور عدة ظواهر سلبية يشكل الغش التجاري والتقليد أكثرها تأثيراً على اقتصاديات البلدان النامية.

فالملاحظ أنه كلما زاد حجم التجارة الدولية زادت نسبة السلع المقلدة وتفاقت خسائرها أكثر، وحسب غرفة التجارة الدولية قدرت حجم السلع المقلدة بعد عام من اتفاقية انشاء منظمة التجارة العالمية أي عام 1996 من 5 إلى 7 % من حجم التجارة العالمية بعد أن شهد حجم التجارة العالمية انتعاشاً من 3.5 تريليون دولار عام 1990 إلى 5.3 تريليون دولار عام 1996 إلى 7.0 تريليون دولار عام 2000 .

### شكل رقم (23) تقديرات التقليد في العالم والولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة 1982-2003

بيليون دولار



Source :William C. Thompson.Jr Comptroller, Op Cit, P 5.

Organization for Economic Cooperation and Development في حين أنه خلال عم 1998 قدرت مؤسسة أخرى تدعى

أن حجم السلع المقلدة يقدر بـ 9 % من حجم التجارة العالمية ذلك

<sup>1</sup> William C. Thompson.Jr Comptroller,.,**Bootleg Billions,The Impact Of The countrefeit Goods Trade On New York City**,City of New York, Office Of The Comptroller, November, 2004,P 5.

أن حجم المحجوزات منها في كل من الولايات المتحدة، اليابان و أوروبا شهدت ارتفاعا سريعا حتى أنها تضاعفت في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها خلال الفترة 2001-2003 في حين تضاعف 5 مرات في اليابان بشدة خلال نفس الفترة.<sup>1</sup>

### خاتمة:

التقليد ظاهرة قديمة إذ ظهرت في العديد من الحضارات القديمة كالحضارة اليونانية، المصرية والرومانية، وقد ساهمت العديد من الأسباب في تطورها من البعد المحلي إلى البعد العالمي بعدما انتقلت من الأعمال الحرفية إلى الأعمال الصناعية، وحتى الوقت الحالي لا توجد إحصاءات دقيقة عن حجمها عالميا لكن الأرقام التقديرية تبين أنها تزيد عن 10%. وتعرف هذه الظاهرة على أنها عمل غير مشروع ولو كان بحسن نية يقوم على استغلال إحدى عناصر الملكية الفكرية المحمية دون وجه حق، وهناك العديد من النظريات الاقتصادية التي تحاول تفسير هذه الظاهرة ولو في جزء منها مثل نظرية دورة حياة المنتج، الفجوة التكنولوجية ، وأخرى حاولت تفسير سلوك المستهلك اتجاه السلع المقلدة سواء من حيث عقلانيته مثل نظرية المخاطر المتوقعة، نظرية العلامة... إلخ، أو عدم عقلانيته مثل نظرية الأهداف.

<sup>1</sup> Ibid , P5.

أما عن مصدر هذه السلع الغير شرعية فإنه لا يمكن تحميل دولة واحدة المسؤولية لأنها أصبحت منتشرة في كل مكان غير أن الدول الآسيوية خاصة الصين تأتي في المراتب الأولى وتسمى امبراطورية التقليد في العالم، و بذلك أصبح التقليد يمس كافة السلع دون استثناء لكن بدرجات متفاوتة. ولعل السبب الرئيسي في تفاقم تجارة السلع المقلدة يعود للاتجاه المتزايد نحو مزيد من الانفتاح الاقتصادي وتحرير التجارة الخارجية، وقد أثبتت العديد من الدراسات بأن هناك علاقة موجبة بين تحرير التجارة وتفاقم ظاهرة السلع المقلدة إذ بدأت تظهر السلع المقلدة وتنتشر على مستوى العالم بأكمله منذ تشكيل منظمة التجارة العالمية وسهولة الوصول إلى الأسواق العالمية.

الفصل الثاني:  
آثار تجارة السلع المقلدة على  
اقتصاديات الدول وطرق  
الحد منها ومحاكمتها



## تمهيد:

تعتبر ظاهرة التقليد مشكلة متفاقمة يوماً بعد يوم ليس فقط في البلدان النامية فقط بل حتى في البلدان المتقدمة ويترتب عليها آثار وانعكاسات ضارة ليس على صحة وسلامة الانسان والحيوان والبيئة إنما أيضاً على صعيد الاستقرار والتجارة والاقتصاد فضلاً عن إضراره بسمعة الدولة الانتمائية، لذا فهي تشكل تهديدات كبيرة على كل المستويات الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية.

ونظراً لخطورة هذا النوع من السلع من لثافة النواحي فإنه على دول العالم بصورة عامة سواء الدول النامية أو متقدمة التصدي لهذه الظاهرة، إلا أنه يجب ملاحظة أن دور الدولة وحده لا يكفي لمواجهة ومكافحة جرائم التقليد، ومن هنا ظهرت أهمية دور المنظمات الدولية وجمعيات حماية المستهلك التي تعتبر منظمات حيادية تطوعية لا علاقة لها بالدولة يؤسسها نشطاء المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية، والعلمية والمتخصصين في المجالات المختلفة، الاتحادات المختلفة، النقابات وغرف التجارة والصناعة، بالإضافة إلى دور الشركات والمؤسسات من خلال حماية علاماتها التجارية باستعمال عدة طرق كالتقنيات التكنولوجية.

وسنتناول في هذا الفصل المباحث التالية:

- المبحث الأول: آثار السلع المقلدة السوسيو-اقتصادية.
- المبحث الثاني: آثار السلع المقلدة على أصحاب الحقوق والملك الشرعيين.
- المبحث الثالث: آثار السلع المقلدة على المستهلك والحكومة.
- المبحث الرابع: مكافحة تجارة السلع المقلدة عبر العالم.

المبحث الأول: آثار السلع المقلدة السوسيو-اقتصادية.

حتى الآن لم يجر أي تحليل كمي دقيق لقياس حجم التقليد على المستوى الكلي، مع وجود دراسات حاولت دراسته على المستوى الجزئي على مستوى قطاع معين، وحتى داخل القطاع الواحد نلاحظ أن كل صناعة هي فريدة من نوعها.

والجدول التالي يضم أغلب الآثار السوسيو-اقتصادية المحتملة لظاهرة تقليد السلع على المستوى الكلي في المدى القصير، المتوسط والطويل.

جدول رقم (6) الآثار السوسيو-اقتصادية لظاهرة تقليد السلع.

| شرح الآثار  | متوسطة و طويلة المدى        | قصيرة المدى |
|---|-----------------------------|-------------|
| <p>_ تخفيض الحوافز على الابتكار.</p> <p>_ الآثار السلبية المحتملة على معدلات النمو على المدى المتوسط والطويل</p>                    | <p>_ الابتكار و النمو</p>   |             |
| <p>_ زيادة في تدفق الموارد المالية إلى الشبكات الإجرامية وبالتالي زيادة نفوذهم في مختلف الاقتصادات.</p>                             | <p>_ الأنشطة الإجرامية.</p> | لا توجد     |
| <p>_ المنتجات المخالفة دون المستوى يمكن أن يكون لها آثار بيئية سلبية.</p> <p>_ التخلص من المنتجات المقلدة له عواقب بيئية خطيرة.</p> | <p>_ البيئة.</p>            |             |
| <p>_ التحول من العمل من أصحاب الحقوق للشركات المتعدية، حيث ظروف العمل سيئة وأقل أجرا.</p>   | <p>_ العمل.</p>             |             |

|   |                                     |  |
|---|-------------------------------------|--|
| <p>_ تأثيرات سلبية على مستويات تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛</p> <p>_ تأثير محتمل على هيكل الاستثمار الأجنبي المباشر.</p> | <p>_ الاستثمار الأجنبي المباشر.</p> |  |
| <p>_ الآثار السلبية على التجارة في المنتجات حيث مخاوف الصحة والسلامة مرتفعة.</p>  | <p>_ التجارة.</p>                   |  |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

Karoline Krissi, **Contrefaçon Des Médicaments Et Stratégies Technologique Pour Sécuriser La Chaîne D'approvisionnement Pharmaceutique**, Mémoire Présenté En Vue De L'obtention Du Diplôme De Maitrise Es Sciences Applique(Génie Industriel), Université De Montréal, 2010, P14.

يتضح من خلال الجدول أن لنشاط التقليد الكثير من الآثار السلبية السوسيو- اقتصادية وتشمل:

التجارة، الاستثمار الأجنبي المباشر، العمل، البيئة، النشاط الإجرامي، الابتكار والنمو بالإضافة إلى آثار أخرى، إلا أن هناك دراسات قليلة فقط التي قامت بمحاولة تقييم تلك الآثار العامة على الاقتصادات وأخرى اكتسبت رؤى من الدراسات التجريبية التي تدرس آثار حقوق الملكية الفكرية (IPR) على نطاق الاقتصاد.

**المطلب الأول: أثر التجارة في السلع المقلدة على الابتكار، الأمن والبيئة.**

تؤثر تجارة السلع المقلدة على كافة الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وتتعدى آثارها الإضرار بسمعة الشركة المنتجة والتأثير على أرباحها، إلى نواح أخرى اقتصادية واجتماعية متداخلة منها: أنشطة الابتكار والنمو، الأمن والبيئة.

## الفرع الأول: الأثر على الابتكار والنمو.

يعد الابتكار محرك النمو الاقتصادي و بالتالي تحقيق الصالح الاجتماعي، ويتم تحفيز ذلك من خلال استغلال وتطوير الأفكار الخلاقة المبدعة بالمنتجات والعمليات الجديدة وحمايتها من خلال براءات الاختراع التي تعد أقوى أشكال الحماية أو بحقوق الطبع والتصاميم والعلامة التجارية التي تعد مع حقوق الطبع أضعف أشكال الحماية.

ويؤدي انتشار ظاهرة التقليد إلى خلق بيئة غير سليمة للإبداع الثقافي والاختراع وبالتالي كمثبط للانخراط في العمل الإبداعي والبحث العلمي بالإضافة إلى هجرة الكفاءات البشرية المبدعة والمخترعة وذلك لشعورهم بضياع حقوقهم واستغلالها من قبل الغير بدون وجه حق، وهذا بدوره يؤثر على الجانب الثقافي والحيوية الاقتصادية والتنمية في البلد.<sup>1</sup>

وهناك بعض الدراسات التي درست العلاقة بين التقليد والابتكار عن طريق استخدام مؤشر النمو الاقتصادي للتعبير عن الابتكار منها:<sup>2</sup>

- دراسة **Bezma And Depken (2005)**: وتتعلق بقرصنة البرمجيات خلال ثلاث سنوات (1995،

2000، 2002) في 77 دولة متطورة باستخدام مؤشر التنمية البشرية للولايات المتحدة

الأمريكية، وخلصت الدراسة أن هذا المؤشر ينخفض في هذا القطاع بسبب التقليد.

- دراسة أخرى قام بها **Simon-Fraser**: باستخدام مؤشر الحرية الاقتصادية والنتائج المحلي

الإجمالي، و تشير النتائج إلى أن قرصنة البرمجيات تؤثر سلبا على التنمية الاقتصادية على الأقل

في المدى القصير.

<sup>1</sup>WIPO,What Are The Economic And Social Consequences Of Counterfeiting And Piracy?  
<http://www.wipo.int/enforcement/en/faq/counterfeiting> 12-01-2014 9h :21m

<sup>2</sup> OECD(2008),Op Cit, PP 137-138.

-دراسة CEBR (2000): تدرس آثار التقليد على صناعات مختارة في دول الاتحاد الأوروبي استنادا إلى تقديرات الاستثمارات الضائعة ، وتبين أن هذه الأخيرة لها تأثير سلبي على الناتج المحلي الإجمالي في منطقة اليورو.

-دراسة مجموعة ALENN الاستشارية (2003): في الاقتصاد الأسترالي مع التركيز على ألعاب البرمجيات، الكمبيوتر، ألعاب الفيديو، واستخلصوا أنه: بتخفيض التقليد في هذه الصناعات بـ 33% خلال 5 سنوات فهذا من شأنه أن يرفع GDP بـ 41 مليون دولار أسترالي سنويا.

-دراسة IDC: أشارت نتائج هذه الدراسة أن انخفاض التقليد في البرمجيات بنسبة 10% من شأنه أن يرفع الناتج العالمي بـ: 400 بليون دولار أمريكي.

مما سبق يتضح وجود تأثير لتجارة السلع المقلدة على الابتكار من خلال التأثير على مستوى النمو الاقتصادي، وذلك لوجود ارتباط بين الابتكار والنمو حيث عادة ما يستعمل الابتكار للتعبير عن النمو، ومنه فوجود تأثير لتجارة السلع المقلدة على النمو الاقتصادي يعني وجود تأثير غير مباشر أيضا على حجم الابتكار.

#### الفرع الثاني: الأثر على زيادة الأنشطة الإجرامية.

أدت أنشطة التقليد إلى جذب انتباه الشبكات الإجرامية من خلال أنها أنشطة مربحة للغاية مع تحمل مخاطر منخفضة نسبيا، وتعد مصدر قلق للحكومات إذ يمكن أن تقوض أركان المجتمع والنظام العام، كما أنها تجعل الاقتصاد مفرغا للسلع الغير شرعية وإيراداتها قد تؤدي للحفاظ على مزيد من النشاطات الإجرامية و الجريمة المنظمة.<sup>1</sup>

كما أن التجارة في المنتجات المقلدة تفوقت على الاتجار في احمدرات على مستوى العالم التي تجاوزت قيمتها 400 مليار دولار سنويا، كما أن العائدات من بيع المشروبات الكحولية المقلدة والأسطوانات

<sup>1</sup> Bernard Iory, Contrefaçon DE Médicaments Et Organisations Criminelles, Rapport D'étude, Institut International De recherche Anti- Contrefaçon De Médicaments, PP 23-24.

المضغوطة وأقراص الفيديو الرقمية (دي في دي) المقلدة والسلع الاستهلاكية ذات العلامات الشهيرة المقلدة يمكن أن تمول الجماعات الارهابية في كل أنحاء العالم لأن هذه الأنشطة عالية الربحية وقليلة المخاطر،<sup>1</sup> وإذا كانت نسبة ربح تاجر المخدرات تصل إلى 400%، فإن نسبة ربح تاجر المواد المقلدة تصل إلى 1000%، كما أثبتت الدراسات بوجود علاقة بين التقليد وممارسة بعض العمليات غير المشروعة، ذلك أن جزء من الأرباح التي يجنيها تجار السلع المقلدة تذهب لتمويل مثل تلك العمليات،<sup>2</sup> والجدول التالي يبين بعض ذلك:

جدول رقم (7) أمثلة عن العلاقة بين الشبكات الإجرامية والتقليد.

| المجموعة الإجرامية   | الأعمال   |
|--|---|
| الثلاثي الآسيوي Asian Triands  | بيع نسخ DVDs المقرصنة في لندن.                                      |
| المجموعة الإيرلندية Irish Groupe   | ملابس الأطفال المقلدة، البطاريات المقلدة، المخدرات، تتشط في إيرلندا |
| المجموعة الإسرائيلية ذات الأصول الروسية Israel Groupe With Russian Origins | بيع المنتجات المقلدة في اليابان                                     |
| عصابة إيطالية وشرق أوروبا Italian And Eastem European Gangs                | استيراد نسخ CDs المقلدة إلى إيطاليا                                 |
| الماфия الروسية Russian mafia  | بيع نسخ CDs المقلدة في لندن   |

Source: OECD (2008), Op Cit, P88.

من الجدول يتضح أن العديد من العصابات والمجموعات الإجرامية عبر العالم لها علاقة ببيع السلع المقلدة، من تلك العصابات: العصابة الآسيوية، الإيطالية والروسية التي تختص تقريبا في التسجيلات الموسيقية والأفلام، العصابة الأيرلندية والاسرائيلية التي تختص ببيع كل المنتجات منها: ملابس الأطفال، بطاريات الهواتف وغيرها.

<sup>1</sup> مانيلا رويترز، خبراء يحذرون من رواج تجارة السلع المقلدة بسبب الأزمة، مجلة القدس العربي، صفحة اقتصاد و مال، السنة 21، العدد 6204، دون ذكر البلد، ص 14. تاريخ النشر 17-16 ماي 2009 تاريخ الإطلاع 17-16 ماي 2013.  
<sup>2</sup> قاسم غالب الصرايرة، مرجع سابق، ص 20.

الفرع الثالث: الأثر على البيئة.

إن استعمال السلع المقلدة يلحق ضرراً بالغاً بالبيئة نظراً لعدم وفاء المنتج بالمواصفات والمعايير المتعلقة بالبيئة وذلك من خلال:

- مصادرة السلع المقلدة يثير الكثير من القضايا حول البيئة نتيجة أنها تمثل نفايات كبيرة تؤدي إلى أضرار بالغة على البيئة وعملية التخلص منها خصوصاً السلع الإلكترونية والغذائية أو إعدامها كإتلاف بطاريات أجهزة الهاتف المحمول ذات الآثار البيئية الخطيرة بالإضافة إلى تكاليف تلك العملية<sup>1</sup>.

- استعمال المنتجات المقلدة والتي تكون دون المستوى المطلوب يكون مدمراً للبيئة مثال ذلك صناعة المواد الكيميائية، وقد قدمت مؤسسة (Croplife And DuPent) أمثلة عن ذلك من خلال استخدام الأسمدة المقلدة في المحاصيل الزراعية وما تسبب في تدمير المحاصيل في مناطق واسعة من العالم مثل الصين، روسيا، أوكرانيا، إيطاليا،... إلخ.<sup>2</sup>

- كما أن فكرة إعادة تصدير تلك السلع إلى دول أخرى تعد في حد ذاتها أمراً خطيراً، فهي تعني نقل الأخطار إلى مناطق أخرى من العالم،<sup>3</sup> وهو أمر غير إنساني، فضلاً عن أن إعادة التصدير تظهر أن الدولة تعد مصدراً للبضائع المقلدة، ما يؤثر سلباً في سمعتها بين الأسواق.<sup>4</sup>

وتتفاقم آثار هذه السلع المقلدة على البيئة خاصة في الدول النامية، ذلك أن قضايا البيئة لا تحظى باهتمام كبير نظراً لاختلاف سلم أولوياتها، حيث يعد إشباع الحاجات الرئيسية لسكانها من غذاء وماء ومسكن... إلخ من الأولويات على عكس دول العالم المتقدم التي تعطي تركيزاً كبيراً على القضايا البيئية المختلفة.

<sup>1</sup> شبكة المستهلك العربي، ظاهرة الغش وأثرها الاقتصادي والحي على المستهلك والمجتمع، متاح على الموقع <http://www.arbcon.net> تاريخ الإطلاع 2014-01-29 9:25 د

<sup>2</sup> OECD (2007), Op Cit , P17.

<sup>3</sup> جمارك الإمارات العربية المتحدة، هيئة الجمارك دعت أصحاب العلامات التجارية إلى المبادرة بتقديم المعلومات ، متاح على الموقع <http://www.customs.ae/Ar> تاريخ الإطلاع 2014-01-20 16:48 د

<sup>4</sup> أحمد عبد الخالق، أحمد بديع بليح، تحرير التجارة العالمية في دول العالم النامي، الدار الجامعية، مصر، 1، 2002، ص 243.

## المطلب الثاني: أثر التجارة في السلع المقلدة على العمالة.

من الآثار السوسيو اقتصادية الأخرى التي يؤثر عليها التقليد نجد حجم العمالة، ذلك أن العمل هو

واحد من عوامل المدخلات الرئيسية في الإنتاج، وتحولات العمالة من العمل الشرعي إلى أطراف

المخالفة وإنتاج السلع المقلدة قد يؤدي إلى خسارة أو ضرر للمؤسسات الشرعية، ناهيك أن العمال الذين

تم تسريحهم بسبب إفلاس المؤسسة من الصعب عليهم إيجاد عمل آخر، والأقلية منهم التي تجد عملا

جديدا تصدم بأن الأجرة متدنية وهو ما يحدث في الدول المتقدمة.

وإذا أضفنا البيئة التي تعمل فيها هذه العمالة فإنه ستظهر مخاطر أخرى مصاحبة تتعلق بالأمن والسلامة

والصحة ( ملحق رقم 4 )، إذ تتأثر صحة العمال من ناحية التناسق العضوي، القوة، البصر والسمع

وذلك مثل الجروح والكدمات الجسدية، الوقوع من أماكن مرتفعة، الخنق من جراء الغازات السامة،

صعوبة التنفس، النزيف، التعرض لمؤثرات كيميائية وبيئية، أبخرة، غبار سام... إلخ، قد تؤدي إلى

إلتهابات جلدية، أو حدوث حروق، أمراض الدم، السرطان والتسمم، كلها أمور قد تصادف العاملين في

تقليد السلع لأنها ورش سرية لا تتوفر على أدنى مقومات الأمن والسلامة، ناهيك أن هؤلاء العمال في

بعض الدول لا يتم معالجتهم في المستشفيات الحكومية لعدم التأمين الصحي عليهم، كما يتعرضون لعاهات

أو عجز جزئي أو كلي دون حصولهم على التعويض.<sup>1</sup>

وغالبا ما تستخدم تلك المعامل السرية الأطفال لرخص رواتبهم ولسهولة توجيههم في الأعمال غير

المشروعة، ما يؤدي إلى إصابة هؤلاء الأطفال - بالإضافة إلى الأخطار السابقة - بالشيخوخة المبكرة

والاكتئاب، انخفاض الاحساس باحترام الذات، فقدهم للارتباط الأسري وتقبل الآخرين وذلك جراء بعدهم

عن الأسرة ونومهم في مكان العمل وتعرضهم للعنف من قبل صاحب العمل، كما يتأثر التطور المعرفي

لهؤلاء الأطفال ويفقدون قدراتهم الاستيعابية والابداعية، ما سيكون له تأثير أكيد على رأس المال البشري

لتلك الدولة والذي ينعكس على النمو الاقتصادي، ذلك أن الأطفال يمثلون قوة العمل المستقبلية واستخدامهم

<sup>1</sup>محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2014، ص ص 82-84.



في الأعمال غير المشروعة يعني القضاء عليهم لأنهم يفقدون القدرة على العمل في الأعمال الفنية والمهاراتية التي تتطلب تدريباً علمياً وتكنولوجياً مما يؤدي إلى تدمير القوة العاملة المستقبلية.<sup>1</sup>

وهناك العديد من الدراسات التي تناولت أثر التقليد على العمل منها:<sup>2</sup>

- دراسة CEBR توصلت لنتيجة مفادها أن السلع المقلدة لها تأثير على حجم العمالة حيث تتسبب في ضياع 17000 وظيفة وذلك في أربع نماذج صناعية.

- دراسة مجموعة ALLEN الاستشارية توقعت أن انخفاض التقليد بـ 33% خلال خمس سنوات هذا من شأنه أن يعزز فرص العمل بتوفير 403 وظيفة بالدوام الكامل وبدوام جزئي.

- دراسة IDC: لصناعة البرمجيات وفقاً لتقديراتهم بانخفاض قدره 10 نقاط لنشاط التقليد في جميع أنحاء العالم أي 30%- 40% خلال أربع سنوات فهذا من شأنه أن يساهم في توفير 1.5 مليون وظيفة.

- كما قدرت دراسة صناعة السينما الأمريكية أن هناك خسارة لـ 120085 وظيفة في مجال الصناعة السينمائية الأمريكية و 20945 وظيفة في قطاعات أخرى بسبب التقليد.

و حسب بعض الإحصاءات الدولية فإنه:<sup>3</sup>

- يتسبب في فقدان 30000 إلى 40000 وظيفة في فرنسا وحدها كل عام .

- كما قدرت خسارة الاتحاد الأوروبي بـ 186600 وظيفة عام 2008 و ذلك بسبب التقليد.

**المطلب الثالث: أثر التجارة في السلع المقلدة على الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة.**

تتجاوز آثار السلع المقلدة إلى الأضرار ب تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الداخلة والخارجة،

بالإضافة إلى تأثيره على التجارة من خلال التأثير على الصادرات والواردات.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 84.

<sup>2</sup>Karsten Olsen, Op Cit, PP 11-12.

<sup>3</sup> Comité Colbert, Op Cit, P12 .

## الفرع الأول: الأثر على الاستثمار الأجنبي المباشر.

لقد تم إجراء دراسة لتحليل العلاقة بين ظاهرة التقليد والاستثمار الأجنبي المباشر باستخدام نموذج قياسي عن طريق الاستعانة بمؤشر ATRIC لثلاث اقتصاديات الكبرى التي تعد المصادر الرئيسية للاستثمار الأجنبي المباشر في العالم وهي: ألمانيا، اليابان، الولايات المتحدة الأمريكية، ووجد أن ارتفاع الاستثمار الأجنبي المباشر من هذه الدول قد ارتبط إيجابيا مع انخفاض معدلات التقليد والقرصنة في الاقتصاديات المستقبلية للاستثمارات.<sup>1</sup>

غير أن هناك دراسات أخرى ترى أن هذا المؤشر كان يفسر جزءا صغيرا من تقلبات الاستثمار الأجنبي المباشر وترى أنه لا علاقة بينهما، مثال ذلك دراسة A.T. Kearny (2005) التي بينت أن آثار حماية حقوق الملكية الفكرية يمكن أن تكون كبيرة في تحديد مواقع الاستثمار والتي ليست سوى جزء من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، وهذا يؤكد الحاجة إلى مزيد من التفاصيل في إجراء الدراسة، ذلك أن هناك عوامل عدة تعتبر على قدر من الأهمية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر منها نوعية العمل وتكلفة الاستثمار فلو أخذنا مثلا دولة الصين فهي تعد امبراطورية التقليد في العالم أي المصدر رقم واحد للسلع المقلدة ومع ذلك هي من أكبر المتلقين للاستثمار الأجنبي في العالم.<sup>2</sup>

## الفرع الثاني: الأثر على التجارة.

لا توجد دراسات كثيرة تدرس العلاقة بين حجم التقليد والتجارة ويرجع ذلك جزئيا إلى عدم وجود بيانات كافية، وقد قامت منظمة OECD بمحاولة لدراسة هذه العلاقة باستخدام مؤشر ATRIC غير أنه لم يعط نتيجة قاطعة عن أي قوة ارتباط محتمل بينهما، وبينت في الأخير أن الاقتصادات المعروفة بكونها مصدرا للسلع المقلدة تعاني من انخفاض صادراتها من ذات السلع التي تعرضت للتقليد.

<sup>1</sup> OECD(2008), Op Cit, P 141.

<sup>2</sup> Ibid, PP 141-142.

أما الدراسات التي تناولت شق الواردات فهناك دراسة استخدمت منهج الجاذبية حيث تم فحص الاقتصادات و درجة نشاط التقليد من خلال دولة الولايات المتحدة الأمريكية حيث كانت كمية ونوعية البيانات عالية مع التركيز على قطاع الأدوية، فأشارت النتائج إلى أن التقليد يرتبط سلباً مع حجم واردات الولايات المتحدة الأمريكية من الأدوية.<sup>1</sup>

أما الدراسات الأخرى التجريبية ذات الصلة فقامت بدراسة العلاقة بين أنظمة حقوق الملكية الفكرية والتجارة والجدول التي يذكر بعضها منها:

**جدول رقم (8) نتائج بعض الدراسات التي تناولت العلاقة بين التقليد والتجارة.**

| الدراسة:                   | النتائج الرئيسية:   |
|----------------------------|---|
| Maskus and Penubarti, 1995 | الحماية القوية لبراءات الاختراع لها تأثير إيجابي على تدفقات التجارة.  |
| Primo Braga and Fink, 1999 | الحماية القوية لحقوق الملكية الفكرية لها تأثير إيجابي على تدفقات التجارة.   |
| Smith, 1999                | صادرات الولايات المتحدة الأمريكية ضعيفة نحو البلدان التي تشكل تهديداً قوياً بسبب ضعف حقوق الملكية الفكرية.                  |
| Smith, 2001                | مبيعات الولايات المتحدة الأمريكية من التراخيص التابعة لها أقوى نحو الاقتصادات التي تتمتع بحماية قوية لحقوق الملكية الفكرية. |

**Source:** OECD( 2008) ,Op Cit, P 141.

من الجدول نلاحظ أنه في ظل قلة الدراسات التي تناولت العلاقة بين التقليد والتجارة لنقص البيانات الكافية، فإن هذه الدراسات ( في الجدول) ربطت بين حماية حقوق الملكية الفكرية خاصة براءة الاختراع وتدفقات التجارة وخلصت أن هذه الأخيرة تزيد من / إلى بلد ما كلما زاد فيها حماية حقوق الملكية الفكرية.

**المبحث الثاني: آثار السلع المقلدة على أصحاب الحقوق والملاك الشرعيين.**

هناك العديد من الانعكاسات التي تسببها تجارة السلع المقلدة على أصحاب الحقوق والملاك الشرعيين، والتي قد لا تقتصر عليهم فقط إذ يمكن أن تمتد لتشمل أطرافاً أخرى مشاركة في إنتاج وتوزيع السلع المشروعة مثل الموزعين وتجار التجزئة... إلخ، والجدول التالي يوضح بعض تلك الآثار:

<sup>1</sup> موقع الجمارك السعودية، <http://www.customs.gov.sa/CustomsNew/> تاريخ الإطلاع 2014-04-22 23:54

جدول رقم (9) آثار تجارة السلع المقلدة على أصحاب الحقوق والملك الشرعيين.

| شرح الآثار   | في المدى المتوسط   | في المدى القصير                         |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>_ الحد من حجم المبيعات.</li> <li>_ الضغوط الهبوطية على أسعار السلع والمنتجات.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ حجم المبيعات والأسعار.</li> </ul>             | <p>حجم المبيعات والأسعار. الإتاوات.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>_ تأكل قيمة الشركة والعلامة التجارية.</li> <li>_ تقلص تدفق الإتاوات المستحقة لأصحاب الحقوق.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ قيمة العلامة التجارية وسمعة الشركة</li> </ul> |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>_ الآثار السلبية للبحث والتطوير والأنشطة الإبداعية الأخرى .</li> <li>_ انخفاض الاستثمارات على مستوى الشركات.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ الاستثمار على مستوى الشركات</li> </ul>        |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>_ تحتسب تكاليف: أعمال التحقيق، مبادرات التوعية العامة، المساعدة التقنية إلى الحكومات، التقاضي لمكافحة التعديات، تعديلات على منتجات التعبئة والتغليف لردع عمليات التقليد.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ تكاليف مكافحة التقليد والقرصنة</li> </ul>     |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>_ تقليص عمليات أصحاب الحقوق.</li> <li>_ زيادة خطر الخروج من قطاع الأعمال.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ نطاق العمليات</li> </ul>                      |   |

Source : Karoline Krissi, Op Cit, P P 14-15.

من خلال هذا الجدول يتبين أن أثر السلع المقلدة على أصحاب الحقوق منها ما هو في المدى القصير مثل: الأثر على حجم المبيعات و الإتاوات، وآثار أخرى على المدى المتوسط والبعيد مثل: الأثر على حجم المبيعات، قيمة العلامة، نطاق العمليات وزيادة تكاليف محاربة القرصنة.

**المطلب الأول: أثر السلع المقلدة على حجم المبيعات، الأسعار وقيمة العلامة التجارية.**

يؤثر التقليد على الشركات القانونية فيجعلها تعاني خسارة مباشرة في حجم المبيعات ، في حين أن انتهاك براءات الاختراع يخلق المزيد من الضغوط شبه تنافسية لمالكي الحقوق من خلال التأثير على أسعار تلك المنتجات وهو ما يترجم إلى حصة أصغر في السوق.

### الفرع الأول: انخفاض في المبيعات.

إن الآثار الناتجة عن مبيعات المنتجات التي تتضمن تعدي على حق المؤلف أو العلامة التجارية تعتمد إلى حد كبير على: خصائص المنتجات التي تم تقليدها ، درجة خداعها ونوعيتها، مقارنة بالمنتج الحقيقي، وبذلك تتكون الخسارة في حجم المبيعات من عنصرين:<sup>1</sup>

- خسارة المبيعات في حالة أن المستهلكين يقومون باقتناء السلع المقلدة مع الاعتقاد أنها حقيقية.
- خسارة قيمة المبيعات في حالة أن المستهلكين يقومون باقتناء السلع المقلدة عن قصد بدلا من المادة الأصلية بسبب انخفاض سعر الأولى مقارنة بالثانية.

### الفرع الثاني: سعر الضغط.

تتحمل المؤسسات مجموعة من التكاليف منها تكاليف ذات صلة بإنشاء عمليات ومنتجات جديدة (مثل تكاليف البحث والتطوير،... إلخ)، ومنها تكاليف الالتزام بالمعايير والمواصفات المطلوبة للجودة والإتقان وهذا يؤدي إلى زيادة التكلفة وزيادة السعر في السوق<sup>2</sup>، في المقابل نجد أن المقلدين والقراصنة لا يتحملونها وبذلك هم قادرون على بيع منتجات مربحة بأسعار أقل، وهذا من شأنه أن يخلق ضغوطا هبوطية على أسعار أصحاب الحقوق والملاك الشرعيين في الأسواق وتدفعهم إلى تخفيض أسعار منتجاتهم وبالتالي تقليل أرباحهم أو خسارتهم.<sup>3</sup>

### الفرع الثالث: أثر السلع المقلدة على قيمة العلامة التجارية وسمعة الشركة.

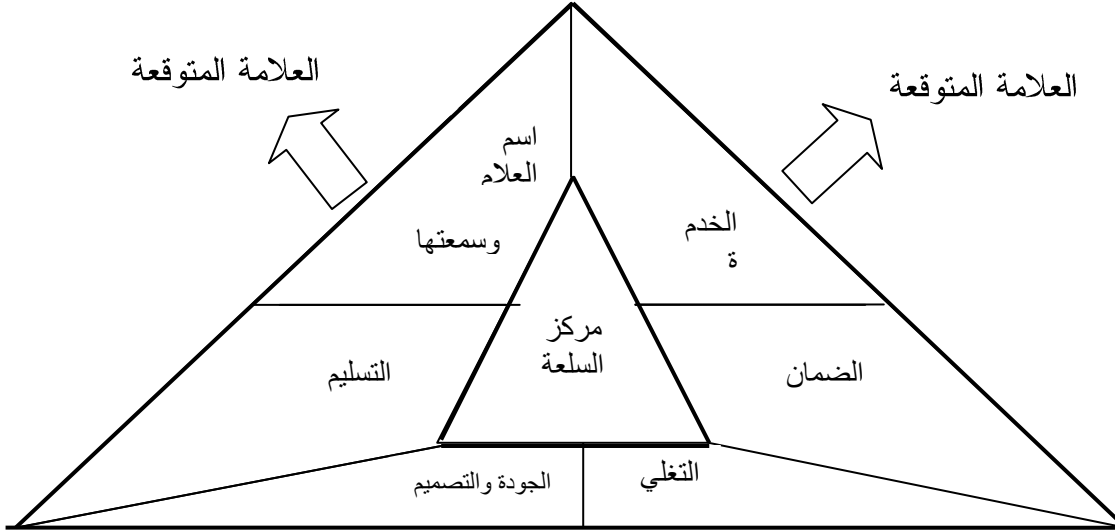
لتحقيق الفوائد من استخدام علامة تجارية لشركة ما وبالتالي زيادة حجم الأرباح، يجب دراسة العوامل التي تؤثر في عملية تمييز العلامة وتستطيع أن تزيد من الربحية، لذلك يجب أن توضع استراتيجية لتصميم واستخدام العلامة التجارية وحتى يتحقق ذلك يجب أن يتوفر في تصميمها عملية الابداع والابتكار والتي يجب أن يكون محورها السلعة كما في الشكل التالي:

<sup>1</sup> OECD ( 2007),Op Cit, P 47.

<sup>2</sup> WIPO, Op Cit.

<sup>3</sup> شبكة المستهلك العربي، مرجع سابق.

شكل رقم (24) الابداع في تصميم العلامة التجارية



المصدر: أمين عبد العزيز، استراتيجيات التسويق في القرن الواحد والعشرين، دار قباء، مصر، 2001، ص 192.

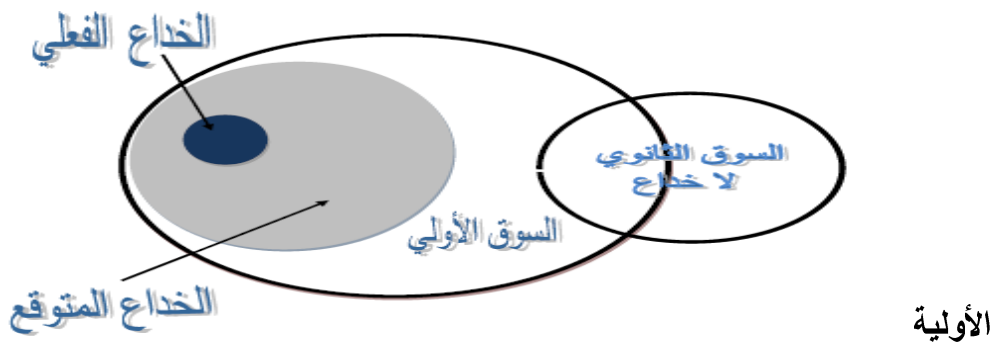
كما هو ملاحظ من الشكل فإن عملية التمييز التي يجب أن تعكسها العلامة التجارية الخاصة بسلعة معينة لا بد أن تشمل العناصر التالية:<sup>1</sup>

- **الجودة، التصميم والتغليف:** عناصر مهمة في نجاح أو فشل تمييز العلامة ويجب أن تعكس الاحتياجات الأساسية المتوقعة من جانب العملاء، وكلما كانت هذه العناصر جيدة ومتماشية مع أذواق ورغبات المستهلكين، فإن المؤسسة صاحبة العلامة يمكن أن تحصل على حصة أكبر في السوق وبالتالي ربحية عالية.
- **الخدمة، التسليم والضمان:** كلما كانت المعاملة التي يحضى بها العميل من البائع جيدة، بالإضافة إلى التسليم الجيد وفي الوقت المناسب والحصول على خدمة ضمان أكيدة، كلها عوامل تساهم في تحقيق تمييز للعلامة التجارية وبقاء أثرها في أذهان العملاء.
- **الاسم والسمعة:** إن اسم العلامة التجارية أهم كل العناصر ذلك لارتباطهما في أذهان العملاء بالجودة وبالتالي بناء صورة ذهنية قوية لتلك العلامة.

<sup>1</sup> أمين عبد العزيز، مرجع سابق، ص ص 193-194.

ومنه فإن وجود سلع مقلدة في سوق المنتجات الأصلية من شأنه أن يخلق مع مرور الوقت ضرراً على قيمة العلامة التجارية وسمعة الشركة صاحبة المنتجات الحقيقية، ففي حالة مستهلكين يتعرضون للخداع وهم يعتقدون أنهم اقتنوا سلعة حقيقية فإنهم في حالة تضررهم من السلعة المقلدة سيلقون اللوم على الشركة الأصلية، كما أنهم قد يعزفون عن شراء منتجات أخرى لنفس الشركة ناهيك عن احتمال إيصال معلومات خاطئة إلى مستهلكين آخرين، وهذا ما أشار إليه Akerloff (1970) عندما أشار أن المستهلكين يخفضون ويقللون من تقييم منتج معين لأنهم يتوقعون أنه في بعض الحالات قد يكون أقل جودة، والجدول التالي يوضح الآثار الديناميكية للخداع.<sup>1</sup>

شكل رقم ( 25 ) الآثار الديناميكية للخداع في السوق



Source : OECD(2008), Op Cit ,P 145

الشكل يوضح سيناريو ديناميكي عندما يتوقع جزء كبير من المستهلكين أن يتعرضوا للخداع على الرغم من أن النطاق الفعلي للخداع صغير نسبياً، ومع ذلك فإن جميع المستهلكين الذين يتوقعون التعرض للخداع تقل رغبتهم في شراء المنتج الشرعي مما يؤدي إلى تآكل السوق.

**المطلب الثاني: أثر السلع المقلدة على حجم الإتاوات والتكاليف.**

من بين التأثيرات الأخرى لتجارة السلع المقلدة على أصحاب العلامات والملاك الشرعيين نجد التأثير على مقدار الإتاوات المحصلة، حجم المؤسسة ونطاق عملها بالإضافة إلى مختلف التكاليف التي تتحملها المؤسسة نظير تطوير منتجاتها أو محاربة تقليد منتجاتها.

<sup>1</sup>OECD (2008), Op Cit, P145

### الفرع الأول: الأثر على حجم الإتاوات ونطاق العمليات.

يكتسب أصحاب حقوق الملكية الفكرية والملاك الشرعيون بعض الإتاوات والعوائد نظير السماح لأطراف أخرى بممارسة نفس الحقوق عن طريق التراخيص، غير أن التعدي بتقليد منتجاتهم يؤدي إلى خسارة هذه العوائد، كما يمكن لأنشطة التقليد أن تتجاوز آثارها انخفاض قيمة العلامة التجارية والأرباح، إلى تقليص حجم عمليات المؤسسة، تغيير النشاط أو الإفلاس النهائي والخروج من الأسواق.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: الأثر على التكاليف.

يتكبد أصحاب الحقوق خسائر كبيرة تتعلق بتكاليف مكافحة التقليد والقرصنة مما يجعل مردودية الاستثمارات خاصة في مجال البحث والتطوير للمؤسسات المتضررة من انخفاض رقم أعمالها وحصصها السوقية تتناقص وبالتالي تؤدي إلى انخفاض الميزانيات المخصصة لها، ما سيؤثر سلباً على فاعلية المؤسسة في السوق، كما لا ننسى الخسائر التي تنجم عن عمليات الحماية التي تقوم بها المؤسسات (كالتحقيق، البحوث ذات الصلة، المتابعات القضائية، تقديم المساعدة للحكومات، حملات زيادة التوعية وتكاليف حسن النية المرتبطة بتسوية المطالبات من قبل العملاء) بالإضافة إلى إدخال تعديلات على تصاميم المنتج، التعبئة، التغليف...إلخ، وذلك من أجل الحفاظ على منتجاتها في الأسواق وتموقع علامتها لدى الزبائن، والحفاظ على مردودية مقبولة.<sup>2</sup>

### جدول رقم (10) بعض التكاليف التي تتعلق بمكافحة التقليد.

| التكاليف              | الخصائص  |
|-----------------------|--|
| _ حماية المنتج        | _ محاربة تقليد التغييرات في المنتج.                                |
| _ التعبئة و التغليف   | _ تغليف خاص.   |
| _ التقاضي.            | _ تكاليف الإجراءات القانونية.                                      |
| _ البحوث و التحقيقات  | _ عمليات ممولة من القطاع الخاص لتعقب أنشطة المقلدين.               |
| _ التعاون مع الحكومات | _ الموارد المنفقة على التعاون مع الحكومات في برامج مكافحة التقليد. |

<sup>1</sup> Ibid, P 146.

<sup>2</sup> Catherine Druetz - Mare, **La Contrefaçon: Une Menace A La Hausse**, Document Diffusé Dans Le Cadre Du Petit-Déjeuner Par Liens Directs A La Résidence Saint Dominique de l'Assemblée Nationale Autour Du Thème : La Lutte Contre La Contrefaçon, Le Mercredi 9 Mars 2005, P 3



|               |                                   |
|---------------|-----------------------------------|
| _ الوعي العام | _ رفع الوعي العام بقضايا التقليد. |
| _ المسؤولية   | _ تكاليف لنوايا الحسنة.           |

**Source:** OECD (2008), Op Cit , P147.

إذ يمكن أن تتطوي عملية حماية حقوق الملكية الفكرية على استثمارات كبيرة من خلال تطوير منتجات الحماية التكنولوجية مثل: الصور المائية والصور المجسمة التي قد تصل حوالي 20 مليون يورو، وهناك تكاليف أخرى لتطوير التعبئة والتغليف، فمثلا في صناعة الخمور والمشروبات الكحولية يتم تطوير واستخدام حاويات غير قابلة لإعادة التعبئة.. إلخ،<sup>1</sup> وهناك تكاليف تتعلق بالإجراءات القانونية التي قد تصل 20.000 دولار لكل حالة في قطاع الطعام والشراب، بالإضافة إلى تكاليف إجراء التحقيقات والتعاون مع الحكومات أي تدريب السلطات الجمركية لمساعدة الموظفين في التمييز بين المنتجات الأصلية والمقلدة، تكاليف رفع الوعي العام بقضايا التقليد والمنطوي على تثقيف الجمهور.<sup>2</sup>

#### المطلب الثالث: أثر السلع المقلدة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

لا ينبغي إغفال أهمية المؤسسات المتوسطة والصغيرة بالنسبة لاقتصاديات الدول، فهي تمثل 90 % من مجموع الشركات في العالم وتشارك في إنتاج السلع والخدمات بنسبة سبعين بالمائة ويتجلى ذلك في الدول المتقدمة أكثر منها في الدول النامية، كما تشير بعض الدراسات أنها القوة الكامنة وراء عمليات إبداع المنتجات الجديدة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية، غير أنها تشتكي من التكاليف الباهضة التي يتطلبها تسجيل الأعمال المبتكرة لدى الهيئات الموكلة بحماية حقوق الملكية الفكرية<sup>3</sup> فمثلا عند ملاء قسيمة الطلب ثم تقديمها لا بد من دفع رسوم الطلب (Filing Fees) وعند استلامه من طرف المكتب المخصص لذلك، تبدأ عملية دراسته وفحص الوثائق المرفقة والنموذج المراد حمايته، إن وجد، سواء كان تصميمًا أو مجسمًا أو غير ذلك وهو ما يتطلب أيضا دفع بعض الرسوم (Registration Fees)

<sup>1</sup> أنوفاتيك، تقنية علامة الفقاعة، متاح على الموقع: <http://www.prooftag.net> 2013-01-12 9 سا: 31

<sup>2</sup> OECD (2008), Op Cit , P146

<sup>3</sup> صالح عمر فلاح، ليلي شيخة، موقف المؤسسات المتوسطة والصغيرة من حقوق الملكية الفكرية بين ضرورة التسجيل وارتفاع تكاليفه، مداخلة ضمن الملتقى الدولي متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 17-18 أبريل 2006، ص 806.

وتختلف تكاليف إيداع الطلب باختلاف الدول وعدد الطلبات المودعة وعدد الابتكارات المحتواة في الطلب وعدد الدول المراد حماية الابتكار فيها، إذ تبلغ رسوم تسجيل نموذج صناعي واحد مثلا في دول الإتحاد الأوروبي 350 أورو، ويرتفع هذا المبلغ إلى 1925 أورو إذا كان الطلب يحتوي على عشرة نماذج،<sup>1</sup> ناهيك عن مصارف أخرى قبل عمليات التسجيل وبعدها.

كل هذا يجعل المؤسسات خاصة الصغيرة والمتوسطة تتردد في تقديم طلبات التسجيل ويؤخر استفادتها العملية والمالية من الابتكارات المحققة ومن ثم التأثير سلبا على وضعها التنافسي في السوق ما يسهل على المنافسين الكبار الذين يتمتعون بوضع تنافسي أفضل جني ثمار تلك الإبداعات واستغلالها لأغراض تجارية وتسويقها لصالحها بأسعار أقل، مفوتين بذلك على المبدعين الأصليين فرصة الاستفادة من العوائد المتوقعة.

إذ أنه من المعروف أن المؤسسة عندما تطرح منتوجا جديدا فإنها تضمن لنفسها موقعا متميزا في السوق باعتبارها المصدر الوحيد له، وهو ما يشجعها على فرض السعر الذي تراه مناسباً فتضمن مستوى عال من المبيعات سيما إذا استطاع المنتج أن يحوز على رضا المستهلك ويشبع حاجاته، إلا أنها أصبحت تواجه نوعا آخر من التهديدات ذلك في ظل ارتكاز المنافسة على وسائل أخرى غير شرعية في ظل انفتاح دول العالم على بعضها البعض وإمكانية انسياب المعلومة دون رقابة أو حواجز ومن هذه التهديدات تقليد السلع، إذ يقوم المقلدون بطرح منتج مشابه ومتقن التقليد بأثمان منخفضة بسبب عدم تحملهم لمصاريف البحث والتطوير مما يؤدي إلى تهديد الوضع التنافسي للمنتج الأصلي.<sup>2</sup>

كما أن المبالغ الضخمة التي تستهلكها عمليات البحث والتطوير تدفع المؤسسة إلى البحث عن كل القنوات التي تمكنها من تبوء مكانة احتكارية وتسويق الفكرة أو السلعة المستحدثة بالشروط التي تراها مناسبة لاسترجاع المبالغ التي تم انفاقها ولتمويل مشاريع جديدة، إلا أن عمليات السطو بالتقليد والتي قد يتعرض

<sup>1</sup> WIPO, **Looking Good In Introduction To Industrial Designs For Small And Medium- Sized Enterprises**, 2<sup>nd</sup> Publication , N°498, Geneva, p11.

<sup>2</sup> Ibid, PP 11-12.

لها المنتج قد تقلص من العمر الاحتكاري للمؤسسة وتوفرت عليها فرصة استعادة ولو قدر يسير مما أنفقته من أموال خاصة إذا حدث الاستيلاء على المنتج الجديد في وقت مبكر من الكشف عنه للجمهور، ومن شأن هذه الوضعية أن تثبط عزيمة المؤسسة حيال البحث والتطوير وتحرمها من مصادر تشجعها على الاستمرار في الإبداع.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث: آثار السلع المقلدة على المستهلك والحكومة.

إن المستهلك هو المتأثر الأول بظاهرة الغش والتقليد لأنه هو الذي يشتري السلع المغشوشة ويستعملها وهو الذي يتحمل التبعات عن ذلك، كما لا يقل ضرر الحكومات من هذه الظاهرة نتيجة دفع تكاليف الرعاية الصحية للمرضى، خسارة الإيرادات المتأتية من فرض الضرائب على الشركات والرسوم على التجارة الخارجية، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم ( 11 ) آثار تجارة السلع المقلدة على الحكومات والمستهلكين.

| نوع الآثار            | المدى القصير             | المتوسط والبعيد       | شرح الآثار  |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------|---|
| الآثار على المستهلكين | مخاطر على الصحة والسلامة | _ فائدة المستهلك.     | _ منتجات دون المستوى تحمل مخاطر على الصحة والسلامة بدءاً من المضايقات الخفيفة الى المهدة للحياة .   |
|                       | فائدة المستهلك           | _ فائدة المستهلك.     | _ المستهلكون الذين يشترون السلع دون علمهم بأنها مزيفة تكون آثار التقليد عليهم أسوأ عادة من الآثار المحتملة على المستهلكين الذين يشترون المنتجات المقلدة مع علمهم بذلك وذلك لأن الفائدة لن تكون حسب التوقعات . |
|                       |                          | _ الإيرادات الضريبية. | _ خفض الضرائب والمدفوعات ذات الصلة (مثل الرسوم الاجتماعية) من قبل أصحاب الحقوق<br>_ ضعف تحصيل الضرائب والرسوم ذات الصلة من المقلدين لأنها في الغالب مؤسسات غير  |

<sup>1</sup> صالح عمر فلاحي، ليلي شيخة، مرجع سابق، ص ص 808-810.

|                     |   |
|---------------------|---|
| الأثار على الحكومات | شريعة وتعمل في الخفاء.  |
|                     | تكاليف أنشطة مكافحة التقليد.  |
|                     | مثل تكاليف مبادرات إنفاذ القوانين، التوعية العامة، الخ..  |
|                     | الفساد.   |
|                     | الرشوة والابتزاز للمسؤولين الحكوميين لتسهيل عمليات التقليد تضعف فعالية المؤسسات العامة المكلفة بإنفاذ القانون والأنشطة الحكومية ذات الصلة بمكافحة الجرائم أو التقليد. |

**Source :** Karoline Krissi, Op Cit, P15.

من الجدول يتضح أن آثار السلع المقلدة تظهر في المدى القصير على المستهلك من خلال التأثير على صحته، سلامته وفائدته، والتي قد تتطور في المدى المتوسط والبعيد، في حين أن آثار هذه الظاهرة لا تظهر على الحكومات إلا في المدى المتوسط والبعيد، وذلك لأن الحكومات لن تتأثر مباشرة بخسارة عنصر من إيراداتها إلا في المدى المتوسط والبعيد نتيجة عجزها عن سد مختلف مصاريفها.

#### المطلب الأول: آثار تقليد السلع على حقوق المستهلك الأساسية.

يتعرض المستهلك للغش والتقليد من قبل العديد من منظمات الأعمال التي لا تراعي حقوقه كمستهلك كالحق في توفير الأمان، الحصول على المعلومات، الخ، وتعرض حقه في الاختيار بين السلع والمنتجات المتواجدة بالأسواق وبالتالي انتهاك حقوقه مع إمكانية إلحاق الضرر بأمنه وسلامته.

#### الفرع الأول: حقوق المستهلك.

يعد إعلان حقوق المستهلك للرئيس الأمريكي جون كينيدي في 15 مارس 1962 والمقدم إلى الكونغرس الأمريكي هو المرجع الأساسي لتحديد حقوق المستهلك على النطاق الدولي، وقد حدد الإعلان أربع حقوق هي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عوض الرطيل، حقوق المستهلك ومستوى حمايتها في السوق اليمينية دراسة تحليلية ، ندوة حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري في الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 13-17-01-2008، ص ص 15-17.

- **حق الأمان:** توفير الحماية القانونية للمستهلك من المنتجات (سلع، خدمات، أفكار) الضارة والهدامة لصحته وحياته، فالمنتج يتحمل المسؤولية في اختيار المنتجات والتأكد من سلامتها من العيوب بحيث تلائم حالات الاستخدام المختلفة من قبل المستهلك.
- **حق الحصول على المعلومة:** للمستهلك الحق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالمنتجات التي يرغب في شرائها بحيث تعينه تلك المعلومات على تحديد اختياراته لاتخاذ قرار الشراء المناسب، يوفر هذا الحق الحماية القانونية للمستهلك ضد عمليات الاحتيال الخداع والتضليل، وضرورة حصوله على المعلومات يجب أن تكون كافية وصحيحة.
- **حق الاختيار:** يضمن توفير الفرصة للمستهلك في الاختيار الحر للمنتجات المختلفة وبأسعار تنافسية غير احتكارية مع ضمان الجودة.
- **حق سماع رأي المستهلك:** يتضمن افساح المجال أمام المستهلك للتعبير عن رأيه بالسلعة أو الخدمة بحيث يصل ذلك الرأي للمعنيين بالأمر ، هذا الحق يتضمن بأن آراء المستهلك بالسلعة أو الخدمة سوف تسمع بحيث تصل إلى المعنيين بالأمر ليتم التعبير عنها بطريقة مناسبة في صياغة سياسة الدولة ومنظمات الأعمال.
- و في 9 أبريل 1985 أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم 39/348 بإضافة أربع حقوق أخرى هي:<sup>1</sup>
- **حق التعويض:** يتضمن الحصول على تعويض عادل وتسوية عادلة لمطالبه المشروعة كالتعويض عن الأضرار الناجمة عن استخدام السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية أو عن الممارسات التسويقية غير المشروعة وما ينجم عنها من تضليل وخداع.
- **حق التثقيف:** ينبغي أن يكون للمستهلك الحق في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة التي تمكنه من ممارسة الاختيار الواعي بين السلع والخدمات وبما يجعله مدركاً لحقوقه.

<sup>1</sup> دافيد رانتشمان، الإدارة المعاصرة، دار المريخ، السعودية، 2001، ص 75.

- حق الحصول على الاحتياجات الأساسية: إن هذا الحق يتطلب حصول المستهلك على السلع

والخدمات الضرورية كالغذاء والكساء والمأوى، الرعاية الصحية، التعليم، وغيرها.

- حق العيش في بيئة آمنة: بموجبه يكون للمستهلك الحق القانوني في العيش والعمل في بيئة خالية

من التلوث و المخاطر.

كما أضيف لاحقا قرار في مركز البحوث والتدريب لحماية المستهلك في الهند حق المقاطعة وقد تم

اعتماده استنادا إلى ما جرى في زمن الزعيم غاندي في دعوته لمقاطعة المنتجات البريطانية،<sup>1</sup> ويعني أنه

للفرد الحق في مقاطعة أي سلعة أو خدمة أو منظمة لا تلبي حاجاتهم المشروعة أو لا تحترم حقوقهم

كمستهلكين.

**الفرع الثاني: تأثير السلع المقلدة على صحة وسلامة المستهلك.**

ينتهك المقلدون هذه الحقوق من خلال خداع المستهلك وعدم منحه المعلومات الكافية لإجراء عملية

الاختيار، ونتيجة جهله وعدم وعيه بمخاطرها يقوم باقتناءها أحيانا بأسعار مرتفعة ظنا منه أنها سلع

أصلية مما يؤثر على صحته، سلامته وأمانه بسبب قلة جودتها مثلا: (الملحق رقم 4).

- الأجهزة الكهربائية وقطاع السيارات: (قطع الغيار، الفرامل، خراطيم المياه، المحرك، الوسائد

الهوائية،... إلخ) المقلدة والتي لا تراعي مقاييس وضمانات السلامة يمكن أن تصل تأثيراتها على

تهديد الحياة مثل قضية Textron V Avion Sales (علامة مسجلة لصالح شركة Bell Helicopter

Division Of Textron.Inc) التي تتعلق بتصنيع طائرات هليكوبتر ذات قطع غيار مقلدة رديئة

وضعت عليها علامة تجارية مقلدة مما أدى إلى المساس بأمن وسلامة الطيران وضياع الأرواح،

فقد تم التأكد أن الحوادث التي وقعت لعدة طائرات هليكوبتر كانت بسبب تلك القطع المقلدة،<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عوض الرطيل، مرجع سابق، ص 17.

<sup>2</sup> حسام الدين الصغير، **مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية**، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، الدار البيضاء، المغرب، 7-8 ديسمبر 2004، ص 2.

كما ثبت في السعودية أن حوادث المرور تتسبب في وفاة 6000 شخص سنة 2009، حيث

يتسبب استعمال قطع الغيار المقلدة خاصة الفرامل والإطارات في حدوث نصف تلك الوفيات.<sup>1</sup>

- في قطاع الهواتف الخلوية ذكرت تقارير إخبارية أمريكية عام 2008 على شبكة الانترنت أن فتاة

بولاية كاليفورنيا الأمريكية تعالج من حروق من الدرجة الثانية أصيبت بها إثر اشتعال النيران

بهاتفها الخليوي بجيبها الخلفي ونفس الحادثة تقريبا حصلت مع شاب في السعودية لكن في سنة

2014.

- في قطاع الألبسة والأحذية يمكن أن تؤدي إلى الإصابة بأمراض جلدية خطيرة.

- أما في قطاع الأغذية والمشروبات فإن أغلب المستهلكين يرفضون شراء سلع مقلدة إذا علموا

بذلك ويرجع ذلك جزئياً إلى المخاطر الصحية المحتملة ، ففي حالة استهلاكها قد تنطوي على

شعور بعدم الراحة إلى مرض خطير أو الوفاة.<sup>2</sup>

- أما الأدوية المقلدة فإن لها مخاطر على الصحة لأن محتواها قد يكون خطراً أو تنعدم فيه

المكونات الفعالة، واستعمالها يمكن أن يتسبب في فشل العلاج وتدهور الحالة الصحية أو أن

يساعد على زيادة مقاومة الأدوية في حالة مضادات الملاريا المحتوية على كميات غير كافية من

المكون الفعال أو أن يتسبب في حدوث تحسس في جسم المريض بسبب وجود مواد مجهولة في

الدواء المقلد تؤدي إلى تلف بعض الأعضاء أو التأثير السلبي على الوظائف الفسيولوجية للجسم

أو قد تؤدي في النهاية إلى الوفاة.<sup>3</sup>

وتتفاقم آثارها لتشمل كل مكان في العالم وتشير النشرات الصادرة عن منظمة الصحة العالمية أن نسبة

الأدوية المقلدة في السوق العالمية تعادل 10% إلى 30%، منها حوالي 40% تتم في الدول المتقدمة

<sup>1</sup> الجمارك تحذر من مخاطر الغش التجاري والتقليد في قطع غيار السيارات، متاح على الموقع <http://www.alriyadh.com>

تاريخ الإطلاع 18-05-2014 10:34 د.  
<sup>2</sup> ماهر خليفة، إحتراق هاتف خلوي في جيب فتاة أمريكية، عيون الرقابة نشرة شهرية تصدر عن مصلحة الرقابة الصناعية، وزارة التجارة والصناعة، رقم 1، مصر، أوت، 2008، ص 8.

<sup>3</sup> Pharmaceutical Security Institute, **UK's Medicines And Healthcare Prooxts Regulatory Agency**, US Food And Drug Administration, The United States Pharmaceutical Convention .

وتبلغ 60 % في الدول النامية خاصة دول آسيا<sup>1</sup>، أما وجهتها فتكون إلى الأماكن التي توجد فيها أضعف آليات التنظيم والإنفاذ مثل البلدان الأفريقية وأجزاء من آسيا وأمريكا اللاتينية والبلدان التي تمر بمرحلة انتقالية كما في الشكل التالي.<sup>2</sup>

شكل رقم ( 26 ) وجهة تدفقات الأدوية المقلدة.



Source : European Commission, Op Cit, P185.

يتضح من خلال هذا الشكل أن دول جنوب شرق آسيا هي المصدر الأول للأدوية المقلدة عبر العالم خاصة الصين والهند ، أما وجهتها فهي بالخصوص نحو دول افريقيا الجنوبية وآسيا، وذلك لعدم توفر آليات التنظيم والرقابة الفعالة في أسواقها، وحسب بعض الإحصائيات: فإن نسبة الأدوية المقلدة تصل إلى 60% في افريقيا لوحدها ، عكس معظم البلدان الصناعية التي (أي أستراليا وكندا واليابان ونيوزيلندا ومعظم بلدان الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية) حيث تنخفض نسبة الأدوية المزيفة والمقلدة فيها إلى حد بعيد أي أقل من 1% من قيمة السوق، كما يوضح ذلك الجدول التالي:

جدول رقم(12) نسبة الأدوية المقلدة في أسواق الدول المتقدمة والنامية.

| البلد   | نسبة الأدوية المقلدة في الأسواق |
|---|---------------------------------|
| الولايات المتحدة الأمريكية، دول الاتحاد الأوروبي، اليابان، كندا | أقل من 0,2%.                    |
| روسيا   | أكثر من 10%.                    |
| الهند   | 15% - 20%                       |

<sup>1</sup> European Commission ,Countrefeit Products Taxation And Customs Union, Report On EU Customs Enforcement Of Intellectual Property Rights, Results At The European Border. 2008,P 185.

<sup>2</sup> غالب قاسم الصرايرة، مرجع سابق، ص 10.



|                  |             |
|------------------|-------------|
| جنوب آسيا        | 5% - 10%    |
| أمريكا اللاتينية | 10% - 20%   |
| إفريقيا          | أكبر من 60% |

**Source:** Harvey Bale, Pharmaceutical Countrefeiting, Issues.Trends Measurement, WIPO/OECD, 2004 Workshop, P7.

وكما هو واضح من الجدول فإن نسبة الأدوية المقلدة في دول الاتحاد الأوروبي، اليابان، كندا والولايات المتحدة الأمريكية مجتمعة تشكل 0.2 % وهي أقل نسبة وذلك لوجود رقابة فعالة في هذه البلدان وجهود كبيرة لمحاربة التقليد، في حين تصل حوالي 10% في روسيا وحدها وذلك لكونها مركز عبور لهذا النوع من السلع، وتتزايد النسبة في كل من جنوب آسيا والهند إلى حوالي 15% وذلك لكونها مركز التقليد، أما في أمريكا اللاتينية إفريقيا فنلاحظ أن نسبة الأدوية المقلدة حوالي 20%، 60% على التوالي وذلك لانتشار العديد من الأمراض في هاتين المنطقتين مما يعني الحاجة إلى العديد من الأدوية وهو ما يشكل فرصة للمقلدين ناهيك عن ضعف آليات الرقابة فيها.

#### الفرع الثالث: تأثير السلع المقلدة على فائدة وانفاق المستهلك.

يعتبر المستهلك محور الحياة الاقتصادية وإليه توجه مختلف المخرجات، بما في ذلك المنتجات المقلدة، وفي ضوء صعوبة التمييز بين التقليد والأصلي وغياب الوعي بمدى خطورة هذه الظاهرة، أصبح المستهلك المتضرر الكبير منها سواء على صحته وسلامته من خلال تعريضه للأمراض أو تعريضه للموت أو هدر ماله من خلال شراء سلع لا تفي بحاجاته الضرورية.

#### أولاً: تأثير السلع المقلدة على فائدة المستهلك.

فائدة المستهلك هي درجة الرضى التي يحصل عليها من استهلاك المنتجات وتعتمد على نوعية المنتجات، أدائها والسعر المدفوع، ففي الحالات التي يتم فيها خداع المستهلك لا يتحقق الرضى وبالتالي تنعدم الفائدة، أما في حالة الأسواق الثانوية فإن آثار التقليد تميل إلى الغموض كما يلي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> OECD (2008), Op Cit, P 150.

- إذا كان سعر السلع المقلدة أقل من سعر السلع الأصلية كما أن نوعيتها عالية إذن المستهلك يحقق فائدة أكبر عند استهلاك هذه السلع مقارنة بالسلع الأصلية.

- إذا كانت نوعية السلع المقلدة سيئة مقارنة بالأصلية مما يعني أنها لا تبقى مدة طويلة بل تبلى بسرعة إذن فائدة المستهلك ستكون منخفضة مقارنة بالسلع الأصلية حتى لو كان سعرها مرتفع.

### ثاني: الآثار على الإنفاق الاستهلاكي.

إن شراء السلع المغشوشة أو المقلدة لا يفي بالغرض الذي يطلبه المستهلكون ولا تلبى احتياجاتهم ولا تحقق لهم الرضا التام، لذلك فإن المستهلك مضطر لشراء سلعة أخرى وربما أكثر لتحقيق الغرض المطلوب، وهذا يؤدي إلى إضاعة الدخل وتبديده على عدة سلع لتحقيق غرض واحد ، في حين أنه بهذه الطريقة سيضطر الى التغيير نتيجة اقدمه على شراء سلعة رديئة ورخيصة الثمن ، ولذلك فإن المستهلك في النهاية يتكبد الخسارة جراء شراء السلع المقلدة ويزيد إنفاقه لإشباعه حاجاته ويبدد دخله من جراء ذلك.<sup>1</sup>

فالمستهلك الذي يقبل على شراء ساعة مقلدة فإنه سيكون خسر الكثير عند شرائها، فمثلا الساعة لن تدوم أكثر من 48 ساعة وربما تتوقف فجأة أو تتوقف عند ملامستها الماء رغم أنها مكتوب عليها أنها ضد الماء، علاوة على ضياع الوقت وهدره في المطالبة بحقوقه في الشكوى أو استرداد أمواله أو الحصول على بديل من البضائع وخصوصاً إذا لم يكن هناك ضمان أو اختفاء البائع.

### المطلب الثاني: تأثير السلع المقلدة على الإيرادات والنفقات الحكومية.

الآثار الرئيسية المحتملة على الجانب الحكومي تكون متعلقة بعائدات الضرائب والتكاليف الإضافية المرتبطة بمكافحة التقليد، علاوة على ذلك لها تأثير مباشر إضافي على المؤسسات العامة حيث يضعفها وذلك عندما تستغل الشبكات الإجرامية فساد الإدارة لدعم أنشطتهم غير المشروعة.

<sup>1</sup> رقية حساني، ملوكة برورة، التكنولوجيا كآلية لتحقيق حماية مستدامة للمستهلك من الأدوية المقلدة ، الملتقى الدولي الرابع حول الحماية المستدامة للمستهلك وتحديات العولمة بين الواقع والمأمول، جامعة تبسة، 12-11-2014، ص 7.

## الفرع الأول: الأثر على عائدات الضرائب والرسوم الجمركية.

إن انخفاض حجم المبيعات وكذا الأسعار بسبب التقليد من شأنه أن يؤدي إلى تخفيض أرباح أصحاب الحقوق أو الملاك الشرعيين، وهذا بدوره يؤدي إلى انخفاض حجم الضرائب المفروضة على أرباح الشركات، كما يهدف تقليد السلع وتهريبها تحقيق امتيازات مالية واقتصادية لمرتكبيه، وذلك بالتهرب من دفع الضرائب والرسوم الجمركية المفروضة وهو ما يؤدي إلى فقدان خزينة الدولة لمبالغ هامة وخاصة إذا علمنا أن الجباية الجمركية تساهم بنسبة عالية في إيرادات الميزانية العامة خاصة بالنسبة للدول النامية، وقد يتسبب نقص الموارد المالية للدولة جراء ذلك في عدم قدرتها على تغطية النفقات العمومية، كما يقلص من دورها في التكفل الاجتماعي عن طريق الإعانات والمساهمات الاجتماعية، التي تؤدي إلى إعادة توزيع المداخل لفائدة الطبقات محدودة الدخل مما سينجم عنه عدة آثار سلبية.<sup>1</sup>

كما تؤدي الأرباح المتحصلة من الغش والتقليد إلى انتعاش أصحاب الأعمال الذين يعملون في تلك النشاطات ما يترتب عنه آثار اقتصادية خطيرة تؤدي إلى عدم العدالة التوزيعية للدخول وإفراز فئة ذات دخول مرتفعة، ما يجعلها فئة استهلاكية بالدرجة الأولى، وهذا الإنتعاش الاقتصادي الذي يحدث في زيادة دخول هذه الفئة في الاقتصاد الخفي يؤدي إلى ركود اقتصادي لفئات محدودة الدخل حيث ترتفع الأسعار بنسبة كبيرة أكبر من دخولهم النقدية مما يؤدي إلى تدهور دخولهم الحقيقية.<sup>2</sup>

ومن خلال دراسة OECD بشأن الخسائر الضريبية: فإن المقلدين لا يدفعون أي ضرائب لأنهم يعملون بشكل غير قانوني في ورش سرية وحتى لو فعلوا ذلك فهي أقل بكثير من تلك التي تدفع من قبل أصحاب الحقوق، ولكن نظرا لاشتراك الجماعات الإجرامية في هذا النشاط فالخيار الأول هو المرجح، كما أجريت دراسات عدة في هذا الصدد منها:<sup>3</sup>

<sup>1</sup>WIPO, What Are The Economic and Social Consequences Of Counterfeiting And Piracy?, Op Cit .

<sup>2</sup> محمد مختار القاضي، مرجع سابق، ص 89.

<sup>3</sup> OECD (2008), Op Cit, P 152.

- دراسة مجموعة ALLEN الاستشارية ( 2003 ) حول أثر التقليد على أداء الضرائب الضائعة بالتركيز على قطاع الألعاب الأسترالية وألعاب الفيديو حيث أنه بتراجع نسبة التقليد بـ 33% فإن هذا سيتوافق مع زيادة الضرائب السنوية للدولة بـ 34.4 مليون دولار أسترالي.
- دراسة مماثلة على قرصنة البرمجيات من قبل مؤسسة IDC ( 2003 ) وكانت النتيجة أن تخفيض التقليد بـ 37 % خلال الفترة ( 2006-2002 ) من شأنه أن يؤدي إلى ارتفاع تقديرات عائدات الضرائب خلال نفس الفترة بـ 437 مليون دولار أسترالي.
- غير أنه ما يؤخذ على هذه الدراسات أنها ضيقة ومحدودة داخل اقتصاد واحد وسوق واحدة كما أن تقديرات الضرائب لا تأخذ بعين الاعتبار عدة عناصر منها خسائر الشركات.
- دراسات أخرى تعتمد على نماذج السوق التي بموجبها يتم تقدير الطلب على السلع الاستهلاكية، حيث يتم قياس التأثير النهائي للتقليد من خلال مقارنة نتائج السوق الفعلي في حالة توقع عدم وجود تقليد أو في حالة انخفاضه، وهذا النهج يتطلب درجة عالية من الدقة في التحديد الكمي لخصائص السوق، كما أن المعايير تختلف إلى حد كبير بين القطاعات والاقتصادات مما يجعل تقدير النتائج الإجمالية صعب للغاية، وقد استعمل هذا النهج من قبل (Thompson 2004) والذي قدر خسارة نيويورك بـ 1.03 بليون دولار، كما قدرت في دراسة أخرى من قبل غرفة التجارة الأمريكية عام 2006 باستخدام نفس النهج أن الخسائر السنوية لدولة البرازيل بسبب تقليد الملابس، لعب الأطفال والتبغ وصلت حوالي 12 بليون وحدة محلية<sup>1</sup>.
- وحسب بعض الإحصائيات فإنه:
- في تقرير غرفة التجارة العالمية الصادر في 2011 تبين أن التقليد يتسبب في خسارة 1000 مليار دولار على مستوى الاقتصاد العالمي .

<sup>1</sup> Ibid, P152.

- عام 2008 قدرت خسارة مجموعة دول العشرين في الاتحاد الأوروبي قرابة 60 مليار أورو من حيث استرداد القيمة المضافة فيما قدرت خسارة فرنسا لوحدها 6 مليار أورو وذلك بسبب التقليد.<sup>1</sup>
- قدرت خسارة العالم العربي بنحو 88 مليار دولار خلال العام 2010، فيما قدرت خسائر الدول الخليجية 18 مليار دولار منها 500 مليون ريال خسائر الاقتصاد السعودي، أما خسائر الاقتصاد الإماراتي خلال عام 2011 فبلغت نحو 3,67 مليار درهم.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: الأثر على زيادة تكاليف أنشطة مكافحة التقليد.

بالإضافة إلى الإيرادات الضريبية المفقودة تتحمل الحكومات بعض التكاليف الأخرى ذات الصلة بمكافحة التقليد مثل تكاليف الرقابة وتدريب المختصين، تكاليف إنفاذ القوانين ومعالجة الإجراءات القضائية، علاوة على تكاليف تثقيف الجمهور وزيادة الوعي العام بمخاطرها.

### الفرع الثالث: زيادة الفساد.

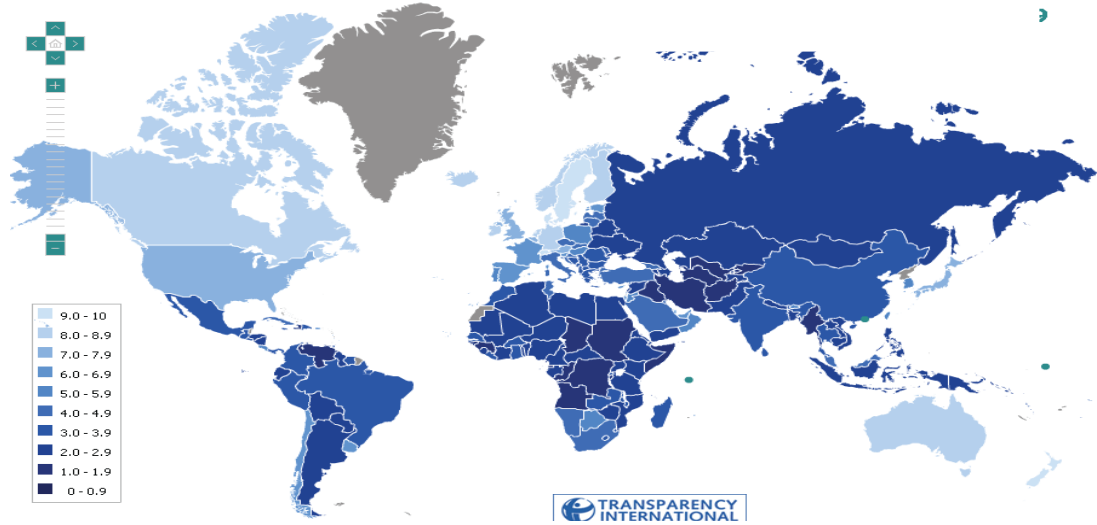
يعرف الفساد على أنه إساءة استخدام القوة العمومية أو السلطة من أجل تحقيق منفعة ومصلحة خاصة، عن طريق الرشوة، الابتزاز، استغلال النفوذ، المحسوبية، الغش أو تقديم إكراميات للتعجيل بالخدمات... إلخ،<sup>3</sup> وينتشر الفساد في كافة أنحاء العالم ولو بدرجات مختلفة والشكل التالي يوضح ذلك:

<sup>1</sup> Comité Colbert, Op Cit, P12 .

<sup>2</sup> موقع الجمارك السعودية، مرجع سابق.

<sup>3</sup> شعبة التطوير الإداري وإدارة الحكم، مكافحة الفساد لتحسين إدارة الحكم، مكتب السياسات الإنمائية UNDP ، نيويورك، 13-11-1998، ص 9.

## شكل رقم ( 27 ) الفساد في العالم - مؤشرات سنة 2009-



Source: transparency international, <http://www.transparency.org> 01-05-2015 11h:34m.

من الشكل يتضح أن الفساد منتشر في كل أنحاء العالم سواء في الدول المتقدمة أو النامية على حد سواء، حيث نجده منتشرا بكثرة في أجزاء من جنوب آسيا، وسط وجنوب أفريقيا وبعض أجزاء أمريكا اللاتينية بمستوى شفافية (0 - 1.9)، ليقف في المناطق الأخرى ويمثل ما بين (2-4.9)، وتقل حدته في دول أمريكا الشمالية ودول شرق أوروبا وأستراليا واليابان بمستوى شفافية بين (5-10 نقاط).

وقد ثبت وجود صلة وثيقة بين الفساد وتفاقم تجارة السلع المقلدة من خلال سعي الشبكات الإجرامية لإخفاء قنوات توزيعها وتجنب خطر العقوبة من هذه الأنشطة غير المشروعة من خلال تقديم الرشوة والابتزاز للمسؤولين الحكوميين مما يؤدي إلى إضعاف فعالية وقوة هذه المؤسسات المكلفة بإنفاذ القانون وكذا إضعاف الأنشطة الحكومية الأخرى كالمراقبة، الشهادة... إلخ على حساب المجتمع ككل،<sup>1</sup> مما يساهم في مخاطر عديدة على الأمن الدولي، مثل انتشار شبكات الجريمة المنظمة العابرة للحدود القومية، والتسهيلات التي تقدّم إلى المنظمات الإرهابية، ونظم الأمن الدولية القابلة للاختراق، والاضطرابات الاقتصادية الحادة... إلخ.

<sup>1</sup> Comité Colbert, Op Cit,P13.

#### الفرع الرابع: التأثير على استقرار الدولة.

قد تتعدى آثار تجارة التقليد الأمور الاقتصادية، البيئية والصحية إلى التأثير والمساس بالسياسة العامة للبلد من خلال التأثير على استقرار الدولة وسمعتها الإئتمانية بين الدول، ناهيك عن تعرضها لعقوبات اقتصادية من طرف عدة منظمات دولية مثل العقوبات المفروضة من طرف منظمة التجارة العالمية التي تقوم بفرضها على الدول التي لا تنفذ إلتزاماتها المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، من خلال فرض عقوبات على ثلاثة أنواع من الصادرات: السلعية، الخدمية و الانتاج الفكري والابداعي حسب نشاط الدولة التصديري وميزتها التنافسية، فمثلا إذا تغاضت دولة عن حماية حقوق الملكية الفكرية وأسهمت بذلك في نشر أعمال التقليد والقرصنة، وكانت لها ميزة نسبية في تصدير القطن، البترول، الخدمات السياحية، الخدمات المالية، الانتاج الفني والأدبي...، فإن تعرضها لحضر لبعض صادراتها من الأمور المحتملة من أجل ممارسة ضغط عليها.<sup>1</sup>

#### المطلب الثالث: بعض الآثار الإيجابية لظاهرة التقليد.

رغم أن لظاهرة التقليد الكثير من الآثار السلبية إذ يترتب عليها آثار وانعكاسات ضارة على صعيد الاستقرار والتجارة والاقتصاد، كما أن لها أضراراً وخيمة على صحة وسلامة الانسان والحيوان والبيئة فضلاً عن إضرارها بسمعة الدولة الانتمائية، إلا أنها لا تخلو من بعض الآثار الإيجابية ولو بشكل محدود كما يلي:

- تحقيق بعض متطلبات ذوي الدخل الضعيف والمحدود بحصولهم على منتجات رخيصة الثمن مقارنة بالسلع الأصلية كالهواتف النقالة، الأجهزة الإلكترونية، العطور والحفائب...إلخ، ما يجعل المستهلك يقدم على شرائها.
- إن عمليات التقليد تمكن المنتج الأصلي من الإعلان على نطاق واسع عن منتجاته على النحو الذي يساعد على انتشار هذه المنتجات وارتفاع مستويات شهرتها، كما أن عمليات التقليد تدفع المنتج الأصلي نحو المزيد من الابتكار وإدخال نسخ جديدة من السلعة التي ينتشر تقليدها، حتى تتوقف

<sup>1</sup> محمد عبيد محمد، انعكاسات تطبيق اتفاقيات منظمة التجارة العالمية على البلدان الاسلامية في قطاعات الزراعة والصناعة والملكية الفكرية ، سلسلة دراسات معاصر رقم 13، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الاسلامية، المملكة العربية السعودية، 2002، ص 122.

عمليات التقليد ويستطيع أن يتابع بيع النسخ الأصلية الجديدة غير المقلدة، وهو ما يضمن استمرار نجاح هذه الشركات، وبمعنى آخر فإن عمليات التقليد أحد العوامل المحفزة لنجاح الشركات المالكة للعلامات الأصلية<sup>1</sup>.

- المساهمة في انتشار الثقافة كما حدث في أوروبا خلال القرنين السابع والثامن عشر من خلال عمليات تقليد الطباعات الأصلية للكتب وبيعها بأسعار منخفضة الأمر الذي ساعد على انتشار الثقافة في المناطق الريفية من خلال تمكين ملايين الفقراء من الاطلاع على هذه الكتب المنخفضة الثمن مقارنة بثمنها الأصلي، إلى الحد الذي دعا المطابع التي تملك حقوق نشر النسخ الأصلية من تلك الكتب إلى طباعة نسخ مخصصة لبائعي الكتب الجوالين في أوروبا كوسيلة لرفع درجة توزيع هذه الكتب لديهم وزيادة دخولها<sup>2</sup>.

مثل هذه التجربة التاريخية تدفع بعض الفرق الموسيقية في الوقت الحالي إلى السماح للجمهور بتنزيل أسطواناتهم بصورة مجانية عن طريق الإنترنت وذلك بهدف تحقيق الانتشار الواسع بين الجماهير لأسطواناتهم، ومن ثم تعويض خسائر عمليات البيع من خلال إيرادات الحفلات الحية التي يقيمونها من وقت إلى آخر، أكثر من ذلك فإن عمليات تقليد النسخ الأصلية من الكتب أسهمت في شهرة كتابها وانتشار عمليات القراءة لهم، ففي القرن الثامن عشر، بعد قرن تقريبا من وفاة ويليام شكسبير، كانت قصصه قد أشرفت على الاختفاء من أرفف دور بيع الكتب، كما أن الكثير منها أجري عليه الكثير من التعديلات، غير أن طبع النسخة الأصلية لقصصه بصورة غير قانونية، وأحيانا تقسيمها إلى أجزاء وبيع كل جزء بثمن جد قليل، ساعد على انتشار الأعمال الأصلية لويليام شكسبير، كما أدت زيادة الطلب على تلك الكتب إلى تكثيف عمليات البحث عن القصص التي اختفت ولم تعد تطبع، وتمت إعادة طباعتها بصورة غير قانونية وهو ما أدى إلى الانتشار الهائل للكاتب وأعماله، كما أسهمت في توقف عمليات تعديل القصص

<sup>1</sup> محمد إبراهيم السقا، إيجابيات تقليد العلامات التجارية، متاح على موقع قناة العربية المصرية <http://www.alarabiya.net> تاريخ النشر 25 أبريل 2014 تاريخ الإطلاع 28 أبريل 2014 10 سا: 31 د.  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق.



الأصلية وأصبح ويليام شكسبير من أشهر الروائيين في العالم بفضل عمليات التقليد التي تمت للنسخ الأصلية لرواياته، ولكن الأهم أنه مع انتشار هذه العمليات ارتفعت مستويات الثقافة لقطاع واسع جدا من سكان بريطانيا لم تكن لهم أي فرصة في الوصول إلى هذه المطبوعات لولا عمليات الطباعة غير القانونية لتلك الكتب<sup>1</sup>.

- يؤدي تقليد السلع إلى خلق فرص عمل والتخفيف من حدة البطالة كما يحدث في دولة الصين.  
- يتم النقل التكنولوجي بين الدول الصناعية المتقدمة تكنولوجيا وبين الدول التي ترغب في استيراد التكنولوجيا، أي أنها عملية من اتجاه واحد، وتكون هذه العملية في الغالب مشروطة من الدولة المالكة للتكنولوجيا وبالأسعار التي تحددها وبالأسلوب الذي يخدم مصالحها الحالية والمستقبلية وذلك عن طريق إحدى الصفقات المتكاملة والتي تسمى بالحزم التكنولوجية التي تحتوى على الآلات ومرافق الخدمات بالإضافة إلى عناصر مختلفة تشمل المعارف والخبرات... إلخ ، لذا فإن التقليد يساعد الدول النامية في الحصول على تلك التكنولوجيا والتي هي بأشد الحاجة إليها لدعم عملية التنمية الشاملة و بدون شروط مجحفة من الدول المتقدمة<sup>2</sup>.

- كما يرى البعض أن التقليد هو أساس التقدم والتنمية ودليلهم في ذلك تجارب بعض الدول التي قامت بالتحول من الاستيراد الى التصنيع، من التخلف الى الرقي التكنولوجي في كافة الأنشطة الاقتصادية، فقد كانت نقطة البدء في النموذج الياباني هي النقل والتقليد- كما ذكرنا سابقا- إذ أخذوا التكنولوجي من غيرهم ولأموها وطورها باستمرار حتى إنها ارتقت الى مرتبة الريادة وأصبحت تمتلك المؤسسات القادرة على خلق التكنولوجيا، أما النمور الآسيوية فقد تميزت نماذجها في استخدام خليط من النقل والتقليد والاعتماد على الذات بعد ذلك حتى يمكنها اللحاق بالدول المتقدمة وتعمل فيما بعد على تصدير هذه التكنولوجيا المبتكرة لها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup> غالب قاسم الصرايرة، مرجع سابق، ص 5.

<sup>3</sup> الهيئة العامة لحماية المستهلك، حماية المستهلك تؤكد على مواجهة ظاهرة السلع المقلدة في الأسواق ، مجلة الشبيبة، العدد 5935، سلطنة عمان، 2012-04-11، ص 7.

المطلب الرابع: نماذج لآثار تجارة السلع المقلدة على اقتصاديات بعض الدول المتقدمة والنامية.

مع ظهور العولمة والانفتاح الاقتصادي مع التطور في وسائل النقل والمواصلات بين الدول أصبح العالم قرية صغيرة ما يحدث في جزء يحدث في أجزاء أخرى، لذا فإن تجارة السلع المقلدة لم تعد تقتصر على دول بعينها بل أصبحت مشكلة ذات بعد عالمي تعاني منها الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

الفرع الأول: آثار السلع المقلدة على بعض الدول النامية.

تزداد آثار التقليد وخامة على الدول النامية بالمقارنة مع الدول المتقدمة ذلك لنقص الوعي في هذه المجتمعات التي تكون غالباً مدفوعة بالقدرة الشرائية المتدنية في الحصول على حاجاتها، بالإضافة إلى قلة الإمكانيات لمحاربة هذه الظاهرة كما أنها ليست من أولويات الحكومات في هذه البلدان.

أولاً: أثر تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الهندي.

يمس التقليد في الهند العديد من القطاعات أجمالاً الباحثون في سبعة قطاعات رئيسية: غيار السيارات، الكحول، أجهزة الحاسوب، السلع الشخصية، الأطعمة، الهواتف المحمولة ومنتجات التبغ، كما في الجدول التالي:

جدول رقم (13) خسائر الشركات الهندية من التقليد عام 2012.

| المبيعات الضائعة للشركات (مليون روبية) | نسبتها في السوق السوداء % | المجال الصناعي              |
|--|---------------------------|-----------------------------|
| 91.980                                 | 29.6                      | المكونات الآلية وقطع الغيار |
| 56.260                                 | 10.2                      | الكحول                      |
| 47.250                                 | 26.4                      | برمجيات الحاسوب             |
| 150.350                                | 25.9                      | السلع الشخصية               |
| 203.780                                | 23.4                      | السلع الغذائية              |
| 90.420                                 | 20.8                      | الهواتف النقالة             |
| 89.650                                 | 15.7                      | السجائر                     |
| 729.690                                |                           | مجموع الخسائر               |

Source: ICC, BASCAP, FICCI, CASCADE, Counterfeiting, Piracy And Smuggling In India

– Effects And Potential Solutions, 2012, P 4.

من الجدول نلاحظ أن عمليات التقليد تؤثر بشدة على الشركات الهندية التي قدر مجموع خسارتها في القطاعات الأساسية حوالي 729.690 مليون روبية ، وتحمل قطع غيار السيارات المرتبة الأولى في التقليد إذ أن 29.6 % من قطع غيار السيارات مقلدة والتي كانت السبب وراء 30 % من حوادث المرور في الهند خلال عام 2012 ، بالإضافة إلى الآثار الاقتصادية حيث تزيد القطع المقلدة من استهلاك البنزين، يليها برمجيات الحاسب بنسبة 26.4% في السوق بحجم خسارة 47.250 مليون روبية، أما بالنسبة لقطاع السلع الغذائية فقد شهد خسارة للمنتجين تقدر بحوالي 203.780 مليون روبية، تليها الهواتف النقالة والسجائر بنسبة 15.7-20.8 % على التوالي في السوق السوداء، وينجم عنها خسائر للشركات تقدر بـ 89.650 - 90.420 مليون روبية.

أما الكحول فهو أقل تقليدا من باقي القطاعات، حيث يمثل محليا نسبة 10.2 % في السوق السوداء- وقد تسبب في وفاة 328 شخص خلال الفترة 2003-2005.

وتكلف ظاهرة التقليد المحلي أو الأجنبي خسارة كبيرة للحكومة الهندية مباشرة أو غير مباشرة وتتمثل في الضرائب المفقودة كما يمثلها الجدول التالي:

#### جدول رقم(14) الخسائر الضريبية للحكومة الهندية عام 2012.

| المجال الصناعي              | خسارة مباشرة<br>مليون روبية | خسارة غير مباشرة<br>مليون روبية | خسائر لخزينة الدولة (مليون روبية) |
|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| المكونات الآلية وقطع الغيار | 4.210                       | 23.050                          | 27.260                            |
| الكحول                      | 2.600                       | 22.500                          | 25.100                            |
| برمجيات الحاسوب             | 470                         | 11.870                          | 12.340                            |
| السلع الشخصية               | 8.670                       | 37.790                          | 46.460                            |
| السلع الغذائية              | 5.520                       | 51.080                          | 56.600                            |
| الهواتف النقالة             | 4.960                       | 26.780                          | 31.740                            |
| السجائر                     | 8.610                       | 53.790                          | 62.400                            |
| مجموع الخسائر               | 35.040                      | 226.860                         | 261.900                           |

Source: ICC, BASCAP, FICCI CASCADE ,Op Cit, P 7

من الجدول نلاحظ أن التقليد يتسبب في خسائر مباشرة وأخرى غير مباشرة والتي تشكل مع ا خسائر لخزينة الدولة، وتسببت السجائر والتبغ في أكبر خسارة بـ 62.400 مليون روبية ، تليها السلع الغذائية والشخصية بـ 56.600 - 46.460 مليون روبية على التوالي.

بالإضافة إلى ذلك، فإن سوق المنتجات المقلدة له آثار سلبية على سوق العمل من خلال تقليص ربحية مشروعة للشركات وزيادة تسريح العمال، وعلاوة على ذلك فإن العمال الذين يعملون بالتقليد يعيشون ظروف عمل سيئة بالإضافة إلى عدم وجود فوائد.

و هناك ثلاثة من الآثار السلبية الرئيسية للتقليد على العمالة في السوق الرسمي :

- الحد من فرص العمل كنتيجة مباشرة للانخفاض في المبيعات والأرباح.

- الحد من فرص العمل يرجع إلى انخفاض في الطلب على الخدمات.

بالإضافة إلى تأثيره على حجم الاستثمار الأجنبي الوارد إلى الهند ففي دراسة لمنظمة التعاون والتنمية تبين أن زيادة الحماية بـ 1% في حقوق الملكية الفكرية و الصناعية يؤدي إلى زيادة 2.8 - 6.8% في

الاستثمار الأجنبي المباشر، وتأتي الهند في مرتبة متدنية في هذا المجال بالمقارنة مع دول البريك.

بالإضافة إلى أن الحكومة تتحمل أيضا تكاليف إضافية لتنفيذ تدابير مكافحة التقليد، تكاليف التحقيقات

والمداهمات، تكاليف حملات التوعية وغيرها من التدابير التي تشكل ضغطا على موارد الحكومة

المحدودة، بالإضافة إلى تكاليف التخلص من المواد المقلدة المضرّة للبيئة.

**ثانيا: أثر تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد المكسيكي**

ككل دول العالم فإن لتجارة السلع المقلدة انعكاسات عدة على الاقتصاد المكسيكي من خلال التأثير

بصفة خاصة على إيرادات الدولة من خلال خسارة 1.4 بليون أورو كضرائب على الواردات، كما

يؤدي إلى خسارة حوالي 520 مليون أورو جراء خروج الشركات الأجنبية المستثمرة فيها والتي تعرضت

للضرر من تقليد علاماتها ومنتجاتها أو إفلاس الشركات الوطنية مما أدى إلى خسارة حوالي 506.000 وظيفة، وبالتالي ظهور عدة مشاكل اجتماعية.<sup>1</sup>

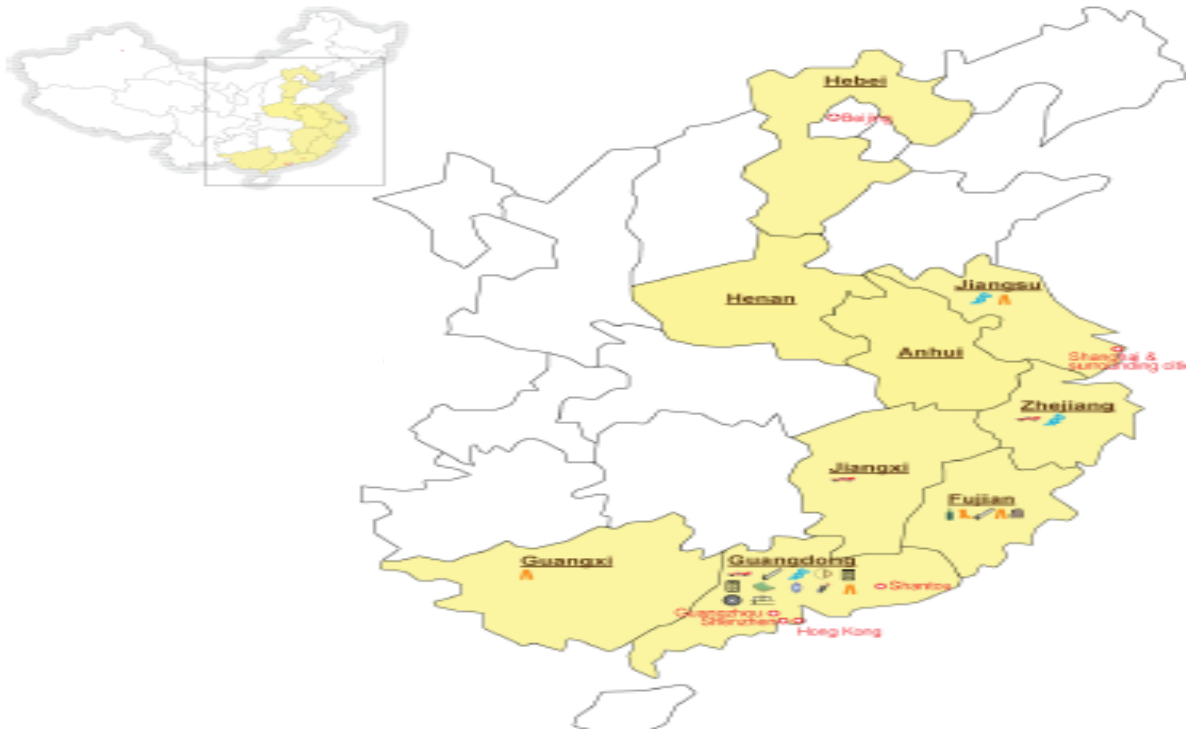
ثالثاً: أثر تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الصيني.

ينتشر التقليد جنوب الصين مقاطعة Guangdong و Fujian حيث تشكل هذه المناطق أولى المناطق التي عرفت الاستثمار الأجنبي المباشر ونشوء مصانع موازية لتقليد ما يتم صنعه، كما أنها مقر الشبكات الإجرامية النشطة في هونج كونج وتايوان والمشاركة في التهريب والمخدرات... إلخ، وهي نفسها المتورطة في تجارة السلع المقلدة، حيث تقوم هذه الجماعات بتوفير التمويل اللازم لمساعدة الورش في بدء التشغيل أما توزيعها فيتم من خلال سلسلة من أسواق الجملة التي تقع تقريباً في جميع أنحاء الصين، وما ساعد على ذلك قيام حكومة YIWU عام 1982 باستثمار 10 ملايين دولار في تأسيس مدينة Zhejiang (تشيانغ) الصين للسلع الصغيرة المعروفة باختصار (CSCG)، وهو سوق الجملة المتخصص في تجارة السلع الصغيرة خاصة السلع المنزلية والتي وجدت فيها الجماعات المنظمة فرصة لتوزيع مختلف السلع المقلدة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fronter, Bascap, Estimating The Global Economic And Social Impact Of Counterfeitjng And Piracy, Frontier, London, February 2011, P 43.

<sup>2</sup> Daniel. C.K Chow, Counterfeitng And China's Economic Development, Chio State University Colleague Of Law, 8 June 2006, P P 5-6.

شكل رقم (28) مقاطعات الصين مركز التقليد.



**Source :** Kathrine Linton , Alexander Hammer, **China Intelletual Property Infringement, Indigenous Innovation Policies, And Frame works For Measuring The Effect On Thz U.S. Eonomy**, United States International Trade Omission, USITC Publication 4199, November 2010, Chapter 3, P19.

ورغم أن حوالي 80-90 % من السلع المسوقة في هذه المقاطعات مقلدة إلا أنها ساهمت في حصول الحكومة الصينية على إيرادات هامة بلغت عام 1991 حوالي 100 مليون دولار لتتضاعف 22 مرة خلال خمس سنوات لتبلغ حوالي 2.2 بليون دولار عام 1996، وبذلك فإن التقليد في الصين:<sup>1</sup>

- يساهم في تنمية الاقتصاد المحلي.

- يشكل 86 % من الإيرادات الضريبية.

- يساهم بنسب 8-10 % في الناتج المحلي الإجمالي.

- تشغيل أعداد كبيرة من الصينيين في العديد من المدن الصينية. حيث نجد حوالي مليون إلى عشرة

ملايين شخص لا يعارضون فكرة التقليد لأنه يشكل مصدر رزق لهم.

<sup>1</sup> Ibid, P P 6-9.

## 1- تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر نحو الصين:

رغم أن الصين مصدر التقليد في العالم غير أنها من أكبر المتقنين للاستثمار الأجنبي المباشر من خلال الشركات متعددة الجنسيات، على عكس الكثير من الدول التي يؤثر حجم انتهاك حقوق الملكية الفكرية على هذا النوع من الاستثمار، وهدف الاستثمار الأجنبي هو الاستثمار في الكفاءات الصينية والعمالة الكثيرة والرخيصة بالإضافة إلى توفر الموارد التي يحتاجها في الصناعة ووجود إجراءات حكومية عديدة، بالإضافة إلى الرغبة في قطع الطريق أمام المقلدين ومراقبتهم.<sup>1</sup>

وقع اعتمدت هذه الشركات على استراتيجيات غير تصادية مع الحكومة الصينية خوفاً على مصالحها واستثماراتها، من خلال التعاون مع الحكومة والحصول على التأييد الرسمي من خلال تشكيل ما يعرف بلجنة حماية علامات الجودة (QBPC) التي تشكل أكبر جماعات الضغط في الصين، تجري هذه اللجنة ندوات ومؤتمرات وتدعوا الحكومة إليها، ولكن تحرص على عدم انتقادها حتى أن بعض منها تقوم بالإشادة علناً لانجازات الحكومة من أجل تحسين نظام انفاذ القوانين وحماية استثماراتها.<sup>2</sup>

## 2- دور الحكومة الصينية في محاربة التقليد:

يرى الكثير من المراقبين غياب إرادة سياسية جادة لدى الحكومة الصينية في محاربة التقليد، ولو توفرت لكانت تمكنت من السيطرة على معظم أوكار التقليد في غضون فترة قصيرة لا تتعدى العامين، غير أنها لا تقوم بذلك بالفعالية المناسبة لأن إيقاف التجارة في السلع المقلدة وإغلاق المصانع والورش الغير رسمية يؤدي إلى الإضرار بالاقتصاد المحلي من خلال خسارة جزء من إيراداتها الضريبية، وتفشي ظاهرة البطالة التي تؤدي إلى حدوث اضطرابات اجتماعية تؤثر على الاقتصاد الصيني.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Kathrine Linton , Alexander Hammer, Op Cit,P 4.

<sup>2</sup> Daniel. C.K Chow, Op Cit , P P 7-9.

<sup>3</sup> Ibid, P 8..

### 3- بعض الآثار السلبية لتجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الصيني:

برغم الكثير من الآثار الايجابية لتجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الصيني، إلا أننا نرى أن هناك آثاراً أخرى سلبية منها:

- حدوث استنزاف مفرط لموارد الدولة الطبيعية وما ينجم عنه من أخطار.
- حدوث تلوث للبيئة نتيجة كثرة دخان المصانع والمخلفات الصناعية، والمخلفات التي يصعب التخلص منها.
- استغلال فئة الأطفال في العمل في ظروف غير صحية وغير آمنة بأجور جد متدنية.
- حدوث مشاكل وآثار صحية للمستهلكين الصينيين نتيجة استهلاكهم تلك السلع التي قد تكون مضرّة.
- تشوه سمعة الصين في الأسواق الدولية.

### الفرع الثاني: آثار السلع المقلدة على بعض الدول المتقدمة.

بخلاف الاعتقاد الشائع فقد لاحظنا أن الدول النامية ليست وحدها مصدر السلع المقلدة، أو المتضررة فقط منها، إذ دقت الدول المتقدمة أيضاً ناقوس الخطر بعدما تبين خطر هذه الظاهرة على كافة الميادين، خاصة على صحة وسلامة المستهلكين والإضرار بأصحاب العلامات.

أولاً: أثر تجارة السلع المقلدة على اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية.

أثبتت العديد من الدراسات أن حقوق الملكية خاصة الصناعية لها أهمية كبيرة ومساهمة فعالة في الاقتصاد الأمريكي حيث تعتبر محرك النمو الحقيقي لما تساهم به في توظيف العمال وتساهم بـ 60% من نمو الولايات المتحدة الأمريكية في المنتجات القابلة للتصدير.



لذا فإن الأثر الناتج عن عمليات التقليد والقرصنة لا يقتصر على الشركات التي تعمل على تصميم وإنشاء وبيع حقوق الطبع والنشر، الصور المتحركة، تسجيل الصوت، والبرمجيات، وألعاب الفيديو، إنما ينتشر إلى كل الاقتصاد الأمريكي.

ففي عام 2005 قدرت خسارة شركة Picture Association of America (MPAA) حوالي 6.1 بليون دولار أمريكي، فيما قدرت خسارة شركات إنتاج التسجيلات الصوتية، البرمجيات وألعاب الفيديو حوالي 17 بليون دولار، أما خسائر حقوق الملكية الفكرية من حقوق المؤلف والطبع والنشر فقد قدرت حوالي 23.074 بليون دولار.<sup>1</sup>

أما الاقتصاد الأمريكي فقد قدرت خسارته من تقليد هذه المنتجات حوالي 58 بليون دولار وتسببت في خسارة 373.357 وظيفة، فمثلا في سنة 2004 قامت شركات إنتاج الصور والفيديو بتسريح 84% من موظفيها، كما قامت شركات إنتاج وتوزيع البرامج أيضا بتسريح 60% من عمالها، مما يعني أن خسارة \$1,000,000 بسبب التقليد تؤدي إلى خسارة 14.572 وظيفة، ناهيك عن 2.6 بليون دولار خسائر إيرادات الدولة من الضرائب الضائعة.

و في عام 2011 تحدثت تقارير أخرى عن وجود قطع غيار مقلدة في معدات وآلات الجيش الأمريكي ظنا منها أنها معدات متطورة غير أنه ثبت أنها مقلدة ورديئة، خاصة بالنسبة لقطع غيار الطائرات العسكرية.<sup>2</sup>

ثانيا: أثر تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد البريطاني.

يمس التقليد في بريطانيا كل القطاعات خاصة قطاع: السلع الفاخرة، المستحضرات الصيدلانية، المواد الغذائية، المشروبات والبرمجيات، و ينجم عن هذه الظاهرة آثارا وخيمة على الاقتصاد البريطاني منها:<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Chaudhry,P.E, Zimmerman,A The Global Growth Of Counterfeit Trade, Springer, 2013 ,PP 14-18. <http://www.springer.com>

<sup>2</sup> Stephen E .Siwek,The True Cost Of Copyright Industry Piracy Tu The U. S.Economy, Policy Report 189,Institute For Policy Innovation(IPI), October 2007,PP11-14.

<sup>3</sup> Frontier,The Impact Of Counterfeiting On Governments And Consumers , A Report Commissioned By BASCAP: Execultive Summary, May 2009, P13.

- خسر 380.000 عامل وظائفهم بسبب أعمال التقليد - حسب إحصائيات 2009- ومن الصعب على جزء من هؤلاء العمال أن يجدوا عملاً جديداً مرة أخرى وحتى لو وجدوه فسيكون بأجر أقل في حين أن الجزء الباقي المقدر بـ 31.000 عاملاً سيقون بدون عمل.

- قدر حجم الخسارة من الضرائب المفقودة 4.1 بليون أورو وهو ما يعادل 2.5 من إجمالي الإيرادات الضريبية الحكومية.

- خسارة حوالي 500 مليون أورو سنوياً تتضمن خسائر الرعاية الصحية جراء استهلاك أو استعمال منتجات مقلدة والتي عرضت المستهلكين للخطر.

- أدت المتاجرة بالسلع المقلدة للتأثير سلباً على الناتج المحلي الإجمالي الذي انخفض بـ 6 % خلال إحصائيات 2009.

- بلغت التكلفة الاقتصادية والاجتماعية للجريمة في المملكة المتحدة 1.7 بليون أورو هذا الرقم يجسد التكاليف المفروضة على نظام العدالة الجنائية وكذلك التكاليف الاجتماعية الأخرى مثل تكلفة الأرواح المفقودة (القتل) وتكاليف التأمين والأمن .

#### المبحث الرابع: مكافحة تجارة السلع المقلدة عبر العالم.

إن مكافحة الغش والتقليد التجاري تصطدم بصعوبات كبيرة بسبب اتساع رقعة التقليد واكتسابها طابعاً دولياً، وفرة المنتجات، المقدرة الشرائية والسلوك الاستهلاكي مع التفاوت في دخل المستهلكين وتنوع مصادر تزودهم بالسلع والمنتجات، وتعتبر ظاهرة الغش والتقليد عن هاجس إقليمي ودولي ولا يمكن لأي دولة مهما بذلت من جهد محاصرة هذه الظاهرة بمفردها دون التنسيق مع باقي الدول ومع الهيئات الدولية أو المحلية ذات العلاقة.

المطلب الأول: محاربة تجارة السلع المقلدة عبر التشريعات.

تعتبر القوانين والتشريعات هي حجر الأساس في محاربة ظاهرة التقليد فكلما كانت قوانين ردية بوجود مؤسسات وطنية أو دولية فاعلة فإن ذلك سيكون له تأثير إيجابي من حيث المساهمة في تقليص هذه الظاهرة.

الفرع الأول: محاربة تقليد السلع من الناحية الشرعية.

من الناحية القانونية فإن التعامل بالسلع المقلدة سواء استيراداً أو تصديراً أو عرضها أو بيعها جنحة أو جريمة يعاقب عليها القانون في أغلب الدول العربية، أما بالاتحاد الأوروبي وأمريكا وغيرها فحتى استعمالها يعتبر أحياناً جريمة يعني من يلبس ساعة مقلدة ويقع تحت نظر رجال الجمارك يمكن أن يحال إلى الجهات الأمنية لمحاسنته أو إجراء تحقيق معه على الأقل، فقانوننا لا يجوز أن يمتلك أياً كان أية بضاعة مقلدة، لأن ذلك مما يجرمه القانون التجاري وقوانين أخرى، كما تنص على ذلك اتفاقية التجارة الدولية (الجات، الجاتس والتريبس) والتي تنص بدورها على عدم جواز التقليد.

و هذا لا يتعارض مع أصول الدين الاسلامي الذي يعتبر التقليد تَعَدُّ على حقوق الغير وهو حرام علاوة على الضرر الذي يمكن أن تلحقه بالأشخاص، ذلك أن أصول الدين الاسلامي:<sup>1</sup>

- حفظ الحقوق العامة والخاصة.

- أن عصمة مال المسلم، والكافر غير المعادي كعصمة دمه.

- وجوب الوفاء بالعهد والعقد.

- المعاملة بالمثل.

و الأدلة على ذلك كثيرة، منها قوله تعالى: " يا أيها الذين آمنوا أوفوا بالعقود" وقوله تعالى: " ولا تبخسوا الناس أشياءهم"، وقوله صلى الله عليه وسلم " لا ضرر و لا ضرار".

<sup>1</sup>إدارة العلاقات العامة والإعلام، مرجع سابق، ص 4.

و قد توافقت آراء علماء العصر على منع أخذ الحقوق المعنوية دون إذن من أصحابها كمنع أخذ الأمور المادية، وأنه لا فرق بينهما من حيث الأصل، والذي يمتن التجارة في البضائع المقلدة يقع في أحد المحضورين أو كليهما، فهو إما أنه يبيع سلعا مقلدة تحمل علامات مقلدة وأسماء شركات مشهورة يرغب فيها الناس لتقتهم فيها مع أنها في الحقيقة مقلدة، ولو عرف المشتري بذلك لأحجم عن الشراء وإن كان هذا ليس عاما في الناس، فقد يوجد من يرغب في السلع المقلدة لرخصها مقارنة بالأصلية، ومن ناحية أخرى أنه يضر بأصحاب الشركات والعلامات التجارية، فهم قد بذلوا أموالا طائلة لإنتاج هذه السلع، وإخراجها على الصفة التي هي عليها، فكيف يستباح التعدي عليهم وإلحاق الضرر بهم.

كما اعتبره البعض من العلماء كبيرة من الكبائر - باعتباره غشا-، وفاعله فاسق وترد شهادته، وقد علل ابن عابدين ذلك بقوله: لأن الغش من أكل أموال الناس بالباطل، وقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " من غشنا فليس منا" والعمل على هذا عند أهل العلم كرهوا الغش وقالوا: ان الغش حرام، حيث نهى الإسلام عن الغش في المعاملات عموماً ونهى عن مبيعات ومعاملات لا تتفق مع الأخلاق التي يدعو إليها؛ وذلك لأن النظام الذي أقامه الإسلام في جانب المعاملات وشؤون المال والاقتصاد هو نظام أخلاقي بحث فضلاً عن أنه يقيم مجتمعاً يتكافل فيه الناس، والغش بما فيه التقليد يناقض ذلك كله.<sup>1</sup>

#### الفرع الثاني: الاتفاقيات الدولية.

نجد جميع دول العالم قد سارعت فرادى وجماعات إلى سن القوانين المنظمة للحقوق الصناعية والتجارية حتى غدت هذه القوانين من أحدث فروع العلوم القانونية، كما نجد المشرع الدولي اهتم اهتماماً بالغاً بحماية حق الملكية الصناعية والتجارية ضمن عدة اتفاقيات والتي يمكن إجمالها في الجدول التالي:

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 4.

جدول رقم(15) حقوق الملكية الصناعية والتجارية والاتفاقيات الدولية ذات الصلة بها.

| عناصرها(مجالاتها)              | الموضوع   | مجالات التطبيق الرئيسية   | الاتفاقيات الدولية   |
|--------------------------------|---|---|--|
| براءة الاختراع                 | اختراعات جديدة وغير منشورة وصناعية الاستخدام                          | تصنيع   | ميثاق باريس، المعاهدة الدولية للتعاون بشأن براءات الاختراع معاهدة بودابست        |
| التصاميم الصناعية              | تصاميم زخرفية   | الملابس والسيارات والأجهزة الالكترونية                              | اتفاقية لاهاي، ميثاق باريس اتفاقية لوكارنوا                                      |
| العلامة التجارية لسلعة أو خدمة | علامات أو رموز لتمييز سلعة وخدمة مؤسسة ما عن غيرها                    | جميع الصناعات   | ميثاق باريس، اتفاقية وبروتوكول مدريد، اتفاقية نيس، معاهدة قانون العلامة التجارية |
| البيانات الجغرافية             | تحديد منشأ السلعة للدلالة على الجودة أو أية خصائص أخرى ترتبط بالمنطقة | الصناعات الغذائية والزراعية وقطاع المشروبات الروحية على وجه التحديد | اتفاقية لبشونة اتفاقية مدريد   |
| من نوع خاص                     |   | الصناعات الالكترونية الدقيقة  | معاهدة واشنطن  |
| مخططات الدوائر المتكاملة       |   |   |  |
| الأسرار التجارية               | المعلومات والبيانات التجارية السرية                                   | جميع الصناعات   |  |

المصدر: مخلوفي عبد السلام، أثر اتفاقية حقوق الملكية الفكرية على نقل التكنولوجيا والقدرة التنافسية لمنتجات الدول النامية في الأسواق العالمية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد بشار 22-23 افريل 2003، ص123.

و سنقوم بالتركيز على اتفاقيتي: باريس وترييس بالإضافة إلى التطرق إلى اتفاقية ACTA كما يلي :

أولا: اتفاقية باريس.

قامت حكومة فرنسا في عام 1880 - عقب عقد مؤتمر دولي حول الملكية الصناعية تمخض عنه

الدعوة إلى عقد مؤتمر دولي دبلوماسي لغايات تحديد قواعد الإطار التشريعي في حقل الملكية الصناعية -

بتحضير مسودة نهائية تقترح اتحادا لحماية الملكية الصناعية، وأرسلت تلك المسودة مع بطاقات دعوة

لسائر الدول للحضور إلى باريس لمناقشتها، فتم تبني ما ورد فيها من قبل الدول التي لبثت الدعوة، وقد

حولت تلك المسودة في جوهرها إلى المواد الرئيسية التي مازالت تشكل الخطوط العريضة لما يسمى باتفاقية باريس، ثم عقد مؤتمر دبلوماسي في باريس في 20-03-1883 وحضرته إحدى عشر دولة فأخرجت إلى الوجود اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية وقد بدأ سريانها في 7-06-1884 والتي شكلت المظلة الدولية لحماية الحقوق الفكرية والصناعية بوجه خاص.

وقد استكملت اتفاقية باريس ببروتوكول تفسيري في مدريد سنة 1891 وأعيد النظر فيها في بروكسل عام 1900 وفي واشنطن عام 1911، لاهاي 1925، لندن 1934، لشبونة 1958، استكهولم عام 1967، وتم تعديلها عام 1979، وهي تطبق على الملكية الصناعية والتجارية بأوسع معانيها بما في ذلك الاختراعات والرسوم، النماذج الصناعية، نماذج المنفعة، العلامات التجارية والصناعية، علامات الخدمة، الأسماء التجارية، البيانات الجغرافية وقمع المنافسة غير المشروعة، كما أضافت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة تريبس إلى عداد الحقوق الفكرية المعلومات غير المكشوف عنها (الأسرار التجارية) والتصاميم (الطبوغرافيا) والدوائر المتكاملة.<sup>1</sup>

و تنقسم الأحكام الأساسية التي حوتها اتفاقية باريس إلى مبادئ رئيسية هي:<sup>2</sup>

- **المعاملة الوطنية**: يتمتع رعايا كل دولة من تلك الدول بالمزايا التي توفرها قوانين كل دولة

لمواطنيها فيما يخص حماية حقوقهم والتظلم من أي مساس بها.

- **الحق في الأولوية**: قيام الشخص بالتسجيل في دولة من الأعضاء في اتفاقية باريس يعطي

اختراعه الحماية في أي دولة أخرى من الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية مدة سنة.

- **القواعد العامة**: مثل استقلال البراءات، الترخيص الإجبارية،...إلخ.

- توفير الحماية المؤقتة للاختراعات في المعارض الدولية.

وقد وضعت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883 بعض التدابير لكي تتخذها الدول الأعضاء في

اتحاد باريس لمواجهة التعديات على العلامات التجارية وتزويرها في المادة 6 مكرر والمادة 9، وقد

<sup>1</sup>صلاح زين الدين مرجع سابق، ص ص 168-169.  
<sup>2</sup> اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883، لمزيد من المعلومات أنظر. ملحق رقم 5.

خصت الاتفاقية العلامات والأسماء التجارية بهذه الأحكام دون غيرها من طوائف الملكية الصناعية الأخرى.

- المادة 6: وضعت نظاماً لحماية العلامة المشهورة بموجبه تتعهد دول اتحاد باريس برفض أو إبطال تسجيل أو منع استعمال الغير للعلامة التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، إذا كان من المزمع استخدام العلامة لتمييز منتجات مماثلة أو مشابهة للمنتجات التي تستخدم العلامة المشهورة في تمييزها، وتتميز هذه المادة بالخصائص الآتية<sup>1</sup>:
- تحمي هذه المادة العلامات الشهيرة من تعرضها للتسجيل من قبل أطراف ثالثة أو التقليد أو الترجمة، إلى حد يوقع المتلقي في لبس مع العلامة الأصلية أو جزء مهم منها؛
  - هذه المادة معنية فقط بالعلامات التي تمثل سلعا ملموسة؛
  - المادة تحمي العلامة من التسجيل غير القانوني أو الاستخدام غير المشروع إذا تعلق الأمر بمنتجات مشابهة أو مطابقة وفقاً لمبدأ التخصص، ومن ثم فإنها غير معنية بالمنتجات ذات الطبيعة المغايرة والتي تحمل العلامة نفسها؛
  - إن المادة لم تحدد ما معنى العلامة الشهيرة وتركت ذلك لتقدير السلطات المختصة في الدولة التي تشهد التسجيل غير القانوني للعلامة.

- أما المادة 9: فقد وضعت بعض التدابير الحدودية لحماية العلامات والأسماء التجارية فقررت أن على الدول الأعضاء في اتحاد باريس مصادرة المنتجات التي تحمل بطريقة غير مشروعة علامات أو أسماء تجارية عند استيرادها إلى الدول التي تكون تلك العلامات أو الأسماء محمية فيها (المادة 9 فقرة 1)، وتقع المصادرة بناء على طلب النيابة العامة أو السلطة المختصة أو صاحب الشأن وفقاً للتشريع الداخلي لكل دولة (مادة 9 فقرة 3) ولا تلتزم السلطات بمصادرة المنتجات التي تمر بالدولة في تجارة عابرة (ترانزيت) (الماد 9 الفقرة 4)، وإذا كان تشريع الدولة

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

لا يجيز المصادرة عند الاستيراد فيستعاض عن ذلك بحضر الاستيراد أو بالمصادرة داخل حدود الدولة بعد الافراج عن المنتجات جمركيا(المادة 9 الفقرة 5) فإذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الاستيراد ولا داخل الدولة فيستعاض عن هذه الإجراءات بالدعاوى والوسائل التي يكفلها قانون تلك الدولة لمواطنيها في الحالات المماثلة(المادة 9 الفقرة 6).<sup>1</sup>

غير أن هذه التدابير لم تكن كافية للتصدي لظاهرة الاتجار في السلع التي تحمل علامات مقلدة، لأن الفقرة 6 من المادة 9 من اتفاقية باريس لا تلزم الدول الأعضاء في الاتحاد باتخاذها، بل أجازت الاستعاضة عن تلك التدابير بالدعاوى والوسائل التي يكفلها القانون الداخلي لمواطني الدولة، ومن ثم فقدت التدابير التي تنص عليها المادة 9 من الاتفاقية طابعها الإلزامي وهذا يعني أن المادة 9 من اتفاقية باريس تكتفي بمناشدة الدول الأعضاء في الاتحاد ودعوتهم إلى اتخاذ هذه التدابير عند استيراد المنتجات التي تحمل بطريق غير مشروع علامات تجارية، دون أن تفرض عليها أي التزام قانوني أو حتى أخلاقي.

#### ثانيا: مسألة تجارة السلع المقلدة ضمن مفاوضات الجات.

لقد أدركت الولايات المتحدة الأمريكية منذ بداية السبعينيات مدى خطورة تجارة السلع المقلدة والآثار السلبية التي تحدثها في مجال التجارة الدولية عموما والتجارة الأمريكية بصفة خاصة ونادت في إطار جهودها الرامية إلى رفع مستويات حماية حقوق الملكية الفكرية على المستوى الدولي بوضع قواعد للإنفاذ، بعد أن ظهر جليا أن مجرد وضع قواعد موضوعية موحدة لحماية حقوق الملكية الفكرية لم يعد كافيا لأن درجة الحماية التي يتم توفيرها بموجب الاتفاقيات الدولية تتوقف على الانفاذ الفعال لنصوص تلك الاتفاقيات.

<sup>1</sup> حسام عبد الغني الصغير، مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامة التجارية ونظام مدريد، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، المعهد الوطني للملكية الصناعية(فرنسا)، المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، المغرب، 08-07 ديسمبر 2004، ص 5.



وفي الجولة السابعة للمفاوضات التجارية التي عقدت تحت مظلة الجات، وهي جولة طوكيو 1974، طرحت على مائدة المفاوضات مسألة تجارة السلع المقلدة counterfeiting goods غير أن المفاوضات لم تسفر عن التوصل إلى أي اتفاق في هذا الشأن<sup>1</sup>.

وفي سنة 1979 توصلت الولايات المتحدة الأمريكية إلى اتفاق مع الجماعة الأوروبية على المشروع تمهيدا لطرحة على الدول الأطراف في الجات سمي " Agreement on Measures to Discourage the Importation of Counterfeit Goods " ، وذلك بعد تضرر الولايات المتحدة الأمريكية من ظاهرة المتاجرة بالسلع المقلدة حيث قدر حجم خسائرها السنوية من التقليد في 24 بليون دولار أمريكي، وسرعان ما اقتنعت دول المجموعة الأوروبية بحجة الولايات المتحدة الأمريكية وساندتها<sup>2</sup>، وقد أدخلت عدة تعديلات على هذا المشروع في أعقاب عدة اجتماعات غير رسمية عقدت مع عدد من الدول الصناعية خلال الفترة من 1980-1982، وأطلق على المشروع Anticounterfeiting Code وعرض المشروع في الاجتماع الوزاري للدول الأطراف في الجات المنعقد في سنة 1982 للتحضير لجولة المفاوضات القادمة، غير أن الدول النامية - بقيادة البرازيل والهند - اعترضت على معالجة مسائل الملكية الفكرية تحت مظلة الجات، على أساس أن هذه المسائل من صميم اختصاص المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، وأن الجات تقتصر أهدافها على المسائل المتعلقة بتجارة السلع، ومن ثم فلا شأن لها بالمسائل المتعلقة بتقليد العلامات التجارية وحقوق الملكية الفكرية الأخرى، ورغم هذا الاعتراض إلا أنها لم تنجح في استبعاد الملكية الفكرية من دائرة مفاوضات الجات<sup>3</sup>، حيث أنه في عام 1986 وفي مدينة بونتا دي ليست باراجواي اتخذ هذا الاتفاق شكلا جديدا وهو شكل اتفاق لمعالجة الجوانب المتصلة

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 6.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 6.

<sup>3</sup> حسام عبد الغني الصغير، القرصنة والتقليد و أثرهما على الاقتصاد الوطني، ص 10، متاح على الموقع

<http://www.alyasir.com>

تاريخ الإطلاع 2014-04-30 23:54 د.

بالتجارة من حقوق الملكية، وقد تم توقيع اتفاق جوانب الحقوق الفكرية المتصلة بالتجارة تريبس في مراكش المغربية في 15 أبريل 1994 وبدأ سريانها في 1995<sup>1</sup>.

ثالثاً: اتفاقية جوانب الحقوق الفكرية المتصلة بالتجارة تريبس (1994).

على الرغم من الاهتمام بتدعيم حقوق الملكية الفكرية على المستوى الدولي منذ زمن بعيد إلا أن الاتفاقيات الدولية المبرمة قبل اتفاقية التريبس أغفلت مسألة الانفاذ واكتفت بوضع قواعد موضوعية لتوفير الحماية على المستوى الدولي دون وضع قواعد وأحكام تتضمن وضع نصوص هذه الاتفاقيات موضع التنفيذ في الدول الأطراف فترك ذلك للتشريعات الوطنية وضع قواعد الانفاذ الملائمة، وقد أدى ذلك إلى اختلاف القواعد وتباينها من حيث درجة الفاعلية من دولة إلى أخرى<sup>2</sup> في 5 مجالات هي<sup>3</sup>:

- 1- عدم كفاية التدابير الحدودية بغرض التحفظ على البضائع المزيفة على الحدود الجمركية، فضلا عن عدم تقديم العون الكاف من أجهزة الشرطة،
- 2- وجود عوائق تحول دون اللجوء إلى القضاء أو السلطات المختصة،
- 3- قواعد الإثبات صارمة،
- 4- عدم توفير الحماية الوقتية أو التحفظية،
- 5- عدم توفير حماية جنائية رادعة.

في حين وضعت اتفاقية التريبس تنظيماً شاملاً لكل مجالات الحماية بدءاً من مستوى الإجراءات الإدارية وانتهاءً بالتدابير الحدودية، وقد عالجت الاتفاقية بتفصيل الحماية على صعيد الإجراءات الوقتية (التدابير المؤقتة م 50)، ثم الحماية على الصعيد المدني (م من 42 إلى 48)، ثم الحماية بالطرق الجنائية (م 61)، وأخيراً الحماية عبر نظام فعال للتدابير الحدودية (م من 51 إلى 60) كما يلي:

<sup>1</sup>صلاح زين الدين مرجع سابق، ص ص 191-194.

<sup>2</sup>حسام عبد الغني الصغير، القرصنة والتقليد وأثرهما على الاقتصاد الوطني، مرجع سابق، ص 10

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص 10.

➤ الحماية على صعيد الإجراءات الوقائية : والغرض هو الحيلولة دون حدوث تعد على أي

حق من حقوق الملكية الفكرية وعلى وجه الخصوص:<sup>1</sup>

1- منع السلع فور التخليص عليها جمركيا من النفاذ إلى الأسواق.

2- صون الأدلة ذات الصلة بالتعدي المدعي وقوعه من العبث.

➤ الحماية على الصعيد المدني: ويقصد بها توفير السبل أمام صاحب الحق في طلب اقتضاء

التعويض عن الضرر الناجم من أي تعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية خاصة

بطريق الدعوى المدنية، وبمقتضى أحكام المادة ( 61 ) من اتفاقية تريبس فإنه يتعين على

الدول الأعضاء تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية في مجالين من مجالات حقوق الملكية

الفكرية إذا كان عمدا وعلى نطاق تجاري ، وهما:

➤ العلامات التجارية المسجلة إذا قلدت تقليدا عمديا.

➤ حقوق المؤلف إذا انتحلت.

أما العقوبات المحددة فهي الحبس والغرامة أو إحداهما بالإضافة إلى مصادرة السلع المخالفة أو

أي معدات أو مواد استخدمت في ارتكاب الجريمة واتلاف السلع المخالفة.

➤ الحماية عبر التدابير الحدودية: والتي يقصد بها تلك الإجراءات التي يتعين اتخاذها قبل سلع

مقلدة عند دخولها أو عبورها للحدود الجغرافية لدول ما، وسلطات رجال الجمارك إزاء هذه

السلع وإزاء الشخص الذي يقوم بإدخالها إلى حدود الدولة<sup>2</sup>، غير أنه يستثنى منها ما يلي:<sup>3</sup>

➤ الكميات ذات الصفة غير التجارية.

➤ البضائع الشخصية والهدايا الواردة بحوزة المسافرين.

<sup>1</sup> حسام عبد الغني الصغير، مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، مرجع سابق، ص7.  
<sup>2</sup> حسن البدر اوي، الصعوبات المطروحة في انفاذ حقوق الملكية الفكرية و الحلول الممكنة ، ندوة الويبو الوطنية المتخصصة لأعضاء المعهد القضائي الأردني، منشورات الويبو 10- 12 أكتوبر 2004، ص ص 3-5.  
<sup>3</sup> غالب قاسم الصرايرة، ممارسات الغش و التقليد في المناطق الحرة و بلدان العبور، مرجع سابق، ص12.

➤ البضائع العابرة (ترانزيت)، بما في ذلك البضائع المودعة في المناطق الحرّة ونظّم بها بيانات ترانزيت.

➤ البضائع التي يكون طرحها في أسواق البلد المُصدّر قد تم من قبل صاحب الحق أو بموافقته.

ذلك بالإضافة إلى الالتزامات العامة ( المادة 41) وقواعد تسوية المنازعات المادة (64) التي أوجبت الفقرة الأولى منها تطبيق المادتين 22 ، 23 من اتفاقية جات 1994 على المشاورات وتسوية المنازعات التي تنشأ بين الدول الأعضاء بحسب ما جاء من تفصيل في اتفاقية " التفاهم بشأن القواعد والإجراءات التي تحكم تسوية المنازعات" ما لم ينص على خلاف ذلك في الاتفاقية،<sup>1</sup> علاوة على أنها حددت مدة الحماية لعناصر الملكية الفكرية المختلفة كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) الحد الأدنى لمدد حماية حقوق الملكية الفكرية وفق اتفاقية ( تريبس )

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| براءات الاختراع                  | سنة من تاريخ إيداع الطلب 20  |
| حقوق المؤلف و<br>الحقوق المجاورة | سنة 50. طيلة حياة المؤلف   |
|                                  | سنة بعد إتاحتها للجمهور أو إنجاز ذلك العمل. 50 أعمال التصوير السينمائي :                     |
|                                  | سنة بعد إنجاز العمل 25. التصوير الفوتوغرافي و الفنون التطبيقية :                             |
| العلامات التجارية                | سنة من نهاية السنة التقويمية التي جرى فيها تثبيت 50 المؤدود ومنتجو الاسطوانات الفوتوغرافية : |
|                                  | سنة من نهاية السنة التقويمية التي حدث فيها البث. 20. البث الإذاعي :                          |
| التصاميم الصناعية                | سنوات من التسجيل المبدئي مع التجديد المتواصل لعدد غير محدد من المرات. 7                      |
| مخططات الدوائر المتكاملة .       | سنوات على الأقل 10.  |
| مخططات الدوائر المتكاملة .       | سنوات من تاريخ أول استغلال 10 سنوات اعتبارا من تاريخ التسجيل وإذا لم يكن التسجيل مطلوباً 10  |

المصدر: زايري بلقاسم ، بلحسن الهواري، اقتصاديات الأفكار الرقمية وقضايا الحماية الفكرية لها، الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة، نوفمبر 2005، ص 219.

<sup>1</sup> حسام عبد الغني الصغير، الفرصة والتقليد و أثرهما على الاقتصاد الوطني، مرجع سابق، ص 11.

وعلى أساس عولمة قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية قامت اتفاقية حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة الدولية-تريبس بتبني اتفاقية باريس وتلافت بعض جوانب القصور فيها في المادتين 16.2 و16.3، وهما تتميزان بما يلي<sup>1</sup>:

➤ تعدد المادة 16.2 بالتعديل حول تغيير وتبسيط إجراءات تسجيل وتجديد تسجيل العلامات،

حيث تمدد الحماية التي توفرها المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس إلى علامات الخدمة؛

➤ لقد تركت المادة 16.2 الحرية للدول في تقدير شهرة العلامة واتخذت كمعيار شهرتها في الجمهور المعني؛

➤ تمنح المادة 16.3 الحماية حتى للمنتجات والخدمات التي تحمل العلامة نفسها ولو لم تكن

مشابهة أو مطابقة أو ذات علاقة بالمنتج الأصلي للعلامة المعنية، شريطة أن تكون

المنتجات موضوع التقليد ذات علاقة بصاحب العلامة المسجلة الأصلي أو تسبب له ضرراً،

ومن ثم فإن هذه المادة تتجاوز مبدأ التخصيص المذكور أعلاه .

#### رابعاً: اتفاقية محاربة الاتجار في السلع المقلدة.

إن الدول المتقدمة مقتنعة بأن معايير اتفاقية التريبس لم تعد كافية لمواجهة ظاهرة تقليد العلامات

التجارية والقرصنة، وهناك ضغوط مستمرة على الدول النامية لرفع مستويات الحماية بما يتجاوز تريبس،

وهو ما يعرف بـ Trips Plus عن طريق آليات متعددة أهمها<sup>2</sup>:

- الاتفاقيات الثنائية.

- التهديدات بفرض عقوبات اقتصادية(القسم 301 من ق التجارة الأمريكي)

- اللجوء إلى منظمات دولية متعددة ومطالبتها بوضع آليات لمحاربة التقليد والقرصنة (منظمة

التجارية العالمية، الويبو، منظمة الجمارك العالمية، منظمة الصحة العالمية، اتحاد البريد العالمي).

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 11-12.

<sup>2</sup>حسام الدين عبد الغني الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية و الصحة العامة ، ص 3، متاح عبر الموقع <http://www.docstoc.com>، تاريخ الإطلاع 15-05-2013 سا: 18 د 24

خامسا: اتفاقية مكافحة التقليد التجاري (ACTA):

اتفاقية التجارة لمكافحة التزوير، هي معاهدة متعددة الجنسيات لغرض وضع معايير دولية لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية، وتهدف الاتفاقية إلى وضع إطار قانوني دولي لاستهداف السلع المقلدة والأدوية الجنيسة والتعدي على حق المؤلف على شبكة الإنترنت، كما تسعى لخلق هيئة إدارية جديدة خارج المنظمات القائمة مثل: منظمة التجارة العالمية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية أو الأمم المتحدة.<sup>1</sup>

وُقِّعت الاتفاقية في أكتوبر 2011 من قبل كل من: أستراليا، كندا، اليابان، المغرب، نيوزيلندا، سنغافورة، كوريا الجنوبية، والولايات المتحدة، وفي عام 2012 انضمت دول أخرى مثل: المكسيك، الاتحاد الأوروبي و22 بلدا داخلا في الاتحاد الأوروبي، وكان من شأن الاتفاقية أن تدخل حيز التنفيذ في البلدان التي صادقت عليها بعد تصديق ست دول،<sup>2</sup> سبق التوقيع على هذه الاتفاقية مراحل عدة يمكن إجمالها في الجدول التالي:

جدول رقم(17) المراحل التي سبقت التوقيع على اتفاقية (ACTA)

| المرحلة | زمن ومكان انعقادها                    | المشاركين ونقاط المناقشات  |
|---------|---------------------------------------|--|
| 1       | 2006-2007                             | بدء المحادثات الأولية بين الولايات المتحدة الأمريكية واليابان، كندا ، الاتحاد الأوروبي و سويسرا.                                 |
| 2       | 2007                                  | بدء المفاوضات الرسمية  |
| 3       | 3-4 جوان 2008 جنيف (Geneva)           | المشاركون: أستراليا، الاتحاد الأوروبي، الأردن، مكسيكو، المغرب، نيوزيلندا، الجمهورية الكورية، سنغافورة، الإمارات العربية المتحدة. |
| 4       | 29-31 جويلية 2008 واشنطن (Washington) | نفس المشاركين.   |
| 5       | 8-9 أكتوبر 2008                       | نفس المشاركين  |

<sup>1</sup>European Commission, **Anti-Counterfeiting Trade Agreement Consolidated Text Public Predecisional/Deliberative Draft**, 3 December 2010, <http://trade.ec.europa.eu/> 30-05-2014 10h:32m.

<sup>2</sup>European Commission, **"Joint Statement OnThe Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) From All The Negotiating Partners Of The Agreement"**, <http://europa.eu> 30-05-2014 10h:35m

|    |  |   |
|----|--|---|
|    | طوكيو (Tokyo)                                  |   |
| 6  | 15-18 ديسمبر 2008<br>باريس (Paris)             | نفس المشاركين   |
| 7  | 16-17 جويلية 2009<br>بالرباط (Rabat)           | المشاركون: كندا، أستراليا، الاتحاد الأوروبي، اليابان، جمهورية كوريا، المكسيك، المغرب، نيوزيلاند، سانغافورة، سويسرا، الولايات المتحدة الأمريكية.<br>موضوعها: الاتفاقيات الدولية وقوة الانفاذ |
| 8  | 4-6 نوفمبر 2009<br>بسيول (Seoul)               | نفس المشاركين.<br>تنفيذ الجنائية وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية.   |
| 9  | 26-29 جانفي 2010<br>بغوادالاجارا (Guadalajara) | التنفيذ المدني، والتدابير الخاصة المتعلقة بإنفاذ وسائل التكنولوجيا والإنترنت  |
| 10 | 12-16 أبريل 2010<br>بوالينتون (Wellington)     | نفس المشاركين.<br>أما موضوعها فهو: الإجراءات الحدودية، قوانين حماية البرامج الإلكترونية، الجرائم، الشفافية.   |
| 11 | 28 جوان-1 جويلية 2010<br>بلوسارن (Lucerne)     | نفس المشاركين.<br>أما موضوعها فهي خاصة قوانين حماية البرامج الإلكترونية، الشفافية.  |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المراجع التالية:

- European Commission , **"Joint Statement On The Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) From All The Negotiating Partners Of The Agreement** , Op Cit.
- European Commission, **Anti-Counterfeiting: EU, US And Others Meet In Washington To Advance ACTA**, EU/NR 75/08, 31 July 2008, <http://www.eurunion.org> 18-03-2014 15h:31m.

وقد أثارت هذه الاتفاقية جدلا كبيرا بين مؤيد ومعارض حيث أن المتضررين من عمليات التقليد والقرصنة يؤيدونها مثل المجموعات الصناعية التي لها مصالح تجارية خاصة أصحاب العلامات التجارية والذين تعرضوا لخسارة جزء من أرباحهم نتيجة عمليات التقليد التي طالت منتجاتهم واعتبروا الاتفاقية

ردا على الزيادة الكبيرة في التجارة العالمية من السلع المقلدة والمقرصنة، حتى أنه كان لبعض هذه المجموعات والمنظمات تأثير كبير في سير أعمال الاتفاقية مثل: جمعية السينما الأمريكية والجمعية الدولية للعلامات التجارية.

أما المجموعة الثانية والتي تمثل مصالح المواطنين فهي تعارض الاتفاقية وترى أنها انتهاك للحقوق الأساسية بما في ذلك حرية التعبير والخصوصية، كما أنتقدت ACTA من طرف مجموعة "أطباء بلا حدود" لأنها تعيق الحصول على الأدوية في البلدان النامية علاوة على أنها لا تفعل شيئا من أجل حل مشكلة الأدوية المقلدة،<sup>1</sup> وأدى توقيع الاتحاد الأوروبي والعديد من الدول الأعضاء على الاتفاقية إلى حدوث احتجاجات واسعة النطاق في جميع أنحاء العالم مثلما حدث في أوروبا مما جعل العديد من الدول تتراجع عن التصديق على الاتفاقية مثل: هولندا وبولندا،... إلخ، كما أوصى ديفيد مارتن (مقرر البرلمان الأوروبي بخصوص الأعمال الرقمية بعد استقالة سابقه بسبب الاتفاقية) البرلمان الأوروبي أن يرفض ACTA، قائلًا إن الفوائد المقصودة تفوق بكثير المخاطر، ولكن "نظرا للغموض في بعض جوانب النص وحالة عدم اليقين بشأن تفسيرها، والبرلمان الأوروبي لا يستطيع أن يضمن الحماية الكافية لحقوق المواطنين في المستقبل تحت ACTA."<sup>2</sup>

**المطلب الثاني: محاربة تجارة السلع المقلدة عبر المنظمات الدولية ومبادرات الصناعة والأعمال.**

رغم وجود قوانين على مستوى البلدان من أجل محاربة السلع المقلدة، وإنشاء العديد من المعاهدات وإبرام الاتفاقات في هذا الصدد، إلا أن ظاهرة السلع المقلدة لم تتراجع وأحيانا ارتفعت بفعل العديد من الأسباب، مما أثبت عدم نجاعة القوانين وحدها، فظهرت العديد من المنظمات على المستوى الدولي أو الإقليمي من أجل التصدي لهذه الظاهرة، بالإضافة إلى نشاط مختلف الجمعيات خاصة جمعيات حماية المستهلك.

<sup>1</sup> European Commission, Joint Statement On The Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) From All The Negotiating Partners Of The Agreement, op cit.

<sup>2</sup> David Meyer, ACTA To See Euro Vote In June As Delay Averted, 28 March 2012 <http://www.zd.net.co.uk>. 15-04-2014 10h::51m



الفرع الأول: دور المنظمات الدولية في محاربة التقليد.

هناك العديد من المنظمات الدولية التي - بالإضافة إلى أعمال ونشاطات مختلفة أو محددة - تقوم

بمحاربة تجارة السلع المقلدة عبر العالم منها:

أولاً: دور الشرطة الدولية (الإنتربول) في مكافحة السلع المقلدة.

لقد تم إنشاء المنظمة الدولية للشرطة الجنائية-أنتربول في 07 سبتمبر 1923، حيث تعد من بين

أهم المنظمات الدولية الناشطة في مجال مكافحة الجريمة نظراً لما تقدمه من إمكانية تعقب وضبط

لمرتكبي الجرائم على إختلاف أنواعها أينما وجدوا وتسليمهم إلى الهيئات المختصة بغية محاكمتهم وتوقيع

العقوبة المناسبة عليهم، وتضم حالياً 190 بلداً عضواً فيها ويعمل لديها 541 موظف من 79 جنسية

مختلفة، وتباشر مهامها بأربع لغات رسمية (الإنجليزية، الفرنسية، الإسبانية والعربية) أما مقرها الحالي

فيوجد بليون (فرنسا).<sup>1</sup>

تستعمل الأنتربول مصطلح الاتجار بالسلع غير المشروعة كمصطلح شامل للتعبير عن الاتجار

غير المشروع بجميع أشكاله، فهو يتضمن ممارسات مثل التقليد (انتهاك العلامات التجارية)، والقرصنة

(التعدي على حقوق التأليف والنشر)، وتهريب المنتجات المشروعة، والتهرب من الضرائب، ويتمثل أحد

جوانب هذه الجريمة في بيع المنتجات المقلدة على أساس أنها حقيقية؛ وكذلك في بيع السلع الأصلية في

السوق السوداء للتهرب من دفع الضرائب.

وتشكل أعمال التقليد والقرصنة جرائم دولية منظمة تهدد صحة وسلامة المستهلكين الذين غالباً ما يكونون

على غير علم بالأمر، والإنتربول ملتزم بالعمل عن كثب مع بلدانه الأعضاء الـ 190 ومع شركائه من

المنظمات الدولية لمكافحة هذا النوع من الجرائم أي كان زمانها ومكانها بغرض حمايته لحقوق الملكية

<sup>1</sup> موقع الشرطة الدولية بالعربية، متاح على الموقع، <http://www.interpol.int/ar> تاريخ الإطلاع 2014-06-18 16:48

الفكرية كحافز لعمليات إنفاذ القانون في مختلف القطاعات الصناعية لمكافحة الجريمة المنظمة العابرة للحدود.<sup>1</sup>

و تدور أنشطة الإنترنت في هذا المجال حول ثلاثة محاور رئيسية<sup>2</sup>:

- **العمليات:** يدعم الإنترنت عمليات إقليمية وعالمية ترمي إلى تفكيك الشبكات الضالعة في الاتجار

بالسلع غير المشروعة وسحب السلع الخطرة وغير المستوفية للمعايير المطلوبة من التداول.

- **التدريب:** ينظم الإنترنت، برعاية الكلية الدولية للمحققين في الجرائم الماسة بالملكية الفكرية،

برامج تدريبية تتسم بالوضوح والاتساق والتخصص ، وهي تتيح للمحققين مكافحة التهديدات

الحالية والجديدة التي يطرحها الاتجار بالسلع غير المشروعة بجميع أشكاله مكافحة فعالة.

- **تبادل المعلومات:** تسهل المنظمة تبادل المعلومات المتعلقة بالاتجار بالسلع غير المشروعة عبر

منظومة الإنترنت العالمية للاتصالات الشرطية المأمونة وعبر قواعد بياناتها المتخصصة ،

وقواعد البيانات هذه تساعد الإنترنت على تحليل الاتجاهات وتحديد أهداف العمليات التي ينفذها

في الميدان على نحو أفضل بالتعاون مع أجهزة الشرطة والجمارك والهيئات التنظيمية والقطاع

الخاص.

بالإضافة إلى ما تقدّم، يوفر الإنترنت لجميع البلدان الأعضاء وأصحاب الشأن من القطاعين العام

والخاص جهة اتصال في ما يخص الاتجار بالسلع غير المشروعة، ويعمل على إقامة شراكات مع طائفة

واسعة من ممثلي القطاعات كافة من أجل الإسهام في مواجهة هذه المسألة المعقدة باعتماد نهج متعدد

الاختصاصات، وقد أقام شراكات في أكثر من 40 قطاعا من قطاعات الأعمال ومع عدد من الجمعيات

والهيئات التمثيلية، بالإضافة إلى دوره في كشف الشبكات المنظمة عبر الوطنية الضالعة في الاتجار

بالسلع غير المشروعة، وتعطيلها وتفكيكها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup>interpol, <http://www.interpol.int/en> 18-06-2014 16h:35m

<sup>3</sup> Ibid.

وفي إطار هذه الشراكات، يشارك وينظم الإنترنت عددًا من الاجتماعات والمؤتمرات الدولية المفتوحة لجميع قطاعات الأعمال، وتسعى المنظمة إلى التعاون مع أجهزة إنفاذ القانون ومع القطاعين العام والخاص في مكافحة الاتجار بالسلع غير المشروعة.

ومن العمليات الناجحة التي قامت بها الشرطة الدولية ما يعرف بعملية جوبيتر التي نفذتها بالتعاون مع المنظمة العالمية للجمارك، وامتدت طيلة عام 2010، وركزت على مكافحة السلع المقلدة في أمريكا الجنوبية، وأدت إلى إجراء سلسلة من العمليات في 13 بلداً في المنطقة وإلى ضبط ما يناهز 8 ملايين قطعة من المنتجات المقلدة تبلغ قيمتها 207 مليون دولار، وقد سبقتها عملية أخرى عام 2005 أسفرت عن توقيف ما يقرب من 1700 شخص وضبط منتجات مقلدة تفوق قيمتها 507 ملايين دولار.

ومن النتائج الهامة الأخرى التي أثمرت عنها علاقات العمل الوطيدة لمكافحة السلع المقلدة والقرصنة، إنشاء الكلية الدولية للمحققين في الجرائم الماسة بالملكية الفكرية، وهي بمثابة إطار تفاعلي إلكتروني للتدريب على كيفية مكافحة الجرائم الماسة بالملكية الفكرية، مخصص لجميع موظفي أجهزة إنفاذ القانون، وبإستطاعة هذه الكلية الإلكترونية التي شارك في إنشائها الإنترنت، أن تدرب آلاف الموظفين العاملين في أجهزة إنفاذ القانون التابعة للبلدان الأعضاء في الإنترنت<sup>1</sup>.

### ثانياً: دور منظمة الجمارك العالمية في محاربة التقليد.

تعتبر منظمة الجمارك العالمية (WCO) WORD CUSTOMS ORGANISATION منظمة حكومية مستقلة، أما عن نشأتها فإنه تم إبرام ثلاث اتفاقيات في بروكسل في 15 / 12 / 1950، وكانت الاتفاقية الأولى بشأن جدول التعريفات الجمركية الثانية بشأن تقييم البضائع للأغراض الجمركية والثالثة بشأن إنشاء مجلس التعاون الجمركي والتي دخلت حيز التنفيذ في 4 نوفمبر 1952.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> موقع الشرطة الدولية، شركات الصناعة العالمية تعترف بدور الإنترنت الرائد في تنسيق عمليات مكافحة السلع المقلدة في أمريكا الجنوبية، عن طريق الموقع <http://www.interpol.int/ar> 28-04-2013

<sup>2</sup> المكتب الإقليمي لمنظمة الجمارك العالمية، عبر الموقع <http://www.arabcustoms.net.ye> تاريخ الإطلاع 2010/03/4 10:11

ولم يكن هدف الدول التي اشتركت في إبرام الاتفاقية الثالثة مجرد جمع الأجهزة التنفيذية للاتفاقيتين الأولى والثانية، وإنما كانت ترمي إلى تأسيس منظمة دولية لها اختصاصات واسعة من أجل دراسة المشكلات الجمركية ومن أجل الارتقاء بأنظمة الجمارك فتم تأسيسها باسم مجلس التعاون الجمركي CUSTOMS COOPERATION COUNCIL (CCD)<sup>1</sup> الذي يعرف على أنه:<sup>2</sup>

منظمة فنية متخصصة في تقديم الحل الملائم للمسائل المتعلقة بالجمارك ويختص بإصدار مطبوعات ونشرات دورية بشأن الأنشطة التي يقوم بها، وهي ليست تابعة للأمم المتحدة.

وكان في البداية يضم 17 دولة أوروبية وكان أول اجتماع له في 26 / 01 / 1953، ولكن مع عام 94 وبعد تبني الاسم الجديد تزايد عدد الأعضاء بصورة كبيرة حتى أصبح يقارب 174 إدارة جمركية من مختلف أنحاء العالم، وتم اعتماد منظمة الجمارك العالمية كمصدر للمعلومات الجمركية.

### 1- اختصاصات منظمة الجمارك العالمية.

و قد جاء ذكرها في المادة 3 من اتفاقية إنشاء منظمة الجمارك العالمية منها:<sup>3</sup>

- دراسة كافة المسائل المتعلقة بجوانب التعاون الجمركي التي وافقت الأطراف المتعاقدة على تشجيعها وفقاً للأهداف العامة لهذه الاتفاقية.
- دراسة الجوانب الفنية والعوامل الاقتصادية المتعلقة بنظم الجمارك وذلك بغرض تقديم وسائل علمية لأعضاء المنظمة تمكن من تحقيق أعلى قدر ممكن من توافق ومواءمة تلك النظم مع بعضها البعض.
- إعداد مسودات الاتفاقيات وتعديلاتها والتوصيات اللازمة للحكومات المعنية بإجارتها، وكذا التوصيات اللازمة فيما يتعلق بالتأكد من سلامة تطبيق وتفسير الاتفاقيات التي يتم إبرامها نتيجة لتلك التوصيات، مع تحديد المصطلحات العلمية الخاصة بتصنيف البضائع بغرض تحديد التعريفات الجمركية، وتقدير قيمة البضاعة لغرض تحديد الجمارك الواجب سدادها حسب الدراسة التي أعدتها

<sup>1</sup> موقع الجمارك السعودية نقلا عن منظمة الجمارك العالمية، <http://www.customs.gov.sa/Customs> تاريخ الإطلاع 2014-05-10

12:سا:30 د

<sup>2</sup> موقع منظمة الجمارك العالمية <http://www.wco.org/custums/news> تاريخ الإطلاع 2014-06-18 16:سا:31

<sup>3</sup> المادة 3 من اتفاقية إنشاء منظمة الجمارك العالمية.

مجموعة الاتحاد الجمركي الأوربي لهذا الغرض، وتنفيذ المهام التي تحال للمنظمة صراحة وفق تلك الاتفاقيات ونصوصها ذات العلاقة.

- إعداد التوصيات الخاصة بتسوية النزاعات وديا فيما يتعلق بتفسير وتطبيق الاتفاقيات المشار إليها في الفقرة السابقة وفق نصوص تلك الاتفاقيات ويجوز للأطراف المتنازعة الاتفاق مسبقا على قبول توصيات المنظمة واعتبارها ملزمة لهم.

- التأكد من تبادل المعلومات الخاصة بتنظيم وتحديد لوائح وإجراءات الجمارك.

- القيام من تلقاء نفسها أو بناء على طلب الحكومة المعنية بتقديم المعلومة أو المشورة والتوصيات

اللازمة لها فيما يتعلق بالمسائل الجمركية وذلك في إطار الأهداف العامة لهذه الاتفاقية.

- التعاون مع المنظمات شبه الحكومية الأخرى في كل ما يدخل في دائرة اختصاصها.

## 2- أهداف منظمة الجمارك العالمية.

و قد جاء ذكرها في ديباجة اتفاقية إنشاء المنظمة كما يلي: <sup>1</sup>

- إيجاد أكبر قدر من الملائمة والتوافق فيما بينها وبين أنظمة الجمارك التابعة لها وبصفة خاصة الوقوف

على مشاكل التي تواجه كل منها والتي تقف عائقا أمام عمليات تطوير تحسين نظم تقنية وتشريعات

الجمارك المتعلقة بتلك العمليات واقتناعا منها بأن ذلك كله سيكون في صالح التجارة الدولية.

- تشجيع التعاون الدولي بين الحكومات آخذة في اعتبارها العوامل الاقتصادية والتقنية المحيطة بها.

بالإضافة إلى: <sup>2</sup>

- تعزيز الكفاءة والفعالية للإدارات الجمركية في مجالات تطبيق تعليمات التجارة وتطوير وإدانة المعايير

الأساسية لتبسيط وتوحيد الأنظمة والإجراءات الجمركية وتطوير شبكة تعاون جمركي من خلال تعزيز

التعاون بين الإدارات الحكومية في تسهيل التجارة المشروعة، معتبرة أن النتائج المتوقعة لهذا التعاون

<sup>1</sup> منظمة الجمارك العالمية، رسالة منظمة الجمارك العالمية ، عن طريق الموقع <http://www.wco.org/costoms/news> تاريخ الإطلاع 2010-3-20 15:32 د.

<sup>2</sup> عمر سالم، نموذج تسهيلات التجارة ودوره في إزالة العقبات غير الجمركية للتجارة ، مداخلة ضمن مؤتمر التجارة العربية البينية والتكامل الاقتصادي ، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، الأردن . 20-22/9/2004، ص 14.

ستسفر عن تحديد متطلبات دولية ذات معايير بخصوص معلومات الصادرات وحركة الترانزيت وإيجاد قواعد بيانات جمركية مترابطة ومتوائمة مما يمكن من التبادل الإلكتروني للبيانات.

- تتبنى المنظمة إستراتيجية مستقبلية من خمس نقاط تركز على تبني رؤية جديدة يجعلها جزءاً لا يتجزأ من النظام التجاري الدولي وضمان الدعم السياسي الدولي وتقوية العلاقة مع المنظمات الأخرى والنظر في الحاجة إلى إنشاء مكاتب قضائية لمنظمة الجمارك لدعم النشاطات الإقليمية المتزايدة.

- زيادة مساهمة التجارة الدولية في النمو الاقتصادي وتحسين الثقة والقدرة على التنبؤ فيما يتعلق بحركة البضائع والناس وتعزيز التعاون مع القطاع التجاري والدوائر الحكومية عن طريق استحداث شركات مفيدة.

### 3- دورها في محاربة السلع المقلدة.

تم إدراج مسألة حقوق الملكية الفكرية والأخلاقية ضمن موضوعات منظمة الجمارك العالمية وأصبحت تدرس تحت ما يعرف بالتنافسية الاقتصادية ونظراً لما تسببه من ضعف في الاقتصاد وبالتالي إحداث حالة من عدم الاستقرار فقد أدخلت ضمن معايير safe وكذا اتفاقية كيوتو.

كما أنها تقوم بالتعاون مع جمارك الدول والمنظمات العالمية مثل الأنتربول من أجل توفير المعلومات الكافية عن هذه الظاهرة ومحاربتها.<sup>1</sup>

#### ثالثاً: دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في محاربة السلع المقلدة.

المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) منظمة دولية أحدثت في سنة 1970 من أجل المساعدة على ضمان حماية حقوق المبدعين وأصحاب الملكية الفكرية على المستوى العالمي، ومن ثم الاعتراف بالمخترعين والمؤلفين ومكافأتهم على إبداعهم.

<sup>1</sup>محمد الزهور، السلطات المحلية في الدول العربية ودورها الرقابي على المحتوى الاصلى والتقليد، مداخلة ضمن المنتدى العربي الثالث لمكافحة الغش التجاري والتقليد وحماية حقوق الملكية، الجمارك السعودية، 3-6\03\2013، ص 12.

وتعمل على توفير الحماية على المستوى الدولي وجعلها كحافز للإبداع البشري حيث توسع حدود العلم والتكنولوجيا وتغني عالم الأدب والفنون، كما أنها تساعد على توفير بيئة مستقرة لتسويق المنتجات المحمية بموجب الملكية الفكرية مما يؤدي إلى دفع عجلة التجارة الدولية، وتعمل الويبو بشكل وثيق مع الدول الأعضاء ومؤسسات أخرى من أجل أن يظل نظام الملكية الفكرية أداة مرنة وقابلة للتكيف لتحقيق الرخاء والرفاهية وللمساعدة على إبراز ما تزخر به المصنفات الإبداعية من إمكانات لفائدة أجيال الحاضر والمستقبل.

تعمل الويبو في ظل منظومة الوكالات المتخصصة التابعة للأمم المتحدة باعتبارها منتدى يتيح للدول الأعضاء إرساء القواعد والممارسات التي تحمي حقوق الملكية الفكرية وتنسيقها، كما أنها تؤدي الخدمات في ظل أنظمة التسجيل الخاصة بالعلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ونظام عالمي لإيداع طلبات البراءات<sup>1</sup>.

كما يتجلى دورها في محاربة التقليد في القيام بدراسات علمية وأبحاث وتحليلها للمساعدة في تقييم الواقع الاجتماعي الاقتصادي للتقليد والقرصنة، وفي فهم الأسباب الاجتماعية الاقتصادية التي تحض على التقليد والقرصنة فهما كاملا، وفي تحديد العناصر التي ستساعد على إذكاء الاحترام لحقوق الملكية الفكرية مع مراعاة المشاغل الإنمائية<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: دور مبادرات الصناعة وقطاع الأعمال في محاربة التجارة في السلع المقلدة.

لقطاع الأعمال والصناعات دور هام في محاربة التجارة في السلع المقلدة لما لها من الخبرة والمعرفة لتكفل كفاءة العمل الحكومي، ذلك أن لديهم التقنية والخبرة للتمييز بين السلع الأصلية والمقلدة

<sup>1</sup> الويبو، ما هي الملكية الفكرية، منشورات الويبو رقم (A) 450، جنيف، ص ص 23-24.  
<sup>2</sup> أمانة الويبو، خطة الويبو لاستراتيجية للأجل المتوسط 2010-2015، سلسلة الاجتماعات الثامنة والأربعون، منشورات الويبو، جنيف، 16 سبتمبر 2010، ص 8.

كما أن لها معلومات إضافية بشأن أداء قنوات التوزيع، ناهيك أنه شريك هام في نشر التوعية في

المجتمع، وتشمل مبادراتهم ما يلي:<sup>1</sup>

- جمع المعلومات و إجراء البحوث.

- نشر و تطوير الوعي العام.

- متابعة منتهكي حقوق الملكية في المحاكم.

- دعم جهود الحكومة في محاربة التقليد.

- اتخاذ الإجراءات الكفيلة بإضعاف المقلدين من خلال التكنولوجيا الحديثة.

- اتخاذ مبادرات لها بعد دولي مهم.

أولاً: استراتيجيات الشركات و قطاع الأعمال في محاربة التقليد.

بعض الشركات لا تدرك المخاطر الكبيرة لظاهرة التقليد ولا ترى أنها تشكل أي تهديد لها بحجة

أنها شركات صغيرة تباع منتجاتها فقط في الأسواق المعروفة لها أو من خلال وكلاء تثق بهم، وأنها تمس

فقط الشركات الكبرى ذات الأسماء والعلامات المشهورة، في حين أن هناك شركات أخرى تدرك أن

ظاهرة التقليد هي مشكلة متفاقمة تشمل كافة القطاعات وتسعى لمحاربتها بكافة الوسائل.

والخطوة الأولى في مكافحة التقليد هي الاعتراف بوجود أو احتمال وجود مشكلة عن التقليد

والخطوة الثانية هي وضع سياسة لمكافحة التزييف، في حين أنه من الضروري أن يتم تنفيذ السياسات

التي أنشئت من طرف الإدارة ودعمها من طرف جميع المستويات في المؤسسة.<sup>2</sup>

و ينبغي أن تتضمن هذه السياسة الجوانب التالية:<sup>3</sup>

- تطوير المنتجات.

- مراقبة الإنتاج.

<sup>1</sup> ستيفن ب شنارس، مرجع سابق، ص ص 7-8.

<sup>2</sup> Adrian Harris, **Guide Orgalime Combattre La Contrefaçon Avec Le Soutien De La Commission Européenne**, Publication De La Commission Européenne, 2001, P 21 .

<sup>3</sup> Ibid ,P 21.



- إدارة المعلومات خاصة حماية الاتصالات الإلكترونية.

- السيطرة على السوق.

- التعاون مع المنافسين.

- التعاون مع السلطات.

- التعاون مع الموزعين وتعليمهم طرق محاربة التقليد في الأسواق.

ومثال عن استراتيجيات الشركات في محاربة التقليد سنأخذ استراتيجية شركة لويس فيتون في محاربة تقليد منتجاتها:

### 1- تعريف العلامة لويس فيتون:

لويس فيتون اسم دار باريسية لصناعة الحقائب الجلدية الفاخرة والأزياء الراقية التي عرفت بالجمع بين الجودة والابتكار لتلبي احتياجات عملائها من الطبقة الأرستقراطية، انطلقت في عام 1854 على يد شاب فرنسي يدعى لويس فيتون كان يعمل في صناعة صناديق السفر وتغليف أمتعة وأغراض المسافرين الأثرياء قبل أن يقرر تأسيس أعمال خاصة به لصناعة أمتعة مترفة ذات جودة عالية تحمل اسمه وفتح متجرًا له في باريس ثم يتوسع خارج نطاقه الجغرافي مع زبائن من أمثال ملك إسبانيا الفونسو الثاني عشر وقيصر روسيا نيكولاس الثاني ووالي مصر إسماعيل باشا أيام حفر قناة السويس كما أنشأت لاحقاً فروعاً في أنحاء واسعة من أوروبا وأميركا في أرقى المتاجر في نيويورك وفيلادلفيا وبيونس أيرس ونيس وبروكسل ومونتريال ولندن والإسكندرية<sup>1</sup>.

### 2- انجازاتها وتعرضها للتقليد:

تعتبر علامة لويس فيتون إحدى العلامات الأكثر فخامة وشهرة في المجتمع الارستقراطي في العالم كما يعتبرها البعض فن التمتع بالحياة الراقية، وكانت بدايات التسليح قبل الحرب العالمية الأولى فرصة

<http://www.alquabas.com>

<sup>1</sup> لويس فيتون تجسد مفهوم الأرستقراطية، جريدة القبس، الكويت، متاحة على الموقع تاريخ الإطلاع 2014-06-22 17 سا:12د

للويس فيتون لتصميم الحقائب الجلدية وأغطية الأسلحة المصنوعة من الجلد الفاخر خصيصاً لكبار الضباط، لكنها على الرغم من ذلك واجهت صعوبة كبيرة خلال الحرب شأنها شأن جميع العلامات التي انخفضت نسب مبيعاتها وتعرضت لنقص في المواد الأولية التي تدخل في عمليات الإنتاج ، لكنها عادت بقوة بعد الحرب واستعادت زبائنها الأرستقراطيين، حيث ازدادت الطلبات المميزة، كما قدمت لويس فيتون خدمات تغليف الأمتعة للزبائن الذين كانوا يأتون من الخارج ويقصدون دور الأزياء العريقة في فرنسا.

وخلال الثلاثينات اشتهرت لويس فيتون باستخدامها جلود الحيوانات في تصاميمها للحقائب والشنط، حيث كانت تستخدم جلود الأفاعي والتماسيح والسلاحف في تصاميم مبتكرة ذات جودة عالية، وأطلقت لويس فيتون مجموعة من أغطية الآلات الطابعة والكتب والبنادق وأجهزة اللاسلكي وزجاجات النبيذ الفاخر، وعاشت فترة ذهبية مكنتها من تحقيق شهرة كبيرة وارتفاع للطلب على منتجاتها، واعتمدت أيضاً على مبدأ اشراك الفنانين الفرنسيين في عملية التصميم مطلقاً مجموعة من أروع تصاميم الحقائب والأمتعة والاكسسوارات بمعدل 25 نموذجاً وتصميماً في كل سنة، محققة بذلك أوسع انتشار وأكبر مبيعات، مما دفع شركات يابانية الى تقليدها وطرح منتجات مزيفة تحمل اسمها مما أدى لفترة من الركود لعلامة لويس فيتون أصابت بنيتها الداخلية ومنتجاتها، مما أدى الى تراجع الثقة فيها كعلامة للطبقة الغنية أظهرته انخفاض مبيعاتها وحصتها السوقية.<sup>1</sup>

### 3- استراتيجياتها في محاربة تقليد علامتها:

خاضت لويس فيتون منذ نهاية الستينات حرباً شرسة ضد عمليات التقليد التي طالت مختلف منتجاتها عن طريق مجموعة من الاستراتيجيات منها:<sup>2</sup>

- الاندماج والاستحواذ : تحولت لويس فيتون في نهاية السبعينات الى شركة متعددة الجنسيات

ودخلت أسهمها في بورصة باريس بعد أن انتشر اسمها بشكل كبير وتوسعت في القارة الآسيوية

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق.

وأصبحت ترعى الأحداث الرياضية لا سيما كأس أميركا في سباق اليخوت، وافتتحت دار لويس فيتون للأوبرا والموسيقى واستحوذت على أسماء كبيرة مثل كورتييه جيفنشي وبيوت الشمبانيا فوف كليكوت، لكن عام 1987، شكل منعطفا كبيرا بالغ الأهمية في تاريخ لويس فيتون بعد أن أصبحت واحدة من مجموعة منتجات متنوعة تضم الشمبانيا الفاخرة دوم برغينون وهينسي كونياك ومجموعة من النبيذ الفرنسي الفاخر إضافة الى العطور ومستحضرات التجميل، بعدها اندمجت مع مويه هينسي لتصبح لويس فيتون مويه هينسي من خلال صفقة اعتبرت الأضخم في عالم الموضة بلغت قيمتها 4 مليارات دولار، وفي عام 1989 افتتحت خطوط جديدة شملت الملابس الجاهزة.

- **إطلاق مجموعة واسعة من المنتجات:** انطلقت لويس فيتون خلال التسعينات في التأكيد مجدداً على هويتها صاحبة الفخامة محققة مبيعات تخطت العشرة مليارات دولار في أواخر التسعينات بعد أن استعادت زبائنها الأثرياء، بعد افتتاح خط الأرياء والملابس الجاهزة على يد المصمم العالمي مارك جاكوبز الذي أطلق مجموعة من الأفكار الجديدة والتصاميم العصرية لحقائب اليد النسائية، وأطلقت في عام 2001 خط المجوهرات الفخمة والاكسسوارات، بالإضافة إلى أحذية لويس فيتون الفخمة المصنوعة من الجلد الأصلي التي تعد من أكثر الأحذية ثراءً في العالم، ونالت هذه الأحذية شهرة واسعة وكبيرة في أوساط الأغنياء، لكن سرعان ما جرى تقليدها من قبل مصانع أحذية أخرى وطرح في السوق على أساس أنها لويس فيتون، وعلى الرغم من النتائج السلبية لهذا التقليد على لويس فيتون إلا أنها أظهرت مدى تعلق الناس وشغفهم وحبهم لهذه العلامة التجارية، وكان الأشخاص الذين ينتعلون الأحذية المقلدة يتباهون بأحذيتهم فقط لأنها تحمل الاسم لويس فيتون.

- **إطلاق مجموعة من الكماليات:** اهتمت لويس فيتون بأن يكون لديها مجموعة من الكماليات الى جانب منتجاتها الأساسي فأطلقت منذ التسعينات بعد اندماجها مع مويه هينسي مجموعة من العطور

المميزة ومستحضرات التجميل التي حملت اسمها، كما أطلقت اكسسوارات للرجال والنساء منها الخواتم وحامل المفاتيح والأقلام الفاخرة ومجموعة من الساعات السويسرية الفخمة، إضافة الى مجموعة النظارات الشمسية «المليونير» التي تعد من أغلى النظارات الشمسية في العالم والتي تتراوح أسعارها بين ألف وثلاثة آلاف دولار، وبالإضافة الى تلك المنتجات، طرحت لويس فيتون هاتف لويس فيتون الأنيق والفخم والغالي الذي يتمتع بمواصفات كبيرة منها كاميرا رقمية عالية الدقة وجهاز راديو وتقنيات البلوتوث وغيرها من المواصفات التي تتوافر في أحدث أجهزة الهاتف.

- **طرح أغلى المنتجات:** طرحت لويس فيتون أغلى حقيبة يد في العالم أطلقت عليها اسم حقيبة لويس فيتون الفخرية، ويصل سعر هذه الحقيبة الى 45 ألف دولار، وهذه الحقيبة هي عبارة عن تصميم يدمج نحو 15 من أشهر تصاميم حقائب لويس فيتون القديمة في حقيبة واحدة وتستخدم فيها أفخر أنواع الجلود، وقد أطلق عليها النقاد اسم وحش فرانكشتاين لغلائها الشديد ومحدودية عددها.

**ثانيا: أمثلة عن بعض مبادرات الصناعة وقطاع الأعمال في محاربة التقليد.**

إن وجود إطار قانوني وتنظيمي جيد أمر ضروري لمكافحة التقليد ولكن كل هذا ليس كافيا إذ أن الجهود المكرسة على الأرض هي الحاسمة وذلك من خلال نشاط الشركات ومؤسسات الأعمال في محاربتها، ومن هذه المنظمات نذكر: <sup>1</sup>

<sup>1</sup> جمعيات الدول الأعضاء في الويبو، قبول المراقبين، منشورات الويبو سلسلة الاجتماعات الثالثة والأربعون، جنيف، A/43/9، 24 سبتمبر-3 أكتوبر 2007، ص ص 6-9.

## 1- غرفة التجارة في الولايات المتحدة الأمريكية (CCUSA).

تأسست الغرفة في 3 ديسمبر/كانون الأول 1915 في واشنطن (الولايات المتحدة الأمريكية)، تمثل الغرفة أكثر من 3 مليون شركة بأحجام شتى وفي كل القطاعات والأقاليم، بما في ذلك مئات الجمعيات الوطنية والدولية وآلاف الغرف المحلية وأكثر من مئة غرفة تجارية أمريكية في 91 بلداً. وتهدف إلى قياس الواقع الاقتصادي العالمي للتقليد والقرصنة والحد منه ، وإعادة صياغة الإطار الذي يدور فيه النقاش حول التقليد والقرصنة بين المؤسسات التعليمية والمشرعين ومأموري الإنفاذ والمستهلكين في ضوء الواقع الاقتصادي المتفاقم للتقليد والقرصنة وتهديده لسلامة الصحة العامة والأمن الوطني، وإنشاء تحالفات تجمع بين المؤسسات الصناعية للعمل معا نحو إيجاد حلول شاملة، والنهوض بحماية الملكية الفكرية بتعزيز القوانين ووقف تدفق السلع المخالفة للقوانين في قنوات الإمداد المشروعة من خلال تدابير متقدمة للكشف عن تلك السلع وتدابير إنفاذية وملاحقات مشددة ضد سارقي الملكية الفكرية، وتدريب الموظفين الحكوميين ومأموري الإنفاذ والقضاة والنواب العامون في بلدان محددة لتزويدهم بالأدوات الضرورية لتوقيف مرتكبي جرائم التقليد والقرصنة وملاحقتهم.

## 2- المعهد القانوني لوكلاء البراءات (CIPA).

تأسس المعهد سنة 1882 واتخذ صفته الرسمية سنة 1891 في لندن (المملكة المتحدة)، يضم المعهد نحو 1 800 عضو من وكلاء البراءات المعتمدين حالياً أو سابقاً في المملكة المتحدة و600 عضو منتسب من المحترفين في مجالات مهنية متصلة بأعمال وكلاء البراءات ونحو 150 وكيل براءة أجنبي ونحو 650 وكيل براءة قيد التدريب.

يهدف إلى النهوض بأنشطة التوعية والتدريب لفائدة العاملين في مجال الملكية الصناعية والحفاظ على مستوى رفيع من الاستقامة والسلوك المهني والمعرفة، وتكوين هيئة قادرة على تمثيل مهنة محترفي الملكية الصناعية والحفاظ عليها لأغراض النهوض بتحسينات في القوانين المتعلقة بالبراءات ، الرسوم،

النماذج الصناعية، العلامات التجارية وأشكال أخرى من الملكية الصناعية وفي اللوائح التنفيذية لتلك القوانين.

### 3- معهد كوين ماري لأبحاث الملكية الفكرية (QMIPRI).

تأسس المعهد سنة 1980 في لندن يضم المعهد عشرة أعضاء أكاديميين وخمسة أعضاء بحكم المنصب و 14 عضواً فخرياً و 46 آخرين لهم صفة العضو غير المنتخب، ويلتزم جميعهم بالبحث في مجالات الملكية الفكرية كلها.

يهدف إلى دعم البحث في جميع مجالات قوانين الملكية الفكرية وسياساتها وتدریس كل فروع قوانين الملكية الفكرية وسياساتها.

### 4- معهد حق المؤلف (IA).

تأسس المعهد في 7 جوان 2005 في مدريد (إسبانيا)، يتألف المعهد من عضو فرد واحد ومؤسستين عضوين تمثل إحداهما نحو 88 000 عضواً من إسبانيا عامة.

يهدف إلى العمل من أجل تطوير الاتفاقيات والمعاهدات الدولية بشأن حماية حقوق المؤلفين وتحسينها، ولا سيما اتفاقية برن بشأن حماية المصنفات الأدبية والفنية ومعاهدة الويبو بشأن حق المؤلف (1996)، والنهوض بدراسات الملكية الفكرية، ونشر المعلومات والقرارات القانونية بشأن الملكية الفكرية، والإقرار بالمساهمات القيمة المتأنيمة من الأفراد والمؤسسات في الإبداع وحقوق المؤلفين المبدعين والنهوض بتلك الحقوق وحمايتها ودراستها وتطويرها.

### 5- الحلف الدولي للملكية الفكرية.

تأسس الحلف في نوفمبر 1984 في واشنطن (الولايات المتحدة الأمريكية)، يضم التحالف سبع جمعيات حرفية تمثل ما يناهز 2 000 شركة تعمل في مجال الملكية الفكرية في الولايات المتحدة الأمريكية عامة وله حضور وتمثيل عبر العالم.

يهدف إلى تحسين الحماية الدولية للمواد المحمية بحق المؤلف والعمل من أجل نظام قانوني وإنفاذي لحق المؤلف لردع القرصنة والنهوض بالتنمية التكنولوجية والثقافية وتشجيع الاستثمار وزيادة فرص العمل على الصعيد المحلي، ضمان إدراج عنصر حماية حق المؤلف بمستويات عالية في الإطار القانوني لنمو التجارة الإلكترونية العالمية، والتشجيع على تصديق سريع وتنفيذ فعال لمعاهدة الويبو بشأن حق المؤلف ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي في أكبر عدد ممكن من البلدان.

والملاحق رقم (6) يعرض مجموعة أخرى من هذه المنظمات الدولية ومبادرات الأعمال ومنظمات أخرى تعمل على مكافحة التجارة في السلع المقلدة.

### 6- الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية.

تأسس في 7 ديسمبر 2005، يعمل في نطاق مجلس الوحدة الاقتصادية العربية وذلك لمكافحة ظاهرة القرصنة والتقليد في الوطن العربي وحماية الملكية الفكرية ، باعتبارها أداة فعالة للنمو الاقتصادي في العالم العربي من خلال تنظيم منتديات ومؤتمرات ولقاءات وإصدار دراسات ونشرات ومجلات للبحث في ظاهرة القرصنة واتخاذ اجراءات تحد من تناميها.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: محاربة تجارة السلع المقلدة عبر استخدام التقنيات التكنولوجية.

بجانب الحماية القانونية الممنوحة للمنتجات، هناك أيضا بعض التقنيات التي يمكن استخدامها لهذا الغرض مثل: الصور المجسمة، البطاقات الذكية، الشرائط المغناطيسية، الأحبار الخاصة، العلامات المجهريّة و التي تحظى هي الأخرى بالحماية.

### الفرع الأول:أنواع التقنيات التكنولوجية.

هناك نوعين من التقنيات التكنولوجية التي تستخدم لحماية المنتجات من التقليد وهما:<sup>2</sup>

- تقنيات المصادقة على المنتجات.

<sup>1</sup>براك ناصر النون، تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها، الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية ص 24

<sup>2</sup> Frid Jordan, Martin Kutter., Identifying Counterfeit Medicines With Industry Technologies, Pharmaceutical Engineering Publication, 2012,P 3.

- تقنيات تتبع حركة ومسار المنتجات من خلال سلاسل التوريد.

كما أن بعض هذه التكنولوجيا علنية وتشمل الصور المجسمة- تغيير الألوان، الأحبار المائية وأخرى مخفية يمكن تضمينها في المنتجات وتشمل: الليزر، الاستشعار، أجهزة حساسة للحرارة، عناصر الاستقطاب، والجدول التالي يبين بعض تقنيات المصادقة وبعض تقنيات التتبع:

**جدول رقم (18) بعض تقنيات المصادقة وتقنيات التتبع.**

| تقنيات المصادقة  | تقنيات التتبع.  |
|--|---|
| <b>علامات Overt</b> : علامات العلنية التي يمكن رؤيتها بالعين المجردة.  | <b>تقنية Barcodes</b> : مطبوعات على الملصقات ويمكن أن تجمع مع عناصر سرية.   |
| <b>علامات Covert</b> : علامات غير مرئية للعين البشرية تحتاج لأجهزة خاصة بهذا الغرض.  | <b>تقنية Radio frecency identification</b> : طريقة التعرف الآلي يتم دمجها في المنتج لغرض التتبع و تحديد الهوية باستخدام الإشارات اللاسلكية.     |
| <b>تقنية Hidden</b> : عناصر خفية تدمج ميزات العلنية أو التعبئة والتغليف التي كشفت للعين البشرية، وذلك من خلال استخدام أداة محمولة مثل: القلم التفاعلي، مؤشر الليزر، مرشح بصري. | <b>تقنية Bubble tag</b> : التي تنشأ عن تولد عشوائي، ويتم استخدامها كشكل مطبوعات أو كسدادات، تستخدم بغرض المصادقية، التتبع وتحديد الهوية عن بعد. |
| <b>تقنية Forensic</b> : تحتاج للفحص والتحليل المخبري وتشمل تحليل تركيبة المنتج.  |   |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- Frid Jordan, Martin Kutter, Op Cit, P 3.
- Anil .K. Deisingh, **Pharmaceutical Counterfeiting**, Journal Of The Royal Society Of Chemistry, 2005, P276.

ويمكن الإشارة أنه يمكن استعمال عدة عناصر تكنولوجية في نفس الوقت، مثلا في صناعة الأدوية يتم

استخدام طريقة التعرف الآلي بالإضافة إلى الصور المجسمة، العلامات، الأحبار، تغيير الألوان.



وتخضع هذه التقنيات للهندسة العكسية وذلك بإجراء تغييرات طفيفة على التصميم على الأقل سنويا وذلك لتفويت الفرصة على المقلدين في التعرف على التقنية وتقليدها.

### الفرع الثاني: المعايير المطلوبة لتحديد طريقة الحماية باستعمال التكنولوجيا.

هناك عدد من المعايير التي يجب مراعاتها عند اختيار طريقة الحماية، منها:<sup>1</sup>

- أن تكون الطريقة المتبعة حصرية.

- أن تكون مرفقة بالمنتج بشكل غير قابل للانفصال عنه.

- يجب الجمع بين العناصر المرئية وغير المرئية.

- أنه ينبغي أن يكون من المستحيل نسخ أو حذف أو إلحاق الضرر بها.

- ينبغي أن تكون بتكلفة مقبولة.

كما لا بد أن يقترن استخدامها بخطة متكاملة محكمة من أجل ضمان أمن المؤسسة والحفاظ على

المعلومات فيها، إذ:<sup>2</sup>

- يجب أن تكون خالية من العيوب.

- خضوع موظفي الشركة لفحوص أمنية.

- ينبغي جمع جميع النفايات والتخلص منها بأمان.

- التحسين المستمر للتكنولوجيا أمر ضروري لأن المقلدين أيضا يطورون التكنولوجيا المستعملة

في تقليد مختلف السلع والمنتجات.

- ضرورة التعاون مع السلطات الجمركية.

<sup>1</sup> Adrian Harris, Op Cit, PP 19-20

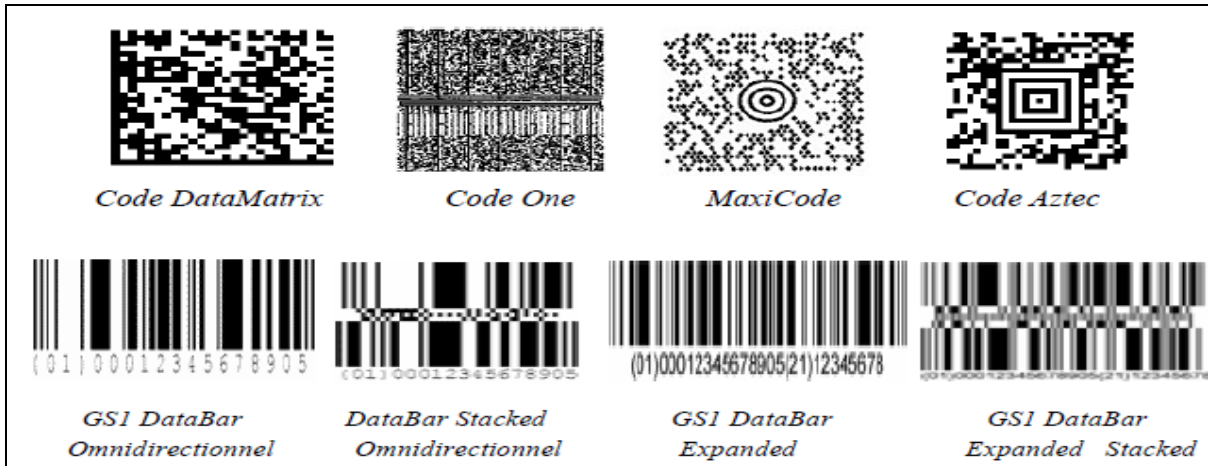
<sup>2</sup> Ibid, P 20.

الفرع الثالث: أمثلة عن بعض تقنيات محاربة تقليد السلع.

بعد الطفرة التكنولوجية ظهرت الكثير من التقنيات التكنولوجية التي تستخدم لأغراض عدة منها محاربة التقليد وحماية العلامات التجارية، حيث تستعمل أحيانا بشكل منفرد وأحيانا يتم استعمال عدة تقنيات في آن واحد من أجل تحقيق حماية أكبر.

أولاً: تقنية الترميز الشريطي (Un code à barres ou code-barres) .  
ظهر هذا الترميز في اليابان سنة 1994 حيث كان يستخدم للتعرف على قطع السيارات حتى يتم تجنب الأخطاء عند طلب القطع وهو يمثل بيانات رقمية أو أبجدية في شكل رمز يتألف من خانات وأماكن تي تختلف في السمك اعتماداً على الرموز والبيانات المشفرة، ويستخدم في قراءتها أجهزة استشعار إلكترونية أو قارئ الكودبار،<sup>1</sup> وهناك العديد من أنواع الكودبار والشكل التالي يمثل بعضها:

شكل رقم ( 29 ) أنواع الكودبار.



Source : Sébastien Ajagamelle et Nathalie Riviere, Op Cit.

منذ مدة بدأت ثورة في أنظمة التعريف الآلية باستخدام الترميز بالأعمدة (barcode) حيث أنه تم استخدامها بشكل كبير في كافة الأنظمة الصناعية والاستهلاكية وبأشكال مختلفة وذلك لتأمينها قراءة آلية

<sup>1</sup> Sébastien Ajagamelle Et Nathalie Riviere ,Procédés Anti-Contrefaçon : Nouvelles Technologies Et Réglementations, Juin 2008, <http://cerig.efpg.fr>

ورخص تكلفتها المتناهي ، وقد استعملت في التعريف بالمنتجات وحمايتها من التقليد ، ولكن مؤخراً بدأ

يظهر عجز هذه التقنية في بعض التطبيقات للأسباب التالية:<sup>1</sup>

- قلة المعلومات الممكن تخزينها.
- عدم قابلية إعادة البرمجة.
- ضرورة مواجهة اللاصقة إلى الماسح.
- عدم إمكانية قراءة أكثر من لاصقة في نفس الوقت.
- القراءة ممكنة فقط لمسافات قصيرة جداً.
- عدم إمكانية إعطاء رقم مستقل لكل وحدة وإنما يعطى رمز واحد لكل وحدات النوع نفسه.

ثانياً: تقنية الهولوغرام.

كلمة هولوجرافي أصلها يوناني مشتق من كلمة هولوس ( Holos ) أي كل ، وغرافو ( Grapho )

أي الكتابة ، بمعنى سجل الصورة الكامل أو فن التصوير المجسم<sup>2</sup>.

وتعود هذه التقنية إلى العام 1947 عندما تم التوصل للتصوير المجسم من قبل العالم دينيس جابور

"Denis Gabor" في محاولة منه لتحسين قوة التكبير في الميكروسكوب الإلكتروني ، إلى غاية عام

1962 وبعد ظهور الليزر بعامين تمكن العالمان Juris Upatnieks و Emmitt Leith من جامعة

ميتشغان من عرض صور مجسمة بوضوح بالاعتماد على دراسات Denis Gabor.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد مهندس وآخرون ، استخدام أنظمة الرقاقات الذكية ( RFID ) للتعرف على الحجاج ، الملتقى العلمي الخامس لأبحاث الحج - دراسات منطقة الجمرات، عبر موقع المنشاوي للدراسات والأبحاث <http://www.minshawi.com> تاريخ النشر عام 2003، الاطلاع 2015-05-18.

<sup>2</sup> حازم فلاح سيك، التصوير ثلاثي الأبعاد الهولوغرافي، عبر الموقع التعليمي للفيزياء، <http://science.howstuffworks.com/hologram.htm> تاريخ النشر 2007-07-07، ص 3. تاريخ الإطلاع 2014-05-15 18:23

<sup>3</sup> زينب محمد رشاد البناء، الهولوغرام، المركز الاستشفائي للعلوم والتكنولوجيا، عن طريق الموقع <http://kenanaonline.com/zeinabelbana> تاريخ النشر 01 نوفمبر 2011، تاريخ الإطلاع 2015-05-13 02:15

### 1- تطبيقاتها:

يستخدم التصوير المجسم أو الهولوجرام لعدة أغراض منها: تسجيل الصور، استخدامها في الترويج للتجارة (كاستخدامها في أكشاك تقوم بعرض المنتجات أو التحف أو غيرها)، كما يستخدم لتخزين المعلومات بكثافة عالية داخل البلورات.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى استخدامه بشكل واسع في منع تقليد العلامات التجارية وبالتالي حماية المنتجات، وذلك بفضل خاصية الهولوجرام إذ لا يمكن نسخه عن طريق آلات التصوير (Photocopier) أو مساحات الكمبيوتر الضوئية (Scanners) أو حتى تقنيات الطباعة.<sup>2</sup>

شكل رقم (30) تقنية الهولوجرام المطبقة على بعض المنتجات.



المصدر: من تجميع الباحثة بالاعتماد على <http://www.google.fr>

وكما هو ملاحظ فإنه يتم استخدام هذه التقنية ومن قبل الكثير من الشركات، وعلى الكثير من المنتجات بغرض حمايتها من التقليد، ويمكن رؤية الصورة ثلاثية الأبعاد عن طريق استخدام أشعة الليزر في غرفة مظلمة أو عن طريق تحريك الصورة فقط ببطء لرؤية مختلف أبعادها، لكن استعمالها بهذه الطريقة أخفى الجانب المثير والمذهل في هذه التقنية.

### ثالثاً: رقائق RFID الذكية: (Radio Frequency Identification (RFID)

هي عبارة عن رقاقة إلكترونية بالغة الصغر تحتوي على ذاكرة صغيرة الحجم لتخزين البيانات وقد تكون مزودة أو غير مزودة ببطارية حسب نوعيتها سلبية أو فعالة، وتستخدم هذه التقنية كعلامة هوية من

<sup>1</sup>محمد إبراهيم، الهولوجرام، عبر الموقع <http://scienceshop1.blogspot.com>  
<sup>2</sup>زينب محمد رشاد البناء، مرجع سابق.

خلال تخزين بيانات الأشياء التي تُدمج فيها، ومن ثم التعرف على خصائص هذه الأشياء وهويتها عن بعد من خلال قراءتها لاسلكيا عبر موجات ذات ترددات راديوية عالية جدا (من 686 ميغا هرتز إلى 928 ميغا هرتز) عبر جهاز قارئ.<sup>1</sup>

ورغم أن فكرة هذه التقنية تعود لسنة 1930 إلا أن أول ظهور لها كان سنة 1973 عندما تم نشر أول براءة اختراع لهذه التقنية، وتزايد استخدامها فيما بعد نظرا ل انخفاض تكاليف تقنيات الاتصالات والنظم المدمجة، وأصبحت تقنية RFID أساسية في العديد من المجالات وذلك لتيسيرها بشكل غير مسبوق عملية تخزين وجمع وتحليل البيانات التعريفية من الأشياء التي ترغب في تعريفها آليا ومراقبتها.<sup>2</sup>

### 1- أنواعها:

توجد ثلاثة أنواع لرقاقات التعريف الراديوية هي:<sup>3</sup>

#### - النوع الأول: الرقاقات السلبية أو غير الفاعلة.

وهي الأكثر انتشارا والأقل ثمنا، وهي التي لا تحتوي على بطارية حيث لا تستلزم تزويدها بالطاقة، وتحتاج إلى مصدر خارجي لاستحداث إرسال الإشارة الراديوية من خلال إجابة تلقائية للموجات الراديوية التي تستقبلها حسب التردد المناسب.

#### - النوع الثاني: الرقاقات النشطة أو الفاعلة.

وهي التي تحتوي على بطارية كمصدر خارجي للطاقة وهو ما يمكنها من إرسال الإشارات الراديوية بصفة مستقلة وذاتية.

#### - النوع الثالث: الرقاقات السلبية المدعومة بالبطارية والتي تحتاج إلى مصدر خارجي لاستحداث

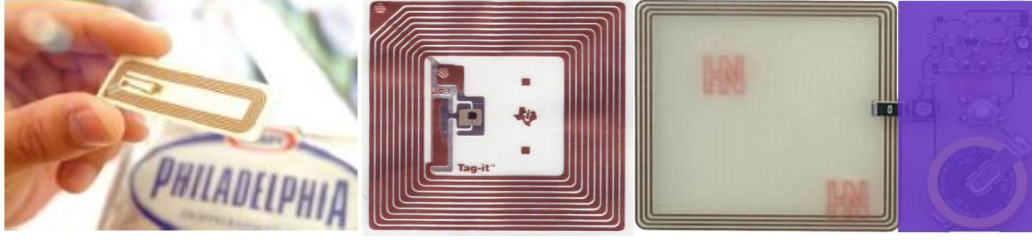
إرسال الإشارة الراديوية لكنها تتمتع بمدى اتصال أوسع بينها وبين الجهاز القارئ.

<sup>1</sup> أنيس قوبعة، من شبكات البيانات الرقمية إلى شبكات الأشياء وأنظمة الحوسبة المادية، مقالة ضمن مجلة Communications of the Arab Computer Society، العدد 1، أوت 2011، ص 2.

<sup>2</sup> Organisation De Coopération Et De Développement Economique(OCDE)، **RFID Identification Par Radiofréquence**, Réunion Ministérielle De l'OCDE Le Futur De L'économie Internet, Séoul, Corée, 17-18 Juin 2008, P 109.

<sup>3</sup> Ibid, PP 27-29.

شكل رقم (31) رقاقة RFID ونوعيتها : سلبية ونشطة.



المصدر: أنيس قوبعة، مرجع سابق، ص. 4.

## 2- مكوناتها:

تتكون رقائق التعريف الراديوية من دائرة متكاملة لتخزين البيانات الرقمية ومعالجتها، وتضمين وكشف تضمين إشارة الراديو، وهوائي لإرسال واستقبال الإشارة، يتم دمج هذه الرقاقة وتثبيتها في الأشياء التي يُرغَب في تعريفها رقمياً مثل المنتجات الصناعية، والوثائق، السيارات، الحيوانات، الأشخاص بقصد مراقبتها وتعقبها من خلال إشارات راديوية، ثم يتم قراءة البيانات التعريفية المخزنة في رقائق RFID من خلال جهاز قارئ وهو جهاز يقوم بإرسال موجات راديوية إلى الرقاقة لطلب البيانات وتجيب الرقاقة آلياً الجهاز القارئ بإرسال البيانات من خلال إشارة راديوية، وعند استقبال البيانات المطلوبة، يقوم الجهاز القارئ بتوجيهها إلى جهاز حاسوب لتخزين هذه البيانات ومعالجتها وفقاً لمتطلبات التطبيقات.<sup>1</sup>

شكل رقم (32) الجهاز القارئ لرقاقة RFID



**Source :** Organisation De Coopération Et De Développement Economique(OCDE), Op Cit ,P32.

<sup>1</sup> Marc Olanie, **RFID Rime Avec Sécurité Et Maturité**, Dossier :Sécurité Et RFID , CNIS Mag N°01 ,Octobre 2008, P14.

### 3- تطبيقات هذه التقنية:

- تم استخدام هذه التقنية لعدة أغراض منها:
- دفع أجرة النقل عن بعد في الحافلات أو سيارات الأجرة أو تحصيل الرسوم في الطرقات السريعة من خلال تحديد هوية السيارات عن بعد.
- تعزيز التدابير الأمنية والتحكم في النفاذ إلى المناطق الخاصة وكذا مراقبة المجرمين.
- أداة تعريفية في جوازات السفر الالكترونية للتعرف على المسافرين وسجل تاريخ السفر كيوم ووقت المغادرة، وبلد الوصول عند كل دخول وخروج.<sup>1</sup>
- مراقبة الحجاج والتعرف عليهم وتقدير عددهم وتحليل هذه البيانات لاحقاً، كما تساعد هذه الرقاقات على تجاوز عقبات اختلاف اللغات سواء في الإرشاد أو في الخدمات الصحية وذلك بالتعرف الآلي على الحجاج دون الحاجة إلى التخاطب.<sup>2</sup>
- استخدامها في مجال التعرف على الحيوانات ومراقبتها مثل قطيع الأغنام أو الأبقار ومتابعتها عن بعد وتحديد مكانها.
- مكافحة تقليد وتزوير المنتجات كالمستحضرات الصيدلانية حيث تستخدم هذه الشرائح في الاكتشاف الآلي للبضائع الأصلية، والتعريف الآلي للمنتجات... إلخ.<sup>3</sup>

### رابعا: تقنية الفقاعة (BABBLE TAG).

- خلال العام 1999 أكتشفت شركة "أنوفاتيك"، ومن باب المصادفة نشوء تولد تلقائي للفقاعات في أحد المركبات الكيماوية، وقد تم اعتباره في البداية بأنه خطأ كبير وجسيم ثم تم تحويله فيما بعد وبأساليب بارعة إلى أقوى الحلول الأمنية والتقنية وهو ما يعرف بإسم : Bubble Tag أي " ملصقة

<sup>1</sup> Michel Alberganti, **RFID Attention Aux Dérives**, Dossier :Décurité Et RFID, CNIS Mag N°01 ,Octobre 2008, P 20.

<sup>2</sup> محمد مهندس وآخرون، مرجع سابق.  
<sup>3</sup> أنيس قويعة، مرجع سابق، ص 5.

الفقاعة" ، وخلال العام 2004 قامت الشركة بتطويره، ونالت على إثر ذلك على العديد من الجوائز مثل: الجائزة الأولى في مسابقة وزارة البحوث الفرنسية عام 2008 وإعتماد السلطات الصينية عام 2010.<sup>1</sup> تتكون هذه التقنية من مركب كيميائي شفاف يظهر بداخله فقاعات تتولد تلقائياً وذلك كنتيجة لظاهرة عشوائية، وهو ما يشكل أساس الهوية المعطاة الى المنتج أو الى الوثيقة، يمكن توضيح طريقة عمل هذه التقنية بالاعتماد على الشكل التالي:

شكل رقم (33) عمل تقنية الفقاعة.



**Source :** Bubble tag , <http://www.prooftag.net> 26-05 -2014 16 h :42m

يتضح من خلال الشكل أن هناك العديد من المراحل لهذه التقنية تبدأ من نشأة الفقاعات و تنتهي باستخدام إحدى طرق التوثيق من طرف المستهلك للتأكد من أنها أصلية، ويمكن شرح تلك الخطوات كما يلي:<sup>2</sup>

- مرحلة التولد التلقائي (Generation) : تتكون كل علامة من مركب كيميائي شفاف يظهر بداخله فقاعات تتولد تلقائياً نتيجة لظاهرة عشوائية.

<sup>1</sup>تقنية الفقاعة ، مرجع سابق.

<sup>2</sup> رقية حساني، ملوكة برورة، دور التقنيات التكنولوجية في محاربة ظاهرة تقليد الأدوية- دراسة علامة Babble Tag، مجلة مقاربات، جامعة الجلفة، كلية الآداب و اللغات و الفنون قسم اللغة العربية و آدابها، العدد 7، سنة 2014، ص 94.



- **التحديد (Identification):** فور نشوئها، يتم ربطها مع أداة تحديد فريدة (مثلا مرجع أبجدي رقمي ، شفرة أعمدة ، صفيحة بيانات "داتاماتركس...الخ ) .
- **التدوين (Recording):** بعد عملية ربط "علامة الفقاعة" فإنه يتم تدوين ثنائي معين الهوية ضمن قاعدة بيانات للتوثيق.
- **التطبيق (Implementation):** يقوم أصحاب الحقوق بتطبيق "علامة الفقاعة" على منتجاتهم أو على وثائقهم.
- **التفعيل (Activation):** إن هذا التدوين يصبح متيسرا ويسهل الوصول اليه عبر شبكة الإنترنت وذلك بعد تحويل من مالكي الحقوق (وهذا يعرف بعملية "تفعيل علامات الفقاعة") ، وخلال هذه العملية فسوف يدخل مالكو الحقوق نحو وصف للمنتج أو الوثيقة.
- **طرق التوثيق (Controls):** عندما تصل السلعة إلى يد المستهلك فإنه يمكنه التأكد من صحة العلامة عن طريق توثيق العلامة من خلال مقارنة بصرية باستعمال لوحة قراءة إلكترونية أو باستعمال هاتف ذكي محمل ببرنامج خاص ومتصل بشبكة الأنترنت.

شكل رقم ( 34 ) أمثلة لبعض المنتجات التي تحمل علامة الفقاعة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على محرك البحث <http://www.google.fr>

من الشكل يتضح أنه يمكن استخدام هذه العلامة على كافة المنتجات خاصة منها الالكترونية والدوائية، وهناك العديد من الخصائص التي تدعم قدرة هذه التقنية على محاربة التقليد منها:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 95.

- قوية ونشيطة جدا من الناحية المادية وغير قابلة للكسر و بالتالي هي قابلة للتمييز في حال تعرضت لأي تلف جزئي.
  - كل علامة منها فريدة من نوعها تماما ويستحيل نسخها أو تقليدها حتى من طرف شركتها.
  - تتميز بمقاومتها للتأثيرات والقواعد الكيماوية وكذلك الأحماض الكيماوية بالإضافة أنها غير سامة.
  - مقاومة لدرجات حرارة ما بين 70 درجة مئوية الى 150 درجة مئوية وتمتد دورة حياتها لفترة تزيد على 100 عام.
  - تقنية "علامة الفقاعة" تعمل بالتزامن مع أسلوب مصفوفة البيانات، وهذا مما يجعل من عملية المتابعة الوحودية أمرا ممكنا، كما أن كل قطعة سواء برقم أو بدون رقم، يمكن ربطها مع شهادتها الفردية الخاصة بها.
- ومنه نستنتج أنه بفضل خصائصها غير القابلة للنسخ، فإن "علامة الفقاعة" تعتبر تقنية فعالة في مقاومة أي تقليد للبضائع، والأكثر من ذلك، فإن هذه التقنية يمكن التأكد منها حتى بالنسبة للمستهلكين، كما إن استخدام "علامة الفقاعة" موصولة مع قاعدة بيانات حاسوبية يجعل من الممكن تتبع كل منتج بهدف مقاومة الأسواق الموازية والمنافسة.
- من خلال ما سبق يتبين أن التطور التكنولوجي قد وفر تقنيات عدة تستخدم بغرض محاربة التقليد بالنسبة للمؤسسات، وتهدف الوصول لجعل المستهلك شريكا في محاربة التقليد غير أنه يلاحظ تعقد بعض هذه التقنيات والتقنيات الأخرى التي يستطيع التأكد من صحتها تتطلب أجهزة خاصة لا يمكن توفرها لدى كافة المستهلكين لغلائها.

المطلب الرابع: دور جمعيات حماية المستهلك والمستهلك في محاربة السلع المقلدة.

أصبح موضوع حماية المستهلك من الموضوعات الحيوية التي تلقى مساندة ودعم من قبل

الحكومات والمنظمات الغير حكومية المتمثلة بجمعيات حماية المستهلك، وتسعى مختلف المؤسسات

الرسمية وغير الرسمية إلى الدفاع عن حقوق المستهلكين ضد مخاطر الغش التجاري والسلع المقلدة التي

تضر بصحة وحياة المواطنين وتعمل على ضياع أموالهم، كما يلعب المستهلك دورا حسما في حماية

نفسه.

الفرع الأول: دور جمعيات حماية المستهلك في محاربة السلع المقلدة.

تلعب جمعيات حماية المستهلك التي تعتبر منظمات غير حكومية دورا هاما يتعاضم في ظل تحرير

التجارة وتقلص دور الدولة وتخليها عن الكثير من مسؤولياتها لصالح القطاع الخاص.

وتعتبر الحركة الدولية لجمعيات حماية المستهلك وليدة القرن العشرين، حيث تم إنشاء جمعية المستهلك في

الولايات المتحدة في الثلاثينيات من هذا القرن وتبلورت في الخمسينيات، وتم إصدار أول مجلة تحت

عنوان تقارير المستهلكين التي تضمنت نتائج الاختبارات العلمية لجودة بعض السلع الاستهلاكية الجديدة

ومقارنة أسعارها ومساعدة المستهلك بعرض النتائج عليه لاختيار ما يناسبه، وفي الستينيات تكونت

جمعيات لحماية المستهلك في كل من إنجلترا وهولندا والدنمارك وبلجيكا ، ومن ثم انتشرت في بقية

الدول.

وفي عام 1960 عقد المؤتمر التأسيسي للاتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك، وتم تعديل هذا الاسم

في عام 1993 ليصبح المنظمة الدولية للمستهلك ( CI ) وأصبح لها العديد من الفروع في إفريقيا وآسيا

وأوروبا وإفريقيا الشمالية واللاتينية، أما عن المقر الرئيسي للمنظمة العالمية للمستهلك حاليا فهو يقع في

لندن، ويزيد عدد الدول التي لها علاقات معها عن 170 دولة ويشارك في أعمالها ما يزيد عن 600 شخص.<sup>1</sup>

ومن أهم الأهداف الدولية لجمعيات حماية المستهلك:<sup>2</sup>

- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.
- العمل باسم المستهلكين في العالم نيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية وماء الشرب والخدمات اللازمة.
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحاليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات.
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم.
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهتم بحماية المستهلك.
- إقامة علاقات جيدة مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم لديها.

وعلى الرغم من أهمية الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك وانتشارها في الوطن العربي إلا أنه لم يكن لنشاطها دور ملموس في حماية المستهلك العربي حيث يوجد في بعض البلدان العربية جمعيات حماية المستهلك مثل مصر، السودان، تونس، فلسطين، الجزائر، المغرب، موريتانيا، الأردن، الإمارات، واليمن، وتختلف نشاط هذه الجمعيات وعدد المنتسبين إليها من بلد لآخر حيث تعتبر جمعية حماية المستهلك التونسية والمغربية والأردنية واليمنية من الجمعيات الأكثر نشاطاً وتأثيراً في رسم السياسات المتعلقة بالمستهلك، في حين أن بعض البلدان الأخرى تتميز بوجود تشريعات وهيكل حكومية تقوم بمتابعة قضايا

<sup>1</sup> أحمد الهيثم، أهمية جمعيات حماية المستهلك في ظل تزايد الغش عالمياً، متاح عبر الموقع <http://www.aljazirah.com> تاريخ الإطلاع 18-10-2014 سا: 56 د  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق.

المستهلك وتقدم الدعم المادي لبعض المواد التي توزع على المواطنين بأسعار مخفضة مثل جمعيات حماية المستهلك الموجودة في سوريا، العراق، ليبيا، الجزائر، والسودان.

وهناك بعض البلدان يوجد فيها جمعيات حماية المستهلك التي تقوم بالتنسيق مع الوزارة المختصة لمعالجة شؤون المستهلك (وزارة الاقتصاد أو التموين أو التجارة أو الصناعة) كما هو عليه الحال في مصر ، الإمارات العربية المتحدة وفلسطين، وهناك بعض البلدان التي يوجد بها حماية المستهلك بالوزارات المختصة، ولا يوجد فيها جمعيات حماية المستهلك ولا تقدم أي دعم مادي للسلع الاستهلاكية مثل السعودية، لبنان، قطر، البحرين، سلطنة عمان، الكويت.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: دور المستهلك في محاربة السلع المقلدة وحماية نفسه.

للمستهلك أيضا دور مهم في محاربة السلع المقلدة رغم كونه ضعيفا في أحيان كثيرة لوجود العديد من المغريات وفي نفس الوقت صعوبة التفريق بين السلع الأصلية والمقلدة خاصة في بعض المنتجات مثل الأدوية، لكن هناك العديد من النصائح التي قدمت من طرف هيئات دولية والتي يمكن أن تساهم في جعل المستهلك أكثر وعيا وأكثر قدرة في التمييز بين السلع المقلدة والأصلية تتمثل في العناية أثناء الاختيار بين المنتجات عن طريق:<sup>2</sup>

- **جودة المنتج:** حيث أن السلع المقلدة غالبا ما تكون أقل جودة من السلع الأصلية وهذا قد يظهر كعييب في المنتج نفسه، في طريقة تغليفه، لون المنتج، الخطوط على التغليف...إلخ.
- **السعر:** حيث أنه يجب الحذر من السلع ذات السعر المنخفض بشكل غير طبيعي.
- **بلد المنشأ:** حيث أن هناك دولا معروفة بتقليد بعض السلع، لذا على المستهلك الحذر أو عدم اقتناء سلع مصدرها أو منشأها إحدى تلك الدول.
- المشاركة في الندوات المقامة من أجل التعريف بأخطار هذه السلع أو طرق التمييز بينها بين السلع الأصلية والانضمام إلى جمعيات حماية المستهلك أو التبليغ عن أي حالة يشك فيها.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup> Chamber Of Commerce, International Trade Administration, **Top 10 Ways To Protect Yourself From Counterfeiting And Piracy**, The Spirit Of Enterprise, US, United State Of America.

## خاتمة الفصل:

لظاهرة التقليد بعض الآثار الإيجابية -ولو كانت بشكل محدود- وتتمثل بالأخص في تحقيق

متطلبات ذوي الدخل المحدود، تشجيع الابتكار وتوفير فرص عمل، نقل التكنولوجيا إلى الدول

النامية... إلخ، والكثير من الآثار السلبية على كافة المجالات: السوسيو-اقتصادية مثل: (التجارة، الاستثمار

الأجنبي المباشر، العمل، البيئة، النشاط الإجرامي، الابتكار والنمو) الآثار على أصحاب الحقوق (حجم

المبيعات، قيمة العلامة التجارية وسمعة الشركة، الاستثمار على مستوى الشركات، تكاليف مكافحة

التقليد) الآثار على الحكومات (الإيرادات الضريبية، تكاليف أنشطة مكافحة التقليد، الفساد) بالإضافة

إلى الآثار على صحة، سلامة وفائدة المستهلك.

ورغم تعدد تلك الآثار غير أنه حتى الآن لم يجر أي تحليل كمي دقيق لقياس حجم التقليد على المستوى

الكلّي، مع وجود دراسات حاولت دراسته على المستوى الجزئي على مستوى قطاع معين، وحتى داخل

القطاع الواحد نلاحظ أن كل صناعة هي فريدة من نوعها وتحتاج لدراسة خاصة.

ونظرا لخطورة هذا النوع من السلع الغير مشروعة فقد سنت القوانين لردع المخالفين سواء على المستوى

الوطني للدول أو على المستوى الدولي من خلال الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية باريس ، تريبيس و

ACTA. بالإضافة إلى دور كل من المنظمات الدولية والإقليمية مثل: الأنتربول، الجمارك العالمية

منظمة الملكية الفكرية... وغيرها، كما لا يمكن إغفال الدور الذي يمكن أن تلعبه الشركات أو جمعيات

حماية المستهلك أو حتى المستهلك نفسه في محاربة ظاهرة التقليد، غير أن عملية مكافحة هذه الظاهرة

تصطدم بصعوبات كبيرة بسبب اتساع رقعة التقليد واكتسابها طابعا دوليا ووفرة المنتجات وتطور القدرة

الشرائية والسلوك الاستهلاكي مع التفاوت في دخل المستهلكين وتنوع مصادر تزودهم بالسلع والمنتجات،

لذا فإنه لا يمكن لأي دولة مهما بذلت من جهد محاصرة هذه الظاهرة بمفردها دون التنسيق مع باقي

الدول ومع الهيئات الدولية أو المحلية ذات العلاقة.

## الفصل الثالث:

# تجارة السلع المقلدة في الجزائر وآليات مكافحتها

تمهيد:

يلعب قطاع التجارة الخارجية في الجزائر دورا حيويا سواء من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي أو تلبية حاجات الاقتصاد الأساسية من سلع استهلاكية ورأسمالية ومواد خام، ولا تخرج التجارة الخارجية في الجزائر عن النمط العام للتجارة الخارجية للدول النامية من حيث تركيز صادراتها على المحروقات وبعض المواد الأولية وبعض المنتجات الزراعية، أما فيما يخص الواردات فالملاحظ ارتفاع نسبة واردات المواد الغذائية، الآلات ومعدات النقل، ونظرا لأهمية هذا القطاع فقد أولت السلطة الجزائرية عناية كبيرة له من خلال مجموعة من الإصلاحات الاقتصادية كان الهدف منها دخول اقتصاد السوق المبني على حرية التجارة، غير أنه صاحب ذلك العديد من الظواهر السلبية من بينها دخول السلع المقلدة، التي وإن كانت في صالح الفئات محدودة الدخل إلا أنها تشكل العديد من الأخطار على المستهلكين ذاتهم وعلى الاقتصاد والأمن أيضا.

وفي هذا الفصل من الدراسة سوف نقوم بدراسة أوضاع سياسة التجارة الخارجية الجزائرية ، ومختلف المراحل التي مرت بها من أجل دخول اقتصاد السوق ، وكيف ساهم انفتاحها على العالم الخارجي في زيادة السلع المقلدة المتاجر بها في الجزائر وما حجم الظاهرة فيها وما نتائجها وانعكاساتها على الاقتصاد الجزائري، وكيف عملت الجزائر على مكافحتها، حسب المباحث التالية:

- المبحث الأول: السياسة التجارية وظهور التقليد في الجزائر.

- المبحث الثاني: تجارة السلع المقلدة في الجزائر.

- المبحث الثالث: أسباب وانعكاسات تجارة السلع المقلدة على الجزائر.

- المبحث الرابع: جهود الجزائر في مكافحة السلع المقلدة



## المبحث الأول: السياسة التجارية وظهور التقليد في الجزائر.

وسنتناول فيه مختلف مراحل السياسة التجارية التي اتبعتها الجزائر من مرحلة الرقابة على المبادلات التجارية مرورا باحتكار هذه الوظيفة من قبل الدولة ممثلة في مؤسساتها إلى غاية مرحلة تحرير التجارة وكيف ساهمت هذه الأخيرة في تقادم ظاهرة السلع المقلدة.

## المطلب الأول: مرحلة الرقابة على التجارة الخارجية (1962\_1969).

ورثت الجزائر بعد الاستقلال وضعاً اقتصادياً مستنزفاً متميزاً بالتخلف ذلك أن قوته الإنتاجية كانت تتمثل في سيادة نشاط الزراعة والصناعة الاستخراجية، كما يتميز بالتبعية للاقتصاد الفرنسي الذي يسيطر على المبادلات التجارية مع العالم الخارجي، فانطلقت الجزائر في إتباع سياسة اقتصادية مستقلة نسبياً، غير أنه كان عليها المفاضلة بين تحمل مخاطر التحرير الكلي الذي بدا غير ممكن لوجود مقاومات شرسة داخل السلطة بزعامة قادة التحرير المعارضين بحجة أن ذلك يتناقض والاستقلال الاقتصادي للدولة والذي اعتبر آنذاك كجزء متمم لمعركة التحرير الوطني، على اعتبار أنه يمكن أن ينجم عنه آثار وخيمة على السيادة الفتية للدولة، وإما تحمل مخاطر الاحتكار الكلي لهذه الوظيفة مع ما ينجم عن ذلك من غضب لدى الشركاء التقليديين للجزائر من الدول الأوروبية خاصة فرنسا، وتحمل نتائج هذا الخطر أيضاً غير ممكن لوجود ظروف موضوعية تفرض على الدولة الإبقاء على أنماط تنظيم التجارة الخارجية كما تعهدت بها في اتفاقيات إفيان، أو كما ورثتها عن الاستعمار الفرنسي، وكل إعلان أحادي بالاحتكار هو مغامرة غير مأمونة العواقب، لعل أبرز عواقبها فرض العزلة على الاقتصاد الجزائري الناشئ والتي من الصعب تحملها لأن أي وقف للتموين السلعي سيؤدي دون شك إلى حدوث اضطرابات اجتماعية.

تأسيساً على ذلك ولدراء هذين الخطرين، خطر انتهاك السيادة وخطر وقف التموين أو العزلة تبنت

السلطة مبدأ الوساطة في تنظيم التجارة الخارجية والذي يتجلى مظهره القانوني في فكرة الرقابة.

## الفرع الأول: تعريف فكرة الرقابة.

عرفت الرقابة على أنها مجموعة من الإجراءات الإدارية والتقنية تسمح للدولة بمراقبة التدفقات السلعية على أساس رقابة سابقة تتمثل في منح الرخص ورقابة لاحقة والتي تتطور إلى صورة التفتيش والمصادرة.

وخلال فرض هذه الفكرة التزمت الدولة بمبدأ العمل بالتشريعات الفرنسية ما لم تكن مخالفة للسيادة الوطنية وتجلى هذا في القانون رقم 166|62 المؤرخ في 1962|12|31، حيث مددت تطبيق هذه التشريعات دون أن تحصرها في قطاع معين، وقد اعتبرتها - في ظل الظروف الاقتصادية والسياسية - اختياراً مؤقتاً وليس نهائياً بحيث ينتهي أجله مع الانتهاء من إقامة مؤسسات وتنظيمات الاحتكار.<sup>1</sup>

## الفرع الثاني: آليات فكرة الرقابة.

تجسدت فكرة الرقابة من خلال عدة آليات:<sup>2</sup>

## أولاً: التعريف الجمركية.

تأسست بموجب المرسوم المؤرخ في 63|10|28 والذي وضع نظاماً جمركياً خاصاً بالواردات يقوم على أساس التمييز حيث يمنح الأفضلية لسلع التجهيز ويفرض تعريفات جمركية مرتفعة على السلع الاستهلاكية، كما يميز بين السلع من حيث المنشأ بحيث يوفر معاملة تفضيلية لسلع بعض البلدان دون غيرها، كل هذا من أجل حماية الاقتصاد الوطني من المنافسة الخارجية وتشجيع الصناعة التحويلية.

ثانياً: الرقابة على الصرف.

وتتجلى في رقابة البنك المركزي على الصرف بحيث يتولى مهمة مراقبة حركة رؤوس الأموال من وإلى خارج الجزائر، وتكفل له هذه المهمة فرض رقابة مسبقة على أي تبادل خارجي ذو صلة بالسياسة النقدية والمالية للدولة، غير أنها كانت مجرد إجراء شكلي ليس له أي تأثير على قرارات الاستيراد، علاوة

<sup>1</sup> عجة الجبالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من احتكار الدولة إلى احتكار الخواص، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص 14.  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 20-28.

على عدم وضوح علاقة البنك المركزي مع التجمعات المهنية للمشتريين نظرا لغياب نص قانوني ينظم حركة رؤوس الأموال.

ثالثا: آلية النظام الموقفي.

وهو تنظيم خاص يظهر في شكل قوائم محددة، تحتوي على منتوجات معينة من حيث الكمية والنوعية دون النظر إلى منشئها، وقد تم اعتماده بموجب المرسوم 188|63 المؤرخ في 16|05|63 والذي ينص في المادة الأولى منه على حصر السلع المستوردة والخاضعة لتنظيم خاص ضمن قائمة ملحقة بالرسوم، ويحدد هذا التنظيم قائمة السلع المحظور استيرادها تبليغ لاحقا عن طريق مقرر أو رأي صادر عن الإدارة المركزية إلى المستوردين المعتمدين لديها، وقد كان الهدف من آلية النظام الموقفي ما يلي:<sup>1</sup>

- إعادة توجيه الواردات.

- كبح الواردات الكمالية والحفاظ على العملة.

- حماية الانتاج الوطني وتحسين الميزان التجاري في ظل احتياطات صرف قليلة.

رغم غياب الإحصائيات عن حجم تجارة التقليد في الجزائر خلال هذه الفترة، إلا أنه حسب مصالح مديرية أقسام الجمارك فإنه لم تكن هذه الظاهرة على ما هي عليه الآن، وتتنحصر فقط في تلك العمليات المهربة عبر الحدود، وذلك لحرص الدولة على الرقابة السابقة من خلال منح التراخيص ولاحقة من خلال عمليات التفتيش والمصادرة للسلع الغير مستوفية للمواصفات وذلك في جميع القطاعات، علاوة على أنه في إطار التعريف الجمركية يركز على سلع التجهيز حيث أنها سلع تعتمد في الغالب على تكنولوجيا مرتفعة والتي تستوردها في الغالب من الدول الأوروبية، كما نجده أحيانا يركز على دول بعينها وأحيانا يحدد قائمة السلع والمنتجات من حيث الكمية والنوع دون المنشأ، وهو ما يترجم إلى رغبة في حماية الانتاج الوطني من خطر المنتجات المنافسة.

**المطلب الثاني: مرحلة احتكار الدولة للتجارة الخارجية (1970-1989).**

<sup>1</sup> تومي صالح، عيسى شقبقب، النمذجة القياسية لقطاع التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة 1970-2002، مجلة الباحث، العدد 04، سنة 2006، ص32.

بهدف التحكم في التدفقات التجارية وإدماجها في إطار التخطيط فقد تم ابتداء من جويلية عام 1971 اقرار مجموعة من الإجراءات التي تنص على احتكار التجارة الخارجية من طرف المؤسسات العمومية كل حسب المنتج الذي تم التخصيص فيه.

### الفرع الأول: تعريف احتكار التجارة الخارجية.

وردت تعاريف كثيرة عن نظام الاحتكار منها:<sup>1</sup>

- يعرف احتكار التجارة الخارجية على أنه: مجموعة من التنظيمات التي تضبط وظيفة الاستيراد

وتوقف تدفق السلع المستوردة أو تمنحها حق الدخول إلى تراب دولة ما، طبقا لقنوات توزيع

محددة مسبقا بم يحدد طبيعة هذه التنظيمات وكذا الجهات المؤهلة لفرضها ، حيث يركز هذا

التعريف على طبيعة الاحتكار من خلال كونه مجموعة تنظيمات لضبط الاستيراد.

- كما عرف على أنه: نظام تسيير وتنظيم وظيفة الاستيراد، هدفه الحفاظ على السيادة الوطنية وليس

تحقيق الأرباح، أضاف هذا التعريف بالإضافة إلى طبيعة نظام الاحتكار الهدف منه والمتمثل في

الحفاظ على السيادة الوطنية.

- وعرف أيضا: نظام يسمح للدولة ممثلة في مؤسساتها المتخصصة والمتفرعة عنها بمباشرة مهام

التبادل التجاري دون مشاركة باقي الأعوان الاقتصاديين ، أما هذا التعريف فقد ركز على الجهات

التي تقوم بوظيفة الاحتكار وهي مؤسسات الدولة المتخصصة والمتفرعة عنها فقط.

من خلال ما سبق نستنتج أن نظام الاحتكار هو مجموعة من التنظيمات التي تضبط عملية الاستيراد وتقوم

بها الدولة ممثلة في مؤسساتها المتخصصة والمتفرعة عنها بهدف الحفاظ على السيادة الوطنية.

<sup>1</sup> عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص 46.

الفرع الثاني: مراحل احتكار التجارة الخارجية.

مرت عملية احتكار الدولة للتجارة الخارجية بثلاث مراحل تبدأ بإعلان الاحتكار إلى محاولة لوضع قانون لنظام الاحتكار وأخيرا الحسم في قانون لنظام الاحتكار بصدور قانون 02|87، ويمكن عرض هذه المراحل كما يلي:

أولاً: إعلان الاحتكار دون إصدار إطار قانوني.

وذلك غداة الاعلان عن الاحتكار في عام 1971 حيث اکتفت بإصدار أوامر متفرقة تتضمن انشاء مؤسسات عمومية مزودة بصلاحيه احتكار المبادلات الخارجية، واستمر الوضع إلى غاية 1973 حيث لم تشهد هذه الفترة صدور تشريع موحد يتناول تنظيم التجارة الخارجية بل على العكس واصلت العمل بالآليات الرقابة.<sup>1</sup>

ثانياً: محاولة وضع قانون إطار لنظام الاحتكار.

وقد جاءت المرحلة مع نهاية العمل بالمخطط الرباعي الأول وكانت بهدف سد الفراغ القانوني الذي يعاني منه هذا القطاع والاستجابة لضغوطات أعوان التجارة الخارجية الذين ألحوا على السلطة بضرورة إيجاد مخرج لفوضى التنظيم الناجمة عن تنازع الاختصاصات أو تداخل الصلاحيات ما بين مختلف أجهزة وأعوان التجارة الخارجية، لكن السبب الحقيقي يكمن في اعتراف السلطة آنذاك بفشل النظام السائد في التأقلم مع متطلبات التخطيط بحيث يصبح هذا القطاع وكأنه نشاط خارج إدارة المخطط، ولذلك أصدرت السلطة المنشور رقم 21 المؤرخ في 73|02|20 والذي أسس لآلية جديدة لتنظيم الاحتكار عرفت باسم التراخيص الإجمالية للاستيراد لكن ضعف المركز القانوني لهذا المنشور في مخاطبة بقية الوزارات وبعض المؤسسات الوطنية الكبرى شكك من قيمته التنفيذية ما حدا بالسلطة إلى إعادة تبنيه في صورة نص تشريعي تمثل في الأمر رقم 12|74 المؤرخ في 74|01|30.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 45.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 60-61.

ثالثا: الحسم في قانون إطار لنظام الاحتكار.

إن ضعف وتناقض التنظيمات المعمول بها بموجب الأمر رقم 12/74 التي ساعدت على فساد المناخ الوظيفي للمبادلات الخارجية، الوساطات،... إلخ، كل هذا دفع بالسلطة إلى فتح النقاش حول الكيفية المثلى لإصلاح التجارة الخارجية، حيث تمت المصادقة على المشروع بمقتضى القانون رقم 02/87 المؤرخ في 78/02/01 والذي أُعتبِرَ آنذاك كقانون إطار لاحتكار الدولة للتجارة الخارجية، وهكذا أصبح قطاع التجارة الخارجية بالنظر إلى المواد 1-2-3 من القانون رقم 02/78 مجموعة من المرافق العمومية تستعمل امتيازات السلطة العامة لتحقيق نشاط مكيف على أنه نفع عام، وقد تزامن صدور هذا القانون بوفاة الرئيس هواري بومدين وتسلم فريق جديد مقاليد السلطة بسياسة اقتصادية جديدة تتعارض مع بنود الاحتكار، الذي رأَت فيه مجرد قيود شكلية على التجارة الخارجية دون أن يتضمن سياسة واضحة ومخططة للمبادلات الخارجية، بل على العكس يحتوي على تنظيمات متناقضة من زاويتين منهجية وموضوعية<sup>1</sup>.

وخلال هذه المرحلة أيضا لم تكن ظاهرة السلع المقلدة منتشرة بشكل كبير وذلك لمواصلة العمل بنظام الرقابة خلال الفترة 1971-1973 بالإضافة إلى احتكار مؤسسات الدولة للمبادلات التجارية في فترة لاحقة من نظام الاحتكار.

### المطلب الثالث: مرحلة تحرير التجارة الخارجية (1990\_1999).

في ضوء الانتقادات الموجهة لنظام احتكار الدولة للتجارة الخارجية، وقناعة سلطة إعادة الهيكلة التي لم يكن لها إلا التأقلم مع المستجدات الداخلية والخارجية التي ظهرت منذ بداية الثمانينات مثل: الأزمة البترولية سنة 1986، زيادة عبء المديونية الخارجية وكذا ضغط المنظمات الدولية على الاقتصاد الجزائري، وما صاحبها من مشاكل على المستوى الداخلي من ضعف معدلات النمو وزيادة معدل التضخم ونقص العملات الأجنبية نتيجة تدهور أسعار المحروقات، بالإضافة إلى ارتفاع معدلات خدمة الدين، كل

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 79.

هذا دفع بالسلطات إلى ضرورة التخلي التدريجي عن النظام الاشتراكي ، وبالتأسيس لاقتصاد السوق بمجموعة من الإصلاحات في 1990، بتوقيع اتفاق مع صندوق النقد الدولي الذي اشترط تعميق الإصلاحات الاقتصادية من خلال برنامج التثبيت الاقتصادي أو التكيف الهيكلي أو الاثنين معا، مما جعل الجزائر تقوم بهذه الإصلاحات على مرحلتين.

#### الفرع الأول: برنامج التثبيت والتعديل الهيكلي.

يعرف برنامج التثبيت أو التعديل الهيكلي على أنه جملة من الإجراءات والترتيبات التصحيحية، الواجب إدخالها على الاقتصاديات التي تعاني من أزمات هيكلية، حيث أن الهدف الأساسي منها هو إزالة أو التقليل من التحديات الداخلية أو الخارجية بغية تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي من خلال الحد من التضخم وتحسين ميزان المدفوعات، ورفع القدرة التنافسية للاقتصاد.<sup>1</sup>

وقد تم تحديد هذه السياسة على أساس مبادئ النظرية التي قام بها بولاك عام 1957 في تحليل ودراسة ميزان المدفوعات من الناحية النقدية، والتي استمدت أفكارها (الحرية الاقتصادية، تقليص دور الدولة في النشاط الاقتصادي، الاعتماد على اقتصاديات العرض، إعطاء الأهمية الكبرى للنقود في تغيير وعلاج التضخم. إلخ) من التيار الفكري الجديد للرأسمالية والذي يسمى بالتيار النقدي الذي على رأسه الاقتصادي "ميلتون فريدمان"<sup>2</sup>.

#### أولا: أهداف برنامج التثبيت والتعديل الهيكلي.

تهدف سياسة الإصلاح من خلال برنامج التثبيت والتعديل الهيكلي إلى جملة من الأهداف منها: معالجة الاختلالات في توازن الاقتصاد الكلي داخليا وخارجيا، الوصول إلى معدلات نمو عالية، تحقيق

<sup>1</sup> كربالي بغداد، نظرة عامة على التحولات الاقتصادية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، جانفي 2005، ص 59.

<sup>2</sup> موسى سعداوي، الخصوصية ودورها في التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر-، مذكرة دكتوراه غير منشورة فرع تخطيط اقتصادي، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 28.

الاستقرار السياسي من خلال معالجة الاختلالات الهيكلية التي كانت سبباً في الأزمة الاقتصادية في الدول النامية والجزائر، كل هذا من خلال نوعين من الإصلاحات على حسب نوع الاختلال:<sup>1</sup>

- سياسة التثبيت الاقتصادي والاستقرار الاقتصادي: وهي سياسة قصيرة الأجل مدتها سنتين وهي تمثل سياسة جانب الطلب، وهي تضم الإجراءات الموجهة لزيادة الناتج المحلي من خلال رفع كفاءة تخصيص الموارد الاقتصادية، بإزالة مظاهر الانحراف في هيكل أسعار المنتجات المختلفة وأسعار الصرف، تعديل الهيكل الضريبي وتخفيف القيود التجارية.

- سياسة التعديل الهيكلي: أي سياسة جانب العرض يعكس وجود عوائق هيكلية للنمو الاقتصادي مع التراكم الكبير للمديونية الخارجية، وهي تتمثل في تلك السياسات التي تستهدف تحفيز الطاقة الإنتاجية، بغرض رفع معدلات نمو الناتج المحلي في الأجل الطويل، وهي بذلك تضم كافة الإجراءات التي تسهم في زيادة معدلات الادخار، تكوين رأس المال الثابت وكذلك تعظيم عملية الاستثمار في رأس المال البشري، من خلال توسيع وتطوير نطاق برامج التعليم والتدريب والتطوير التكنولوجي.

### ثانياً: إجراءات برنامج التثبيت والتعديل الهيكلي.

تشمل الإجراءات المتخذة في إطار سياسة التثبيت والتعديل الهيكلي توزيعاً عقلانياً للموارد وإزالة تشوهات الأسعار، ضمان التوازن بين الإيرادات والنفقات، تنشيط الطلب والاستثمار... إلخ، عن طريق اتباع ثلاث إجراءات رئيسية لهما يلي:<sup>2</sup>

1- الإصلاح الهيكلي: يشتمل على مجموعة من الإجراءات التي يرى الصندوق بأنها ترمي إلى تحقيق توزيع عقلاني للموارد وإزالة تشوهات الأسعار تتمثل أهم التوصيات في هذا المجال في:

- ترشيد القطاع العام وتحجيمه وهي دعوة إلى الخصخصة .

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 28-29.  
<sup>2</sup> كربالي بغدادي، مرجع سابق، ص ص 8-9.



- تطبيق الأسعار الحقيقية .

- تشجيع الاستثمار الوطني والأجنبي .

**2- السياسة المالية:** والتي تعني تحقيق أهداف معينة عن طريق الميزانية، ومنه كان الهدف

الرئيسي حسب النظرية الكلاسيكية، يتمثل في ضمان التوازن بين الإيرادات والنفقات للمحافظة على

الأمن والدفاع، وذلك عن طريق عدة أدوات منها:

- تحسين النظام الضريبي وذلك بالتنوع في الضرائب المباشرة وخاصة الضرائب على المشتريات

سواء للحد من الطلب أو زيادته.

- رفع أسعار المنتجات والخدمات، وإزالة الدعم عن أسعار السلع .

- رفع الحواجز الجمركية على المنتجات ( الوطنية والأجنبية) بغية الرفع من القدرات التنافسية

للمؤسسات الاقتصادية.

**3- السياسة النقدية:** وتسعى إلى التأثير في عروض النقود لإيجاد التوسع أو الانكماش في حجم القوة

الشرائية للمجتمع، حيث أن الهدف من هذه الأخيرة هو تنشيط الطلب والاستثمار وزيادة الإنتاج وتخفيض

البطالة، وبالعكس يؤدي تخفيض القوة الشرائية إلى الحد من التوسع في الإنتاج، أما الأدوات التي أقرها

الصندوق الدولي لتحقيق هذا الغرض فتتمثل فيما يلي:

- رفع أسعار الفائدة.

- تحديد السقوف الائتمانية الخاصة بالائتمان المحلي

- التحكم في الإصدار النقدي وترشيده .

**4- السياسة التجارية وإدارة المديونية:** تشمل كل الإجراءات التي ترمي إلى تشجيع الصادرات

والنقليل من الواردات، ومن ثم تؤمن المزيد من الأرصدة الأجنبية لتغطية خدمات المديونية، وأهم هذه

الإجراءات هي:

- تحرير التجارة الخارجية.

- ترشيد قطاع التعريفية الجمركية .
  - تحسين شروط الاقتراض الخارجي وتسهيل تدفق الموارد الميسرة .
  - إلغاء الرقابة على الصرف الأجنبي .
- أما وصفة البنك العالمي الخاصة بسياسة التصحيح الهيكلي فتناولت:<sup>1</sup>
- تحرير الأسعار.
  - نقل الملكية العامة إلى القطاع الخاص.
  - حرية التجارة والتحول نحو التصدير.
  - تخفيض سعر الصرف للعملة المحلية وإلغاء القيود على المدفوعات الخارجية.
  - خفض الرسوم على الواردات.
  - إلغاء المؤسسات الحكومية لتسويق الصادرات.
  - التخلي عن حماية الصناعات المحلية.
  - السماح بتمثيل الوكالات الأجنبية.

#### الفرع الثاني: مرحلة التحرير التدريجي (1990\_1993).

تبدأ هذه المرحلة بصدور القانون المتعلق بالنقد والقرض في شهر أفريل 1990 ، الذي نص على عدة إصلاحات مثل: القضاء على نظام الاحتكار ما عدا الميادين الاستراتيجية، حرية الاستيراد والتصدير لكل المتعاملين الاقتصاديين جزائريين وأجانب...إلخ، أما عن الإجراء الرسمي الملموس في تحرير التجارة الخارجية فهو جد محدود وقد نصت عليه أحكام قانون المالية التكميلي لسنة 1990، الذي أدخل نظاما يضم شركات الامتياز وشركات البيع بالجملة، ووفقا للمادتين 40 و 41 تم إعادة الاعتبار لتجار الجملة،

<sup>1</sup> بن موسى كمال، المنظمة العالمية للتجارة والنظام التجاري العالمي الجديد ، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية غير منشورة ، جامعة الجزائر، 2004، ص 430.

إذ للمرة الأولى بعد مرحلة الاحتكار يسمح للمتعاملين التجاريين استيراد البضائع من أجل إعادة بيعها وإعفاءها من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصراف وخلال هذه الفترة تم<sup>1</sup>:

- إصدار بعض التشريعات التي تحدد شروط التدخل في نطاق التجارة الخارجية والداخلية من

استيراد وتصدير وفتح الحسابات بالعملة الصعبة وتنظيم تجارة الجملة.

- إصدار مراسيم تخص النظام المالي منها قانون النقد والقرض، انشاء سوق القيم المنقولة، هيكلية

السوق المالي.

- إصلاح النظام الضريبي وتحرير القيود الجمركية وذلك بإدخال تغييرات على بعض المراسيم التي

تمس الرسوم على الخدمة العامة.

وخلال هذه الفترة تم عقد الاتفاق الاستعدادي الائتماني 1991 مع صندوق النقد الدولي في 03 جوان

1991 بعد مفاوضات امتدت من بداية سبتمبر 1990 حيث تمّ تحرير رسالة النية في 21 أبريل 1991،

وحصلت الجزائر بموجب هذا الاتفاق على قرض يقدر بـ: 300 مليون DTS أي ما يعادل 403 مليون

دولار، مع خدمة دين تقدر بـ: 16 مليار دولار لسنتي 1990-1992.

ورغم تحقق العديد من الإيجابيات مثل: تحرير أكثر من 75% من الأسعار الخاصة بكل فروع النشاط

الاقتصادي، انخفاض المديونية الخارجية... إلخ، لكن ابتداء من سنة 1992 وبالرغم من مجهودات

المبذولة من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني فإن المنافع المحتملة لعملية التحرير والإصلاح لم تتحقق في

مجموعها، كما تباطأت خطى الإصلاحات الهيكلية واتسع نطاق الاختلالات الاقتصادية الكلية نتيجة

لتطورات سياسية خطيرة أدت إلى انعدام اليقين السياسي والصراع المدني وتضائل فرص الوصول إلى

التمويل الخارجي فبدأت تظهر عدة اختلالات هيكلية<sup>2</sup>، من بين تلك الاختلالات<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> مدني بن شهرة، الإصلاح الاقتصادي وسياسة التشغيل (التجربة الجزائرية)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 133.

<sup>2</sup> درواسي مسعود، السياسة المالية ودورها في تحقيق التوازن الاقتصادي، مذكرة دكتوراه غير منشورة قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 373.

<sup>3</sup> مدني بن شهرة، مرجع سابق، ص ص 134-136.

- زيادة الاستهلاك الحكومي بنسبة 2 % من إجمالي الناتج المحلي وذلك نتيجة الدعم الحكومي للسلع الاستهلاكية الأساسية التي شكلت 5 % من إجمالي الناتج المحلي خلال الفترة 1992 - 1993 مما أدى بالجزائر إلى إصدار النقد لتغطية العجز في ميزانية الدولة ومنها تغير مقدار التضخم مما أدى إلى تغيير قيمة الدينار بسبب ارتفاع الكتلة النقدية بحوالي 21.2%، كما أن نسبة البطالة وصلت إلى 23.2 %.

- ارتفاع نسبة التضخم المحسوبة بمؤشر الأسعار عن الاستهلاك بـ 31.8 % .
  - تسجيل عجز في الخزينة بلغ 100 مليار دينار عام 1993 أي بنسبة 7.4 % من إجمالي الناتج الداخل و ذلك بسبب قرار رفع الأجور والرواتب وتقديم المساعدات إلى فئة الشبكة الاجتماعية.
- الفرع الثاني: مرحلة التحرير الكلي (1994-2000).**

- على خلفية الاختلالات التي حدثت خلال المرحلة السابقة وما نجم عنها من تزايد الصراع المدني ونضوب التمويل الخارجي مما قاد الاقتصاد إلى حافة الأزمة في ميزان المدفوعات لجأت الجزائر مرة أخرى إلى صياغة برنامج إصلاح شامل والذي حظي بمساندة أخرى من صندوق النقد الدولي في 1994 وهو يهدف إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسية هي :<sup>1</sup>

- رفع معدل النمو الاقتصادي بغية استيعاب الزيادة في القوة العاملة وخفض البطالة تدريجياً.

- الإسراع في تحقيق التقارب بين معدلات التضخم السائد في الجزائر مع المعدلات السائدة في البلدان الصناعية.

- خفض تكاليف المرحلة الانتقالية للتصحيح الهيكلي خاصة التكاليف الاجتماعية.

- إعادة توازن ميزان المدفوعات مع تحقيق مستويات ملائمة من احتياطات النقد الأجنبي.

و قد تجلت برامج الإصلاح المدعومة من قبل المؤسسات المالية الدولية في:

<sup>1</sup> شامي رشيدة، المنظمة العالمية للتجارة والآثار المرتقبة على الدول النامية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير غير منشورة، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص161.

أولاً: برنامج التثبيت الاقتصادي المتفق عليه مع صندوق النقد الدولي (1994/04/01-1995/03/31).

وهو برنامج قصير المدى يهدف أساساً إلى إيقاف تراجع النمو الاقتصادي، واحتواء ظاهرة التضخم، وتحرير التجارة الخارجية، وتطبيق سياسات نقدية صارمة، مع تخفيف خدمات الديون الخارجية،<sup>1</sup> وعلى هذا الأساس تحصلت الجزائر على قرض قدره 1037 مليون دولار<sup>2</sup> أي ما يعادل 731.5 DTS، وزَّع هذا القرض إلى قسطين الأول قدره 389 DTS وتسلمت مباشرة بعد الاتفاق؛ والثاني يسلم خلال السنة على شكل دفعات.<sup>3</sup>

وقد حقق هذا البرنامج عدة نتائج منها:<sup>4</sup>

- استقلالية 5 مؤسسات عمومية وطنية من بين 23 مؤسسة.

- عرض 5 فنادق عمومية للبيع وهذا في إطار برنامج الخصخصة.

- حل 88 مؤسسة عمومية محلية.

- تطهير البنوك التجارية، وذلك عن طريق دراسة مالية لحساباتها في آخر عام 1993 وتحديد

احتياجاتها من رأس المال.

- تحرير أسعار المدخولات الزراعية، و مواد البناء ورفع أسعار المواد الغذائية المدعمة، وإنشاء

صندوق الضمان للبطالة، وذلك من أجل التخفيف من الآثار السلبية لهذه البرامج.

ثانياً: برنامج التصحيح الهيكلي (أفريل 1995 مارس 1998).

والذي يهدف إلى المحافظة على المكاسب التي تحققت من جراء تطبيق سياسة الاستقرار الاقتصادي

الكلي، وكان لذلك دور كبير في القضاء على القيود وتحرير النشاط الاقتصادي، وخلق بيئة محفزة

للاستثمار،<sup>5</sup> و بمقتضى هذا الاتفاق تم الحصول على مبلغ مالي يقدر ب 1.169 مليون وحدة حقوق سحب

<sup>1</sup> بن موسى كمال، مرجع سابق، ص ص 430-431.

<sup>2</sup> Chaib Baghdad, L'économie Algérienne Entre Les Défis Internes Et Les Perspectives Internationales, Colloque National : L'économie Algérienne Dans Le 3eme Millénaire, Blida 21-22 Mai 2002, P2.

<sup>3</sup> درواسي مسعود، مرجع سابق، ص 375.

<sup>4</sup> بن موسى كمال، مرجع سابق، ص ص 430-431.

<sup>5</sup> نفس المرجع السابق، ص 431.

خاصة DTS، أي ما يعادل 127.9% من حصة الجزائر في الصندوق، كما استفادت من إعادة جدولة مستحققاتها المتعلقة بخدمة الدين الخارجي التي يحين موعد سدادها خلال مدة الانفاق في نادي باريس و نادي لندن<sup>1</sup>، وتجلت نتائج هذا البرنامج في:<sup>2</sup>

- قطاع التجارة الخارجية: إزالة القيود على نشاط التجارة الخارجية.

- القطاع المالي: إقامة إصلاح مالي جذري بضبط السياسة النقدية والتقليص من الطلب الكلي قصد تحقيق التوازن الداخلي والخارجي.

- وضع آليات أساسية وقائية للانطلاق إلى اقتصاد السوق.

1- إزالة القيود على التجارة الخارجية: من خلال الاهتمام بـ:<sup>3</sup>

- سعر الصرف: اهتمت الدولة بصفة جدية بسعر الصرف وآثاره السلبية خاصة على الأسعار ، ولتخفيف أثر سعر الصرف تم الاعتماد على مجموعة من الإجراءات منها: خفض قيمة العملة بنسبة 50% لتصحيح الارتفاع المفرط في قيمة الدينار الجزائري، الاعتماد على نظام التعويم الموجه لنظام سعر الصرف ، إدخال نظام سوق النقد الأجنبي بين البنوك في نهاية 1995... إلخ، ولقد نتج عن هذه الإجراءات خفض سعر الصرف الفعلي الحقيقي بحوالي 30 % نتيجة لخفض سعر الصرف الاسمي مع اتباع سياسات متشددة.

- الأسعار النسبية: كما كانت هناك إجراءات مباشرة على الأسعار النسبية ذاتها، ففيما يخص أسعار الفائدة فبعد التحرير الجزئي لها في بداية التسعينات تم وضع أول خطوة من أجل إنشاء نظام أسعار الفائدة التي تحددها قوى السوق سنة 1994، وتم تحرير أسعار الفائدة بصفة نهائية سنة 1995 ومع تباطؤ التضخم ظهر سعر فائدة حقيقي موجب سنة 1996 ، أما فيما يخص أسعار السلع والخدمات فقد تم إلغاء الدعم لأغلبية السلع سنة 1994 حيث تم استثناء بعض المنتجات ليتم

<sup>1</sup> درواسي مسعود، مرجع سابق ، ص 376.

<sup>2</sup> شامي رشيدة، مرجع سابق، ص 161.

<sup>3</sup> محمد العربي ساكر، محاضرات في الاقتصاد الكلي المعقد، دار الفجر للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2003، ص ص 319-320.

إلغاء الدعم حتى على المنتجات التي تم استثنائها سنة 1994 وهذا خلال السنتين التاليتين، ونتج عن هذه الإجراءات ارتفاع رهيب في الأسعار وصل في المتوسط إلى 200% تقريبا فيما يخص أسعار المنتجات الغذائية البترولية.

- **تحرير التجارة الخارجية:** أما أهم الإجراءات التي التمسها الدولة من أجل تحرير التجارة الخارجية والمدفوعات الخارجية هو إلغاء القيود المتعلقة بالاستيراد في أبريل 1994، وذلك على مراحل ويتعلق الأمر بتمويل المواد الاستهلاكية المستوردة بالعملة الصعبة وكذلك القيود المتعلقة باستيراد المعدات الصناعية، وكذا إزالة الحدود المفروضة على آجال سداد إئتمانات المستوردين ومنه السماح باستيراد كل السلع عدا المحظورة منها، وفي إطار الانفتاح الاقتصادي والاندماج الجهوي تم تخفيف الحماية الجمركية حيث تم تخفيض الحد الأقصى للرسوم الجمركية من 60% إلى 50% سنة 1996، وفي أول جانفي 1997 تم تخفيضه إلى 45%.

## 2- القطاع المالي: أهم الإجراءات التي اتخذتها الجزائر في هذا الشأن :<sup>1</sup>

- توجيه المداخل البترولية بشدة وصرامة صاحبتها بتصحيح في سعر الصرف.  
- طبقت سياسة نقدية متشددة وأسعار فائدة حقيقية يكون لها تأثيرا إيجابيا على الاستثمارات مستقبلا وتمكن السلطات الجزائرية من الحصول على نتائج إيجابية في الموازنات العامة ، ففي 1993 كان عجز الميزان المالي يقدر بـ 9% من إجمالي الناتج المحلي ليتحقق فائض قدره 3% من هذا الإجمالي سنة 1996.

- الضغط على الإنفاق العام خاصة الأجور والإعانات حتى يحد من تعرض الميزانية لإختلالات في حالة هبوط أسعار النفط.

<sup>1</sup>شامي رشيدة، مرجع سابق، ص ص 168-169.

## 3- وضع آليات أساسية وقائية للانطلاق إلى اقتصاد السوق.

لقد بذلت السلطات جهودا كبيرة من أجل إعادة هيكلة المؤسسات العامة فمنحتها الاستقلالية المالية القانونية قبل عام 1994 مع إعادة تأهيلها من جديد خاصة بعد مسح ديونها من طرف الخزينة العامة ، ومكنتها من استبدال الديون القائمة في ذمتها تجاه البنوك التجارية بسندات حكومية، ورغم ذلك بقيت المؤسسات الجزائرية تعاني من تراكم العجز الناتج عن الخسائر المترتبة عن عدم تمكنها من تقرير أسعار منتجاتها بحرية واستمرارها في الحصول على قروض من البنوك التجارية بسهولة ، غير أن هذه الحلول لم تأتي بنتيجة مما أدى إلى انتهاج سياسة مالية أكثر تشددا من خلال فرض حد أقصى على الائتمان للمؤسسات من طرف البنوك التجارية، و بقليل تكاليف العمالة، ووجهت الجهود اللازمة نحو الأنشطة الأكثر قدرة على الاستمرار ، كما أن الشركات القابضة التي أصبحت تضم كل المؤسسات العامة الكبرى قامت بوضع برامج مالية هدفها استعادة القدرة المالية للمؤسسات العامة الكبرى وغلق المؤسسات العامة العاجزة عن الاستمرار ، كما شرع في تنفيذ برنامج الخوصصة لجميع شركات البناء، وخفض حجمها أو تصفيتها، نتج عن هذا الإجراء التصفية الكاملة لـ 19 مؤسسة، تسريح 25% من القوة العاملة لشركات البناء مقابل تعويضات مالية بمقتضى خطة جويلية 1994 والمتعلقة بالتأمين ضد البطالة.<sup>1</sup>

أما فيما يخص الإصلاحات الموجهة لإعادة هيكلة المؤسسات ، فتتمثل خصوصا في بدأ تنفيذ برامج الخصخصة فبعد إصدار قانون ينص على السماح ببيع المؤسسات العامة لأول مرة ، وذلك طبقا لنص قانون الموازنة التكميلية لعام 1994 وكذا عرض إدارة المؤسسات العامة على القطاع الخاص بموجب عقود الإدارة و اشتراك القطاع الخاص بنسبة تصل إلى 49 % في أسهم رأسمالها، بالإضافة إلى إلغاء احتكار الدولة لسوق التأمين والسماح بالمشاركة الأجنبية في رأسمال البنوك التجارية، ثم إصدار قانون الخصخصة لعام 1995 الذي سمح بالملكية الخاصة التامة لمعظم المؤسسات العامة، وضمن هذا الإطار بدأ تنفيذ أول برنامج للخصخصة في أبريل 1996 بمساندة البنك الدولي واستهدف هذا البرنامج قطاع

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 169 .



الخدمات حيث تم خصخصة 200 شركة من الشركات العامة المحلية الصغيرة ، كما تم إنشاء شركات إقليمية قابضة في نهاية عام 1996 ساعدت على تسارع ختى عمليات الخصخصة ليلغ عدد الشركات التي شملتها العملية 800 شركة محلية في أفريل 1998، ومما ساعد أيضا على تسارع ختى عمليات الخصخصة هو تعديل قانون عام 1995 في أفريل 1997 لجعل إجراءات تحويل الملكية ذات مرونة أكثر حيث وفر التعديل إمكانية الدفع على أقساط ومشاركة العاملين في أسهم رأس المال والخصخصة بقسائم ، كما تم إنشاء مؤسسات جديدة للنهوض بتنمية القطاع الخاص المحلي والأجنبي والحصول على إعفاءات من الضرائب الإدارية وغير ذلك من الحوافز الاستثمارية<sup>1</sup>.

مما سبق نستنتج أنه في ضوء المستجدات الداخلية والخارجية التي ظهرت بداية الثمانينات مثل : الأزمة البترولية سنة 1986 زيادة عبء المديونية الخارجية وكذا ضغط المنظمات الدولية على الاقتصاد الجزائري، وما نجم عنها من ضعف معدلات النمو وزيادة معدل التضخم ونقص العملات الأجنبية ، بدأت الدولة في التحلي التدريجي عن النظام السابق والدخول في مرحلة جديدة تتسم بحرية التجارة من خلال اتباع مجموعة من الإصلاحات التي فرضها صندوق النقد الدولي أو البنك الدولي للإنشاء والتعمير منها: تقليص دور الدولة وإعطاء الحرية للمتعاملين الاقتصاديين مع تشجيع الاستثمار الوطني والأجنبي، تخفيف القيود التجارية، رفع أسعار المنتجات والخدمات، ترشيد قطاع التعريف الجمركية وخفض الرسوم على الواردات، التحلي عن حماية الصناعات المحلية، كل هذه السياسات وإن كان لها بعض الآثار الإيجابية مثل تحسين الوضعية الاقتصادية للجزائر وارتفاع الصادرات والنتائج الداخلي الخام، انخفاض المديونية، تحقيق فائض في الميزانية... إلخ، إلا أن لها العديد من الظواهر والنتائج السلبية منها زيادة الاستهلاك الحكومي، حل العديد من المؤسسات العمومية ما أدى إلى تسريح الكثير من العمال وهو ما انعكس على القدرة الشرائية للمواطن وتدهور الحالة الاجتماعية في ضوء غلاء المنتجات... إلخ، في ضوء ذلك ونتيجة لبداية تحرير التجارة وإعطاء حرية أكبر للمتعاملين الخواص الجزائريين والأجانب كانت بداية دخول

<sup>1</sup> محمد العربي ساكر ، مرجع سابق، ص ص 321-322.

منتجات جديدة إلى الأسواق الجزائرية بمختلف الأنواع والأسعار صاحبها دخول السلع المقلدة عن طريق التهريب أو التحايل على المكاتب الجمركية.

### المبحث الثاني: واقع تجارة السلع المقلدة في الجزائر بعد سنة 2000.

الجزائر كغيرها من دول العالم شهدت بروز ظاهرة السلع المقلدة والتي تتزايد من سنة لأخرى لعدة أسباب أهمها: انخفاض القدرة الشرائية وعدم الوعي بمخاطرها، رغبة التجار في الربح وانتشار السوق الموازي...إلخ، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى تطور هذه الظاهرة في الجزائر خلال الفترة 2003-2013 لتوفر الإحصائيات الخاصة بهذه الفترة، بالإضافة إلى مصدر هذه السلع وأهم السلع الأكثر عرضة للتقليد.

#### المطلب الأول: حجم السلع المقلدة في الجزائر.

في الأعوام الأخيرة لوحظ انتشار واسع لظاهرة التقليد، نظرا لتوسع استيراد المنتجات المقلدة وإعطاء حرية أوسع للمتعاملين الاقتصاديين في التجارة الخارجية، مما جعل جميع السلع والمنتجات ليست في منأى عن التعدي عليها وبيعها بأبخس الأثمان على أنها أصلية بهدف تضليل المستهلك الذي لا يستطيع بمفرده التفرقة بين السلع الأصلية والمقلدة، والجدول التالي يوضح تطور هذه الظاهرة:

#### جدول رقم (19) تطور ظاهرة تقليد السلع في الجزائر خلال الفترة 2003-2013

| السنوات | حجم السلع المقلدة (كمية) | نسبة التغير % |
|---------|--------------------------|---------------|
| 2002    | 609.624                  |               |
| 2003    | 430.470                  | -29.38        |
| 2004    | 748.804                  | 73.95         |
| 2005    | 298.102                  | -60.18        |
| 2006    | 831.786                  | 179.02        |
| 2007    | 2.278.341                | 173.91        |
| 2008    | 1.594.152                | -30.03        |
| 2009    | 1.668.457                | 4.66          |
| 2010    | 1.600.000                | -4.10         |
| 2011    | 700.841                  | -56.19        |
| 2012    | 781.653                  | 11.53         |
| 2013    | 378.208                  | -51.61        |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

- معلومات مقدمة من مصلحة مديريات أقسام الجمارك ولاية باتنة.

- قارة ملاك، إشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر مع عرض ومقارنة تجارب: المكسيك، تونس والسنغال،

أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع الاقتصاد المالي، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص

.138

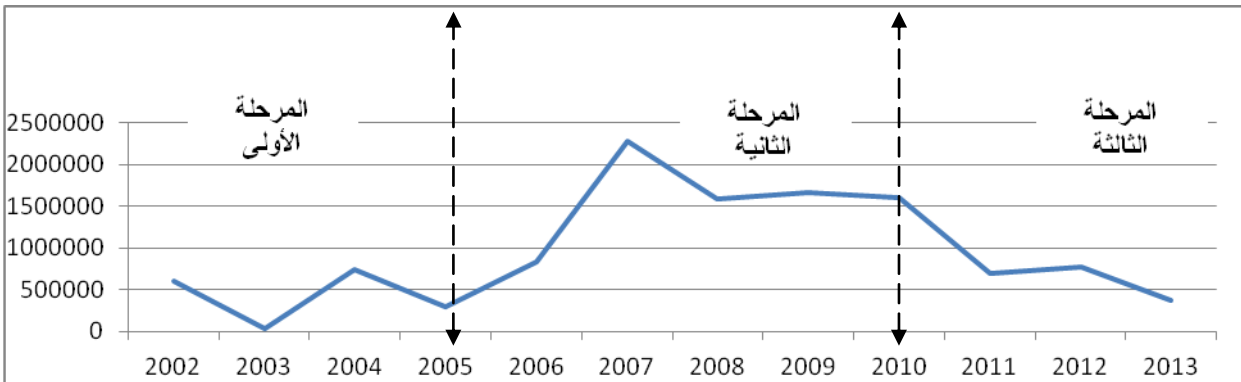
- Contrefaçon, Bilan 2007, 2010, 2011,2013 , <http://www.almanach-dz.com/index> 17-06-2015  
18h : 45min

حسب هذا الجدول فإن عدد المواد المقلدة انخفض من 609 ألفا عام 2002 إلى 430 ألفا خلال سنة 2003 إلى 298 ألف سنة 2005 ليصل إلى 831 ألف في سنة 2006، أما خلال عام 2007 فقد شهدت بداية ارتفاع كبير حيث قدرت بـ 2.278 مليون منتج واستمر هذا الارتفاع سنتين أخرتين لكن بوتيرة أقل بقيمة 1.594 مليون قطعة خلال سنة 2008 و1.668 مليون قطعة خلال سنة 2009، ليبدأ بعدها العدد بالتراجع حيث وصل عام 2010 حوالي 1.600 مليون منتج ثم 700 ألف منتج في العام الموالي، إثر تنفيذ 166 عملية تدخل.

وخلال سنة 2013 تمكنت مصالح الأمن الوطني من احتجاز أكثر من 378 ألف منتج مقلد مقابل

781 ألف منتج في سنة 2012، والشكل التالي يوضح تطور هذه الظاهرة:

شكل رقم ( 35 ) تطور عدد السلع المقلدة المحتجزة في الجزائر خلال الفترة 2002-2013



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول ( 19 ).

من خلال هذا الشكل يتضح أن حجم المضبوطات الجمركية من السلع المقلدة تشهد تذبذبا واضحا بين الارتفاع والانخفاض ويمكن تقسيمها إلى ثلاث مراحل كما يلي:

- المرحلة الأولى (2002-2005):

شهدت هذه المرحلة تذبذبا بين الارتفاع والانخفاض بنسب منخفضة شهدت أعلى زيادة سنة 2004 بـ 73,95 % عن السنة السابقة لها وأقلها سنة 2003 بـ 29,38 %.

- المرحلة الثانية (2006-2010):

تعتبر هذه المرحلة فترة رواج كبيرة لتجارة السلع المقلدة بدءا من سنة 2006 بحوالي 831.786 حالة و تشهد أعلى مقدار عام 2007 بحوالي 2.278.341 حالة أي بزيادة 173,91% عن سنة 2012، ويعود الارتفاع خلال هذه السنوات لتراجع إجراءات حماية السوق الجزائرية، الذي سمح بنمو واردات السلع في الفترة بين 2001 و 2008 مستفيدا من تراجع الرسوم الجمركية من 16.04% إلى 8.8% خلال الفترة نفسها، والتي عرفت أيضاً انخفاضا في القيمة الإدارية والحقوق الإضافية المؤقتة بالإضافة إلى زيادة التعاون بين مصالح الجمارك وأصحاب العلامات التجارية (كما سنرى لاحقا) مما مكّن المصالح المختصة من العمل بفاعلية لاحتجاز أكبر قدر من السلع المقلدة، بالإضافة إلى أن هذه الفترة شهدت تقلبات نحو الانخفاض في طلبات تسجيل العلامات التجارية، كما يبين الجدول التالي:

جدول رقم ( 20 ) عدد طلبات تسجيل العلامات التجارية في الجزائر خلال الفترة 2003-2010.

| السنوات       | 2003  | 2004 | 2005  | 2006 | 2007   | 2008 | 2009  | 2010  |
|---------------|-------|------|-------|------|--------|------|-------|-------|
| مجموع الطلبات | 4279  | 4508 | 5745  | 6128 | 2415   | 6110 | 5752  | 5629  |
| نسبة التغير % | ..... | 5.35 | 27.44 | 6.66 | 60.59- | 153  | 5.85- | 2.13- |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات صندوق النقد الدولي عبر الموقع: <http://www.ifm.org>

وكما هو واضح من الجدول فإن عدد ملفات تسجيل العلامات شهد ارتفاعا ابتداء من سنة 2003 إلى غاية سنة 2005، لتشهد زيادة طفيفة عام 2006 قدرت بـ 6.66% عن السنة السابقة لها، أما خلال سنة 2007 فنلاحظ تراجعا كبيرا قدر بـ 60.59% في عدد طلبات تسجيل العلامات التجارية مقارنة بالسنة السابقة لها، ورغم التحسن الكبير الذي عرفته سنة 2008 إلى أنها عاودت التراجع خلال السنتين التاليتين بـ 5.85-2.13% على التوالي، وهذا ما قد يجعله سببا آخر في تفاقم ظاهرة السلع المقلدة.

- الفترة الثالثة (2011-2013): بعد الارتفاع الذي شهدته في المرحلة الثانية بدأت في التراجع خلال هذه المرحلة، حيث بلغت عام 2011 حوالي 700.841 حالة أي بانخفاض قدره 56,19% عن السنة السابقة، ورغم الارتفاع البسيط عام 2012 بحوالي 11,53% إلا أنها عاودت التراجع والانخفاض خلال سنة 2013 حيث قدر عددها بـ 378.208 منتج وهو ما يعني تراجع بحوالي النصف عن سنة 2012.

وهذا الانخفاض الذي شهدته المرحلة الأولى والثالثة- في رأينا وبعد المقابلة مع مسؤولين في مصلحة الجمارك- له أكثر من دلالة:

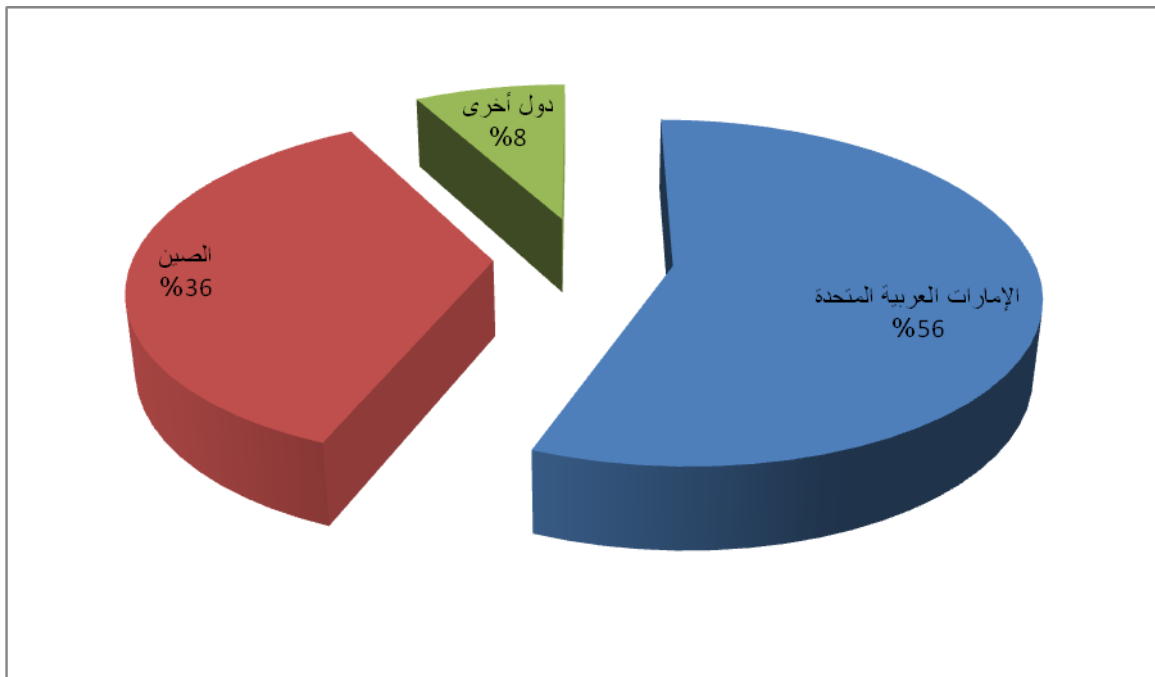
- نقص حجم السلع المقلدة المتجهة إلى الجزائر نتيجة الجهود الكبيرة لمختلف المصالح الجزائرية التي تعمل على محاربة هذه الظاهرة.
- اتباع المقلدين والمهربين لطرق أكثر حذرا أو تطورا في إدخال هذه السلع إلى الأسواق الجزائرية، مما يصعب عملية كشفها.
- توجه المستوردين لهذه السلع نحو علامات لم يتم ملاكها بطلب الحماية الجمركية بعدما لاحظوا أن بعض العلامات صدر بشأنها تنبيه بالتقليد.

المطلب الثاني: الدول مصدر السلع المقلدة المنتشرة في الجزائر.

بداية لابد من الإشارة إلى أن مصدر السلع المقلدة ليس دائما من الخارج فحسب إحصائيات الجمارك الوطنية فإن السلع المقلدة محليا تشكل ما نسبته 41 % مقابل 40 % مستوردة من الخارج، أما ما نسبته 19% غير محددة المصدر، في حين أن هناك مصادر أخرى تحدد نسبة التقليد المحلي بـ 40 % في حين أن 60 % الباقية هي عبارة عن سلع مقلدة مستوردة، وهذه الأخيرة مصدرها عدة دول من إفريقيا، أوروبا وآسيا التي تعد المصدر الرئيسي للسلع المقلدة خاصة الصين، فحسب إحصائيات 2004-2005 فإن مصدر السلع المقلدة التي تم احتجازها من قبل الجمارك الجزائرية يتمثل في الدول الآسيوية بحوالي 53 % خاصة الصين التي تمثل 41% ، الدول الأوروبية بـ 39% خاصة فرنسا، الدول العربية بحوالي 8 % خاصة سوريا، مصر ودبي.

أما خلال سنة 2006 فالملاحظ زيادة السلع المقلدة القادمة من الإمارات العربية المتحدة على حساب السلع القادمة من الصين، كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (36) الدول مصدر السلع المقلدة في الجزائر خلال عام 2006.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: Contrefaçon, Bilan 2006, <http://www.almanach-dz.com/index>

فالملاحظ ارتفاع السلع المقلدة ذات المصدر الإماراتي إلى 56 % فيما شهدت السلع القادمة من الصين انخفاضا كبيرا حيث مثلت نسبة 36 % من مجمل السلع المقلدة المحتجزة، أما خلال السنوات التالية فمصدر هذه السلع يختلف من سنة لأخرى كما يوضح ذلك الجدول التالي:

جدول رقم(21) الدول مصدر السلع المقلدة المسوقة في الجزائر خلال الفترة 2007-2010

الوحدة: نسبة مئوية

| البلدان<br>السنوات       | 2011  | 2010  | 2009  | 2008  | 2007  |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| الصين                    | 94.44 | 75.40 | 60.60 | 35.71 | 26.32 |
| الإمارات العربية المتحدة | -     | 2.91  | 18.18 | 14.28 | 34.21 |
| إيطاليا                  | -     | -     | -     | 14.28 | -     |
| مصر                      | -     | -     | -     | -     | 2.63  |
| هونغ كونج                | -     | 4.53  | 3.03  | 7.14  | 10.53 |
| فرنسا                    | -     | -     | 6.06  | 7.14  | 10.53 |
| النيجر                   | -     | -     | 6.06  | -     | -     |
| تركيا                    | 5.56  | -     | 3.03  | -     | 7.89  |
| كوريا                    | -     | 3.11  | -     | -     | 2.63  |
| اسبانيا                  | -     | -     | -     | -     | 2.63  |
| بريطانيا                 | -     | -     | -     | -     | 2.63  |
| إندونيسيا                | -     | -     | -     | 7.14  | -     |
| الشيلي                   | -     | -     | -     | 7.14  | -     |
| كوريا الجنوبية           | -     | -     | -     | 7.14  | -     |
| تايلاندا                 | -     | -     | 3.03  | -     | -     |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

- معلومات مقدمة من طرف مديرية أقسام الجمارك فرع باتنة.

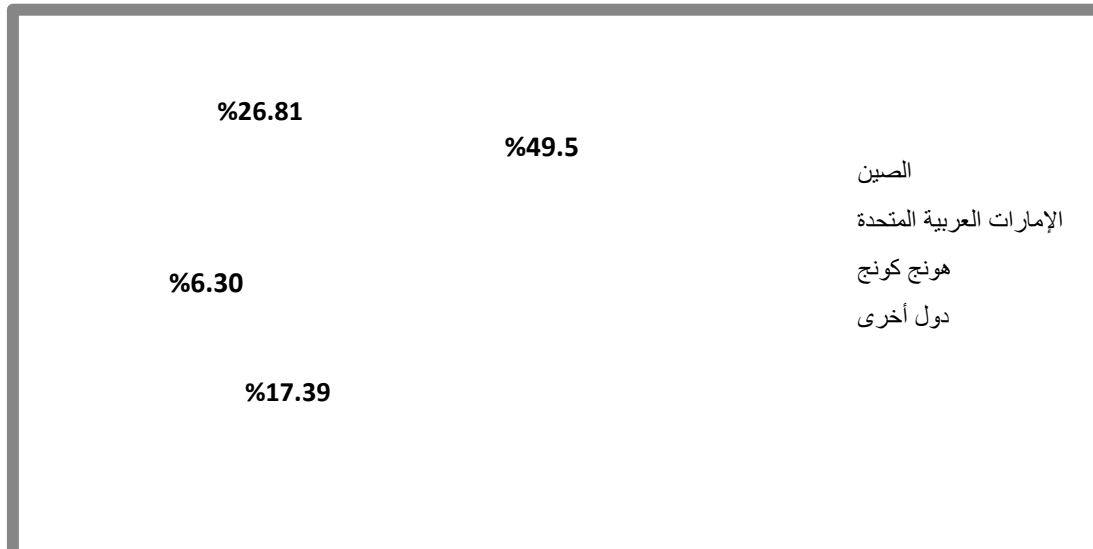
- La Direction Générale Des Douanes, **Modalités D'intervention De L'administration Des Douanes En Matière De Répression de La Contrefaçon**, Le jour D'étude de La Contrefaçon du Marque Commerciale En Algérie, Bordj Bou Arreridj, Alger, 20-12-2010 , P 21.
- Contrefaçon, Bilan 2011, Op Cit .

من خلال الجدول يتضح أن عددا كبيرا من الدول هي مصدر لهذه السلع في الجزائر، منها ما يظهر في الجدول خلال الأربع سنوات باعتباره مصدرا دائما كالصين، الإمارات العربية المتحدة، هونغ كونج، ومنها من يظهر ثلاث سنوات مثل فرنسا، ومنها من يظهر في سنة دون السنوات الأخرى كبقية الدول

التي تظهر في الجدول، وهذا يعود لتلاعب التجار والمهربين الذين يقومون بتغيير الوجهة من أجل اخفاء المصدر الحقيقي للسلع وخداع المصالح الرقابية.

كما يلاحظ من خلال الجدول أن الصين، الإمارات العربية المتحدة وهونج كونج هي الدول الرئيسية من حيث مصدر السلع المقلدة خلال الأربع سنوات (2007-2010)، كما يوضح ذلك الشكل التالي:

شكل رقم ( 37 ) الدول مصدر السلع المقلدة في الجزائر- متوسط أربع سنوات-



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول رقم ( 21 )

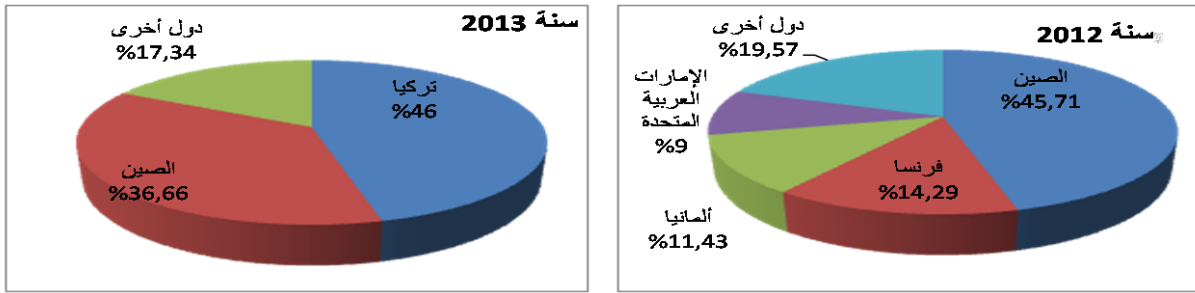
تعد الصين ورشة التقليد في العالم ومصدر السلع المقلدة في كل أنحاء العالم ومنها الجزائر حيث احتلت المرتبة الأولى خلال أربع سنوات بنسبة متوسطة 49.50 %، بأعلى نسبة عام 2010، تليها الإمارات العربية المتحدة بنسبة 17.39 % بمتوسط أربع سنوات، ثم هونج كونج بـ 6.30 %.

أما خلال سنة 2011 فقد احتفظت الصين بالمرتبة الأولى كمصدر رئيسي للسلع المقلدة في الجزائر بنسبة 94,44% وظهرت تركيا باعتبارها الدولة المصدر الثاني للسلع المقلدة بـ 5.56 %، أما خلال السنتين الموالتين فالملاحظ تراجع نسبة السلع ذات المصدر الصيني إلى أقل من النصف، كما يوضحه الشكل

التالي:



شكل رقم (38) نسبة الدول مصدر السلع المقلدة خلال عامي 2012-2013



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

م أ، الفوتشي والشانال تغرق الأسواق الجزائرية... 700 مستورد يغرق السوق بالسلع المقلدة، نشر في يومية

المحور عبر الموقع الإلكتروني <http://www.elmihwar.com/index.php/economie/item/5802-700>

بتاريخ 05-09-2013 تاريخ الإطلاع 10-02-2014 9:51

- Contrefaçon, Bilan2013, Op Cit.

رغم احتلال الصين المرتبة الأولى كأول بلد مصدر للسلع المقلدة خلال السنوات من 2007 إلى 2010، إلا أننا نلاحظ من الشكلين السابقين تراجعها إلى أقل من النصف خلال السنتين 2012-2013، وظهور دول أخرى كـ بعض الدول الأوروبية مثل فرنسا و إسبانيا، بالإضافة إلى تركيا التي احتلت المرتبة الأولى عام 2013، وهذا راجع لظهور بعض الوعي بمخاطر السلع المقلدة خاصة ذات المنشأ الصيني، وتفضيل السلع القادمة من تركيا لاعتبارات تتعلق بالسعر المنخفض ونوعية المواد الداخلة في المنتجات.

هذا من حيث المصدر، أما من ناحية منشأ هذه السلع فتبقى الصين في المرتبة الأولى باعتبارها ورشة التقليد في العالم متبوعة بإيطاليا، فرنسا، ألمانيا، تركيا... إلخ، كما في الجدول التالي:

جدول رقم ( 22 ) الدول منشأ السلع المقلدة المسوقة في الجزائر خلال الفترة 2007-2011

الوحدة: نسبة مئوية

| السنوات                  | 2011  | 2010  | 2009  | 2008  | 2007  |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| الصين                    | 94.44 | 84.64 | 72.72 | 64.28 | 45.71 |
| الإمارات العربية المتحدة | -     | -     | 3.03  | -     | 8.57  |
| إيطاليا                  | -     | -     | -     | 14.28 | -     |

|      |      |      |      |       |                |
|------|------|------|------|-------|----------------|
| -    | -    | 3.03 | 7.69 | -     | هونج كونج      |
| -    | -    | 6.06 | 7.69 | 14.29 | فرنسا          |
| -    | 4.53 | 6.06 | -    | -     | النيجر         |
| 3.56 | -    | 6.06 | -    | -     | تركيا          |
| -    | -    | -    | 7.69 | -     | إندونيسيا      |
| -    | 1.04 | -    | -    | -     | كوريا الجنوبية |
| -    | -    | -    | -    | 5.71  | اليابان        |
| -    | -    | 3.03 | -    | -     | تايلاندا       |
| -    | -    | -    | -    | 11.43 | ألمانيا        |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- La Direction Générale Des Douanes, **Modalités D'intervention De L'administration Des Douanes En Matière De Répression de La Contrefaçon**, Op Cit.

- ق و، مصالح الجمارك تحجز أكثر من 700 ألف منتج مقلد، نشر في جريدة الوطن يوم 04-06-2012 عبر الموقع <http://elwatani.com/ara/permalink/7964.html> تاريخ الإطلاع 13-01-2014 15:45

من خلال الجدول نلاحظ أن الصين تحتل المرتبة الأولى أيضا بالنسبة منشأ للسلع المقلدة بأعلى نسبة

عام 2011 بحوالي 94.44 %، تليها كل من فرنسا، إيطاليا، الإمارات العربية المتحدة، ودول أخرى بنسب أقل.

#### المطلب الثالث: القطاعات الأكثر عرضة للتقليد في الجزائر.

حسب إحصائيات الجمارك فإن كل المنتجات أصبحت عرضة للتقليد من السجائر إلى قطع الغيار والآلات الكهربائية والكهرومنزلية، مواد التجميل، الملابس والأحذية، بالإضافة إلى سلع أخرى لكن بنسب أقل منها: المواد الغذائية، أجهزة الإعلام الآلي، مواد حديدية وخردوات... إلخ، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (23) السلع الأكثر عرضة للتقليد في الجزائر

الوحدة:نسبة مئوية.

| السنوات                            | % نوعية السلع |       |       |       |       |       |       |      |      |
|------------------------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|
|                                    | 2013          | 2012  | 2011  | 2010  | 2009  | 2008  | 2007  | 2006 | 2005 |
| مواد التجميل                       | 63.83         | /     | 57.4  | /     | 29,74 | 81.85 | 30.86 | 57   | 66   |
| الملابس والأحذية                   | 22.07         | 19.22 | 30.13 | /     | /     | /     | 0.14  |      |      |
| سجائر                              | /             | 51    | /     | /     | 40,75 | /     | 30.68 | /    | /    |
| قطع غيار                           | /             | 10.60 | 0.81  | 11.85 | 0.12  | 10.24 | 12.25 | 28   | 23   |
| مواد غذائية                        | /             | 4.17  |       | /     | 0,59  | /     | /     | 2.5  | 2    |
| ادوات كهربائية و كهرومنزلية و آلية | 6.72          | /     | /     | 52.91 | 3.24  | 2.34  | 13,45 | 9    | 3.6  |
| فيديو، أجهزة سمعية                 | /             | 6.01  | /     | /     | /     | /     | /     | 2    | 2.7  |
| أجهزة الإعلام الآلي                | /             | 3     | /     | /     | /     | /     | /     | 1.5  | 2.7  |
| مواد حديدية و خردوات               | /             | /     | 3.46  | /     | 4.03  | /     | 3.77  | /    | /    |
| أفران غازية ومنتجات أخرى           | /             | /     | /     | /     | 0.68  | 1.75  | /     | /    | /    |
| منتجات رياضية                      | /             | 6     | /     | 35.24 | /     | /     | /     | /    | /    |
| الباقي متفرق بين باقي المواد       | 7.38          | 0     | 8.2   | 0     | 20.85 | 3.82  | 8,85  | 0    | 0    |

المصدر: من إعداد الهاجثة بناء على المراجع التالية:

- Direction Générale De la Sécurité Nationale, Direction De La Police Judiciaire, Sous Direction De La Police Scientifique Et Technique, **Etude Du Phénomène De La Contrefaçon Et De La Falsification Dans Les Domaines Industriels**, Alger, Janvier 2007,P13.
- Direction De Lutte Contre La Fraude, **La Contrefaçon En Algérie**, 2007 ,P4.
- Yasmine Ferrou, **Contrefaçon: Quelle Riposte Face A La Déferlante**, Economia, Revue De L'économie Et De La Finance, N°5, Novembre 2007, P24

- معلومات مقدمة من طرف مصلحة الجمارك، فرع باتنة.

- قارة ملاك، مرجع سابق، ص ص 135-137.

من خلال الجدول نلاحظ أن قطاع مواد التجميل، الملابس والأحذية مجتمعة احتل نسبة مرتفعة من بين السلع الأكثر عرضة للتقليد في أغلب السنوات، بأكبر نسبة عام 2011 بحوالي 87.53 % ثم خلال العشر الأشهر الأولى من سنة 2013 بـ 83.90 %، غير أنه ظهر بنسب أقل خلال 2007-2009-2012 ولم يظهر خلال سنة 2010، مع ملاحظة أن التقليد في قطاع مواد التجميل أعلى منه في الملابس والأحذية و أن يمثل 40 % من مواد التجميل الموجودة في السوق الوطنية مقلدة، وتباع في الأسواق

الموازية وعلى قارعة الطريق في الأسواق الشعبية رغم أنها تخضع لشروط حفظ معينة ، و تعد العطور الأكثر عرضة للتقليد، بالإضافة إلى غسول الشعر والزيوت وذلك نظرا للطلبات المتزايدة عليها<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للسجائر فالملاحظ أنه رغم ظهورها خلال ثلاث سنوات فقط من مجموع تسع سنوات إلا أنها كانت تتراوح بين 30,68 % و 51 %، وحسب بعض الاحصائيات فإنها تمثل نسبة 60 % من حجم تجارة السجائر في الجزائر.<sup>2</sup>

أما بالنسبة لقطع الغيار فرغم ظهورها بنسب متواضعة إلا أنها ظهرت خلال كل السنوات ما عدا العشر الأشهر الأولى من سنة 2013، وهي تشكل نسبة 50 % من حجم قطع الغيار الموجودة في الوطن حيث تسبب هذه الأخيرة لدى استعمالها في وقوع حوادث مرور خطيرة وقاتلة<sup>3</sup>، ونفس الشيء للأدوات الكهربائية والكهرومنزلية التي ظهرت عبر كل السنوات واحتلت أعلى نسبة تقليد عام 2010 بحوالي 52.91 % غير أنها لم تظهر فقط خلال سنتي 2011-2012.

أما بالنسبة للمواد الغذائية فنلاحظ أنها احتلت نسبا صغيرة أكبرها 4.17 % عام 2012، وهذا ما قد يفسر على أنها قليلة التقليد، وذلك لعدم التعامل مع الصين في مجال الصناعات الغذائية والدوائية، كما أن هناك منتجات لا تظهر إلا في مواسم معينة كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الرياضية التي ظهرت خلال عامي 2010-2012 بحوالي 35.24 % و 6 % على التوالي، لمصادفتها تأهل الفريق الوطني لمباراة كأس العام عام 2010، وكأس إفريقيا عام 2012.

وكما هو واضح في الجدول أعلاه فإن نسب السلع المقلدة التي تم احتجازها تختلف من سنة لأخرى وما قد يظهر في سنة قد لا يظهر في السنة الموالية وذلك ما يفسر تلاعب المهربين والمستوردين حتى لا يتم اكتشافهم، كما أن هناك منتجات تظهر في مواسم معينة مثل المنتجات الرياضية وذلك لاستغلال حجم الطلب على تلك المنتجات الرياضية خلال هذه المواسم، غير أنه في العموم يمكن إجمال المنتجات الأكثر

<sup>1</sup>سهم حواس ، التحضير لانطلاق الحملات التحسيسية لمحاربة المنتجات المقلدة وغير الصحية نشر في جريدة الأنباء الجزائرية نقلا عن جريدة الحوار متاح على الموقع <http://www.djazair.com> تاريخ النشر (2009-01-31) تاريخ الإطلاع 2014-02-03 سا: 31  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق.  
<sup>3</sup> نفس المرجع السابق.

عرضة للتقليد في خمسة قطاعات هي: مواد التجميل، الملابس والأحذية، السجائر، قطع الغيار، الأدوات الكهربائية والكهرومنزلية، والملحق رقم 7 يعرض بعض المنتجات المقلدة المحتجزة.

### المبحث الثالث: أسباب وانعكاسات تجارة السلع المقلدة على الجزائر.

التزوير والقرصنة مشكلة عالمية على نطاق هائل، مما يؤثر تقريبا على كل القطاعات في جميع

أنحاء

العالم سواء المتقدم أو النامي والجزائر ليست استثناء من هذه الظاهرة، لذا سيتم في هذا المبحث دراسة أسباب تفاقم هذه الظاهرة في الجزائر ومختلف الانعكاسات الاجتماعية والاقتصادية لهذه الظاهرة على الاقتصاد الجزائري.

#### المطلب الأول: أسباب انتشار السلع المقلدة في الجزائر.

هناك أسباب كثيرة ومتنوعة أدت إلى زيادة وتفاقم ظاهرة التقليد في بلادنا، منها ما هو راجع إلى جشع التجار ورغبتهم في الربح على حساب الصحة والمصلحة العامة، ومنها ما يعود لجهل المستهلك وأخرى لضعف القوانين والعقوبات بحق المخالفين، ونورد بعضا من تلك الأسباب كما يلي:

#### الفرع الأول: عوامل إجتماعية.

هناك عدة عوامل اجتماعية منها:

- قلة الوعي: إذ يجهل كثير من المواطنين سلبيات المنتجات المقلدة والمغشوشة، وما يحمله بعضها

من مواد كيميائية مضرّة قد تتسبب في أمراض خطيرة، حيث لا يزال معظم المستهلكين

يفضلون السعر الأرخص على الجودة، بالإضافة إلى صعوبة التفريق بين السلع المقلدة والأصلية.

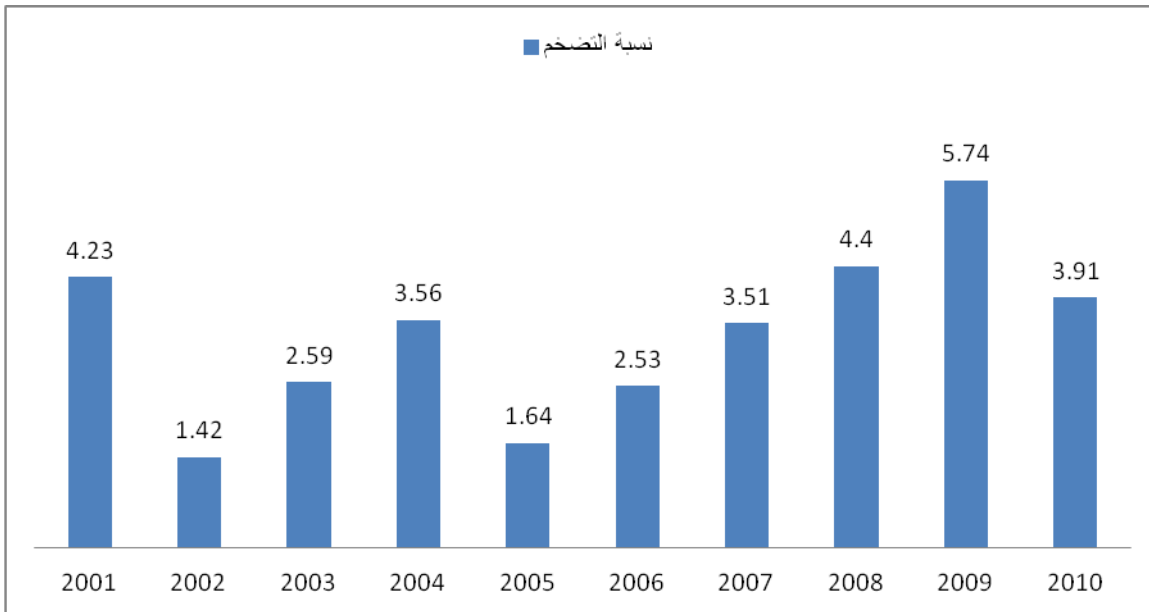
- ضعف القدرة الشرائية: رغم الارتفاع في كتلة الأجور التي قدرت في مشروع المالية 2009

بـ 31185 مليار دينار، مقابل 13223 مليار دينار عام 2005، إلا أن القدرة الشرائية

للأجراء تبقى متدنية، بالنظر للتباين الكبير في توزيع الدخل والثروة، والتي أضحت فيه الطبقة

المتوسطة مهددة بالزوال أو الاستدانة المفرطة، إذ أن 22 % من الجزائريين أي ما يفوق 6.5 مليون شخص يصنفون تحت مستوى الفقر،<sup>1</sup> وإذا أضفنا إلى ذلك تعدد العوامل من نسب تضخم فعلية كما في الشكل رقم (33) فإن وضعية الأسر تسوء أكثر وذلك لارتفاع الأسعار وقلة الدخل.

### شكل رقم (39) نسبة التضخم خلال الفترة 2001-2010.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: <http://www.andi.dz> تاريخ الإطلاع 20-04-2015 2:سا:43

من الشكل يتضح أن نسبة التضخم شهدت تذبذبا خلال الفترة 2001-2010 وهو ما يترجم إلى تذبذب في أسعار السلع، حيث كانت أقلها عام 2002 بـ 1.42 %، وشكلت سنة 2005 بداية الارتفاع المتواصل لتبلغ أعلى نسبة سنة 2009 بـ 5.74 % وهي نسبة مرتفعة.

وبالقياس بنسبة التضخم وتغير الأسعار التي تراوحت فيها نسب الزيادة 100-150 % في المواد الغذائية فإن ذلك بعيد عن قدرة المواطن الشرائية، مما تدفعه للاستدانة من البنوك في صورة قروض الاستهلاك وقروض السيارات والقروض العقارية، التي عرفت ارتفاعا كبيرا بين سنة 2004 و2008 إذ تجاوزت

<sup>1</sup> حفيظ صوالي، رغم الوفرة المالية الجزائريون بين فقر زاحف واستدانة متزايدة، يومية الخبر، صفحة تحقيقات الخبر الكبرى، الصفحة 7، تاريخ النشر 2008-09-29.

قروض الاستهلاك والعقار سقف 1000 مليار دينار<sup>1</sup>، أو الاستدانة من مواطنين آخرين، كل هذا يعطي بعض التفسير عن سلوك المواطنين في اقبالهم على السلع الرخيصة الثمن بغض النظر عن كونها أصلية أو مقلدة.

- الرغبة في محاكاة آخر صيحات الموضة : إذ يدرك الكثير من المواطنين أن ما يقتنونه من سلع مختلفة مثل الملابس ، العطور ومواد التجميل أكثر من نصفها مقلد، لكنهم لا يستبعدون فكرة شرائها لانخفاض أسعارها أولا وثانيا لشبهها الكبير بالسلع الأصلية مثل الألبسة التي يسعى فيها الكثير من الشباب إلى اتباع الموضة ولو كان ذلك بارتداء ملابس صينية مقلدة بطريقة غاية في الدقة مثل سراويل الجينز والأحذية التي لا يكتشف الغش فيها إلا بعد أيام عندما تبدأ في التمزق أو تفقد لونها وبريقها.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني: عوامل تنظيمية.

هناك عدة أسباب تنظيمية تؤدي إلى تفاقم ظاهرة السلع المقلدة منها:

- نقص الخبرة لدى أعوان الرقابة: فيما يخص الكشف والتمييز بين السلع المقلدة والأصلية.

- غياب مخابر متخصصة: على مستوى الموانئ الجزائرية لمراقبة جودة ونوعية السلع المستوردة والمواد التي تصنع منها وغياب أو ضعف أساليب الرقابة على مستوى المصالح المختصة.<sup>3</sup>

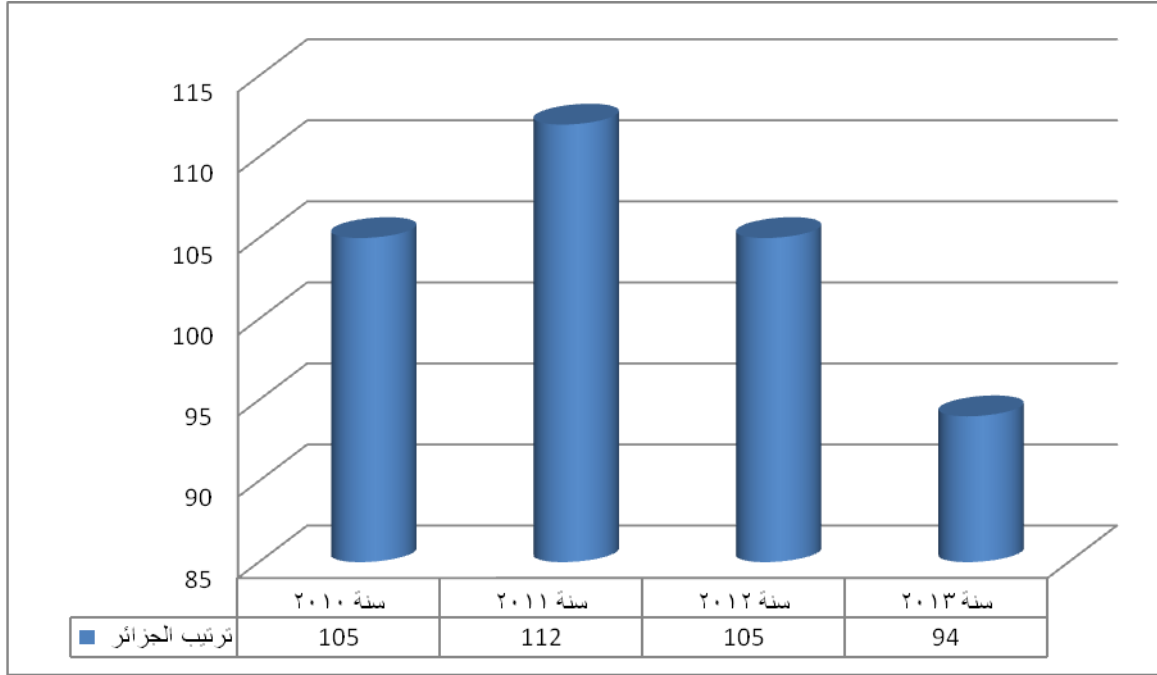
- انتشار الفساد والرشاوي: حسب تقارير منظمة الشفافية العالمية التي تتدرج على درجات مقياس من صفر (فساد مرتفع) إلى 10 (غياب الفساد وشفافية أعلى) ، فقد احتلت الجزائر المرتبة 94 دوليا من بين 177 دولة في سنة 2013، وذلك بنقطة 3.4 على 10، ما سمح لها بتحسين -ولو بشكل طفيف- ترتيبها العام مقارنة بالسنة 2012، كما يبين ذلك الشكل التالي:

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup> سهام حواس ، التحضير لانطلاق الحملات التحسيسية لمحاربة المنتجات المقلدة وغير الصحية، نشر في يومية الأنباء الجزائرية نقلا عن يومية الحوار عبر الموقع <http://www.djazair.com> بتاريخ 31-01-2009، تاريخ الإطلاع 30-01-2014 9سا:د

<sup>3</sup> قارة ملاك، مرجع سابق، ص139.

شكل رقم (40) ترتيب الجزائر ضمن مؤشر الشفافية العالمي خلال الفترة 2010-2013



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

Transparency International, **Country Report:Algeria**, <http://www.transparency.org> 20-05-2015 13h:24m,

من الشكل يتضح أن الجزائر تشهد تراجعا طفيفا بالنسبة لترتيبها ضمن مؤشرات إدراك الفساد الصادر عن منظمة الشفافية الدولية إذ أنها حققت سنة 2012 المرتبة 105 — 3.4 على 10 نقاط، حيث تقدمت بسبع مراكز مقارنة بتصنيف 2011 حيث كانت تحتل المرتبة 112، ثم تحققت المرتبة 94 سنة 2013 أي تقدمه بـ 11 مرتبة.

وتفسر المنظمة هذا التقدم الطفيف باستمرار الفساد في الجزائر وانتشار ظاهرة الرشوة في المؤسسات الجزائرية وبين المسؤولين، وانعدام الإرادة السياسية لدى الحكومة في محاربتها، مما سيؤدي إلى خرق القوانين والتعامل مع متعاملين اقتصاديين غير شرفاء أو حتى عصابات تهريب لمختلف السلع الغير مشروعة ومنها المقلدة، مما يؤكد على حاجة المؤسسات العامة إلى مزيد من الالتزام بالشفافية وتوسيع نطاق المساءلة للمسؤولين.



- ضعف التشريعات القانونية والعقوبات القضائية: إذ أن الملفات لما تحول إلى العدالة تطول مدة معالجتها بسبب عدم وجود غرفة اقتصادية وقضاة مختصين في القضايا الاقتصادية وقضايا الغش والتقليد، وهو ما يسهل على هذه الشبكات الإفلات بسهولة من العدالة التي تكتفي عادة بفرض غرامات بسيطة أو حجز السلعة علاوة على اعتبار التقليد جنحة وليس جريمة يضاف إليه أحيانا تراخي في العمل الرقابي.<sup>1</sup>

- ضعف التعاون بين أصحاب العلامات ومصالح الجمارك: حيث أن تقاعس أو عزوف العديد من أصحاب العلامات التجارية للتعريف بها يساهم في إعاقة الجهود المبذولة من طرف مصالح الجمارك في حماية حقوق أصحاب العلامات أو متابعة الأشخاص المقلدين المفترضين قضائيا وبالتالي يعرقل جهودها في منع دخول السلع المقلدة إلى السوق الجزائرية.<sup>2</sup>

### الفرع الثالث: عوامل اقتصادية.

هناك عدة أسباب اقتصادية تساهم بدورها في تقاوم ظاهرة السلع المقلدة في الجزائر منها:

- نقص المهني لدى المتعاملين الاقتصاديين، خاصة التحكم في شبكة التوزيع بالإضافة إلى البحث عن الإفلات من الرقابة بالانخراط في الإنتاج السري ومن ثمة ممارسة التقليد.<sup>3</sup>

- الرغبة في الربح حيث أن بعض المستوردين الوطنيين الذين يلهثون وراء الربح السريع يبحثون عن السلع المقلدة ذات الأثمان الرخيصة بغض النظر عن نوعيتها والأخطار التي تشكلها على الصحة العمومية والأمن متجنبين مصاريف البحث والإشهار والتسويق، حيث يتوجه المستورد من الجزائر إلى أي بلد يمتنن التقليد ويطلب من أحد المصانع تصنيع منتج معين تحت علامة معروفة أو في حالات أخرى بدون علامة لغرض التحايل على المصالح الجمركية ومديريات مراقبة

<sup>1</sup> عبد الوهاب بوكروح ، شركتنا موتورولا وإيريكسون تغادران سوق الهاتف النقال بالجزائر ،مافيا التهريب استولت بالتقليد على ما قيمته 1750 مليار، نشر بتاريخ 15-04-2009 عبر يومية الأنباء الجزائرية نقلا عن الشروق اليومي، عبر الموقع الإلكتروني <http://www.djazair.com> تاريخ الإطلاع 18-02-2014 10 سا: 14د

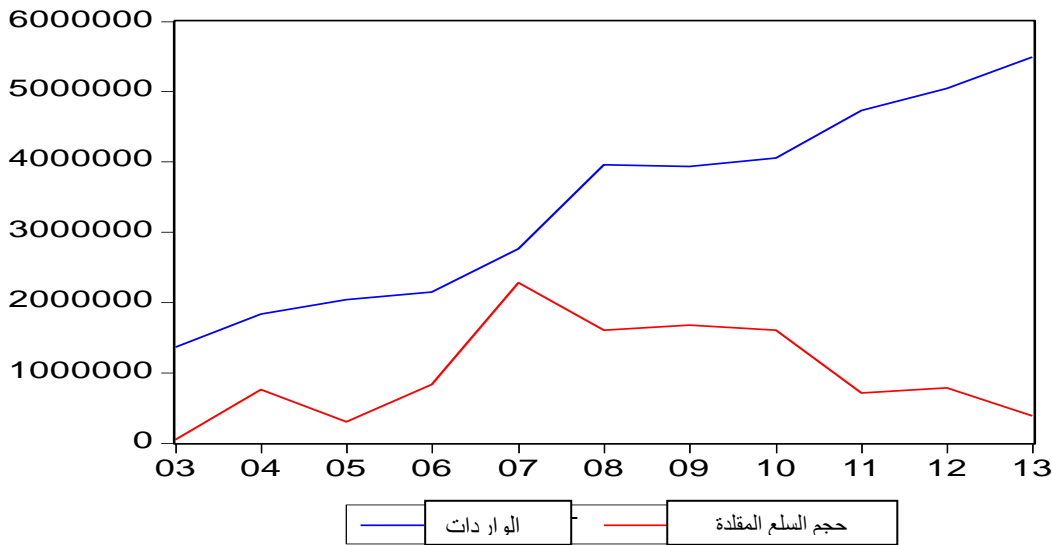
<sup>2</sup> مقابلة مع مسؤولين في مصلحة مديرية أقسام الجمارك، فرع بسكرة.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق.

الجودة وقمع الغش المتواجدة على مستوى نقاط العبور، وتوضع العلامة التجارية بعد ذلك داخل ورشات المستورد بعد دخولها إلى الوطن.<sup>1</sup>

- في ظل ضعف المستوى الاقتصادي وقلة الناتج المحلي والانفتاح غير المراقب لاستيراد السلع والخدمات من الخارج بهدف تلبية كافة الاحتياجات الغذائية والصناعية وذلك لصالح القطاع الخاص المحلي والأجنبي، الذي يستفيد آلياً من المعاملة نفسها الممنوحة للمتعاملين الجزائريين بمجرد دخول السلعة إلى السوق الجزائرية، وهذا في سياق التنازلات التي قبلتها الجزائر تحضيراً لدخولها إلى المنظمة العالمية للتجارة،<sup>2</sup> مما ساهم في زيادة التدفق السلعي عن طريق التوسع في الاستيراد، كما يبينه الشكل التالي:

شكل رقم (41) تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة 2000-2011



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- الجدول رقم (19) الخاص بتطور ظاهرة التقليد في الجزائر.

- <http://www.andi.dz> 20-04-2015 2h :43m.

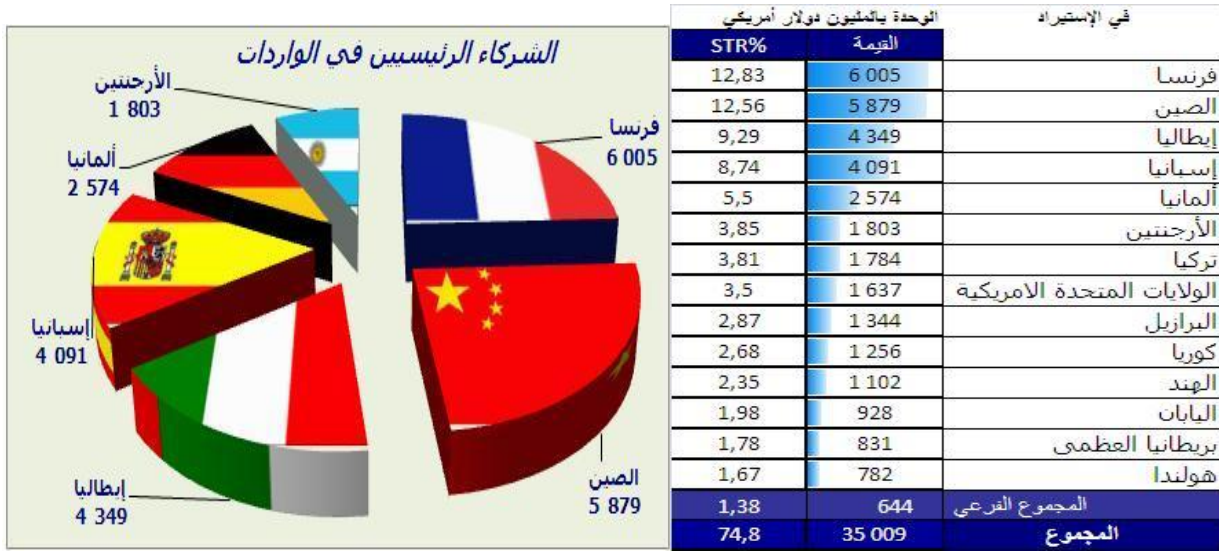
<sup>1</sup> كلمة السيد والي برج بوعريبيج أثناء افتتاح اليوم الدراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر مظاهرها نت ائجها وسبل محاربتها، مديرية التجارة برج بوعريبيج عبر الموقع <http://www.dcommercebba.gov.dz> تاريخ الإطلاع 2015-01-24 9سا: 32د  
<sup>2</sup> عبد الوهاب بوكرواح ، شركتنا موتورولا وايركسون تغادران سوق الهاتف النقال بالجزائر ،مافيا التهريب استولت بالتقليد على ما قيمته 1750 مليار، مرجع سابق.

من خلال الشكل يتضح أن حجم الواردات في تزايد مستمر حيث بلغت عام 2000 حوالي 9174 مليون دولار لتبدأ بعدها في الارتفاع حيث حققت 13533 مليون دولار عام 2003، ثم 20357 مليون دولار عام 2005، إلى غاية 2008 حيث بلغت 39479 مليون دولار مرتفعة بـ 0.39 % عن سنة 2007 وذلك بسبب تخفيض الرسوم الجمركية على الواردات خلال هذه الفترة، ورغم التناقص البسيط خلال سنوات 2009، 2010 بقيمة 39294 - 40472 مليون دولار، إلا أنها عاودت الارتفاع عام 2011 بنسبة 0.22 % عن سنة 2010 لتبلغ 47247 مليون دولار، وسبب معاودتها الارتفاع هو حصول بعض المشاكل على المستوى الاجتماعي كادت أن تتحول إلى فوضى مما اضطر الدولة إلى مزيد من الإجراءات بهدف تهدئة الوضع كان من بينها زيادة حجم الاستيراد وزيادة الدعم.

هذا التوسع في الاستيراد الغير مراقب بصفة كلية صاحبه تدفق كبير للسلع الممنوعة كالسلع المقلدة، فالملاحظ من الشكل أن تجارة السلع المقلدة تسير بشكل متوافق مع معظم الزيادات والانخفاضات التي حدثت في جانب الواردات، خاصة خلال الفترة 2007-2010، أما الانخفاض التي تلا هذه الفترة في حجم السلع المقلدة رغم زيادة الواردات فربما يرجع إلى ماقلناه من قبل عن زيادة الجهود من طرف الأعيان المختصين نتيجة تعاون أصحاب العلامات التجارية، وتخوفا من تعرض الجزائر لعقوبات اقتصادية خاصة بعد ادراجها في مرتبة متقدمة ضمن أحد المؤشرات (سيأتي ذكرها لاحقا في آثار تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري)

وفي ظل انتشار الفساد وضعف التعاون مع أصحاب العلامات التجارية من أجل التمييز بين السلع الأصلية والمقلدة وزيادة التهريب عبر الحدود، زاد حجم السلع المقلدة، كما يلاحظ التعامل بشكل كبير مع دول عرفت بكونها منشأ لبعض السلع المقلدة أو مصدرا لها مثل الصين كما يمثل الشكل التالي:

شكل رقم (42) الشركاء الرئيسيون للجزائر في مجال الواردات سنة 2012.

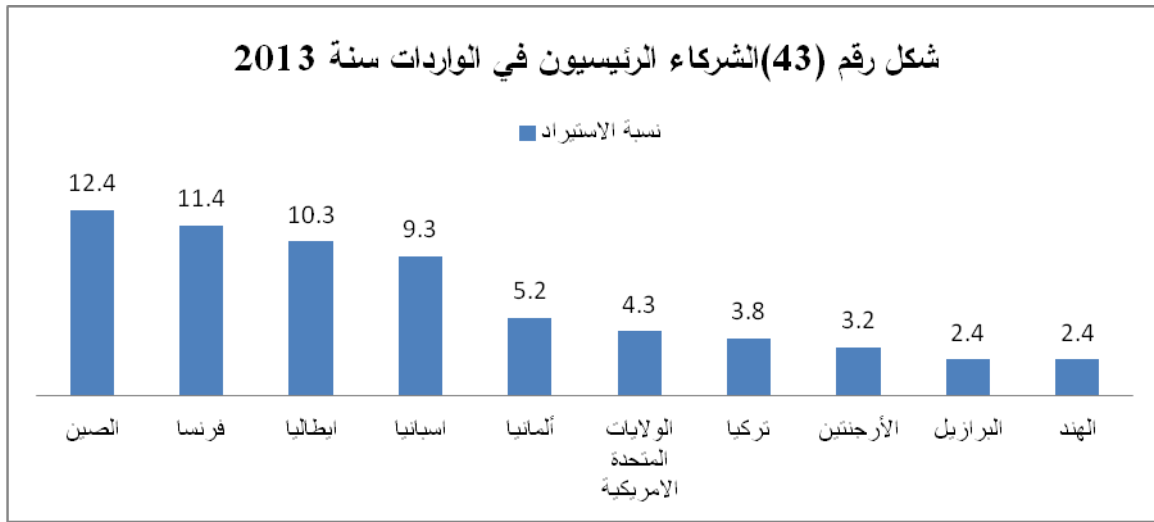


المصدر: الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار، حصيلة التجارة الخارجية، متاح على الموقع <http://www.andi.dz> تاريخ

الإطلاع 2014-02-18 10:32د

كما هو ملاحظ من الشكل فإن فرنسا تبقى الشريك التقليدي للجزائر بحكم التبعية بما قيمته 6 مليار دولار وهو ما يمثل نسبة حوالي 12.83 %، تليها الصين في المرتبة الثانية بما قيمته 5.87 مليار دولار بنسبة 12.56 %، التي نالت سنة 2003 المرتبة السادسة في قائمة المتعاملين العشرة مع الجزائر في مجال الاستيراد بنسبة 3.8 % من مجموع الواردات، لتتقدم إلى المرتبة 5-4 خلال السنتين التاليتين بنسبة 5-6.5 % من مجموع الواردات، لتحافظ بعدها على المرتبة 3 لمدة ثلاث سنوات والمرتبة 2 لمدة 4 سنوات، أما خلال سنة 2013 فالملاحظ اكتساح المنتجات الصينية الأسواق الجزائرية إذ احتلت الصين المرتبة الأولى كأكبر بلد مصدر للجزائر بنسبة 12.4 %، متبوعة بفرنسا في المرتبة الثانية بنسبة 11.4 %<sup>1</sup>، كما يمثل ذلك الشكل التالي:

<sup>1</sup> La Direction Technique Chargée De La Comptabilité Nationale, Evolution Des Echanges Exterieurs de Marchandises De 2003 a2013, collections Statistiques N°188, Série E : Statistiques Economiques N° 79, 2014, P82.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

La Direction Technique Chargée De La Comptabilité Nationale, Op cit, P 83.

فالملاحظ من الشكل صعود الصين على حساب تراجع فرنسا إلى المرتبة الثانية خلال سنة 2013 بعدما احتلت لفترة طويلة المرتبة الأولى كشريك رئيسي في الواردات بالنسبة للجزائر، وتتمثل أهم السلع المستوردة من الصين في قطع الغيار والسيارات السياحية، الهواتف، أجهزة الاستقبال الخاصة بالتلفاز، بعض وسائل التجهيز بالإضافة إلى المنتجات النسيجية والأحذية. وفي ظل غياب الرقابة الفعالة وتطور الغش يتبين أن معظم الواردات القادمة من الصين قد تكون مقلدة، كما أن المتعامل الثالث وهو إيطاليا يعد مهد التقليد في أوروبا.

- احتكار الوكالات المعتمدة لقطع الغيار الأصلية وبيعها بأسعار مرتفعة، إلى جانب غياب الدور الرقابي للجهات المعنية للدولة على تلك الوكالات والسماح لها بإدخال القطع المستعملة والتي قد تكون غير مطابقة للمواصفات الفنية المعتمدة ، حيث لم يصدر قانون يمنع ذلك إلا خلال سنة 2009 وتم تطبيقه في 2 نوفمبر من نفس السنة والذي يقضي بضرورة القيام بجملة من التدابير الوقائية والمراقبة على مستوى الموانئ والمنافذ البرية ضد قطع الغيار المستعملة والمقلدة التي يتم استيرادها من دول أخرى، بالإضافة إلى إلزام المستوردين بضرورة الاستيراد من الدول الأصلية

ويلزمهم بوجوب إظهار شهادة المطابقة لمواصفات العلامة التجارية وكذا ترخيص الشركة الأم

الذي يقر بأن صناعة هذه القطع تم بموافقتها.<sup>1</sup>

- انتهاج الجزائر لسياسة السوق المفتوحة وتفشي ظواهر سلبية مثل ما يُعرف بـ"إيجار السجلات

التجارية" وما ترتب عنها من إفراط في استيراد منتجات مقلدة.

- السوق الموازي: تفاقم حدة السلع المقلدة ناجم أساسا عن ظاهرة الأسواق الموازية أو ما يُطلق

عليها "الأسواق الفوضوية" التي فرضت نفسها بقوة في الجزائر رغم حظرها قانونيا ففي سنة

2004 كشف الجرد الذي أعده المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي أن عدد هذه الأسواق فاق

عددها 700 سوق غير شرعية، تغطي مساحة قدرها 7.2 مليون متر مربع، كما تستقطب 60

% من إجمالي التجار على المستوى المحلي، ناهيك عن آلاف الآخرين من اليد العاملة الناشطة في

هذه الأسواق، علما أنّ تقديرات الهيئات المتخصصة، تتحدث عن تشغيل السوق الموازية لحوالي

مليون شخص،<sup>2</sup> وهو ما حول السوق الموازية إلى قوة ضاربة وعنصر محرك لقطاع مهم من

التوازنات التجارية في البلاد، بحكم سيطرتها لوحدها على 40% من الكتلة النقدية المتداولة إذ

قدّرت عوائد القطاع الموازي في الجزائر عام 2007 بحوالي 8.5 مليار دولار، وتشكل 17

% من عوائد الأسر الجزائرية المنتجة، وما يعادل 13 % من الناتج الداخلي الخام خارج قطاع

المحروقات.<sup>3</sup>

- استغلال مناطق التجارة الحرة الأوروبية والعربية: أكدت الأرقام الصادرة عن المركز الوطني

للإعلام الآلي التابع للمديرية العامة للجمارك الجزائرية، أن توقيع أو انضمام الجزائر لمناطق

التبادل الحر التي تسمح بإلغاء تدريجي أو مباشر للرسوم الجمركية على الكثير من السلع

<sup>1</sup> الملف الصحفي الخاص باللقاء الذي جمع إطارات قطاع التجارة بمقر ألكاكس، عن طريق الموقع <http://www.renalgex.dz> تاريخ الإطلاع

19-05-2015 18:42 سا:د

<sup>2</sup> بوطالب براهيم، مقاربة اقتصادية للتهريب بالجزائر، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد التنمية، غير منشورة، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011-2012، ص 58.

<sup>3</sup> كامل الشيرازي، البضائع المقلدة تكبّد الجزائر 1.1 مليار دولار سنويا، نشر بتاريخ 17 سبتمبر 2010 عبر الموقع <http://www.elaph.com> تاريخ الإطلاع 2015-01-22 23:34 د

والخدمات المستوردة من هذه المناطق، تنتسب في تشجيع المهربين على رفع قيمة المنتجات المستوردة من هذه المناطق بالتحايل على القوانين والاتفاق المسبق مع الشركات المصدرة التي تقوم بفوترة منتجاتها بقيم تفوق سعرها الحقيقي ليتم تحويل مبالغ أكبر من العملة الصعبة نحو بنوك أجنبية، وعلى العكس من ذلك تلجأ شركات الاستيراد الخاصة والأجنبية العاملة بالجزائر والتي يتجاوز عددها 23 ألف شركة استيراد بتخفيض قيمة السلع والخدمات في حال وجود نظام تعريفي عادي للتهرب من الأعباء الجمركية الإضافية، وهي الحالة التي يتم تطبيقها على نطاق واسع بالنسبة للمنتجات والسلع التي لا تتوفر إدارة الجمارك الجزائرية على أسعار مرجعية لها<sup>1</sup>.

وفي الحالة الخاصة بالمنطقة العربية للتبادل الحر التي انضمت إليها الجزائر في جانفي 2009، سجلت إدارة مكافحة الغش التابعة للجمارك الجزائرية ارتفاعا في حالات الزيادة في قيمة البضائع المستوردة من المنطقة العربية للتبادل الحر، وانخفاضا محسوسا في التصريحات الخاصة بالقيمة الحقيقية بالنسبة للمواد التي يتم استيرادها من بلدان آسيا والصين على وجه الخصوص أو من بعض بلدان أمريكا اللاتينية بالنسبة للسلع الغذائية والمشروبات، مما تسبب في خسائر مادية بالنسبة للجزائر نتيجة الزيادة في أسعار البضائع ما يمس باحتياطات الصرف الرسمية مباشرة ، وتتم هذه المخالفات من قبل متعاملين كانوا يستوردون بضائعهم من الصين عرفوا بممارسة إنزال قيمة البضائع، ثم ابتعدوا عن هذا البلد منذ انضمام الجزائر إلى المنطقة العربية للتبادل الحر، وتحولوا نحو الاستيراد من البلدان العربية بهدف الاستفادة من الإعفاءات من الرسوم الجمركية والاستفادة من تحويل العملات الصعبة نحو الخارج بشكل غير قانوني<sup>2</sup>.

- نشاط العمالة الوافدة في الجزائر خاصة الصينية: حيث وصل عدد التجار الأجانب في ديسمبر 2006 إلى حوالي 548 تاجراً سورياً، 450 تاجراً فرنسياً و 420 تاجراً صينياً الذين ارتفع عددهم عام 2013 إلى حوالي 370 تاجر صيني بالعاصمة وحدها ، وتعود بداية دخولهم )

<sup>1</sup> عبد الوهاب بوكروح ،تهريب 250 مليون دولار سنويا للخارج بسبب الغش في قيمة السلع المستوردة  
<sup>2</sup> 23 ألف شركة استيراد تحول نشاطها نحو مناطق التبادل الحر هرباً من الرسوم الجمركية، نشر بتاريخ 30-01-2010 في يومية الأنباء الجزائرية نقلاً عن الشروق اليومي متاحة عبر الموقع <http://www.djazair.com> تاريخ الإطلاع 18-03-2014 سا:38  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق.

الصينيين) إلى الجزائر لسنتي 2000-2002 حيث لم يتجاوز عددهم 129 تاجرا، وقد دخل عدد كبير منهم كعمال في شركات للبناء تحصلت على عقود في البلاد وحظيت بسمعة طيبة في سرعة الإنجاز، ومنذ ذلك الحين بدأت الجالية الصينية في النمو وبشكل ملحوظ، أما عن نشاطات الاختصاص الأكثر طلبا من طرف التجار الصينيين، ففي مجال الإنتاج الصناعي تأتي الخردوات وأدوات البناء والأشغال العمومية، في حين أن النسيج والألبسة والأقمشة ومواد التجميل تحتل الصدارة في مجال البيع بالجملة والتجزئة، وقد بلغ حجم الاستثمارات الصينية نهاية سنة 2006 حوالي 600 مليون دولار، فيما بلغ حجم التبادل التجاري بين البلدين 1.8 مليار دولار، إذ تشكل السوق الجزائرية أكثر من 7% من المشاريع التي تقام في العالم من قبل المجموعات الصينية، حيث يفوق عدد الشركات الصينية 356 شركة تعمل غالبيتها في مجال الاستيراد والتصدير لمختلف المواد كالنسيج والألبسة والتجهيزات الكهرومنزلية.<sup>1</sup>

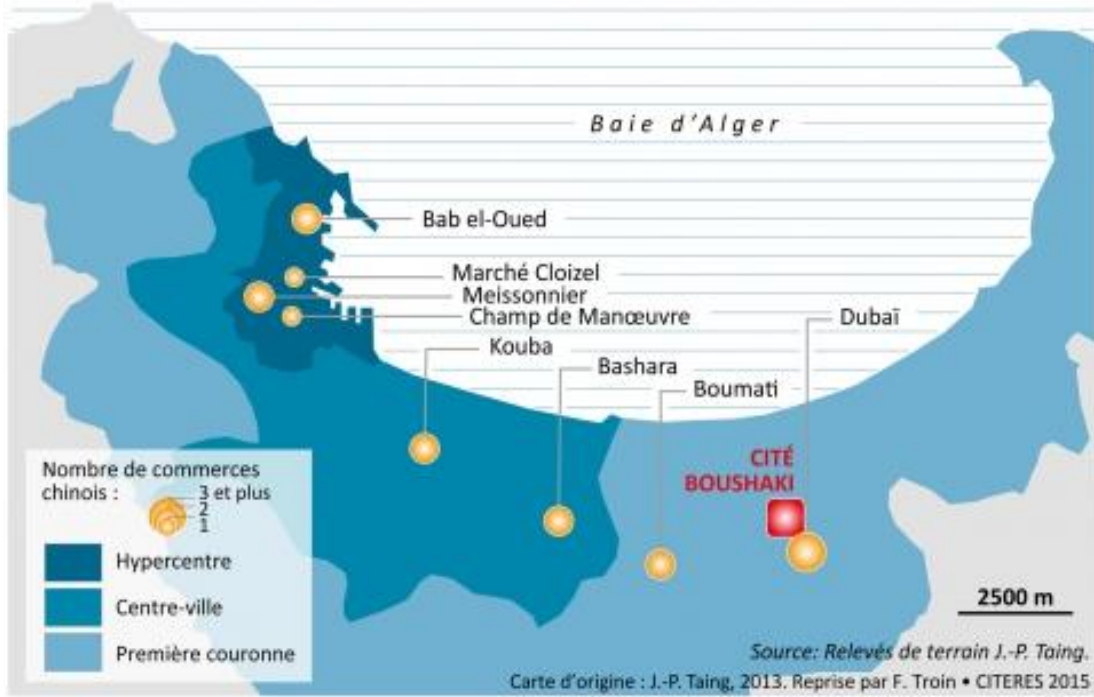
أما عدد الصينيين الذين يملكون سجلات تجارية ويمارسون تجارتهم بصفة قانونية بلغ 370 تاجر خلال 2007 منهم 323 يحوزون سجلات كأشخاص معنويين ولديهم مؤسسات بالجزائر وهذا بعد تسهيل الإجراءات الخاصة بالحصول على السجلات التجارية، فالتشريع الجزائري عرف تسهيلات في مجال تسجيل المؤسسات التجارية والتجار، خصوصا بصدور المرسوم التنفيذي رقم 06 - 454 المؤرخ في 11 ديسمبر 2006، حيث يلغي هذا المرسوم شرط توفر الأجنبي الذي يتقدم بطلب للحصول على سجل تجاري على بطاقة التاجر التي كان يسلمها المجلس الشعبي الولائي المختص إقليميا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الصينيون يقتحمون الأسواق في ظرف قياسي، نشر بتاريخ 30 - 10 - 2007 في يومية الأنباء الجزائرية نقلا عن يومية المساء عبر الموقع الإلكتروني <http://www.djazair.com> تاريخ الإطلاع 30-02-2014 9سا:30د.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق.



شكل رقم (44) تركيز النشاط التجاري للعمالة الصينية في الجزائر العاصمة وضواحيها.



**Source :** Jean-Pierre Taing, L'immigration chinoise à Alger : l'émergence d'une place marchande à Bab Ezzouar ?, Études sur le Monde Arabe et la Méditerranée , Les Cahiers d'EMAM, CITERES 2015, <http://emam.revues.org/934>

من خلال الشكل يتضح انتشار النشاط التجاري للعمالة الصينية وسط المدينة ونواحيها خاصة في مدينة بوشاكي، كما يقوم غالبية العاملين الصينيين باغتنام أوقات فراغهم للعمل في ورشات أخرى سرية وكذا لنصب طاولات لبيع السلع الصينية المقلدة والمزيفة، ففي الفترة 2001-2004 تم توقيف 8378 شخصا منهم 2878 أجنبي منهم أفارقة وصينيون، كانوا يقومون بتقليد مختلف أنواع السلع خاصة مواد التجميل، الأحذية الرياضية، قطع غيار السيارات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Contrefaçon, Réglementation, <http://www.almanach-dz.com/index>

المطلب الثاني: الانعكاسات الاجتماعية والأمنية لتجارة السلع المقلدة على الجزائر.

هناك العديد من الانعكاسات الناتجة عن تجارة السلع المقلدة على مختلف الميادين والأصعدة خاصة الاجتماعية لما لها من تأثير على صحة المواطن الجزائري من خلال إصابته بالأمراض، وتهديد أمنه وسلامته أو تهديد حياته.

#### الفرع الأول: الانعكاسات الاجتماعية.

تتسبب السلع المقلدة في العديد من الآثار منها:

- آثار صحية تتمثل في التأثير على الصحة العامة للمستهلك: جراء استخدام سلع استهلاكية غير مطابقة للمواصفات القياسية والتسبب في ظهور أمراض مختلفة، إذ ثبت أن الأحذية المستوردة من الصين أغلبها ليست أصلية والتي تبين بأنها تتسبب في انبعاث رائحة كريهة من القدمين عند نزع الحذاء، كما تتسبب في ظهور بعض الفطريات على القدمين والتي قد تؤدي إلى الإصابة بحساسية مفرطة أو سرطان الجلد، كما قد تتسبب الألبسة والأفرشة في حدوث حساسية أو أمراض تنفسية أو جلدية وذلك لصنعها من وبر الحيوانات، ففي عام 2008 اكتشف أطباء جراحون عن طريق إخضاع طفلة لعملية جراحية في أحد العيادات الخاصة، أنها ابتعلت "شعيرات حيوانية"، ما سبب لها التهابا داخليا، وبعد إخضاع تلك الشعيرات للفحص اتضح أنها من وبر القطط، وهي منتوفة من معطف الطفلة الذي يحتوي على قبعة محاطة بوبر القطط.

- أما المواد الغذائية المقلدة فهي قد تتسبب في حدوث عدة أعراض من آلام وتسممات إلى

الوفاة، ففي رمضان 2013 تسبب استهلاك منتج غذائي مقلد ( البوراك ) في حدوث تسمم عائلة

بأكملها.

ناهيك ما قد تسببه الألعاب المقلدة الغير مطابقة للمواصفات من خطورة كبيرة على صحة وسلامة

الأطفال، حيث استوردت الجزائر خلال الستة أشهر الأولى من عام 2013 ما قيمته أكثر من 15 مليون

دولار من 33 بلدا من مختلف القارات، مقابل 23 مليونا و251 ألف دولار عام 2012، سواء كانت هذه

الألعاب تستخدم أحدث التقنيات التكنولوجية مثل البلاي ستايشن، السيارات والطائرات الحربية من مختلف الماركات العالمية التي يتم التحكم بها عن بعد والمزودة بشاشة كاميرا وبلوحات رقمية عالية الجودة أو تلك الألعاب البلاستيكية البسيطة والتي تكون في الغالب سهلة الكسر ورديئة وتشكل خطرا على الأطفال، وتعتبر الدول الآسيوية وعلى رأسها الصين المنتج الأول لهذا النوع من اللعب والتي تعتبر الجزائر الزبون الأول لها بقيمة تفوق 13 مليون دولار خلال الثلاثي الأول من سنة 2013 مما يعني أن نسبة كبيرة من تلك الألعاب مقلدة و رديئة.<sup>1</sup>

- تسبب هدرا في الوقت والمال: إذ أنه أمام تواضع أسعار هذه السلع خاصة التجهيزات الكهربائية والهواتف النقالة المقلدتين لا يتوانى المستهلك النهائي في الإقبال بقوة على شرائهما، ولكنه سرعان ما يجد نفسه أمام جهاز لا يعمل بمجرد مرور أسابيع من شرائه وفي ظل غياب شهادة الضمان من المنتج أو الموزع يضطر المستهلك لإعادة تصليح جهازه ودفع تكاليف الخدمة التي تفوق 30 % من سعر الجهاز أو تضطره لرميه والتخلص منه نهائيا.

- آثار معنوية: تتمثل في الإيلام النفسي الذي يسببه التقليد بطبيعته على المستهلك نتيجة خسارته أو اعتلال صحته.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني: الانعكاسات على الأمن الوطني وأمن الأشخاص.

تؤثر السلع المقلدة على سلامة وأمن المواطنين كما أنها تساهم في زيادة معدل الجريمة، ومن بين آثارها ما يلي:

- تصنيف الجزائر في المرتبة الأولى بين الدول العربية والرابعة عالميا في حوادث المرور حيث تسبب هذه الحوادث في وفاة الآلاف سنويا ( وفاة 12 مواطنا و 150 جريحا يوميا) وإصابة وإعاقة وجرح الآلاف، وترجع أسباب هذه الحوادث إلى العنصر البشري بأكثر من 24% بعدم

<sup>1</sup> راضية شايت، انفاق 15 مليون دولار على ألعاب الأطفال خلال السداسي الأول لـ 2013، يومية النهار، صفحة الحدث، العدد 1773، 31 جويلية 2013، ص 4.

<sup>2</sup> مصلحة الجودة لمديرية التجارة، التقليد و آثاره، اليوم الدراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، مديرية التجارة لولاية برج بوعريج وغرفة التجارة والصناعة للبيبان، 20 ديسمبر 2010، ص ص 1-2

احترام السرعة وعدم التحكم في المركبة و 10% للتجاوز الخطير وعدم احترام مسافة الأمان والمناورات الخطيرة، ويعود السبب الآخر للراجلين، إلى جانب أن حظيرة السيارات في الجزائر تفوق ستة ملايين مركبة فيما لم تواكب شبكة الطرقات هذا التزايد في عدد السيارات، بالإضافة إلى استعمال قطع غيار مقلدة ومغشوشة.<sup>1</sup>

كما قد تتسبب الأجهزة الكهربائية أو المواعيد الغير مطابقة للمواصفات في حدوث حوادث قد تؤدي بأمن وحياة المواطنين، علاوة على ما تسببه أجهزة التدفئة المقلدة في حدوث حوادث اختناق بالغاز أو احتراق كل عام.

- كما أنّ التقليد أصبح جريمة عابرة للحدود، ونوع من الجريمة المنظم، بعد أن أخذ هذا الإجراء شكل التنظيم، حيث أصبح مقترفوها يقتنون عدة وسائل تقنية توضع في مرآب سري بغرض التقليد، ما يمكن أن يدار من طرف جماعات مافيا أو عصابات أو أن تستغل عائداته في تمويل الجماعات الإرهابية.<sup>2</sup>

#### المطلب الرابع: الانعكاسات الاقتصادية والمالية لتجارة السلع المقلدة.

لا تتوقف آثار السلع المقلدة على الجانب الاجتماعي من خلال الإضرار بصحة المستهلك الجزائري لاحتوائها في الغالب على مكونات مختلفة عن المكون الأصلي أو ضارة، بل تتعدى ذلك إلى الجانب الاقتصادي والمالي من خلال التأثير على حجم الاستثمار، الإيرادات... إلخ.

#### الفرع الأول: الانعكاسات الاقتصادية.

تتعدد الآثار الاقتصادية للسلع المقلدة على الجزائر من التأثير على تنافسيتها إلى الإضرار بالمنتج المحلي إلى التأثير على الاستثمار، كما قد تمتد لتشمل المساس بسياسة الدولة وسمعتها الائتمانية، كما يلي:

أولاً: أثرها على الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص2.

<sup>2</sup> Interpol, **trafficking In Illicit Goods And Counterfeiting**, Report, <http://www.interpol.gov>

- كانت لظاهرة التقليد ولا تزال تأثيرات سلبية على مسار انضمام الجزائر الى منظمة التجارة العالمية، وهي الخطوة المتعثرة منذ سنوات طويلة، بسبب فرض الطرف الأوروبي التعامل مع الجزائر وفق قواعد صارمة في مجال حماية الملكية الفكرية والنسب العالية للقرصنة، وتمثل النسب المقبولة على الصعيد الأوربي في 16% بالنسبة للقطاع السمعي والبصري و 26% لأشرطة الفيديو المستنسخة.<sup>1</sup>

### ثانيا: الأثر على تنافسية الجزائر.

في تقرير أصدرته هيئة أمريكية (USTR)United States Trade Representative وهي هيئة نشطت منذ حوالي 21 سنة تهتم بمصالح التجارة العالمية، وتقوم هذه الهيئة بإصدار قائمة سنوية لبلدان تصفهم بالطلاب غير النجباء وذلك في مجال مكافحة تقليد المنتجات، فقد صنفت هذه الهيئة الجزائر في المرتبة السابعة والتاسعة خلال سنتي 2003-2004 على التوالي، لتراجع بعدها حيث أنه خلال سنتي 2009-2010، أدرجت الجزائر في المرتبة الثالثة في قائمة حمراء لإحدى عشر دولة، باعتبارها أقل مكافحة للتقليد رفقة الصين وروسيا، كما ضم التقرير كلا من: الأرجنتين، كندا، الشيلي، الهند، أندونيسيا، باكستان، تايلندا وفنزويلا.<sup>2</sup>

حيث اعتبر هذا التقرير أن الجزائر من بين الدول التي لا تملك آليات مراقبة مشددة على التقليد أو لا تعير اهتماما لمكافحة التقليد الصناعي والتجاري كما اعتبرت هذه الهيئة أنه من الواجب مراقبة هذه البلدان فيما يخص تقليد السلع و المنتجات، مما يعني احتمال تعرض الجزائر لعقوبات اقتصادية تمس المنتجات التي تملك الجزائر فيها ميزة نسبية أو المنتجات الأكثر تصديرا مثل البترول، وهو ما من شأنه أن يحدث أثرا كبيرا على الاقتصاد الوطني ناهيك عن تشوه سمعتها السوقية مما يحجم من المساعدات والقروض الممنوحة لها.

<sup>1</sup>صامت أمنة، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 13، جانفي 2015، ص91.

<sup>2</sup>United States Trade Representative (USTR), Country Report: Algeria, United State, 2010, P 2.

## ثالثا: على الاستثمار الأجنبي والمحلي.

- إن إدخال السلع دون دفع الحقوق والرسوم الجمركية المستحقة وبيعها بأثمان منخفضة مقارنة بأثمان السلع المحلية ما يؤثر على الصناعات الوطنية الناشئة ويتسبب في تعرض المؤسسات الوطنية للضرر والخسارة أو الغلق كما حدث لمجمع بي سي آر المختص في صناعة البراغي والصنابير والسكاكين الذي خسر في ظرف 10 سنوات أكثر من 30% من حصصه في السوق بسبب التقليد، أما خسارته من حيث القيمة فقد بلغت ما بين 400 و 500 مليون دج<sup>1</sup>، كما تشير بيانات رسمية أخرى إلى خروج نحو 75 مؤسسة من المنافسة بعد أن أوشكت على الإفلاس نظرا لتنامي العلامات التجارية المقلدة، في وقت تفكر مجموعات اقتصادية أخرى لتغيير نشاطاتها<sup>2</sup>، مما يؤدي إلى استفحال ظاهرة البطالة وما ينجم عن ذلك من استفحال الفقر وفتح المجال أمام الفساد وانتشار عدة آفات اجتماعية أخرى مثل الإجرام.

- إن نتائج تقرير مؤسسة USTR تعتبر سلبية بالنسبة لمناخ الاستثمار في الجزائر حيث سيؤدي إلى عزوف المؤسسات عن الاستثمار في الجزائر خوفا من تعرض منتجاتها للتقليد مما يؤدي إلى خسارتها، كما تؤدي إلى زعزعة الثقة في الأسواق المحلية وفي سمعة الصناعة المحلية وبيئة الاستثمار وفي الإضرار بالوكلاء التجاريين للسلع الأصلية وتراجع المؤسسات التي كانت راغبة في الاستثمار في الجزائر، كما حدث لهؤسسة المراعي السعودية التي كانت بصدد الاستثمار بالجزائر، والتي تراجعت بعد أن تبين تقليد منتجها في الجزائر<sup>3</sup>، كما دفع شركات أخرى كانت تنشط في إطار القانون في مجال الهواتف النقالة على المغادرة مثل "موتورولا" و"سوني إيريكسون".

<sup>1</sup> التقليد جعل مجمع بي سي آر يخسر إلى غاية 30 بالمائة من حصصه في السوق في ظرف 10 سنوات، نشر في يومية النهار يوم 27-11-2013 متاح على الموقع الإلكتروني [http://www.ennaharonline.com/ar/algeria\\_news/241746](http://www.ennaharonline.com/ar/algeria_news/241746) تاريخ الإطلاع 18-02-2014 سا:34  
<sup>2</sup> كامل الشيرازي، الطحطاحة "عاصمة السلع المقلدة في الجزائر"، <http://www.algeriatimes.net/algerianews17558.html> نشر بتاريخ 21 أوت 2011 تاريخ الإطلاع 28-02-2014 سا:00  
<sup>3</sup> مجيد، 'المراعي' تراجع عن الاستثمار في الجزائر بسبب تقليد منتجها، نشر في يومية الأنباء الجزائرية بتاريخ 01-03-2011 نقلا عن صوت الأحرار متاح على الموقع <http://www.djazair.com> تاريخ الإطلاع 28-02-2014 سا:23

- إن اتساع ظاهرة تهريب منتجات الاتصال المقلدة يعد من الأسباب المباشرة لتأخر إطلاق الخدمات الجديدة في هذا المجال ومنها تطبيقات الدفع عن بعد لأن أغلب الهواتف المقلدة لا يمكن معرفة أرقامها التسلسلية وبالتالي لا يمكن حماية مستخدميها في حال استعمالها كوسائل للدفع، كما أن تلك التجهيزات يصعب التعامل معها من طرف أجهزة الأمن في حال سرقتها بسبب تعرضها لإعادة البرمجة من طرف مختصين في السوق الموازية وإعادة طرحها للتداول.<sup>1</sup>
- اختلال الأسواق الرسمية نتيجة اتجاه المستهلكين نحو السلع المقلدة المنتشرة في الأسواق الموازية مما يؤثر على المؤسسات القانونية ويكلفها فقدان حصص سوقية وتفقد علاماتها التجارية ميزتها التنافسية.

#### الفرع الثاني: الانعكاسات المالية.

- تتمثل الآثار المالية في مختلف الخسائر المالية التي يمكن أن تكون كإيرادات لخزينة الدولة وتتمثل في:
- خسائر كبيرة للخزينة العمومية بما يفوق 40 مليار دينار سنويا (حوالي 15 مليون دولار) حيث تكلف قطع الغيار لوحدها ما لا يقل عن 591 مليون دولار كخسائر تستنزف الخزينة العامة كل عام، فالعجز الذي تسببه هذه التجارة غير المشروعة على الخزينة العمومية يسبب أضرارا واضحة للدولة والمجتمع، ذلك أن الدولة تصبح عاجزة جزئيا عن تنفيذ مشاريعها النافعة وبالتالي حرمان المواطنين مما كانت هذه المشاريع ستؤديه من خدمات لهم، كما تؤدي إلى عدم المساواة بين الأفراد إذ يتحمل العاملون في القطاع الرسمي الضريبة في حين لا يتحملها المهربون.
- تتسبب في زيادة الانفاق على الصحة العامة حيث يكلف المريض الواحد الخزينة العمومية حوالي 10000 دج يوميا عند الاستشفاء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الوهاب بوكروح ، شركتنا موتورولا وإيريكسون تغادران سوق الهاتف النقال بالجزائر نشر بيومية الأنباء الجزائرية بتاريخ 15-04-2009 مقلا عن الشروق اليومي

<sup>2</sup> عبد الوهاب بوكروح، الدعم التهم 156 مليار دولار خلال 13 سنة، بيومية الشروق، صفحة الحدث، العدد 4093، 31 جويلية 2013، ص 5.

- تسببت في خسائر كبيرة للديوان الوطني لحقوق المؤلف وصلت إلى 49.834.228.00 دج عام

2009،<sup>1</sup> كما يوضحها الجدول التالي:

#### جدول رقم (24) خسائر الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة

| السنوات | الخسائر المترتبة دج |
|---------|---------------------|
| 2007    | 34.350.497,00       |
| 2008    | 41.907.344,20       |
| 2009    | 49.834.228,00       |

**المصدر:** من إعداد الباحثة بالاعتماد على : المصلحة الولائية للشرطة القضائية، مرجع سابق.

من الجدول يتضح أن خسارة الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة في تزايد وذلك تزامنا مع زيادة السلع المقلدة المحتجزة من قبل المصالح المختصة، حيث بلغت 3 ملايين دينار جزائري خلال سنة 2007 لترتفع إلى 4 ملايين خلال سنة 2008 أما خلال سنة 2009 فبلغت 4 ملايين و 900 مليون دينار جزائري.

#### المبحث الرابع: جهود الجزائر في محاربة ومكافحة التجارة في السلع المقلدة.

إن الجزائر وبعد توقيعها على اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي ودخولها منظمة التجارة العالمية بصفة مراقب عبّرت عن رغبتها في البحث عن أفضل السبل لمحاربة ظاهرة السلع المقلدة من خلال تكييف تشريعاتها مع اتفاقية تريبس وتفعيل دور مؤسساتها المختلفة في التصدي لهذه الظاهرة التي أصبحت تشكل خطرا حقيقيا على الاقتصاد الجزائري.

#### المطلب الأول: محاربة الجزائر لتجارة السلع المقلدة عبر القوانين.

نظرا لخطورة هذه الظاهرة على المستهلك والاقتصاد الجزائري فقد سعت الجزائر - رغم تأخرها في هذا المجال - إلى مكافحتها عن طريق تفعيل دور مؤسساتها مثل الجمارك، الشرطة والدرك، مديريات التجارة... أما القوانين الرادعة فهي لا تزال غير كافية.

<sup>1</sup> المصلحة الولائية للشرطة القضائية، دور الشرطة في ميدان مكافحة التقليد. الجزائر، فيفري 2010، متاح على الموقع <http://www.mincommerce.gov> تاريخ الإطلاع 2014-01-30 1 سا:45.



الفرع الأول: مفهوم التقليد وعقوبته في القانون الجزائري.

تناولت جميع تشريعات العلامة التجارية جريمة التقليد كأحدى صور التعدي على العلامة

التجارية وحددت لها الجزاء المناسب، والمشرع الجزائري بدوره لم يغفل عن ذلك، وقام بسن العديد من

المراسيم والتشريعات، بالإضافة إلى الانضمام إلى عدة اتفاقيات دولية.

أولاً: مفهوم التقليد في القانون الجزائري.

لم يكن المشرع الجزائري يحدد في ظل الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 66 - 1966

والمتعلق بالعلامات مفهوم التقليد، إلا أنه تدارك هذا الفراغ ضمن نصوص الأمر المتخذ سنة 2003

وهكذا نص على أنه: "تعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة، قام

به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة"<sup>1</sup> ولقد تبنى المشرع بهذه الأحكام المفهوم الواسع للتقليد بحيث

جمع كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهداراً لحقوق صاحب العلامة، أي كل الأعمال التي ترتكب

مخالفة لحقوقه الشرعية.

ويلاحظ أن المشرع الجزائري بتبنيه المفهوم الواسع للتقليد عند إصداره للأمر رقم 03-06 فإنه يكون قد

جمع كافة الاعتداءات الواقعة على العلامة تحت مصطلح التقليد الذي أصبح يشمل التقليد بالنقل والتقليد

بالتشبيه، ويحدد أنها ممنوعة من الاستيراد، كما تخضع للمصادرة المنتجات الجزائرية والأجنبية المزيفة

(المقلدة) وهي ممنوعة من الاستيراد والتصدير<sup>2</sup>، خصوصاً ما يلي<sup>3</sup>:

- السلع بما في ذلك توظيفاتها والتي تحمل علامة تجارية تكون مماثلة لعلامة تجارية مسجلة قانوناً

لنفس فئة السلع، أو التي لا يمكن التمييز بينها فيما يتعلق بالهظهر الأساسي لهذه العلامة والتي

تمس بحقوق صاحب العلامة المعنية.

<sup>1</sup> [www.inapi.org](http://www.inapi.org) 15-05-2015 13h :45m

<sup>2</sup> الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، دليل إجراءات التجارة الخارجية الجزائرية، الجزائر، 2010، ص ص 202-203.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق.

- جميع الرموز المتعلقة بالعلامة ( لوقو، بطاقة، ملصق، نشرة دعائية، استمارة الاستعمال، وثيقة الضمان)، حتى ولو تم تقديمها منفصلة عن بعضها، ضمن نفس الشروط التي قدمت فيها السلع المذكورة أعلاه،
- الأغلفة الحاملة لعلامات السلع المقلدة، والمقدمة بصفة منفصلة ضمن نفس الشروط التي قدمت فيها السلع المذكورة أعلاه،
- السلع التي تتضمن نسخا مصنوعة دون موافقة صاحب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة أو صاحب حق يتعلق برسم أو نموذج مسجل، و/ أو شخص مرخص له قانونا من طرف صاحبه في بلد الإنتاج، في حالة ما إذا مس إنجاز هذه النسخ بالحق المعني،
- السلع التي تمس ببراءة الاختراع .
- كما أن السلع المشبوهة بالتقليد تكون محل تعليق من رفع اليد أو الحجز في حالة ما إذا كانت<sup>1</sup>:
- مصرّح لوضعها للاستهلاك .
- مصرّح بها للتصدير .
- اكتشفت عند إجراء المراقبة .
- تحت نظام جمركي اقتصادي أو في منطقة حرة.
- ثانيا: عقوبة التقليد في القانون الجزائري.
- حددت عقوبة تقليد علامات السلع حسب الأمر رقم 66 - 57 مؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية<sup>2</sup>: في المادة الثامنة والعشرون بعقوبة دفع غرامة مالية من 1.000 الى 20.000 دج وبالسجن من ثلاثة أشهر الى ثلاث سنوات أو بإحدى العقوبتين فقط:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup> الأمر رقم 66 - 57 مؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية

<sup>3</sup> INAPI, Op Cit, P 4.

- الذين يقلدون علامة أو يستعملون علامة مقلدة.
- الذين يضعون عن طريق التدليس، على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي في ملك غيرهم.
- الذين يبيعون أو يعرضون للبيع، عن قصد، منتجاً واحداً أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو موضوعة بطريق التدليس.
- كما حددت في المادة التاسعة والعشرون من نفس الأمر عقوبة دفع غرامة مالية من 1.000 إلى 15.000 دج و بالسجن من شهر إلى سنة أو بإحدى العقوبتين فقط:<sup>1</sup>
- الذي يتخذون علامة لغيرهم ومن غير أن يقلدوها، يجعلون منها صورة تدليسية من شأنها أن يندفع لها المشتري، وكذا الذين يستعملون علامة تجري محاكاتها بطريق التدليس.
- الذي يستعملون علامة تحمل بيانات يقصد بها خداع المشتري عن نوع المنتج.
- الذين يبيعون أو يقدمون للبيع، عن قصد، منتجاً واحداً أو عدة منتجات ملبسة بعلامة تجري محاكاتها بطريق التدليس أو تتضمن بيانات كافية لخداع المشتري عن نوع المنتج.
- أما بالنسبة للقانون الجديد فحسب المادة 32 من الأمر رقم 06-03 فقد حددت العقوبة على جنحة التقليد من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من مليونين وخمسمائة دينار إلى عشرة ملايين دينار جزائري<sup>2</sup>، أو بإحدى العقوبتين فقط مع:<sup>3</sup>
- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.
- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة.
- إتلاف الأشياء محل المخالفة.

<sup>1</sup>الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية: مرجع سابق، ص 204.  
<sup>2</sup> المادة 32 من من الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، «سلسلة قانون الملكية الفكرية والصناعية، دار بلقيس، الجزائر، ص 104.  
<sup>3</sup> كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 11، ص

وتشدد العقوبة حسب المادة التاسعة والستون من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، لترفع العقوبة إلى 5 سنوات حبسا وغرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف دينار جزائري.<sup>1</sup>

إنّ للملكية الفكرية في الجزائر محمية سواء من منظور مكافحة الغش والتقليد أو من منظور حماية حقوق المالكين ( الملكية الأدبية والفنية، الملكية الصناعية) وهي تمتد للأشخاص الطبيعيين أو المعنويين المقيمين بالجزائر أو بالخارج في إطار الاتفاقيات أو المعاهدات متعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها، ولتحقيق تلك الحماية لابد لأصحاب الحقوق من تسجيل علاماتهم وطنيا حيث يعد فعلا اختياريا بالنسبة للمقيمين بالجزائر، وإجباري بالنسبة للأجانب غير المقيمين في الجزائر حيث يتم بطلب من المودع شخصيا أو من طرف وكيل معتمد من وزارة الصناعة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الإستثمارات، ويوجه للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية عبر استمارات يوفرها هذا حسب طبيعة هذا الأخير أو بتحميلها من خلال الموقع الإلكتروني [www.inapi.org](http://www.inapi.org) ، وينبغي قبل الإيداع، اللجوء إلى بحث أولي لدى مصالح المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حيث أن تقرير البحث الأولي يتضمن كل ما تم إيداعه أو تسجيله في هذا المعهد عند تاريخ طلب البحث أو إعداد التقرير، كما تخضع عملية البحث هذه لدفع مسبق لضريبة عينية وطنية ويمكن القيام بها عبر الموقع الإلكتروني للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، كما يتم طلب بيانات ومعلومات محددة مثل نسخ النماذج، العلامات، مواصفات الاختراعات مع العناصر التي يجب حمايتها أو غيرها.

ويمكن تجديد العلامة المسجلة كل عشر سنوات لأجل غير محدود، بطلب من المالك، غير أن عملية التجديد مشروطة بدفع رسوم وإثبات الاستعمال كما أن التمسك ببراءات الاختراع يخضع لدفع ضرائب سنوية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صامت أمنة، مرجع سابق، ص 91.

<sup>2</sup> INAPI, OpCit. PP6-8.

الفرع الثاني: إعداد المراسيم بشأن حقوق الملكية الفكرية والانضمام إلى الاتفاقيات الدولية.

بهدف حماية مختلف عناصر الملكية الفكرية خاصة الصناعية، فقد تم إعداد عدة مراسيم وتشريعات

نذكر منها:<sup>1</sup>

- المرسوم 63-248 (10 يوليو 63) إنشاء المكتب الوطني للملكية الصناعية.
- الأمر 66-54 (3 مارس 66) المتعلق ببراءة المخترعين وإجازة الاختراع.
- الأمر 66-57 (19 أبريل 86) المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.
- الأمر 66-86 (28 أبريل 66) المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية.
- الأمر 76-65 (16 يوليو 76) المتعلق بتسميات المنشأ.
- المرسوم 76-121 (16 يوليو 76) المتعلق بكيفيات تسجيل وإشهار تسميات المنشأ.
- المرسوم التشريعي 93-17 (7 ديسمبر 93) المتعلق بحماية الاختراعات.
- المرسوم التنفيذي 98-68 (21 فبراير 98) المتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية.
- الأمر 2003-04: 08-07 (19 يوليو 2003) المتعلق بالعلامات والبراءات التصاميم الشكلية للدوائر.

- المرسوم التنفيذي 2005-275 (2 أوت 2005) كيفيات إيداع براءات الاختراع وإصدارها.
- المرسوم التنفيذي 2005-276-277 (2 أوت 2005) كيفيات إيداع التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، وكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.

كما تم تأسيس لجنة وزارية مشتركة لإعداد قانون حول تقليد السلع خلال عام 2014 والذي من شأنه

تشديد الرقابة ومكافحة هذه الظاهرة، علاوة على ذلك قامت الجزائر بالانضمام إلى عدة اتفاقيات دولية

منها:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فاضلي إدريس ، مرجع سابق ص57

<sup>2</sup> <http://www.inapi.org> 13-04-2015 17h:55

- 1- الانضمام إلى اتفاقية باريس: انضمت الجزائر إلى هذه الاتفاقية بموجب الأمر 66-48 المؤرخ في 25 فيفري 1966، كما قامت بالمصادقة عليه بموجب الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 09 في 1975.
- 2- الانضمام إلى اتفاقية مدريد: انضمت الجزائر إلى اتفاقية مدريد من خلال الانضمام إلى كل من الاتفاقية المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات واتفاقية الخاصة بقمع بيانات المنشأ الكاذبة أو المزورة على المنتجات بموجب الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972.
- 3- الانضمام إلى اتفاقية نيس المتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات بقصد تسجيل العلامات والتي أعيد النظر فيها باستكهولم في 14 جويلية 1967 وقد انضمت الجزائر إليها في إطار الأمر 72-10 المؤرخ في 2 مارس 1972.

#### المطلب الثاني: محاربة الجزائر لتجارة السلع المقلدة عبر مؤسساتها الرسمية.

إن محاربة السلع المقلدة ليست مهمة جهة معينة بل مهمة الجميع، لذا فإن المشرع الجزائري وبهدف حماية المستهلك من خلال حماية العلامات فقد سن بعض النصوص القانونية كما وفر لأجل ذلك مجموعة من السلطات والأجهزة الإدارية المختصة كل في مجالها، مستهدفة تشجيع النشاطات الإبداعية والاستثمارات، ولقد حدد المشرع الإطار القانوني لتدخل كل جهاز من تلك الأجهزة على النحو التالي:

#### الفرع الأول: دور الجمارك الجزائرية في مجال مكافحة السلع المقلدة.

لقد تضمن قانون الجمارك مجموعة من الأحكام تتعلق بحقوق الملكية الفكرية يعاقب فيها المشرع على جميع المخالفات والإخلالات التي تمس بحقوق مالكي الاختراعات والعلامات على الخصوص، والتي تشهد انتهاكات خطيرة تلحق أضرارا معتبرة بمالكي هذه العلامات نتيجة لأفعال التقليد التي تتعرض لها هذه الأخيرة، والتي نتج عنها خسارة الملايين من الدولارات خصوصا لأصحاب العلامات ذات الصيت العالمي، لذلك فإن وجود مصالح الجمارك على الحدود من شأنه أن يمنع تدفق البضاعة المقلدة إلى الأسواق الوطنية، وقد نصت المادة 22 من قانون الجمارك على أنه:

" تحظر عند الاستيراد مهما كان النظام الجمركي التي وضعت فيه وتخضع إلى المصادرة البضائع

الجزائرية أو الأجنبية المزيفة... إلخ.<sup>1</sup>

إلا أن هذه المادة قد أوقفت تطبيقها على صدور قرار من الوزير المكلف بالمالية الذي صدر في 15 جويلية 2002، ولقد حدد هذا القرار طرق تدخل إدارة الجمارك في محاربة جرائم التقليد ، والتي لا تخرج عن الحالتين التاليتين:

**أولاً: التدخل بناء على طلب من مالك الحق.**

أجاز القرار لمالك الحق (مالك لعلامة المصنع أو للعلامة التجارية أو أي شخص آخر مرخص له باستعمال تلك العلامة أو ممثله )، بأن يتقدم إلى المديرية العامة للجمارك بطلب مكتوب لأجل المطالبة بتدخلها وذلك إذا كانت البضاعة أو السلعة العائدة إليه محل تقليد أو تزيف ، ويتضمن هذا الطلب وصفا دقيقا للسلع للتمكن من التعرف عليها وبيانا يثبت بأنه هو مالك الحق بالنسبة للسلع المعنية، كما يتعين عليه تقديم كافة المعلومات اللازمة حتى يتسنى لمديرية الجمارك اتخاذ قرارها عن دراية، لا سيما ما يتعلق منها بمكان وجود السلع أو وجهتها، وتاريخ وصول السلع أو خروجها، وهوية المستورد أو الممون أو الحائز... إلخ.

**ثانياً: التدخل التلقائي.**

يكون ذلك عندما يظهر لإدارة الجمارك وبشكل واضح خلال قيامها بعملية الرقابة في إطار مهامها العادية وقبل أن يودع طلب مالك الحق أو يعتمد أن السلعة أو البضاعة مزيفة خصوصا إذا تعلق الأمر بعلامات مشهورة فيمكنها إعلام مالك الحق - إذا تبين من هو - بخطورة المخالفة، وفي هذه الحالة يرخص لإدارة الجمارك بوقف رفع اليد أو مباشرة حجز السلع موضوع الخلاف خلال مدة 3 أيام لتمكين مالك الحق من إيداع طلب التدخل.

<sup>1</sup> عمار طهرات، أحمد بلقاسم، طرق التعدي على حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة ودور الجمارك الجزائرية في محاربتها ، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصادات الحديثة، جامعة الشلف، 13-14 ديسمبر 2011، ص 13.

جدول رقم (25) عدد طلبات التدخل والإذارات المنشورة لدى الجمارك الجزائرية الخاصة بحجز السلع

المقلدة خلال الفترة: 2007-2010

| السنة | عدد طلبات التدخل | عدد الإذارات المنشورة |
|-------|------------------|-----------------------|
| 2007  | 25               | 14                    |
| 2008  | 33               | 13                    |
| 2009  | 33               | 16                    |
| 2010  | 25               | 12                    |

المصدر: سجلات مديرية الجمارك فرع بسكرة

أما من حيث أماكن أو مناطق تلك التدخلات فحسب البيانات المقدمة من مديرية الجمارك فهي حسب

الجدول التالي:

جدول رقم (26) مناطق تدخلات الجمارك في إطار محاربة السلع المقلدة.

| السنة | التدخلات<br>الفعالة | تلمسان | بشار | عباية | تلمسان | إليزي | سطيف | تبسة | قسنطينة | وهران | الجزائر | ميناء<br>الجزائر |
|-------|---------------------|--------|------|-------|--------|-------|------|------|---------|-------|---------|------------------|
| 2007  | 51                  | -      | -    | -     | -      | -     | -    | 00   | 21      | 03    | 21      | 06               |
| 2008  | 29                  | -      | -    | -     | -      | -     | -    | 00   | 12      | 00    | 10      | 07               |
| 2009  | 33                  | -      | -    | -     | -      | 2     | 2    | -    | 5       | 2     | 13      | 9                |
| 2010  | 6 أشهر              | -      | -    | -     | -      | -     | -    | 1    | 6       | -     | 5       | 8                |

المصدر: سجلات مديرية الجمارك.

حسب الجدول السابق يتبين لنا أن طلبات التدخل الجمركي متفاوتة من سنة إلى أخرى وشملت مختلف

جهات الوطن أما عمليات التدخل الفعالة فقد تركزت بالأخص في منطقة الجزائر العاصمة ومينائها،

وهران، قسنطينة، سطيف، إليزي وتبسة.

ومن أجل القيام بدورها كما يجب فقد مكن القانون الإدارة الجمركية من إتخاذ التدابير اللازمة التالية<sup>1</sup>:

<sup>1</sup>الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، مرجع سابق، ص 210.



- إتلاف السلع التي ثبت بأنها سلع مقلدة، أو بإيداعها في تبادلات تجارية أخرى بطريقة تجنب إلحاق الضرر بصاحب الحق بدون تقديم تعويض من أي شكل من الأشكال وبدون تحمل للمصاريف من طرف الخزينة العمومية.

- اتخاذ بشأن هذه البضائع، أي تدبير آخر من شأنه حرمان الأشخاص المعنيين فعلا من الربح الاقتصادي للعملية، شرط أن لا تسمح إدارة الجمارك بما يأتي:

➤ إعادة تصدير البضائع على الحال المقلدة.

➤ تحية العلامات التي تحملها البضائع المقلدة بشكل غير قانوني.

- إيداع البضائع تحت نظام جمركي آخر.

- البضائع ذات القيمة الضعيفة، التي ثبت بأنها مقلدة، يتم التخلي عنها من أجل إتلافها.

ومن أجل مكافحة ناجعة لهذه الظاهرة اتخذت الجمارك منذ سنة 2007 اجراءات تتعلق أساسا بتنظيم هيكل مناسب وتنسيق وشراكة وتعاون مع الشركات المالكة لحقوق الملكية الفكرية ، وعكفت إدارة الجمارك على إقامة شراكة مع الشركات المالكة لحقوق الملكية الفكرية من خلال توقيع بروتوكول اتفاق

خلال سنة 2007 مع كل من : British American Tobacco, Unileve, Philips, Morris, Nestlé, BCR

وفي سنة 2010 تم إبرام اتفاقيات مع كل من: Group Imperial Tobacco, Société Schneider Electric,

Société le Grand Electric, Société Hager<sup>1</sup>، أما خلال سنة 2011 ويتعلق الأمر بالشركة المتعددة

الجنسية «Société Proter Et Gamble» متخصصة في منتجات النظافة ومنتجات التجميل، وترمي هذه

البروتوكولات الى تعزيز التعاون في مجال المعلومات والتكوين والمساعدة في مجال الخبرة المتعلقة

بمنتجات هذه الشركات، كما أعربت مصالح الجمارك سنة 2012 عن رغبتها في الحصول على نظام

«انترفاس بابليك مبرز» والذي سيسمح بتبادل المعلومات بينها وبين ملاك العلامات لجعل التدخلات عبر

الحدود لوقف آفة المنتوجات المقلدة أكثر فعالية.

<sup>1</sup> المديرية العامة للجمارك الجزائرية، مكافحة التقليد و القرصنة، مجلة أخبار الجمارك، رقم 5 ، سبتمبر -أكتوبر 2013، ص 2.

الفرع الثاني: دور وزارة التجارة في مكافحة السلع المقلدة.

إن أعوان مراقبة النوعية والتحقيقات الاقتصادية غير مخولون لتطبيق القوانين المتعلقة بالعلامات، الرسوم والنماذج، حقوق المؤلف، براءات الاختراع، التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة، لكن وفق نصوص قانونية أخرى تخصصهم يمكنهم التدخل لمحاربة ظاهرة التقليد، تتمثل هذه النصوص في:<sup>1</sup>

أ- القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: الذي ينص على:

- ضرورة تلبية المنتج المعروض للاستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشأه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله ومصدره والنتائج المرجوة منه (المادة 11)، وهذا ما يتناقض مع طبيعة المنتج المقلد مما يجعله لا يستجيب للرغبة المشروعة للمستهلك ووقوعه تحت طائلة المخالفة.

- كما يرخص القانون لأعوان الرقابة ودون رخصة من السلطات القضائية السحب النهائي من التداول للمنتجات المقلدة، كما أن هناك إمكانية لتوقيف نشاط المؤسسات المسؤولة عن التقليد (المواد 62 و 65).

ب- القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية: ينص على:

- تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة قيام عون اقتصادي بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن ه ذا العون بزرع شكوك أو أوهم في ذهن المستهلك، وكذا استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها (المادة 27).

<sup>1</sup> سفيان فريش، دور وزارة التجارة في محاربة التقليد، اليوم الدراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، مظاهرها أسبابها وسبل محاربتها، برج بوعريريج، 20 ديسمبر 2010، ص ص 8-9.

- يعاقب على الممارسات المذكورة بغرامة من 50000 دج إلى 5000000 دج، ويمكن حجز البضائع موضوع التقليد، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات المستعملة في التقليد، إضافة إلى عقوبات أخرى كعقوبة الحبس من 3 أشهر إلى سنة في حالة العودة.

ج- المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها والمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها:

يمنع وفق هذين المرسومين استعمال أي إشارة، أو علامة، أو تسمية خيالية، أو الوسم، أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك حول طبيعة المنتج المنزلي غير الغذائي أو المنتج الغذائي وتركيبته، ونوعيته الأساسية، وأصله.<sup>1</sup>

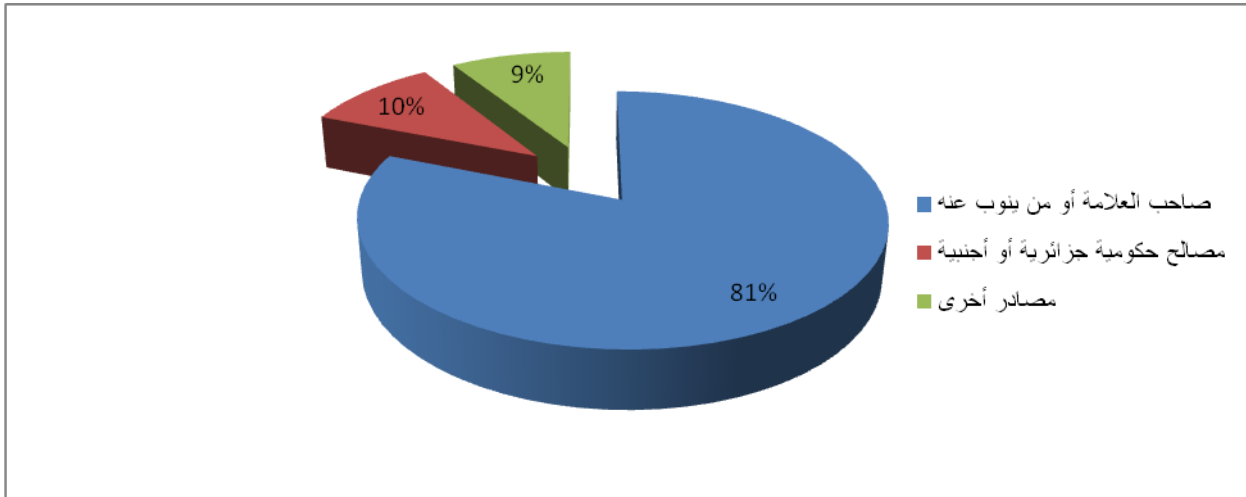
كما تتكفل وزارة التجارة بالشكاوي المتعلقة بالتقليد وكانت حصيلة الشكاوي المتعلقة بالتقليد من سنة 2004 إلى سنة 2010 كما يلي:

#### 1- الشكاوي المعالجة من طرف الإدارة المركزية لوزارة التجارة من سنة 2004 إلى 2010.

بلغ عدد الشكاوي الواردة إلى مديريات التجارة حوالي 496 شكوى منها 119 متعلقة بالتقليد: مما يعني أن نسبة الشكاوي المتعلقة بالتقليد للعدد الكلي من الشكاوي تبلغ 24%، أما عن هوية مقدمي هذه الشكاوي المتعلقة بالتقليد فأغلبها مقدمة من طرف صاحب العلامة نفسه أو مكتب محاماة موكل بما نسبته ( 81 %) كما يمثله الشكل التالي

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 10.

شكل رقم (45) هوية مقدم الشكوى المتعلقة بالتقليد لدى وزارة التجارة.

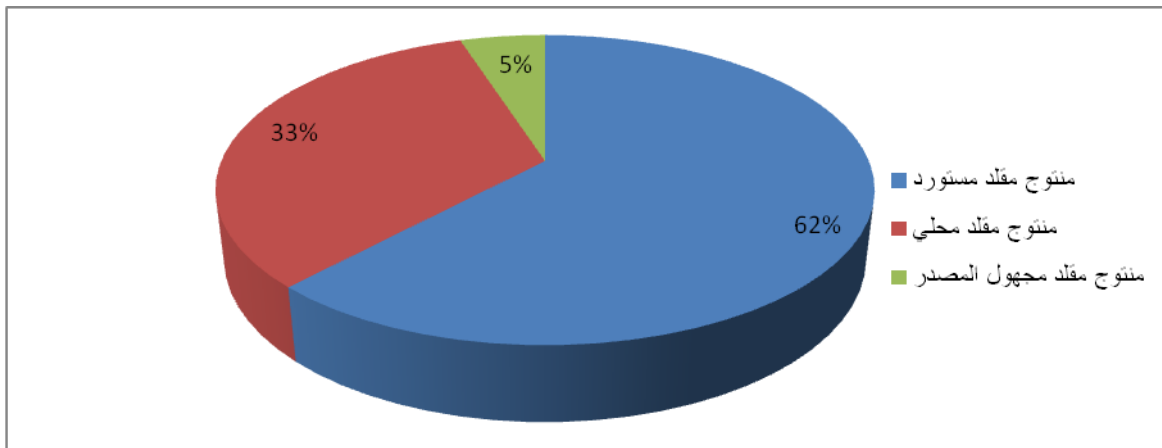


**المصدر:** من إعداد الباحثة بالاعتماد على قريش سفيان، مرجع سابق، ص13.

وهذه الشكاوي تختلف أيضا حسب طبيعة صاحب الشكوى إذ أن 52% كان صاحب الشكوى عبارة عن مصنع، و 48% منهم عبارة عن تاجر مستورد.

أما مصدر هذه المنتجات موضوع الشكاوي المتعلقة بالتقليد خلال نفس الفترة فيبينها الشكل التالي:

شكل رقم (46) مصدر المنتجات موضوع الشكاوي.



**المصدر:** من إعداد الباحثة بالاعتماد على سفيان قريش، مرجع سابق، ص 15.

وكما هو مبين من الشكل فإن 62% من السلع المقلدة أجنبية المصدر والمنشأ في حين أن 33% هي مقلدة محليا أما النسبة المتبقية 5% فهي مجهولة المصدر.

## الفرع الثالث: دور الشرطة الجزائرية في مجال مكافحة السلع المقلدة.

إن دور الدرك والشرطة في محاربة التقليد يتمثل في إعداد وتطوير استراتيجيات وبرامج تطبيقية للحد من هذه الظاهرة خصوصا في مجال السلع التي تؤثر على صحة وأمن المستهلك، وتمارس الضبطية القضائية مهامها في هذا الإطار إما تلقائيا أو بناء على الشكاوى والبلاغات الواردة من المعنيين.

كما اتخذت المديرية العامة للأمن الوطني إجراءات لضمان احترام القوانين السارية المفعول، حيث دعمت مصالحتها المكلفة بمكافحة الجرائم الاقتصادية والمالية باستحداث فروع متخصصة، تمكنت خلال فترة وجيزة من معالجة عدد معتبر من القضايا الأمر الذي يشجعها على تعميم تواجد هذه الفروع عبر كامل التراب الوطني.

## أولاً: مجال تدخل مصالح الشرطة في مكافحة التقليد.

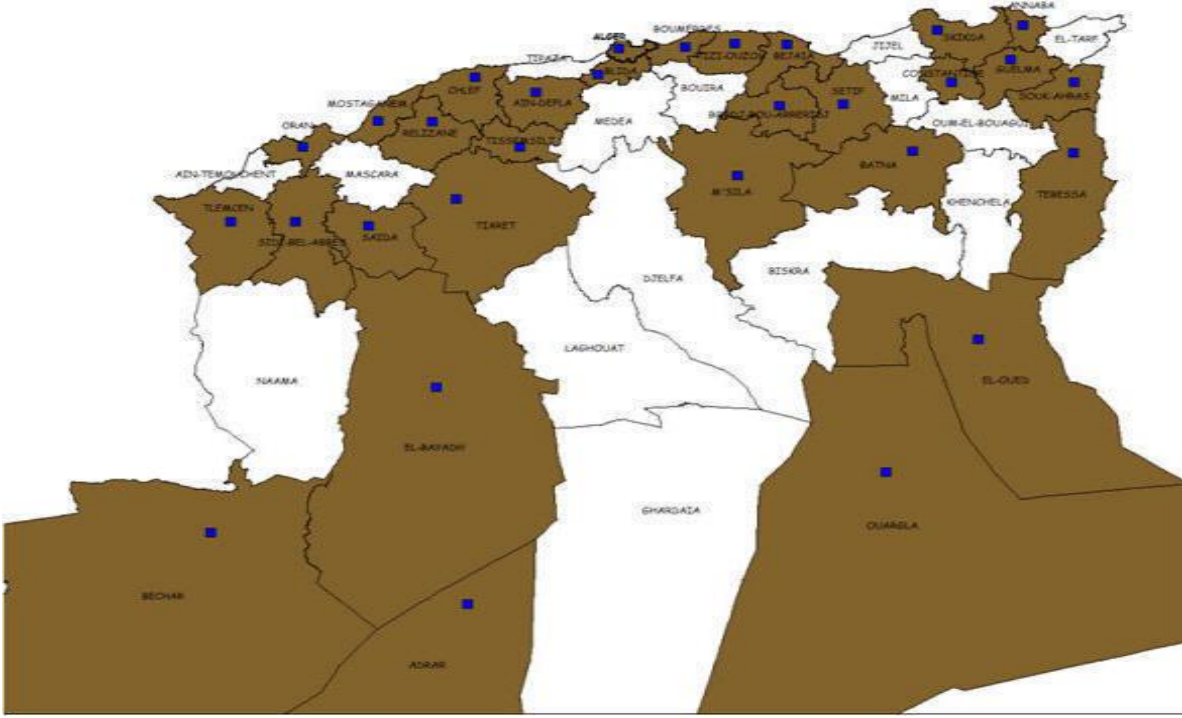
قبل صدور الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، كانت الفرق الاقتصادية التابعة للشرطة القضائية وكذا أفراد الشرطة التابعين لمكتب الشرطة العامة والتنظيم على مستوى أمن الولايات يتولون مهمة مكافحة جرائم التعدي على الملكية الفكرية، وكانت في تلك الفترة فرقة واحدة متخصصة على مستوى أمن ولاية الجزائر تنشط وتعمل في ميدان مكافحة التقليد لمجابهة خطر التعدي على الملكية الصناعية.

وبعد صدور الأمر 03-06 وفرت المديرية العامة للأمن الوطني وسائل المكافحة ، حيث تم إنشاء في غضون شهر جوان 2007 خمسة عشر 15 فرقة متخصصة تنشط على مستوى 15 أمن ولائي، في هذا الإطار استفاد رؤسائها من تربيصات متخصصة على مستوى المعهد الوطني للشرطة الجنائية التابع للمديرية العامة للأمن الوطني.

كما زالت هذه العملية توسيع عدد الفرق، حيث تم في شهر ديسمبر 2008 إنشاء 15 فرقة جديدة مست كذلك 15 أمن ولائي لوحظ فيها انتشار ظاهرة التقليد ، ولقد استفاد أيضا إطاراتها وأعوانها من تربيص

تكويني متخصص، بهذا يصل العدد الإجمالي 30 فرعا متخصص في مكافحة التقليد عبر التراب الوطني والتي شملت العديد من الولايات<sup>1</sup>، كما في الخريطة التالية:

شكل رقم(47) خريطة توزيع الفروع المتخصصة في مكافحة جرائم التقليد.



**المصدر:** المصلحة الولائية للشرطة القضائية، مرجع سابق.

فالملاحظ انتشار الفروع عبر الكثير من مناطق التراب الوطني حيث شملت 30 ولاية وهناك جهود من أجل تعميمها على المناطق المتبقية.

ويتمحور دور مصالح الأمن الوطني في ميدان مكافحة التقليد أساسا في قيام ضباط الشرطة القضائية التابعين للفرق المختصة في هذا المجال ، بإجراء تحقيقات بناء على شكاوي أصحاب الحقوق والقيام بالمعاينات اللازمة بشأنها، بالإضافة إلى مراقبة الأسواق لمعاينة السلع والبضائع المعروضة للبيع والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات المحددة قانونا ، واتخاذ الإجراءات اللازمة بشأنها تحت إدارة وكيل الجمهورية.

<sup>1</sup>المصلحة الولائية للشرطة القضائية، مرجع سابق.

ومن أهم الجرائم التي يتم معابنتها ميدانيا مايلي<sup>1</sup>:

- جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة (م 1/33 ) من الأمر 03-06.
  - جنحة وضع علامة هي ملك للغير (م 2/33 ) من الأمر 03-06.
  - جنحة البيع أو عرض للبيع سلعة أو أكثر أو تقديم خدمات لا تحمل علامة (م 33 ) من الأمر رقم 03-06.
  - استعمال علامة غير مسجلة لسلعة، مخالفة منصوص عليها في المادة 04 والمعاقب عليها بالمادة 33 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات.
  - الغش في النوعية، مخالفة نص المادة 68 من قانون 03-09 المؤرخ في 25/02/2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- إن المجهودات المبذولة من قبل مصالح الأمن لقمع أفعال جريمة التقليد أفضت إلى معالجة عدة قضايا على المستوى الوطني، والتي أسفرت على النتائج الايجابية المبينة كما يلي:
- جدول(27) إحصائيات المديرية العامة للأمن الوطني على مستوى التراب الوطني بالنسبة لقضايا المساس بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

| حقوق الملكية الصناعية |                 | حقوق الملكية الفكرية |  |                     | السنوات |
|-----------------------|-----------------|----------------------|--|---------------------|---------|
| عدد المتورطين         | القضايا المسجلة | عدد المتورطين        | عدد المؤلفات المحجوزة-CD- DVD-K7- OUVRAGES | عدد القضايا المسجلة |         |
| 58                    | 19              | 253                  | 198608                                     | 228                 | 2007    |
| 59                    | 31              | 330                  | 159901                                     | 324                 | 2008    |
| 30                    | 18              | 372                  | 109965                                     | 360                 | 2009    |

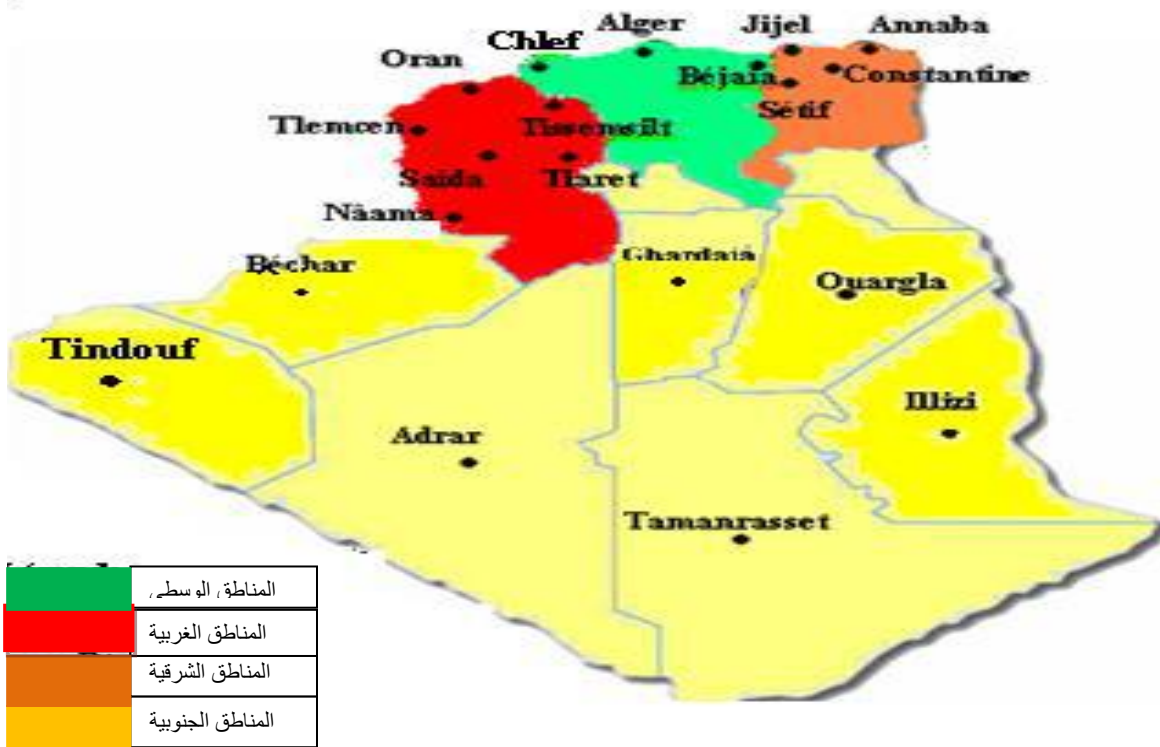
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: المصلحة الولائية للشرطة القضائية، مرجع سابق.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

كما هو ملاحظ من الجدول فإن قضايا المساس بحقوق الملكية الفكرية أعلى منها من الحقوق الصناعية لسهولة النسخ والطبع، كما يلاحظ أن عدد القضايا المسجلة في ارتفاع من سنة لأخرى.

ثانيا: المخبر الوطني للشرطة العلمية.

لقد تم انشاء مخابر خاصة لمراقبة السلع المنتجات وصل عددها نحو 20 مخبر على كامل التراب الوطني منها أربع مختبرات رئيسية في كل من: الجزائر، وهران، قسنطينة وورقلة، وتعمل بالتعاون مع مصالح الأمن الأخرى، والجهات القضائية،<sup>1</sup> والشكل التالي يوضح توزيع تلك المخابر عبر الوطن: شكل رقم(48) توزيع المخابر لمراقبة الغش عبر التراب الوطني.



Source : DGCERF [laboratoires.de.la.repression.des.fraudes.alger.p2](http://laboratoires.de.la.repression.des.fraudes.alger.p2).

فالملاحظ أن المخابر تتوزع تقريبا على كامل أنحاء الوطن غير أنها تتركز في المناطق الشمالية وتختص بالمنتجات الغذائية ومنتجات الصيانة بالإضافة إلى منتجات التجميل، وقد تأسست بموجب محاربة الغش

<sup>1</sup> شافعي بشير، محاضرة حول جرم تقليد العلامة التجارية، اليوم الدراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، مظاهرها أسبابها وسبل محاربتها، برج بوعريبيج، 20 ديسمبر 2010، ص 22



39-90 جانفي 1990 لمراقبة النوعية و قمع الغش وكذا الفقرة 35 قانون 03-09 المؤرخ في

فيفري 2009 والذي يهدف لحماية المستهلكين، أما في السنوات الأخيرة فأصبح عددها 55 مخبرا.

ثالثا: الانضمام إلى المنظمة الدولية للشرطة الجنائية - أنتربول ( المكتب المركزي الوطني المركزي

أنتربول - الجزائر):

انضمت الجزائر إلى المنظمة الدولية للشرطة الجنائية - أنتربول، أثناء إنعقاد الجمعية العامة

لأنتربول بهلسنكي (فنلندا)، خلال شهر أوت 1963، بمشاركة 53 بلدا، ممثلة بالمكتب المركزي الوطني،

حيث يعمل المكتب المركزي الوطني تحت الوصاية المباشرة لمديرية الشرطة القضائية والمديرية العامة

للأمن الوطني، ويباشر مهامه وفقا لنصوص التشريعات الوطنية، ملتزما بالأطر القانونية المسيرة للمنظمة

الدولية للشرطة الجنائية ( أنتربول)،<sup>1</sup> من ناحية أخرى يجب على المكتب المركزي الوطني تسيير

نشاطاته ضمن إستراتيجية واضحة ومحددة المعالم وفقا لما تقتضيه الاحتياجات الأمنية المسجلة على

الصعيد الوطني، كما أنه من الضروري أن تكون في سياق الوظائف الأساسية المقررة من طرف المنظمة

الدولية للشرطة الجنائية عدة خدمات منها: اتصالات شرطية عالمية مأمونة، خدمات بيانات ميدانية

وقواعد بيانات شرطية، خدمات إسناد شرطي، التدريب وإنماء القدرات في مجال النشاط الشرطي ،

بالإضافة إلى:<sup>2</sup>

- مباشرة التحقيقات الدولية من وإلى خارج الوطن بالتنسيق مع المصالح الوطنية ونظيرتها الأجنبية.

- تقديم الدعم الفني والتقني إلى كافة الأجهزة والمصالح الوطنية المكلفة بإنفاذ القانون.

- التبادل السريع والآني للمعلومات الشرطية والجنائية ما بين المكاتب المركزية الوطنية، بالتنسيق

مع الأمانة العامة لمنظمة الأنتربول.

- إصدار نشرات البحث حول التحف الفنية محل السرقة بغية إجراء أعمال التحري والتحقيق قصد

استرجاعها.

<sup>1</sup> موقع الشرطة الدولية، مرجع سابق.  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق.

- تجميع المعلومات العملية، تحليلها وتبليغها إلى المصالح الوطنية المختصة من أجل التحري والاستغلال.

- البحث والتحري حول المركبات محل السرقة بغرض وضع اليد عليها.

- ملاحقة المجرمين المبحوث عنهم دولياً، بغرض الإيقاف والتسليم.

- التقصي والتحري في جوازات السفر المزورة محل بحث دولي أو وطني.

#### الفرع الرابع: المعهد الوطني لحقوق الملكية الفكرية (INAPI).

تم انشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية في 1963 وتم تنظيم هيكله الحالية كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي واقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المؤرخ في 21 فبراير 1998، ووضع تحت وصاية وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، وهو عبارة عن مؤسسة عمومية صناعي وتجاري يتمتع باستقلالية مالية وموضوع تحت وصاية الوزارة المكلفة بالصناعة.

ينطوي نشاط المعهد على بعدٍ دوليٍّ يُمارس في خضمّ إطار قانوني دقيق للغاية تحدّه التشريعات الوطنية، من جهة والالتزامات الدولية من جهة أخرى، كما يعتزم المعهد مواصلة عمله كعامل مساهم في تطوير الاقتصاد الوطني والمؤسسات الجزائرية عن طريق تسهيل الاستعانة بالملكية الصناعية التي تعد عاملاً أساسياً لإستراتيجية التنمية الاقتصادية المرتكزة على الابتكار،<sup>1</sup> كما يلتزم بالاضطلاع بمهنتين أساسيتين كما جاء في المادة 07 من المرسوم 98 - 68 المتضمن تحديد القانون الأساسي للمعهد:<sup>2</sup>

1- مهمة إزاء الدولة (الخدمة العمومية): تتمثل في تنفيذ السياسة الوطنية في مجال الملكية الصناعية.

2- مهام إزاء المتعاملين الاقتصاديين والباحثين، وتتمثل في:

- فحص ودراسة الحقوق المعنوية (العلامات، والرسومات والنماذج، وتسميات المنشأ وبراءات

الاختراع) وتسجيلها وحمايتها.

<sup>1</sup> <http://www.mipmepi.gov.dz> 04-04-2015 13h:32

<sup>2</sup> <http://www.inapi.org> 04-04-2015 13h:31

- تسهيل الحصول على المعلومات التقنية ووضع جميع الوثائق والمعلومات ذات الصلة بمجال تخصصه تحت تصرف الجمهور.

- ترقية قدرات الإبداع والابتكار من خلال إجراءات تحفيزية مادية كانت أم معنوية

#### الفرع الخامس: الديوان الوطني لحقوق المؤلف ( ONDA ).

إن حقوق المؤلفين والحقوق المجاورة (حقوق فناني الأداء أو العازفين، منتجي التسجيلات السمعية، منتجي التسجيلات البصرية، ومؤسسات البث الإذاعي الجزائري أو الأجنبي)، يتم تسييرها من طرف الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، كما تتم حماية هذه الحقوق على الأراضي الأجنبية، عن طريق العقود المبرمة مع هيئات مماثلة، وذلك في إطار تطبيق الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر<sup>1</sup>.

#### الفرع السادس: مديرية المنافسة والأسعار.

تقوم هذه الأخيرة بعمليات مراقبة مستمرة للمحلات والمتاجر وحتى المنتجين، بهدف التأكد من مطابقة السلع للمواصفات المتعلقة بصحة وأمن المستهلك وخاصة المقلدة.

#### المطلب الثالث: جوانب الضعف في سياسة الجزائر في محاربة تجارة السلع المقلدة وسبل دعمها.

نظرا للآثار السلبية والمخاطر الكامنة في استهلاك أو استعمال السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري فقد سعت الحكومة الوطنية لمحاربتها خاصة في الآونة الأخيرة بالعديد من السياسات منها فرض عقوبة من الناحية القانونية من الغرامة إلى السجن، بالإضافة إلى إعداد مجموعة من الهيئات التي تسهر على محاربتها مثل الجمارك...إلخ.

#### الفرع الأول: جوانب الضعف في سياسة الجزائر لمحاربة السلع المقلدة.

في ممارستها لمختلف الاستراتيجيات من أجل محاربة التقليد نلمس العديد من نقاط الضعف منها:

<sup>1</sup> Immeuble KPMG, Guide Investir En Algérie, Algérie, Edition 2014, P304.

- رغم إصدار العديد من التشريعات والمراسيم الخاصة بالعلامة التجارية وتضخيم عقوبة التعدي عليها التي حددها القانون بالحبس أو بغرامة مالية أقصاها عشرة ملايين دينار، إلا أننا نلاحظ التنامي المتواصل لهذه الظاهرة لانتشار الفساد بين الإدارة العمومية بالإضافة إلى عدم وجود قضاة مختصين وطول فترة معالجة الملفات حيث أن القضاء الجزائري لم يصدر سوى 43 حكما فحسب ضد المقلدين والقراصنة منذ حوالي 37 سنة، من مجموع مائة متابعة قضائية جرى تحريكها ضد هؤلاء.<sup>1</sup>
- رغم تعدد الجهات والمؤسسات التي تقوم بحماية حقوق الملكية الفكرية أو تقوم بمحاربة الغش والتقليد، إلا أننا نلاحظ قلة التعاون فيما بينها، بالإضافة إلى غياب هيئة خاصة بمكافحة التقليد، أما على الجانب الدولي فلا يتعدى الانضمام إلى بعض المعاهدات والاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية تريبس ومدريد، أو الانضمام إلى بعض المنظمات الدولية مثل الشرطة الدولية ومنظمة الجمارك العالمية.
- اتباع سياسة التركيز على محاربة التقليد بعد دخول السلع المقلدة إلى أرض الوطن في حين أن هناك سلسلة أو دورة حياة للمنتج المقلد لا بد من محاربة كل جزء فيها، بالإضافة إلى أنه في حالة احتجاز سلعا مقلدة وتوقيف صاحبها تجري عملية مصالحة بينه وبين الطرف المتضرر والتي تنتهي في الغالب بدفع قيمة الضرر فقط، مما يعني أن الأشخاص المتورطين في العملية سيطلق سراحهم مما يعني إمكانية تكرير العملية بأساليب وطرق مختلفة حتى ولو اختلفت السلع.<sup>2</sup>
- تركيزها على حماية المستهلك بإصدار العديد من القوانين في حين لم تركز على محاولة تثقيف وتوعية هذا المستهلك بمخاطر السلع المقلدة وطرق التمييز بينها، ذلك رغم الملتقيات التي تقام أحيانا من طرف وزارة التجارة أو الجمارك، بالإضافة إلى الغياب الكامل لمؤسسات المجتمع المدني خاصة جمعيات حماية المستهلك التي لا تؤدي الدور المنوط بها.

<sup>1</sup> صامت أمنة، مرجع سابق، ص92

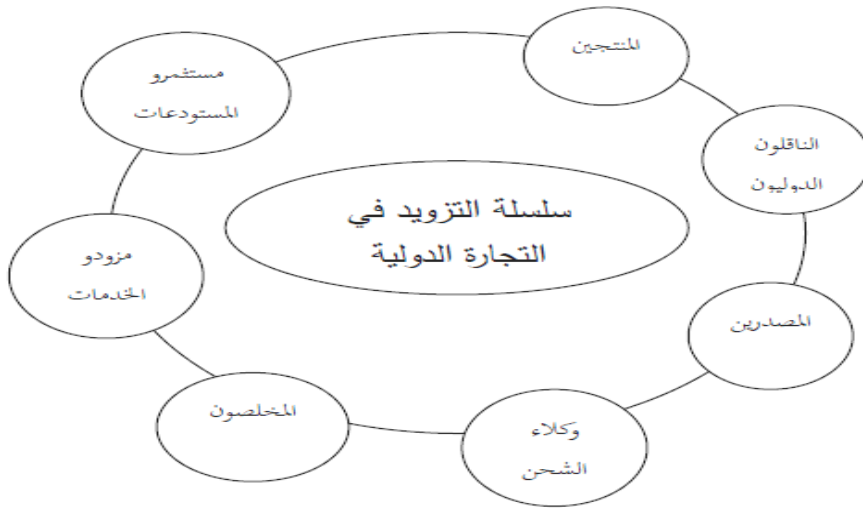
<sup>2</sup> بناء على مقابلة أجريت مع مختص في مديرية أقسام الجمارك فرع باتنة.

- عدم الاستعانة بالتكنولوجيا المتطورة في هذا المجال والتي يجري تطبيقها في الكثير من دول العالم خاصة في المجالات الحساسة كالأدوية والمستحضرات الطبية وقطع غيار السيارات، وكذا عدم استغلال وسائل الإعلام والأنترنت في هذا الشأن من أجل التوعية أو التشهير بالمخالفين.
- رغم صدور قرار يقضي بمحاربة الأسواق الموازية إلا أننا نلاحظ عدم التطبيق الكامل له، وكذا غياب الرقابة على نشاط العمالة الأجنبية خاصة الصينية والإفريقية التي تحترف أو تستغل في هذه التجارة.

### الفرع الثاني: سبل دعم سياسات الجزائر في محاربة السلع المقلدة.

تمر دورة حياة تسويق السلع المقلدة أو المغشوشة بسلسلة من العمليات أساسها الشركة المنتجة في بلد الانتاج ووسيلة النقل والناقل الدولي وصولا لبلد المستورد كما يوضح ذلك الشكل التالي:

شكل رقم (49) سلسلة التوريد في التجارة الدولية.

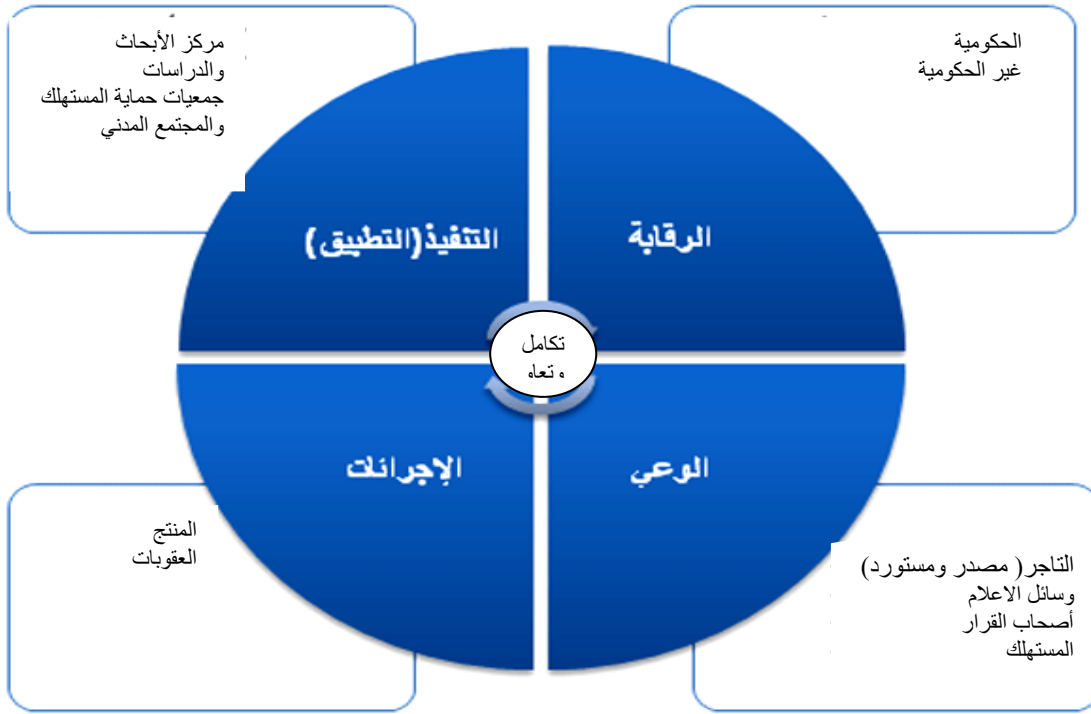


المصدر: محمد النسور ، السلطات المحلية في الدول العربية ودورها الرقابي على المحتوى الأصلي والتقليد ،المنتدى العربي الثالث لمكافحة الغش التجاري والتقليد وحماية حقوق الملكية الفكرية ، الجمارك السعودية، -5 مارس 2013،ص 12.

فالملاحظ من خلال الشكل تعدد عناصر هذه السلسلة من عناصر وطنية وأجنبية و يشكل مهاجمة هذه السلسلة من البداية الى النهاية إحدى أهم وسائل السيطرة على تدفق البضائع المقلدة ، وهناك العديد من

الحلول التي نظن أن بإمكانها المساهمة في مكافحة هذه الظاهرة أو على الأقل التقليل منها وأخرى يجري استخدامها في العديد من الدول من أجل السيطرة على سلسلة التوريد ومحاربة تقليد السلع، ومن هذه الحلول ما يسمى حلقة قمع الغش والتقليد وهي كما يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم(50) حلقة قمع تقليد السلع والجهات ذات العلاقة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

شبكة المستهلك العربي والاتحاد العربي للمستهلك ، متاح عبر الموقع <http://www.arbcon.ne>

تاريخ الإطلاع 2014-02-18 23:54د

إن التقليد ه و قضية وطنية تتطلب حسا عاليا من المسؤولية وتضافر الجهود ووضع استراتيجيات فعالة بعيدة المدى ولسنوات طويلة من أجل مواجهة سلبيات وتحديات هذه الظاهرة الخطرة ، حفاظاً على أداء اقتصادنا الوطني والسلامة العامة، وحماية البيئة الاستثمارية والاستهلاكية والنتاج القومي ، لذا فهي ليست مسؤولية جهة بعينها إنما مسؤولية الجميع من حكومة، مؤسسات اجتماعية أو اقتصادية عامة أو خاصة، وحتى الأفراد باعتبارهم مستهلكين، فهي حلقة متكاملة وتشمل أربع سياسات رئيسية:

أولاً: السياسة المتعلقة بمختلف الإجراءات القانونية.

وذلك من خلال زيادة إنفاذ القوانين القائمة و تعزيز العقوبات الجنائية لردع المجرمين وتشديد العقوبات لمعالجة الضرر على نحو فعال ، بالإضافة إلى تشجيع الصناعات المحلية على تطبيق معايير الجودة واستخدام التكنولوجيا الحديثة في العملية الانتاجية و تعزيز الثقة بالمنتج الوطني خاصة في إطار جهود الدولة في مجال دعم الصناعات الوطنية ومنحها كافة التسهيلات للارتقاء بالمنتج الوطني والوصول به إلى العالمية وضرورة دعوة المنتجين والتجار وأصحاب العلامات التجارية لتوفير المنتجات بأسعار مناسبة ومنافسة للحد من انتشار المنتجات المقلدة.

ثانياً: السياسات المتعلقة بالرقابة.

ونقصد بها دعم مختلف السياسات الرقابية التي تقوم بها الجهات الحكومية من وزارة التجارة، الجمارك، الأمن الوطني...إلخ، وكذا المؤسسات الغير حكومية على سلسلة التوريد خاصة الجانب المحلي منها مما يستدعي دعم هذه المؤسسات مادياً وتكنولوجياً ومعنوياً بالإضافة إلى:

- تأهيل الكوادر البشرية الكافية للأجهزة الرقابية المختلفة، وتطوير قدراتهم ومهاراتهم المهنية وفقاً لأحدث الممارسات العالمية، مع توفير الإمكانيات والمحفزات اللازمة.
- تطوير أدوات وأساليب الممارسة الرقابية وفق أفضل الممارسات العالمية لتعزيز وسائل الرقابة المختلفة.
- تفعيل دور المختبرات المجهزة علمياً وتقنياً وبشراً للكشف عن المكونات الضارة أو المغشوشة وخاصة في المنتجات الغذائية والدوائية.
- تطوير آلية التصرف بالمضبوطات والمتحفظ عليه من المنتجات المقلدة والمغشوشة والفاصلة، خاصة ذات التأثير السيئ على البيئة.
- الرقابة على المناطق الحرة في الدولة من أجل المزيد من التنسيق والرقابة على حركة المنتجات.

ثالث: السياسات المتعلقة بالتنفيذ أو التطبيق.

وذلك من خلال نشاط مختلف مراكز البحوث والدراسات من خلال:

- التشجيع على قيام تظاهرات وأيام وملتقيات علمية من طرف مختلف مراكز البحوث من جامعات ومعاهد ومؤسسات بحثية من أجل إثارة الرأي الوطني بمخاطر هذه الظاهرة.
- تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وجعلها مساهمة في تحقيق التوعية والحماية للمستهلك.

رابعاً: السياسات المتعلقة بنشر الوعي.

وهي مختلف السياسات التي تعمل على تثقيف وتوعية كل من:

- التاجر سواء كان مصدراً أو مستورداً بمخاطر هذه السلع حتى على الاقتصاد، ومنح امتيازات وحوافز للتجار الذين يعتمدون على معايير الجودة.
- العمل على توعية وتثقيف المستهلك وجعله طرفاً فاعلاً في محاربة هذه السلع من خلال إقامة الورش والندوات والتوعية على مختلف المدارس والمؤسسات وحتى الأحياء، وأهمية إدراكه لمخاطرها على كافة المستويات وطرق التمييز بين المنتجات الأصلية والمقلدة.
- استغلال وسائل الاعلام في محاربة السلع المقلدة : إذ أن الاعلام تطور على حدود أبعد من الخيال وبالذات منذ الربع الأخير من القرن 20 وأصبحت الثقافة جزءاً لا يتجزأ من المنظومة الاعلامية، فهو يعمل على تكوين الرأي وتحديد الاتجاهات، وبعد الثورة الصناعية لعب دوراً غاية في الأهمية وارتبط الاقتصاد بهذه المنظومة الاعلامية حتى أصبح مؤثراً في التنمية، التربية، الحياة الاجتماعية والاقتصادية عامة، ودخل دخولاً سريعاً ومؤثراً في تكوين الوعي الفردي والجماعي والرأي العام وأصبح هو المحدد لاتجاهات المستهلكين وذهب بعيداً لاملأ رغبات المستهلك<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>حمود البخيتي، الاعلام وحماية المستهلك في ظل المتغيرات الاقتصادية، ندوة حماية المستهلك والغش التجاري، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 13-17-01-2008، ص 13.



و منه يمكن استغلال وسائل الاعلام في تثقيف المستهلك وتعريفه بمخاطر المنتجات المقلدة من خلال نشر معلومات عن السلع الغير صالحة والمنتجات التي طالتها عمليات التقليد ومصادرها تبين أساليب التمييز بين المنتجات الأصلية والمقلدة، كما عليها أن تنشر مختلف الأحكام الصادرة في حق المخالفين وكذا التشهير بهم من أجل ردعهم.

- الاستعانة بخدمات الأنترنت ووسائل الاتصال المختلفة: من خلال فتح مواقع لتسجيل شكاوي

المستهلكين وتفصيل البضائع التي يتضررون منها ، وتقديم نصائح قانونية ، مثل موقع

<http://www.figclassaction.com> الذي يحوي الكثير من المعلومات القانونية في هذا المجال والتي

يمكن أن تساعد المستهلكين في الحصول على مختلف المعلومات كما يقدم خدمة قانونية من خلال

إمكانية رفع دعوى قضائية ضد الجهات التي تقوم الاحتيال وتقليد المنتجات ، بالإضافة إلى إمكانية

استخدامها في نظام إستدعاء السلع ( الغير مطابقة للمواصفات والسلامة والأمان ) والتي تعد وسيلة

تمارس في كثير من الدول والشركات ذات السمعة الكبيرة بهدف حماية المستهلك وتكوين مصداقية

بين المستهلك ومقدمي هذه السلع ويحتاج هذا النظام إلى تشريعات قوية وتقنيات عالية وفنية ، ويكون

السحب أحيانا بالتعاون بين الجهات المسؤولة ذات العلاقة والشركات نفسها بشكل طوعي وخصوصا

في حالة عدم التعمد للغش أو إخفاء العيوب، على أن تأخذ الشركات بكل الوسائل العلمية الصحيحة

خلال مراحل الإنتاج وإتباعها للمواصفات والمقاييس المعتمدة ، وعندها يتم إخبار المستهلك فورا عن

طريق الاتصال المباشر التليفون، الفاكس، الإيميل، أو طريق الأنترنت والجهات المرئية والمسموعة

والمقروءة وغيرها داخليا وخارجيا، ويعطى المستهلك المعلومة الصحيحة وكيفية الاستبدال والإصلاح

أو التعويض أو أي معلومات أخرى كفيلة بوقف الضرر بأنواعه المختلفة، ونقدم أمثلة لنظام إستدعاء

وسحب للسلع من بعض الدول المتقدمة:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> شبكة المستهلك العربي متاح على الموقع <http://www.arbcon.net> 2014-02-28 23:54

- الولايات المتحدة الأمريكية: [www.recalls.gov](http://www.recalls.gov) يتم من خلال الشبكة التواصل مع المستهلك بشكل يومي ودائم ومستمر لسحب كل السلع الغير مطابقة للمواصفات والمقاييس أو قد تشكل خطورة على المستهلك وغير آمنة للاستخدام وتركز الشبكة على التالي: السيارات وقطع غيارها، القوارب البحرية، الأغذية والأدوية ومواد التجميل ، منتجات البيئية ، لعب الأطفال، الملابس،... إلخ، ويعطي هذا النظام الاستفسار اللحظي والآني للمستهلك عن أي سلعة مغشوشة أو غير مطابقة للمواصفات أو تم سحبها من السوق، قبل أن يقوم المستهلك بشرائها أو التعامل معه مثلا في عام 1996 نتيجة نظام الإستدعاء المبكر للسلع غير المطابقة للمواصفات تم إستدعاء 375 منتج بالاتفاق مع الشركات المنتجة فيما وصل عدد الوحدات التي تم سحبها 85 مليون قطعة أما عدد الشحنات الي منعت من الدخول من منافذ الولايات المتحدة 434 شحنة تحتوي على 1307 مليون قطعة وبلغت قيمة الغرامات التي حصلت عليها الهيئة 105 مليون دولار، (هذه الإحصائيات لا تشمل الأغذية والأدوية ويدخل تحت هذه الإحصائيات عمليات الغش والتقليد) من هذه الأنظمة:
- أمريكا: نظام [www.cpsc.gov](http://www.cpsc.gov) (ملحق رقم 8) وهو مثال لسحب السلعة *pain & Fever* لغير أمنها واستخدامها وسهولة فتحها أمام الأطفال في شهر يونيو 2011 ويبين هذا المثال صنف السلعة بالتفاصيل الكاملة بما فيها الصورة والكمية التي تم سحبها وكيف يمكن للمستهلك التواصل مع الجهات ذات العلاقة وإعادتها وتعويضه بمستحققاته المالية.
- استراليا: <sup>1</sup> [www.recalls.gov.au](http://www.recalls.gov.au) , [www.acc.gov.au](http://www.acc.gov.au) وهو أيضا نظام قوي لكل السلع في مجال السيارات، الدراجات، القوارب، الكهربائيات، الصحة والجمال الخ. بهدف إشعار المستهلكين بكل سلعة يتم سحبها من السوق الأسترالي يوميا وكما ذكرنا عن طريق شبكات الإنترنت والوسائل الأخرى.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق

- نظام الإستدعاء للسلع في الإتحاد الأوروبي: نظام سريع يقوم بإستدعاء السلع الخطرة أو الغير آمنة أو الغير مطابقة للمواصفات والمقاييس والمغشوشه في السوق الأوروبي ، ويقدم نظام الإستدعاء تقارير أسبوعية ويغطي معظم الدول الأوروبية.
- وبما أنها حلقة متكاملة فإنه يجب على هذه الجهات التعاون فيما بينها وإقامة شراكات على المستوى الداخلي والتنسيق المستمر بين الجهات المعنية للتصدي بشكل فعال ، بالإضافة إلى ضرورة التعاون الدولي من خلال:
- الاتفاق على نهج مشترك لجمع البيانات إنفاذ والتنمية الاقتصادية في إطار للإبلاغ عن الآثار الصحية والسلامة.
- أهمية تبادل المعلومات بين الدول من خلال المكاتب الإقليمية وإعداد قاعدة بيانات تضم أسماء وعناوين الجهات التي تمارس الغش والتقليد لمنع انتقال منتجاتها.
- حث الدول الأعضاء في منظمة الجمارك العالمية على وضع قوائم محددة وواضحة عن المؤسسات التي تمارس الغش التجاري أو التقليد وعناوينها وأنواع السلع والجهات التي تقوم بتسويقها في جميع أنحاء العالم.
- الضغط على الدول التي تنتج وتصدر سلع مغشوشة ومقلدة لحثها على إيقاف إنتاج وتصدير البضائع المغشوشة والمقلدة ، وفرض عقوبات عليها في حالة عدم تجاوبها.
- إلزام المصانع وشركات الإنتاج بإصدار شهادات مطابقة للمواصفات العالمية المتفق عليها بحيث يعتمد على تلك الشهادات في قسم الواردات في مختلف الدول مع قيام الدول المستوردة بتحليل بيانات عشوائية للتأكد من مطابقة تلك المنتجات لما ذكر في شهادات المطابقة.

## خاتمة الفصل:

تعد جرائم الغش التجاري والتقليد والقرصنة مشكلة عالمية طويلة الأمد تظل تكبر في الحجم والتأثير الاقتصادي والاجتماعي وآثارها السلبية على صعيد الاستقرار والتجارة والاقتصاد للبلاد واضرارها بسمعة الدولة وعلى صحة وسلامة الانسان والحيوان والبيئة، والجزائر كباقي دول العالم لم تسلم من هذه الظاهرة التي تسربت مع تغيير سياستها الاقتصادية نحو الانفتاح وتحرير التبادل التجاري، لتشهد بعدها نموا من سنة لأخرى وتشمل كافة القطاعات في البلاد، ومصدرها مختلف لسنة لأخرى لكن تبقى دول جنوب آسيا خاصة الصين في المرتبة الأولى.

أما عن أسباب هذه الظاهرة فمتعددة منها الاجتماعية التي تتعلق بسلوك المستهلك، اقتصادية تتعلق بلا أخلاقية التجار وانتشار الأسواق الموازية، تنظيمية كضعف القوانين الرادعة...

ورغم تعدد الأسباب فإن الآثار وخيمة بدءا بالجانب الاجتماعي من خلال التأثير على صحة وسلامة المستهلك الجزائري، إلى الجانب الاقتصادي من حيث التأثير على سمعة الدولة في الأسواق الخارجية وتعرض الشركات الوطنية للفلاس أو تغيير النشاط، أما من الجانب المالي فقد ثبت دورها في خسارة الدولة لما يزيد عن 40 مليار دينار سنويا.

ومن أجل محاربة هذه الظاهرة فقد سنت الجزائر العديد من القوانين كما حاولت تفعيل دور مختلف الهيئات الوطنية وكذا الدخول في شراكة و تعاون مع دول أو منظمات دولية.

الختامة:

## 1- اختبار الفرضيات:

- الفرضية الأولى: ينجم عن تجارة السلع المقلدة آثار وانعكاسات سلبية على كل من المستهلك

واقصاديات الدول سواء كانت نامية أو متقدمة، هي فرضية صحيحة.

لأن بعض السلع المقلدة تشكل الكثير من المخاطر والتهديدات على كافة المستويات الاجتماعية من خلال تهديد سلامة المستهلك وصحته مما أدى لوفاة الكثير من الأشخاص والإضرار بالصحة العامة، أما من الناحية الاقتصادية فهي تشكل ضرراً على العلامة التجارية الأصلية وتؤدي إلى خسارة العائدات والأرباح؛ تفويض البحث وتكاليف التطوير والتسويق، وزيادة الرسوم القانونية لملاحقة المزورين...، بالإضافة إلى خسائر الإيرادات الحكومية، ويمكن أن تمتد هذه الآثار إلى الناحية الأمنية والسياسية إذا ما ارتبط هذا النشاط بجماعات المافيا والجريمة المنظمة مما يؤدي للإضرار بسمعة الدولة الائتمانية، وهي ظاهرة تمس الدول المتقدمة والنامية على حد سواء وإن كان بدرجات مختلفة حسب البلد والجهود المبذولة في مكافحة هذه الظاهرة.

- الفرضية الثانية: تتباين جهود الدول وفعاليتها في محاربة تجارة السلع المقلدة تبعاً لانعكاسات هذه

الأخيرة على اقتصادياتها، هي فرضية صحيحة.

حيث أنه في كل دول العالم وبعد الوقوف على الأخطار المرتبطة ب هذه الظاهرة فقد سعت الحكومات والباحثين إلى وضع استراتيجيات للحد من ها، فتم اقتراح العديد من التدابير لمكافحة نها بما في ذلك المعاهدات الدولية وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية لمحاكمة ال مقلدين، استخدام تقنيات متعددة تخص وضع العلامات أو طريقة التعبئة... إلخ، تتقيف المستهلكين من خلال الحملات الإعلانية ونشاط جمعيات حماية المستهلك، رقابة مشددة على متاجر البيع بالتجزئة، والمشاورات مع كل من الوكالات الحكومية والشركات المصنعة، حتى التعاون بين مختلف الدول بهدف حصر هذه الظاهرة... إلخ.

وعلى الرغم من هذه الجهود فإن التقليد لا يزال مستشرياً في جميع أنحاء العالم بسبب الطلب العالمي المتزايد على الماركات العالمية، عدم وجود مستهلك واعي بأخطارها، الرغبة في الربح من قبل المقلدين،

التقدم التكنولوجي، ضعف القوانين تقريبا في أنحاء العالم، بالإضافة إلى دور العولمة وتحرير الأسواق في انتشار هذه الظاهرة، فحسب معظم الدراسات والتقارير التي تناولت ظاهرة تقليد السلع تبين بأن هناك علاقة موجبة بين تحرير التجارة وتفاقم ظاهرة السلع المقلدة ، إذ بدأت تظهر السلع المقلدة وتنتشر على مستوى العالم بأكمله منذ تشكيل منظمة التجارة العالمية وسهولة الوصول إلى الأسواق العالمية وانفتاحها على بعض كقرية واحدة والتسهيلات التي منحتها الدول لدخول السلع والبضائع، بالإضافة إلى رفع القيود الجمركية عنها.

- **الفرضية الثالثة:** لتجارة السلع المقلدة آثار وانعكاسات على الاقتصاد الجزائري من خلال التأثير على تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة وحتى الاستثمارات المحلية والإيرادات الحكومية،  
فهي فرضية صحيحة.

حيث أن هذه الظاهرة لها آثار متنوعة على الاقتصاد الوطني، فعلى الجانب الاجتماعي تتمثل في التأثير على الصحة العامة للمستهلك من خلال التسبب في ظهور أمراض مختلفة وتسبب في هدر المال وضياع الوقت في المطالبة بالحقوق ناهيك عن الآثار النفسية التي تسببها، كما تعرض سلامته للخطر من خلال تعرضه لمختلف الحوادث كما يخشى أن تكون ممولا للجماعات الإرهابية.

أما من الناحية الاقتصادية فقد صنفت الجزائر في المرتبة الثالثة في قائمة حمراء لإحدى عشرة دولة الأقل مكافحة للتقليد مما أثر على عملية انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة، كما أدى لعزوف العديد من الشركات على الاستثمار في الجزائر وخروج شركات أخرى بعدما تبين تقليد علاماتها، ناهيك أنها تتسبب في ضياع الأموال ( 30- 40 مليار دينار سنويا) كإيرادات للحكومة وتشكل ضررا على المؤسسات الوطنية المنتجة أو المرخص لها حيث يؤدي التقليد بها إلى تغيير نشاطها أو الإفلاس النهائي.

- **الفرضية الرابعة:** ما تزال جهود وآليات الجزائر في مجال محاربة السلع المقلدة بعيدة عن المستوى المطلوب والمبذول في كثير من دول العالم، فهي فرضية صحيحة.

إذ أبدت الجزائر رغبتها في محاربة هذه الظاهرة اقتداء ببعض الدول ودرءاً لأخطار هذه الظاهرة على المستهلك والاقتصاد حيث شرعت منذ عام 1997 في مكافحة هذه الظاهرة ثم تم اعتبارها جنحة في قانون 2003 الذي جمع فيها كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهداراً لحقوق صاحب العلامة، أي كل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه الشرعية، كما حدد عقوبة تقليد العلامات بدفع غرامة مالية من 1.000 إلى 20.000 دج وبالسجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات أو بإحدى العقوبتين فقط، ثم تم رفعها إلى 5 سنوات حبسا وغرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف دينار جزائري وذلك حسب المادة التاسعة والستون من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، كما تم في الآونة الأخيرة تقديم اقتراحات للسلطات العمومية تتمثل أساسا في وضع نص خاص لمكافحة التقليد وذلك في شكل نص تشريعي ينص على إجراءات "قمعية" تصل إلى "تجريم" هذا الفعل.

كما وفر المشرع لأجل محاربة هذه الظاهرة أيضا مجموعة من السلطات والأجهزة الإدارية المختصة كل في مجالها، مستهدفة تشجيع النشاطات الإبداعية والاستثمارات منها: الجمارك التي تعد خط الدفاع الأول في حماية الحدود ومحاربة التهريب والغش والتقليد وقد تم إعطاؤها العديد من الصلاحيات وتزويدها بتجهيزات متطورة والعتاد اللازم لمحاربة المهربين للسلع المقلدة، أيضا الشرطة والدرك، مديرية التجارة، المعهد الوطني لحقوق الملكية الفكرية والديوان الوطني لحقوق المؤلف، المعهد الوطني للتقييس، القطاع الخاص والمتمثل في مختلف الشركات والمؤسسات التي تعرضت منتجاتها للتقليد فعملت على إيجاد استراتيجية خاصة بها بالإضافة إلى تفعيل التعاون مع الجهات الرسمية مثل الجمارك والشرطة.

ورغم كل ذلك فإن العديد من الخبراء يجمعون على أنّ الجزائر مازالت متأخرة من حيث ترسانتها القانونية والعقابية والمؤسسية لمواجهة المنتجات المغشوشة والمقلدة حيث أن القضاء الجزائري لم يصدر سوى 43 حكما فحسب ضد المقلدين والقراصنة منذ حوالي 37 سنة، من مجموع مائة متابعة



قضائية جرى تحريكها ضد هؤلاء كدعوى الشركة الدولية نيسلي ضد شركة جزائرية متخصصة في إنتاج القهوة أطلقت على نفسها اسم نيز كافي بتهمة تقليد اسم علاماتها التجارية نيس كافي ، مع الإشارة إلى بروز نوع جديد من التقليد يدعى القرصنة وهو يتعلق بالنشاط غير الشرعي في حقل برامج الصوت والفيديو والأقراص المضغوطة، ما دفع بشرك ات عدة أخرى في هذا المجال لرفع شكاوي أيضا مثل شركة ميكروسوفت الجزائر، كما يلاحظ ضعف قدرات المؤسسات والمصالح المختصة بمكافحة التقليد رغم الجهود الكبيرة المبذولة وذلك لانتشار الفساد في أوساط هذه المؤسسات، ضعف التعاون مع أصحاب العلامات التجارية...إلخ.

## 2- نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة استخلصنا العديد من النتائج، منها ما يتعلق بالجانب النظري ومنها ما يتعلق بالجانب التطبيقي.

### ➤ نتائج الجانب النظري:

من خلال دراسة الجانب النظري تبين لنا:

- أن التقليد مصطلح غير ثابت متداخل مع عدة مصطلحات مثل: الغش، التزوير، التزييف، النسخ، قرصنة...إلخ، وإن كانت تختلف في المعنى الدقيق إلا أنها تعبر كلها عن حالة من التعدي على حقوق الغير بغير حق بغرض تحقيق مصالح معينة وزيادة الأرباح على حساب المنتجين الشرعيين، ويجري هذا النشاط الغير مشروع على كافة أنواع السلع مثل: الملابس والأحذية، الاكسسوارات، المستحضرات الصيدلانية، ورقائق ذاكرة الكمبيوتر والأقراص والموسيقى، الأفلام، قطع غيار السيارات والدراجات النارية وحتى الطائرات، الهواتف الخلوية والسجائر، المأكولات، المشروبات والمشروبات الكحولية والألعاب بمختلف أنواعها.
- يمس التقليد كافة عناصر الملكية الفكرية والصناعية.

- هناك عدة نظريات اقتصادية يمكن أن تفسر في جزء منها ظاهرة التقليد كنظرية دورة حياة المنتج، الفجوة التكنولوجية..إلخ، في حين أن هناك نظريات أخرى تركز على سلوك المستهلك اتجاه هذه المنتجات مثل نظرية المخاطر المتصورة، الهدف...إلخ.
- هناك العديد من الأسباب التي شكلت تحفيزا لانتشار هذه السلع منها ماهي اجتماعية، اقتصادية وتنظيمية، والتي تشكل في مجموعها عوامل دافعة لاستهلاك هذه السلع المقلدة أو إنتاجها أو توريدها
- لا يمكن تحميل دولة معينة مسؤولية السلع المقلدة إلا أن الدول الآسيوية تعد المصدر الرئيسي لها.
- هناك علاقة موجبة بين تحرير التجارة وتفاقم ظاهرة السلع المقلدة.
- لظاهرة التقليد بعض الآثار الإيجابية تتمثل في خدمة فئات ذوي الدخل المحدود، نقل التكنولوجيا، خلق فرص العمل...إلخ.
- لظاهرة التقليد الكثير الآثار السلبية تتمثل في:
  - ✓ الآثار السوسيو- اقتصادية: من خلال التأثير على عمليات الابتكار، الأمن، البيئة، المالة، التجارة، الاستثمار الأجنبي المباشر.
  - ✓ الآثار على أصحاب الحقوق والملاك الشرعيين: من خلال التأثير على: حجم المبيعات، قيمة العلامة وسمعتها، حجم الإتاوات، نطاق العمليات.
  - ✓ الآثار على الحكومات والمستهلكين: من خلال التأثير على صحة وسلامة المستهلك وتبديد ماله، والإضرار بحجم الإيرادات الحكومية، زيادة نفقات الحكومة، زيادة الفساد، التأثير على استقرار الدولة.
- لمحاربة هذه الظاهرة عبر العالم فقد تم عقد العديد من الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية باريس، تريبس و ACTA، كما تم تكوين العديد من المنظمات الدولية التي يشكل محاربة التقليد وحماية

حقوق الملكية الفكرية نشاطا رئيسيا لها أو هدفا ثانويا، بالإضافة إلى استعانة الشركات ببعض التقنيات التكنولوجية التي وإن اثبتت نجاعتها أحيانا إلا أنها لا تخلوا من بعض العيوب كغلائها بالنسبة لبعض سكان العالم...، بالإضافة إلى دور نشاط جمعيات حماية المستهلك عبر العلم.

### ➤ نتائج الجانب التطبيقي:

من خلال الدراسة التطبيقية تبين أن:

- تأثرت الجزائر بتغيير سياستها الاقتصادية من الحماية نحو الانفتاح وتحرير التبادل التجاري، حيث لم تعرف ظاهرة التقليد قبل التسعينات وحتى لو كانت فهي جد قليلة وذلك بسبب احتكار الدولة للتجارة الخارجية، أما خلال الثمانينات وبفعل السياسات الاقتصادية الجديدة المبنية على التحرير بالإضافة إلى غياب الوسائل القانونية والمؤسساتية الرادعة وتدهور القدرة الشرائية للمستهلك، فقد أدى إلى تزايد حجم السلع المقلدة بشكل كبير حتى وصلت 781 خلال العام 2012 و 378 ألفا خلال عام 2013، وتتعرض جميع السلع للتقليد من السلع ذات العلامات التجارية المرموقة إلى السلع العادية ويمكن إجمال المنتجات الأكثر عرضة للتقليد في خمسة قطاعات هي: مواد التجميل، الملابس والأحذية، السجائر، قطع الغيار، الأدوات الكهربائية والكهرومنزلية، أما عن مصدر هذه السلع المقلدة في الجزائر فحسب إحصائيات الجمارك الوطنية فإن 40 % منها مصنعة محليا مقابل 60 % مستوردة من الخارج، وتعد الدول الآسيوية المصدر الرئيسي لها خاصة الصين التي تعد متعاملا رئيسيا مع الجزائر، كما نلاحظ أنه في السنوات الأخيرة تزايد السلع المقلدة القادمة من تركيا وبعض الدول الأوروبية.

- ويعود السبب في تسويق هذه المواد المقلدة (المجهولة المنشأ في غالب الأحيان)، إلى عدة عوامل منها الاجتماعية مثل: في قلة الوعي و الرغبة في محاكاة الموضة... عوامل تنظيمية: كغياب أو ضعف أساليب الرقابة على مستويات عدة من وزارة التجارة المختصة قانوناً في مراقبة العمليات التجارية على مستوى مختلف مراحلها، إلى وزارة الصحة والسكان التي لم تعد قادرة على لعب

دورها الصحي في حماية الصحة العامة، وصولاً إلى وزارة العمل والحماية الاجتماعية المطلوب منها مراقبة سوق العمل وحماية العمال ضد التجاوزات الحاصلة في مجال الحماية الاجتماعية وغياب نصوص قانونية رادعة. وعوامل اقتصادية وتتمثل أساساً في انخفاض القدرة الشرائية للمواطن الجزائري وانتشار السوق الموازي الذي ثبت أن عوائد هذا القطاع تقدر بـ 8.5 مليار دولار، وتشكل 17% من عوائد الأسر الجزائرية المنتجة، وما يعادل 13% من الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات، وتغيير السياسة التجارية نحو التحرير الذي أدى إلى تراجع إجراءات حماية السوق الجزائرية ونمو واردات السلع خاصة في الفترة بين 2001 و2008 وما نجم عنها من الانفتاح غير المراقب لاستيراد السلع والخدمات لصالح القطاع الخاص المحلي والأجنبي.

- تعتبر الدول الآسيوية المصدر الرئيسي للسلع المقلدة المتجهة نحو الجزائر.  
 - للسلع المقلدة عدة آثار على الاقتصاد و المستهلك الجزائري تمثلت في التسبب في حدوث العديد من الأمراض للمواطنين وهدر أموالهم، كما تسببت في افلاس أو تغيير ناط العديد من المؤسسات الوطنية، عزوف الشركات الأجنبية عن الاستثمار في الجزائر وخسارة الإيرادات الجمركية والضرائب...إلخ.

- عملت الجزائر على محاربة هذه الظاهرة من خلال مؤسساتها مثل الجمارك ووزارة التجارة، الأمن...إلخ، والتي يعتبرها العديد من الاقتصاديين غير كافية.

## 2- التوصيات:

من خلال ما تم دراسته واستنباطه من نتائج نقترح الحلول التالية:

- خفض تكلفة السلع الأصلية من الشركات المنتجة، كما حدث مؤخراً على سبيل المثال اتفاق بين الحكومة المصرية وعدة شركات عالمية منتجة للبرمجيات سيكون له تأثير إيجابي على الحد من ظاهرة القرصنة في مجال برامج الحاسب الآلي، إذ تسمح هذه الاتفاقية لجميع المؤسسات

- والهيئات الحكومية بالحصول علي تراخيص استخدام برامج هذه الشركات بتكلفة مخفضة مما يؤدي إلى ترسخ استخدام البرامج الأصلية كسلوك حضاري.
- لا تستطيع جهة بمفردها محاربة هذه الظاهرة لذا لابد من إقامة شراكة بين الجهات ذات الصلة مثل: القطاع الخاص، جمعيات حماية المستهلك، وزارة الصحة، وزارة الداخلية، الجمارك، غرف التجارة، البلديات والجهات القضائية... إلخ للتصدي لهذه الظاهرة ، كما ننوه بضرورة الحذر والحيطه من قبل المستهلك الجزائري.
- تشجيع البحث العلمي من أجل البحث عن حلول تكنولوجية تكون في متناول الشركات والمواطنين وتثبت فعاليتها، وتساهم في جعل المستهلك طرفا فاعلا في حماية نفسه من خطر هذه المنتجات.
- تشجيع نشاط جمعيات حماية المستهلك في هذا المجال من أجل توعية الجمهور.
- تشجيع التعاون الدولي في مجال تبادل المعلومات والخبرات.
- مراقبة التجارة الخارجية وتكوين المختصين في ذلك.
- مكافحة الأسواق الموازية باعتبارها المصدر الرئيسي لهذه السلع.

### 3- آفاق الدراسة:

يعد موضوع المتاجرة في السلع المقلدة نوع من التجارة غير المشروعة وله آثار عدة على مختلف الأصعدة، ونظرا لطبيعة الموضوع الذي تناولناه والذي يتعلق بانعكاسات هذه الظاهرة على الاقتصاد الجزائري بصفة عامة فإننا نرى أن هناك مواضيع أخرى كثيرة تتعلق بالموضوع والتي يمكن دراستها بالتفصيل مثل:

- تناول مختلف القطاعات التي قد يمسه التقليد وتبيان آثارها مثل: واقع تقليد الأدوية وآثارها الصحية والاقتصادية، آثار تقليد المصنفات الأدبية، آثار تقليد المنتجات الالكترونية،... إلخ.
- يمكن دراسة آثار هذه الظاهرة على عدة مجالات منها: على سلوك المستهلك، أرباح الشركات وأصحاب الحقوق، قوة العلامة التجارية، على الإيرادات الحكومية،

- يمكن تناول دور مختلف المصالح في محاربة هذه الظاهرة: كالجمارك، الشرطة و الدرك، جمعيات حماية المستهلك...إلخ.

- يمكن ربطها بمختلف الأسباب في دراسة قياسية لاثبات وجود ارتباط أم لا بين الظاهرة وإحدى العوامل المسببة لها مثل السوق الموازي، انخفاض القدرة الشرائية...إلخ.

وعليه يمكن للباحث الذي يريد تناول الموضوع الاستفادة من النقاط السابقة من أجل استخراج دراسة جديدة.

# قائمة المراجع:

## أولاً: المراجع العربية.

## 1- الكتب:

1. أحمد عبد الخالق، أحمد بديع بليح، تحرير التجارة العالمية في دول العالم النامي ، الدار الجامعية، مصر، ك1، 2002.
2. أمين عبد العزيز، استراتيجيات التسويق في القرن الواحد والعشرين، دار قباء، مصر، 2001
3. حسام علي داوود و آخرون، اقتصاديات التجارة الخارجية، دار المسيرة، الأردن، 2000.
4. حلو أبو حلو ،القانون التجاري ،الشركة العربية المتحدة للتسويق ،مصر ،2008.
5. خاطر لطفي ،موسوعة حقوق الملكية الفكرية ،دار الثقافة ،الأردن، 2003.
6. دافيد راتشمان، الإدارة المعاصرة، دار المريخ، السعودية، 2001.
7. رشاد العصار و آخرون ، التجارة الخارجية، دار المسيرة، الأردن، 2000.
8. ريتشارد بومفرت، ترجمة سفر بن حسين القحطاني وكمال الدين علي بشير إبراهيم، مذكرات محاضرات في نظرية و سياسة التجارة الدولية ، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2012
9. زينب حسين عوض الله ، الاقتصاد الدولي : نظرة عامة على بعض القضايا، الدار الجامعية.
10. زينب حسين عوض الله ،الاقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004.
11. سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية ،الكتاب الثاني، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005.
12. سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية ،الكتاب الثالث، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005.
13. سهير محمد السيد حسن، محمد محمد البنا، الاتجاهات الحديثة في السياسات التجارية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004-2005.
14. السيد محمد أحمد السرييني ، التجارة الخارجية، الدار الجامعية، مصر، 2009.
15. صالح زين الدين ، المدخل إلى الملكية الفكرية، دار الثقافة، مصر، 2004.



16. عادل أحمد حشيش، مجدي محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004.
17. عبد القادر محمد عبد القادر عطية، رمضان محمد أحمد مقلد، النظرية الاقتصادية الكلية، قسم الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2004-2005.
18. عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكلي، مكتبة الزهراء الشرق، مصر، 1997.
19. عبد المطلب عبد الحميد، النظرية الاقتصادية تحليل جزئي وكلي للمبادئ، دار الجامعة، مصر، 2001.
20. عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من احتكار الدولة إلى احتكار الخواص، دار الخلدونية، الجزائر، 2007.
21. فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
22. فرج علواني هليل، جرائم التزييف و التزوير، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 1993.
23. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، دار ابن خلدون، الجزائر، 2001.
24. مجدي محمود شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
25. محمد العربي ساكر، محاضرات في الاقتصاد الكلي المعمق، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
26. محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2014.
27. محمد دياب، بسام الحجار، النظريات المحدثه للتجارة الدولية، دار المنهل اللبناني، لبنان، 2012.
28. محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مقدمات في الملكية الفكرية، دار الحامد، الأردن، 2012.
29. محمد صفوت قابل، منظمة التجارة العالمية وتحرير التجارة الدولية، دار الجامعة، مصر، 2008-2009.
30. محمد عبيد محمد، انعكاسات تطبيق اتفاقيات منظمة التجارة العالمية على البلدان الإسلامية في قطاعات الزراعة والصناعة والملكية الفكرية، سلسلة دراسات معاصر رقم 13، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2002.

31. محمد علي العكاز، القيود الشرعية الواردة على حرية التجارة و دورها في التنمية الاقتصادية، دار الفر الجامعي، مصر، 2008.
32. محمود يونس محمد، علي عبد الوهاب نجا، اقتصاديات دولية، الدار الجامعية، مصر، 2009.
33. محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999.
34. مدني بن شهرة ، الإصلاح الاقتصادي وسياسة التشغيل ( التجربة الجزائرية ) ، دار الحامد للنشر والتوزيع،الأردن،2008.
35. موسى سعيد مطر وآخرون، التجارة الخارجية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
36. هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد الدولي، دار جرير للنشر، الأردن، 2006.
37. ياسر محمود جاد الله محمود، الملكية الفكرية والنمو الاقتصادي، دار المريخ، السعودية.
- 2- أطروحات دكتوراه:
1. بن موسى كمال، المنظمة العالمية للتجارة والنظام التجاري العالمي الجديد، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004.
2. بوطالب براهيم، مقارنة اقتصادية للتهريب بالجزائر ، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد التنمية، غير منشورة ، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011-2012.
3. درواسي مسعود، السياسة المالية ودورها في تحقيق التوازن الاقتصادي ، مذكرة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005-2006.
4. زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق حالة الجزائر ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ،علوم اقتصادية فرع التسيير غير منشورة،جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2005-2006.
5. شامي رشيدة، المنظمة العالمية للتجارة والآثار المرتقبة على الدول النامية حالة الجزائر ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة ،في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير غير منشورة، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006-2007.
6. عبد الرشيد بن ديب، تنظيم وتطور التجارة الخارجية حالة الجزائر ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع التسيير، جامعة الجزائر، 2002-2003.

7. قارة ملاك، إشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر مع عرض ومقارنة تجارب: المكسيك، تونس والسنغال، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع الاقتصاد المالي غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010،
8. موسى سعداوي ، الخصوصية ودورها في التنمية الاقتصادية -حالة الجزائر- ، مذكرة دكتوراه فرع تخطيط اقتصادي غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006-2007.

### 3- مجلات ودوريات:

1. خلاصات كتب المدير ورجل الأعمال، الشركة العربية للإعلام العلمي شعاع، مصر ،العدد 9 ، السنة الثالثة، ماي 1994
2. مجلة أخبار الجمارك، رقم 5 ، سبتمبر -أكتوبر 2013.
3. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، الشلف، الجزائر، العدد 3، دون ذكر السنة.
4. مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 13، جانفي 2015.
5. مجلة الباحث، العدد 04، سنة 2006.
6. مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الاسلامية، 2002.
7. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد الاقتصادي، المجلد الثاني، العدد 20، سنة 2014.
8. مجلة الشبيبة، العدد 5935، سلطنة عمان، 11-04-2012
9. مجلة العلوم الإنساني، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، جانفي 2005.
10. مجلة القدس العربي، صفحة اقتصاد ومال ،السنة الحادية والعشرون العدد 6204 ، السنة 21.
11. مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 11
12. مجلة حماية الملكية الفكرية، المجمع العربي للملكية الفكرية، العدد 59، 1999
13. مجلة حماية حقوق الملكية الفكرية، ، العدد 50 ، 1996
14. مجلة مقاربات، جامعة الجلفة، كلية الآداب واللغات والفنون قسم اللغة العربية وآدابها، العدد 7، سنة 2014

## 4- قوانين، اتفاقيات، منشورات ودراسات:

1. اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883،
2. أمانة الويبو، خطة الويبو لاستراتيجية للأجل المتوسط 2010-2015، سلسلة الاجتماعات الثامنة والأربعون، منشورات الويبو، جنيف، 16 سبتمبر 2010،
3. أمر رقم 66 - 57 مؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية
4. براك ناصر النون، تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها، الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية
5. جمعيات الدول الأعضاء في الويبو ، قبول المراقبين، منشورات الويبو سلسلة الاجتماعات الثالثة والأربعون، جنيف، A/43/9، 24 سبتمبر-3 أكتوبر 2007
6. سجلات مديرية الجمارك فرع بسكرة
7. شعبة التطوير الإداري وإدارة الحكم، مكافحة الفساد لتحسين إدارة الحكم ، مكتب السياسات الانمائية UNDP ، نيويورك، 13-11-1998.
8. عزمي عبد الرحمن، عبد الله دراغمة ، تقرير حول منظمة التجارة العالمية WTO والواقع الفلسطيني، إدارة الدراسات والتخطيط، دائرة الدراسات والسياسات الاقتصادية، وزارة الاقتصاد الوطني، فلسطين، 2003.
9. المادة 3 من اتفاقية انشاء منظمة الجمارك العالمية
10. المادة 32 من من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، سلسلة قانون الملكية الفكرية والصناعية، دار بلقيس ، الجزائر.
11. ماهر خليفة، إحتراق هاتف خلوي في جيب فتاة أمريكية، عيون الرقابة نشرة شهرية عن مصلحة الرقابة الصناعية، وزارة التجارة و الصناعة، رقم 1، مصر، أوت 2008.
12. محمد عبيد محمد، انعكاسات تطبيق اتفاقيات منظمة التجارة العالمية على البلدان الاسلامية في قطاعات الزراعة والصناعة والملكية الفكرية، سلسلة دراسات معاصر رقم 13، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الاسلامية، المملكة العربية السعودية، 2002

13. منظمة الصحة العالمية، المنتجات الطبية المزيفة ، البند 11-20 جدول الأعمال المؤقت،جمعية الصحة العالمية الثالثة و الستون،22 أبريل 2010، ج A63|23.
14. هاجر بغاصة، حقوق الملكية الفكرية والمؤشرات الجغرافية، مذكرة سياسة رقم 20، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي المركز الوطني للسياسات الزراعية بالتعاون مع منظمة الاغذية والزراعة، 2006.
15. الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، دليل إجراءات التجارة الخارجية الجزائرية، الجزائر، 2010.
16. الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار، حصيلة التجارة الخارجية.
17. الويبو، ما هي الملكية الفكرية ، منشورات الويبو رقم (A) 450، جنيف.
- 5- الملتقيات والندوات :
1. برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية- ، أعمال الندوة الاقليمية حول جرائم الملكية الفكرية، مملكة البحرين، 13 - 14 أبريل 2008.
2. برنامج تعزيز حكم القانون في بعض الدول العربية- مشروع تحديث النيابات العامة” أعمال الندوة الاقليمية حول جرائم الملكية الفكرية، مملكة البحرين، 13-14 أبريل 2008.
3. الملتقى الدولي الرابع حول الحماية المستدامة للمستهلك وتحديات العولمة بين الواقع والمأمول، جامعة تبسة، 12-11-2014.
4. الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة، نوفمبر 2005
5. الملتقى الدولي حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصادات الحديثة، جامعة الشلف، 13-14 ديسمبر 2011.
6. الملتقى الدولي متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 17-18 أبريل 2006.
7. الملتقى العلمي الخامس لأبحاث الحج دراسات منطقة الجمرات، عبر موقع المنشاوي للدراسات والأبحاث <http://www.minshawi.com>

8. الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد بشار 22-23 افريل 2003،
9. الملتقى العلمي حول: قضايا الملاحة البحرية وتأثيرها على الأمن، السعودية، 2012.
10. المنتدى العربي الثالث لمكافحة الغش التجاري و التقليد و حماية حقوق الملكية، الجمارك السعودية ، 3-6\03\2013.
11. مؤتمر التجارة العربية البينية والتكامل الاقتصادي ، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، الأردن . (20-22/9/2004).
12. المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية: البيئة المعلوماتية الآمنة المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، السعودية، 6-7 أفريل 2010
13. ندوة الويبو الوطنية المتخصصة لأعضاء المعهد القضائي الأردني، منشورات الويبو 10 - 12 أكتوبر 2004.
14. ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامة التجارية ونظام مدريد، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، المعهد الوطني للملكية الصناعية(فرنسا)، المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، المغرب، 07-08 ديسمبر 2004.
15. ندوة حماية المستهلك والغش التجاري، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 13-17-01-2008.
16. اليوم الدراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، مظاهرها أسبابها وسبل محاربتها، برج بوعريريج، 20 ديسمبر 2010.

ثانيا: مراجع باللغة الأجنبية:

**1- LES LIVRES:**

1. International Forum Of Counterfeiting Crime(IF2C) ,**Le Crime- Contrefaçon**,Waito Foundation,Suisse
2. Jean Luis Muiccheielli, **Economie Internationale**, Paris
3. Maurice Bye, **Relation Econmique Internationale**, Dalloz, Paris, 1971

**2- Les Thèses :**

1. Karoline Krissi, **Contrefaçon Des Médicaments Et Stratégies Technologique Pour Sécuriser La Chaîne D’approvisionnement Pharmaceutique**, Mémoire Présenté En Vue De L’obtention Du Diplôme De Maitrise Es Sciences Applique(Génie Industriel),Université De Montréal, 2010

**3- Les Revues :**

1. Chaudhry,P.E, Zimmerman,A **The Global Growth Of Counterfeit Trade**, Springer,
2. Karsten Olsen, **Counterfeiting And Piracy: Measurement Issues**, Background Report For The WIPO/OECD Expert Meeting On Measurement And Statistical Issues, Geneva, 17-18 October 2005
3. Marc Olanie, **RFID Rime Avec Sécurité Et Maturité**, Dossier :Sécurité Et RFID , CNIS Mag N°01 ,Octobre 2008.
4. Michel Alberganti, **RFID Attention Aux Dérives**, Dossier :Décurité Et RFID, CNIS Mag N°01,Octobre 2008
5. **Jean-Pierre Taing, L’immigration chinoise à Alger : l’émergence d’une place marchande à Bab Ezzouar ?**, Études sur le Monde Arabe et la Méditerranée , Les Cahiers d’EMAM, CITERES 2015, <http://emam.revues.org/934>
6. Yasmine Ferrou, **Contrefaçon: Quelle Riposte Face A La Déferlante**, Economia, Revue De L’économie Et De La Finance, N°5, Novembre 2007

**4- Presses Universitaires: les séminaires :**

1. Boonghee Yoo, Seung-Hee Lee, **Do Counterfeits Promote Genuine Products?**, Research Was Supported By A Summer Research Grant From The Frank G. Zarb School Of Business, Hofstra University, New York, 06 October 2005
2. Brunot Patrick, **La Contrefaçon , Coll : Que sais Je ?**,Presses Universitaires de France(PUF), 1986
3. Chaib Baghdad, **L’économie Algérienne Entre Les Défis Internes Et Les Perspectives Internationales** , Colloque National: L’économie Algérienne Dans Le 3eme Millénaire ,Blida21-22Mai 2002 ,P2.
4. Counterfeit Merchandise Websites Evade Detection, 3rd Paper in a 3 Part Series on Counterfeiting, 8 September 2013, <http://4bp.blogspot.com>

5. Daniel. C.K Chow, **Counterfeiting And China's Economic Development**, Chio State University Colleague Of Law, 8 June 2006
6. David Meyer, **ACTA To See Euro Vote In June As Delay Averted**, 28 March 2012 <http://www.zd.net.co.uk>
7. Eric Przysway , **A New Study On The Problem Of Countrefeiting In The Area Of Wines And Spirite,And Presantation Of Anti Countrefeiting Technologies** , Associate Research, Wines Paristech,Brussels, Paris, 22 may 2014
8. Harvey Bale, **Pharmaceutical Counterfeiting, Issues.Trends Measurement**, WIPO/OECD, 2004 Workshop
9. La Direction Générale Des Douanes, **Modalités D'intervention De L'administration Des Douanes En Matière De Répression de La Contrefaçon**, Le jour D'étude de La Contrefaçon du Marque Commerciale En Algérie, Bordj Bou Arreridj, Alger, 20-12-2010
10. Organisation De Coopération Et De Développement Economique(OCDE), **RFID Identification Par Radiofréquence**, Réunion Ministérielle De l'OCDE Le Futur De L'économie Internet, Séoul, Corée, 17-18 Juin 2008
11. Tatyana Vasilieva Astray, **How Do Consumers Make Their Purchase Decisions Between Genuine And Counterfeit Product**, <http://www.docstar.com>

#### 5- Les Publications Et Les Reports :

1. Adrian Harris, **Guide Orgalime Combattre La Contrefaçon Avec Le Soutien De La Commission Européenne**, Publication De La Commission Européenne, 2001
2. Andy Hyeans, Jorick laneuf, **La Contrefaçon En France**, Note Statistique De L'observatoire National De La Délinquance Et Des Repores, Focus Et Inhess, Penale,N6, France, Juin 2011
3. Anil .K. Deisingh, **Pharmaceutical Counterfeiting**, Journal Of The Royal Society Of Chemistry, 2005
4. BASCAP, **Estimating The Globlal Economic And Social Impacts Of Counterfeiting And Piracy**, Frontier, London, February 2011
5. Bernard lory, **Contrefaçon DE Médicaments Et Organisations Criminelles**, Rapport D'étude, Institut International De recherche Anti- Contrefaçon De Médicaments
6. Catherine Druetz - Mare, **La Contrefaçon:Une Menace A La Hausse**, Document Diffusé Dans Le Cadre Du Petit-Déjeuner Par Liens Directs A La Résidence Saint Dominique de l'Assemblée Nationale Autour Du Thème: La Lutte Contre La Contrefaçon, Le Mercredi 9 Mars 2005
7. CBP Office Of International Trade, **Intellectual Property Rights Fiscal Year 2011 Seizure Statistics, U.S**, Customs And Border Protection U.S, Immigration And Customs Enforcemen
8. Chamber Of Commerce,International Trade Administration, **Top 10 Ways To Protect Yourself From Counterfeiting And Piracy** ,The Spirit Of Enterprise,US,United State Of America
9. Charles Clift ,**A Review Of Statistical Information On Countrefeiting And Piracy**, Advisory Committee On Enforcement Seventh Session Geneva, WIPO ,November 30-December 2011



10. Christian Leblanc, **La Contrefaçon**, L'action De La Douane Dans La Lutte Anti-Contrefaçon, Sensibilisation A La Contrfaçon, France, 7-02-2013.
11. COMITE COLBERT, **Le Rôle Du Comite Colbert Dans La Lutte Contre La Contrefaçon En France Et Dans Le Monde**, France, 2012
12. DGCERF, **laboratoires de la répression des fraudes**.alger
13. Direction De Lutte Contre La Fraude, **La Contrefaçon En Algérie**, 2007
14. Direction Générale De la Surette Nationale, Direction De La Police Judiciaire, Sous Direction De La Police Scientifique Et Technique, **Etude Du Phénomène De La Contrefaçon Et De La Falsification Dans Les Domaines Industriels**, Alger, Janvier 2007
15. Document Cadre De La FIP Pour L'élaboration, **D'un Guide National Sur Les Contrefaçons De Médicaments A L'attention Des Pharmaciens**, 2009
16. Documents Emis Par L'Union Des Fabricants, **La Contrfaçon**, , Association Française de Lutte Anti-Contrefaçon, France
17. Eric Przy swa, **Contrefaçon De Médicaments Et Organisations Criminelles**, Rapport D'étude, LIRACM, Institut De Recherche Anti-Contrefaçon De Médicaments, France, Septembre 2013,
18. European Commission, **Countrefeit Products Taxation And Customs Union**, Report On EU Customs Enforcement Of Intellectual Property Rights, Results At The European Border. 2008.
19. European Commission, **Joint Statement OnThe Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) From All The Negotiating Partners Of The Agreement**, ,<http://europa.eu>
20. European Commission, **Anti-Counterfeiting Trade Agreement Consolidated Text Public Predecisional/Deliberative Draft**, 3 December 2010, <http://trade.ec.europa.en/>
21. European Commission, **Anti-Counterfeiting: EU, US And Others Meet In Washington To Advance ACTA**, EU/NR 75/08, 31 July 2008, <http://www.eurunion.org>
22. European Commissions, **Countrefeit Products**, 2008
23. Frid Jordan, Martin Kutter, **Identifying Counterfeit Medicines With Industry Techonologies**, Pharmaceutical Engineering Publication, 2012,
24. Fronter, Bascap, **Estimating The Global Economic And Social Impact Of Counterfeitjng And Piracy**, Frontier, London, February 2011.
25. Frontier, **The Impact Of Counterfeiting On Governments And Consumers**, A Report Commissioned By BASCAP: Execultive Summary, May 2009.
26. Homeland Priorities And Workload, **Intellectual Property Rights, Seizures Statistics Fiscal year 2013**, 2013, US, P 10.
27. ICC, BASCAP, FICCI, CASCADE, **Counterfeiting, Piracy And Smuggling In India – Effects And Potential Solutions**, 2012
28. Immeuble KPMG, **Guide Investir En Algérie**, Algérie, Edition 2014
29. IMPACT, **Counterfeit Drugs Kill**, World Health Organization, 2008
30. International Anticounterfeiting Coalition (IACC) **Just How Bi Gis The Countrfeiting Problem?** <http://www.iacc.org/counterfeiting-statistics>

31. Interpol, **trafficking In Illicit Goods And Counterfeiting**, Report, <http://www.interpol.gov>
32. Kathrine Linton , Alexander Hammer, **China Intelletual Property Infringement, Indigenous Innovation Policies, And Frame works For Measuring The Effect On Thz U.S. Economy**, United States International Trade Omission, USITC Publication 4199, Nov2010, Chapter 3
33. La Direction Technique Chargée De La Comptabilité Nationale, **Evolution Des Echanges Exterieurs de Marchandises De 2003 a2013**, collections Statistiques N°188, Série E : Statistiques Economiques N° 79, 2014
34. M. Marc Laffineur, **La Contrefaçon**, Rapport D'information Déposé Par La Délégation De L'assemblée Nationale Pour L'union Européenne Sur La Lutte De L'union Européen Contre La Contrefaçon
35. Michele Forzley, JD, MPH ,**counterfeit goods and the public's health and safety**,International Intellectual Property Institute , July 2003
36. OECD,**Les Incidences Economique De La Contrefaçon**, France, 1998.
37. Office Of International Trade, **Intellectual Property Rights, Fiscal Year 2010 Seizure Statistics Final Report**,U.S Customs And Border Protection, U.S Immigration And Customs Enforcement,January 2011
38. Organisation for Economic Co-operation and Development (OCDE), **The economic Impact of counterfeiting And Piracy** ,2008,France
39. Organisation for Economic Co-operation and Development( OCDE),**The Economic Impact Of Counterfeiting And Piracy: Executive Summary**,France , 2007,
40. Pharmaceutical Security Institute, **UK's Medicines And Healthcare Prooxts Regulatory Agency** , US Food And Drug Administration, The United States Pharmaceutical Convention .
41. Philippe Boudoux, Arnaud Ilie, **L'impact De La Contrefaçon Vu Par Les Entreprises En France**, Union Des Fabricants(UNIFAB),France, Avril 2010
42. Report On EU Customs, **Enforcement Of Intellectual Property Rights At EU Border**, Publications Office Of the European Union, 2010,
43. Stephen E .Siwek,**The True Cost Of Copyright Industry Piracy To The U. S.Economy**, Policy Report 189,Institute For Policy Innovation(IPI), October 2007.
44. Transparancy International, **Country Report:Algeria**, <http://www.transparancy.org>
45. United States Trade Representative USTR,**Country Report: Algeria**, United State, 2010
46. William C. Thompson.Jr Comptroller,.,**Bootleg Billions,The Impact Of The countrefeit Goods Trade On New York City**,City of New York, Office Of The Comptroller, November, 2004
47. WIPO, **Looking Good 1n Introduction To Industrial Designs For Small And Medium- Sized Enterprises**, 2<sup>nd</sup> Publication , N°498, Geneva
48. WIPO,**What Are The Economic And Social Consequences Of Counterfeiting And Piracy?** <http://www.wipo.int/enforcement/counterfeiting>

## 6- مواقع الإنترنت:

## 1- باللغة العربية:

## 1-1 يوميات:

1. أخبار اليوم المصرية <http://sayarat.akhbarelyom.com/News/Articles>
2. جريدة الأنباء الجزائرية نقلا عن جريدة الحوار <http://www.djazairess.com>
3. جريدة الثورة اليمنية <http://athawra.org>
4. جريدة الشرق القطرية <http://www.mohaoon-qa.com>
5. جريدة القبس، الكويت، <http://www.alquabas.com>
6. الرياض <http://www.alriyadh.com>
7. يومية الأنباء الجزائرية نقلا عن الشروق اليومي، <http://www.djazairess.com>
8. يومية الأنباء الجزائرية نقلا عن صوت الأحرار <http://www.djazairess.com>
9. يومية الأنباء الجزائرية نقلا عن يومية المساء <http://www.djazairess.com>
10. يومية الخبر، <http://www.alkhabar.dz>
11. يومية النهار <http://www.ennaharonline.com/ar/>
12. يومية إيلاف <http://www.elaph.com>

## 1-2 هيئات ومنظمات:

1. أنوفاتيك، تقنية علامة الفقاعة، متاح على الموقع: <http://www.prooftag.net>
2. جمارك الإمارات العربية المتحدة، <http://www.customs.ae/Ar>
3. الجمارك السعودية، <http://www.customs.gov.sa/CustomsNew/>
4. شبكة المستهلك العربي متاح على الموقع <http://www.arbcon.net>
5. المصلحة الولائية للشرطة القضائية، دور الشرطة في ميدان مكافحة التقليد. الجزائر، فيفري 2010، متاح على الموقع <http://www.mincommerce.gov>
6. المعهد الوطني لحقوق الملكية الفكرية <http://www.inapi.org>
7. المكتب الإقليمي لمنظمة الجمارك العالمية <http://www.arbcustoms.net.ye>

8. منظمة الجمارك العالمية <http://www.wco.org/customs/news>
9. موقع الشرطة الدولية بالعربية، متاح على الموقع ، <http://www.interpol.int/ar>
- 1-3 مواقع أخرى:
1. جورج غندور، قرصنة الأعمال : التداعيات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، متاح عبر الموقع <http://www.alyassir.com>
  2. حازم فلاح سيك، التصوير ثلاثي الأبعاد الهولوجرافي، عبر الموقع الإلكتروني ، <http://science.howstuffworks.com/hologram.htm>
  3. حسام الدين عبد الغني الصغير، إنفاذ حقوق الملكية الفكرية والصحة العامة، متاح عبر الموقع <http://www.docstoc.com>
  4. حسام عبد الغني الصغير، القرصنة والتقليد و أثرهما على الاقتصاد الوطني، متاح على الموقع <http://www.alyasir.com>
  5. دور التسويق في تقليص خطر تقليد المنتجات- دراسة حالة الجزائر- متاح على الموقع الإلكتروني: <http://docstoc.com/doc>
  6. راشيل واينبرغ سارة، الاتفاقية المتعلقة بالتنوع البيولوجي، [www.cbd.int](http://www.cbd.int)
  7. زينب محمد رشاد البناء، الهولوجرام، المركز الاستشفائي للعلوم والتكنولوجيا، عن طريق الموقع <http://kenanaonline.com/zeinabelbana>
  8. كلمة السيد والي برج بوعريريج أثناء افتتاح اليوم الدراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر مظاهرها نتائجها وسبل محاربتها، مديرية التجارة برج بوعريريج عبر الموقع <http://www.dcommercebba.gov.dz>
  9. محمد ابراهيم، الهولوجرام، عبر الموقع <http://scienceshop1.blogspot.com>
  10. الملف الصحفي الخاص باللقاء الذي جمع إطارات قطاع التجارة بمقر ألكاكس، عن طريق الموقع <http://www.renalgex.dz>
  11. موقع الجزيرة لأخبار <http://www.aljahirah.com>
  12. موقع ستار تايمز نقلا عن يومية الرياض <http://www.startimes.com>
  13. موقع قناة العربية المصرية <http://www.alarabiya.net>

1. Bernard Brochand (Président du Comité National Anti-Contrefaçon (CNAC)), **Contrefaçon**, <http://www.bernard-brochand.fr/spip.php> 13-05-2015
2. Bubble tag , <http://www.prooftag.net>
3. Contrefaçon, Bilan 2006 2007, 2010, 2011,2013 , <http://www.almanach-dz.com/index>
4. Contrefaçon, Réglementation, <http://www.almanach-dz.com/index>
5. Définition Contrefaçon, Sur Le Site : [.http://www.definitions-marketing.com/Definition-La-marque](http://www.definitions-marketing.com/Definition-La-marque)
6. <http://www.alwatansudan.com/index>.
7. <http://www.andi.dz>
8. **interpol**, <http://www.interpol.int/en>
9. Sébastien Ajagamelle Et Nathalie Riviere ,**Procédés Anti-Contrefaçon: Nouvelles Technologies Et Réglementations**, Juin 2008, <http://cerig.efpg.fr>
10. The International Chambre Of Commerce, <http://www.cci.org/counterfeiting>
11. transparency international, <http://www.transparency.org>
12. **Trevor Little Nike Named The Most Counterfeited Brand**, <http://www.worldtrademarkreview.com/>
13. [www.inapi.org](http://www.inapi.org)
14. [www.Recall.gov.us](http://www.Recall.gov.us)
15. [http:// www.mipmepi.gov.dz](http://www.mipmepi.gov.dz)

الملاحق:

## ملحق رقم 1 استخدام الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للترويج للسلع المقلدة



no rx adderall cheap

About 3,250,000 results (0.34 seconds)

انشاء مواقع إلكترونية

Everything

More

Any time

Past 2 days

More search tools

[Cheapest Adderall Online: Purchase Prescription Adderall, Online ...](#) ☆

Aug 14, 2010 ... Purchase Prescription Adderall - Online Adderall And Fedex - Cheap  
Purchase Adderall adderall purchase online order adderall with no ...  
[www.hustlenomics.com/profiles/blogs/cheapest-adderall-online](#) - Cached

[MyIdol - American Idol - BILLY LAM > Blog > Buy Adderall without a ...](#) ☆ - 2 visits - Aug 10

Feb 24, 2010 ... Adderall cheap no rx required canada. cod shipped Adderall. ... Cheap  
Adderall NO RX. buy cheap Adderall online. buy cheap Adderall. ...  
[myidol.americanidol.com/.../buy\\_adderall\\_without\\_a\\_prescription\\_overnight\\_shippingCheapAdderallforsalewithnoprescriptionrequire...](#) - Cached

[ADDERALL Uk Cheap Purchase Buy, Buy ADDERALL At A Cheap Price...](#) ☆

Order Online ADDERALL Without Rx Cheap ADDERALL in Iceland Buy ADDERALL in  
Kentucky .... Where To Buy ADDERALL No Rx No Fees 00 79 Cheap ADDERALL ...  
[cnlib20.ning.com/profiles/blogs/adderall-uk-cheap-purchase-buy](#) - Cached

[Want No Prescription Adderall? - Read This Now!](#) ☆

No Prescription Adderall! Buy Ritalin Online! Concerts Without Prescription! Websites and  
spam email are all trying to sell you cheaper, easy access to ...  
[www.myomancy.com/2007/04/want\\_no\\_prescri](#) - Cached - Similar

[ySide | Adderall4t5h](#) ☆

Jul 30, 2010 ... Order Adderall cod next day delivery, cheap Adderall without a prescription  
... no rx Adderall, Adderall Overnight COD no prescription ...  
[www.yside.com/app/profile/user/Adderall4t5h](#) - Cached

[Best Offers For Adderall Buy Cheap Adderall Xr Without a ...](#) ☆

Buy adderall. Huge selection of Generic and Brand Medications. All original meds at one  
great place. Low price guaranteed. Visite Our Website to Buy ...  
[www.funnyordie.com/.../best-offers-for-adderall-buy-cheap-adderall-xr-without-a-prescription](#)  
- Cached

### [Cheap Jordan Shoes | Facebook](#)

<https://www.facebook.com/cheapjordanshoessak>

Jan 15, 2013 - Cheap Jordan Shoes. 70 likes - 0 talking about this. We Offer Cheap Retro Jordans and New Jordan shoes, You Can Buy Cheap Air Jordans, Welcome Jordans ...

### [Cheap Jordans | Facebook](#)

<https://www.facebook.com/cheapjordansa?filter=1>

Jun 14, 2013 - Cheap Jordans. 3 likes - 0 talking about this. Where to buy cheap jordans for sale shoes online? Now our Jordans online Store have air jordans for sale all ...

### [Cheap Air Jordan Shoes | Facebook](#)

<https://www.facebook.com/pages/Cheap-Air-Jordan-/55672942103904...>

Apr 8, 2013 - Cheap Air Jordan Shoes. 3 likes - 0 talking about this. email us: enjoyshopping2011@live.com Cheap Air Jordan Shoes for sale ...

### [\\$25 Cheap Air Jordans Retro Shoes Wholesale | Facebook](#)

<https://www.facebook.com/pages/.../Cheap...Jordans.../47217260614743...>

Oct 9, 2012 - Cheap Air Jordans Retro Shoes Wholesale. 12 likes - 0 talking about this.

### [Cheap Jordans | Facebook](#)

<https://www.facebook.com/Cheapjordansforsale?filter=1>

Jul 4, 2013 - Cheap Jordans. 3 likes - 0 talking about this. Cheap Jordans Sneaker For Sale, 2013 New Jordans Shoes Online Only \$59.99 <http://www.repvue.com/> ...

## استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

### Source :

- Eric Przyswa, [Contrefaçon De Médicaments Et Organisations Criminelles](#), Rapport D'étude, LIRACM, Institut De Recherche Anti-Contrefaçon De Médicaments, France, Septembre 2013, P64.
- Counterfeit Merchandise Websites Evade Detection, 3rd Paper in a 3 Part Series on Counterfeiting, 8 September 2013, <http://4bp.blogspot.com>

## ملحق رقم 2 يوضح إحدى الأساليب التكنولوجية التي دعمت عمليات التقليد



### وصف الآلة:

- آلة صغيرة الحجم زنة ( 15 ) كيلو جرام أبعادها بالملمتر 305\* 305\* 380
- آلة طباعة صينية الصنع بنظام الحرق تستخدم لإعادة طباعة تواريخ الانتاج و الصلاحية على عبوات المواد الغذائية بعد محو التواريخ المنتهية الصلاحية و بعدها قد يتم وضع نفس العلامة التجارية أو إجراء بعض التغييرات عليها و من ثم إعادة بيعها على أنها منتجات صالحة للاستعمال.

المصدر: منشورات الانترنتبول الدولي



ملحق رقم 3 ورش التقليد ذات البيئة غير الآمنة وغير صحية.



Source: Instituto Nacional de Medicamentos - ANMAT 2006.

**Source:** OECD 2008, Op Cit,P357

## ملحق رقم: 4 بعض الآثار الصحية الناتجة عن استهلاك سلع مقلدة

| عدد الحوادث                    | نوع الإصابة       | الموقع           | التاريخ | المنتجات             |
|--------------------------------|-------------------|------------------|---------|----------------------|
| <b>المستحضرات الصيدلانية:</b>  |                   |                  |         |                      |
| 1000                           | دخول المستشفى     | بلغراد-روسيا     | 2001    | الأنسولين.           |
| 12                             | الحمل الغير مرغوب | برازيل           | 1998    | حبوب منع الحمل.      |
| 120                            | هلع كبير          | برازيل           | 1998    | دواء الإيدز.         |
| 10                             | موت               | برازيل           | 1998    | دواء androcur        |
| 192000                         | موت               | الصين            | 2001    | فياجرا.              |
|                                | غير محدد          | الصين            | 2001    | أدوية مغشوشة.        |
| بعض المرضى                     | تورم و طفح        | الولايات المتحدة | 2000    | دواء Seostim         |
| 2500 موتى                      | موت               | النيجر           | 1995    | لقاح التهاب السحايا. |
| 27                             | موت(بالغين)       | فيتنام           | 1997    | أدوية متنوعة.        |
| 300                            | موت( أطفال)       | فيتنام           | 1997    | بودرة أطفال          |
| 30                             | موت               | الهند            | 1998    | دواء مضاد للسعال     |
| 89                             | موت               | هايتي            | 1995    | دواء مضاد للسعال     |
| 30                             | موت               | كمبوديا          | 1999    | دواء مضاد للملاريا   |
| 1                              | موت               | كندا             | 2007    | أدوية عبر الانترنت   |
| 2 وفاة،9 دخلوا المستشفى للعلاج | موت+ دخول مستشفى  | الولايات المتحدة | 2009    | دواء مضاد للسكري     |
| <b>المشروبات الكحولية</b>      |                   |                  |         |                      |
| 100                            | موت               | فيتنام           | 1997    | Liquor               |
| 22                             | موت               | روسيا            | -       | Vodka                |
| 1                              | موت               | مصر              | 1996    | Wine                 |
| 1                              | عمى               | بريطانيا         | 1999    | Vodka                |
| عشرات                          | موت               | الصين            | -       | Beer                 |
| عشرات                          | موت               | الصين            | كل عام  | Alcohol              |
| <b>الغذاء:</b>                 |                   |                  |         |                      |
| -                              | شكاوي             | تكساس-و.م.أ      | 2000    | المكملات الغذائية.   |
| 2                              | مرض               | 2                | 2000    | Enfamil              |
| 69                             | موت               | 69               | 1999    | مواد رش الطعام.      |
| <b>السلع الاستهلاكية</b>       |                   |                  |         |                      |
| -                              | حروق              | بريطانيا         | -       | مسحوق الغسيل.        |
| غير محدد                       | صداع              | الصين            | -       | سجانر                |
| 110                            | تعطل-حوادث        | و-م-أ            | 1998    | قطع غيار السيارات    |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- ,OECD 2008, Op Cit,p150.
- Pharmaciens sans frontières, **contrefaçon : faux st marché illicite**, comité international de médicaments, p23.
- **Document cadre de la FIP pour l'élaboration** ,Op Cit ,p11.

- محمد بن علي دهاس، تحول الدواء إلى داء ، المنتدى العربي الثالث لمكافحة الغش والتقليد وحماية الملكية الفكرية،السعودية.3-5مارس 2013.

## ملحق رقم 3 لبعض المنظمات والمجموعات التي لها علاقة بمحاربة السلع المقلدة.

- **Anti-Counterfeiting Group**  
PO Box 578, High Wycombe Buckinghamshire, HP11 1YD United Kingdom  
Tel: +44 (0) 1494 449165  
Fax: +44 (0) 1494 465052
- **American Public Health Association**  
(Injury Control & Emergency Health Services) 800 I St., N.W. Washington, D.C. 20001-3710  
Tel: 202 777-APHA  
Fax: 202 777-2534  
[www.apha.org](http://www.apha.org)
- **Beijing Dahai Consultants - Wang Hai- China's Ralph Nader**  
<http://www.csmonitor.com/durable/2000/01/25/fpls5-csm.shtml>  
[www.csmonitor.com/durable/2000/01/25/p155.htm](http://www.csmonitor.com/durable/2000/01/25/p155.htm)
- **Car Fax; Tel: 518 348-1042**  
email: [Garen@carfax.com](mailto:Garen@carfax.com)
- **Coalition for Intellectual Property Rights - Russian** [www.cipr.org](http://www.cipr.org)
- **Commerce Department;**  
Herbert C. Hoover Bldg. 14th & Constitution Aves. Washington, D.C. 20230  
Tel: 202 482-2000  
[www.doc.gov](http://www.doc.gov)
- **National Science Academies** (National Science Foundation)  
2101 Constitution Ave., N.W. Washington, D.C. 20418  
Tel: 202 334-2000  
Fax: 202 334-2158  
[www.national/academies.org](http://www.national/academies.org)
- **US Consumer Products Safety Commission**  
Headquarters: U.S. Consumer Product Safety Commission Washington, D.C. 20207-0001  
Address: 4330 East West Highway Bethesda, MD 20814-4408  
Tel: 301 504-6816  
Fax: 301 504-0124 and 504-0025  
email: [info@cpsc.gov](mailto:info@cpsc.gov)  
Web: <http://www.cpsc.gov>
- **US Food and Drug Administration**  
5600 Fishers Lane Rockville, MD 20857-0001  
Tel: 1 888 INFO-FDA (1-888-463-6332)  
[www.fda.gov](http://www.fda.gov)
- **GACG Global Anti-Counterfeiting Group**  
16 rue de la Faisanderie 75116 Paris, France  
Attn: Mrs. Elisabeth Ponsolledes Portes  
Vice Chairman John Anderson  
[www.gacg.org](http://www.gacg.org)
- **International Generic Pharmaceutical Alliance**  
P.O. Box 193 B-1040 Brussels 4, Belgium  
Tel: +32-2-736 8411  
Fax: +32-2-736 7438  
[www.EGAgenerics.com](http://www.EGAgenerics.com)
- **International Federation of Pharmaceutical Manufacturers Association**  
30 rue de St. Jean P.O. Box 758 Geneva 13 1211, Switzerland  
Tel: +41 223383200  
Fax: +41 223383299  
email: [admin@ifpma.org](mailto:admin@ifpma.org)  
[www.ifpma.org](http://www.ifpma.org)
- **International Anti-Counterfeiting Coalition**  
1725 K Street N.W. Suite 1101 Washington, D.C. 20036  
Tel: 202 223-6667  
Fax: 202 223-6668  
[www.iacc.org](http://www.iacc.org)
- **Intellectual Property Institute**  
1st Floor, 36 Great Russell Street London WC1B 3QB  
Tel : +44 (0) 207-436-3040  
Fax: +44 (0) 207-323-5312

[www.ipinstitute.org.UK](http://www.ipinstitute.org.UK)

- **International Organization for Standards**

[www.iso.org](http://www.iso.org)

- **INTERPOL**

Interpol IP Advisory Group – Erik Madsen Financial & Hi-Tech Crime Sub-Directorate

200 Quai Charles de Gaulle

69006 Lyon, France

Tel: +33 4 72 4471 90

Fax: +33 4 72 4472 21

email: [e.madsen@interpol.int](mailto:e.madsen@interpol.int)

[www.interpol.int](http://www.interpol.int)

- **Investigative Consultants**

Investigative Consulting Group 6401 Golden Triangle Drive Greenbelt, MD

301 220-3230

- **Johns Hopkins Center for Injury Research & Policy**

624 N. Broadway Room 554 Baltimore, MD 21205

Tel: 410 614-4025

Fax: 410 614-2797

- **National Criminal Intelligence Service UK**

P.O. Box 8000 London SE11 5 SEN

Tel: 020 7238 8000

Tel. for publications: 020-7238-8431

email for publications: [press@ncis.gov.UK](mailto:press@ncis.gov.UK)

[www.ncis.co.uk](http://www.ncis.co.uk)

- **Oxford University**

Centre for Tropical Medicine & Infectious Disease The University of Oxford United Kingdom

- **NCIPC National Center for Injury Prevention and Control**

Mailstop 565 .4770 Buford Highway N.E. Atlanta, GA 30341-3724

Tel: 770 488-1506

Fax: 770 488-1667

email: [OHCINFO@cdc.gov](mailto:OHCINFO@cdc.gov)

[www.ncipc.gov](http://www.ncipc.gov)

- **US National Transportation Safety Board**

490 L'Enfant Plaza, S.W. Washington, D.C. 20594

Tel: 202 314-6000

Fax: 202 314-6148

Web: [www.nts.gov](http://www.nts.gov)

- **Proctor and Gamble**

Cincinnati, Ohio 45203

Corporate Web: [www.pg.com](http://www.pg.com)

Tel: 800 879-8433 General Information

- **Packaging Solutions Advice Group**

[www.psag.co.UK](http://www.psag.co.UK)

- **Recording Industry of America**

1330 Connecticut Ave., N.W. Suite 300 Washington, D.C. 20036

Tel: 202 775-0101

Fax: 202 775-7253

<http://www.riaa.org>

- **Underwriters Lab**

Government Liaison Office 1850 M St., S.W. Suite 1000 Washington, D.C. 20036-5833

Tel: +1-202- 296-7840


Fax: +1-202-872-1576

email: [gillermang@aol.com](mailto:gillermang@aol.com)

[www.ul.com](http://www.ul.com)

Michele Forzley, JD, MPH, **Counterfeit Goods And The Public's Health And Safety**, International Intellectual Property Institute, July 2003 , PP 36-40.

ملحق رقم بعض السلع المحتجة في الجزائر خلال الفترة 2010-2012

| اسم ونوع المنتج  | صورة المنتج   | اسم ونوع المنتج   | صورة المنتج   |
|--|---|---|---|
| <b>BALISTON</b><br>Articles de sport<br>ALERTE N° 08/2012                        |    | <b>SLR</b><br>Produit de robinetterie<br>ALERTE N° 31/2011                            |    |
| <b>KIA</b><br>Pièces de rechange automobiles<br>ALERTE N° 07/2012                |    | <b>KAMANDJA</b><br>Thé vert<br>ALERTE N° 30/2011                                      |    |
| <b>MIRACLE</b><br>Huile de graine noire<br>ALERTE N°06/2012                      |    | <b>LACOSTE</b><br>VETEMENTS<br>ALERTE N° 29/2011                                      |    |
| <b>PURISIMA LACTEOS</b><br>Lait en poudre<br>ALERTE N°05/2012                    |    | <b>BRAND ARINA ELECTRONICS</b><br>PRODUITS ELECTRONIQUES<br>ALERTE N° 28/2011         |    |
| <b>SAMSUNG</b><br>Produits d'imprimerie et cartouche d'encre<br>ALERTE N°04/2012 |   | <b>SUMAKEFORCE</b><br>DES MACHINES, OUTILS ET INSTRUMENTS À MAIN<br>ALERTE N° 26/2010 |   |
| <b>ASCO</b><br>Rasoirs<br>ALERTE N°02/2012                                       |  | <b>SCHNEIDER</b><br>DESPRODUITS ' APPAREILLAGES ELECTRIQUES<br>ALERTE N° 25/2010      |  |
| <b>SUPERLAIT</b><br>Lait en poudre<br>ALERTE N° 32/2011                          |  | <b>JE T'AIME</b><br>PRODUITS COSMETIQUES<br>ALERTE N°21/2011                          |  |
| <b>BOSCH</b><br>Pieces de recharge automobile<br>ALERTE N° 20/2011               |  | <b>ZAIBA</b><br>BATTERIES ET PILES<br>ALERTE N°18/2010                                |  |
| <b>EPSON</b><br>CARTOUCHES D'ANCRE POUR IMPRIMANTES<br>ALERTE N° 16/2011         |  | <b>DRAGON</b><br>TUYAUX FLEXIBLES COUDES ET ACCESSOIRES EN PVC<br>ALERTE N° 01/2010   |  |
| <b>DAMLA</b><br>CONFISERIES<br>ALERTE N° 01/2011                                 |  | <b>KETTLER</b><br>ARTICLES DE MUSCULATION<br>ALERTE N°21 Bis/2010                     |  |

Units: About 898,000

Manufacturer: Altaire Pharmaceuticals, Inc., of Aquebogue, N.Y

Distributed by: Rugby Laboratories, Inc., of Duluth, Georgia

Hazard: This over the counter medicine contains acetaminophen which calls for child-resistant packaging as required by the Poison Prevention Packaging Act. Although the original bottle has child-resistant packaging, a separate dropper unit provided for dispensing the drug to children does not. When in use, a child can access the medicine, posing serious health problems or death if more than the recommended dosage is consumed.

**FOKER**  
RECHAUDS A GAZ  
ALERTE N° 02/2011



**MAESTRO**  
CHOCOLATS  
ALERTE N° 21/2010



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد علو موقع الجمارك الجزائرية

ملحق رقم 8 مثال عن نظام الاستدعاء الأمريكي



Incidents/Injuries: None reported

Description: The recall involves Rugby Children's Pain & Fever Concentrated Drops (Acetaminophen Drops) in a 1/2 fl. oz. (15 ml) bottle size. The UPC code 305361936723 can be found with the bar code at the bottom of the box. The affected lot numbers are:

|           |           |           |           |           |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 10<br>487 | 10<br>368 | 10<br>272 | 09<br>379 | 09<br>002 |
| 11<br>058 | 10<br>406 | 10<br>273 | 09<br>394 | 09<br>131 |
|           | 10<br>433 | 10<br>366 | 10<br>154 | 09<br>215 |

The lot numbers can be found stamped into the bottom of the carton with the expiration date and above the label on the bottle printed in black.

Sold at: Drug stores, grocery stores and other retailers nationwide between January 2009 and June 2011 for about \$4.

Manufactured in: United States

Remedy: Consumers should immediately store this product with the child-resistant closure in place and keep it out of the reach of children. To arrange for a free replacement dropper, contact Altaire Pharmaceuticals at (800) 258-2471 9 a.m. to 5 p.m. ET Monday through Friday.

Consumer Contact: For additional information, contact Rugby Laboratories at (800) 645-2158 between 9 a.m. and 5 p.m. ET Monday through Friday.



The U.S. Consumer Product Safety Commission (CPSC) is still interested in receiving incident or injury reports that are either directly related to this product recall or involve a different hazard with the same product. Please tell us about your experience with the product on [www.saferproducts.gov](http://www.saferproducts.gov)

CPSC is charged with protecting the public from unreasonable risks of injury or death associated with the use of the thousands of consumer products under the agency's jurisdiction. Deaths, injuries, and property damage from consumer product incidents cost the nation more than \$900 billion annually. CPSC is committed to protecting consumers and families from products that pose a fire, electrical, chemical, or mechanical hazard. CPSC's work to ensure the safety of consumer products - such as toys, cribs, power tools, cigarette lighters, and household chemicals - contributed to a decline in the rate of deaths and injuries associated with consumer products over the past 30 years.

Under federal law, it is illegal to attempt to sell or resell this or any other recalled product.

To report a dangerous product or a product-related injury, go online to: [www.saferproducts.gov](http://www.saferproducts.gov), call CPSC's Hotline at (800) 638-2772 or teletypewriter at (800) 638-8270 for the hearing impaired. Consumers can obtain this news release and product safety information at [www.cpsc.gov](http://www.cpsc.gov). To join a free e-mail subscription list, please go to <https://www.cpsc.gov/cpsclist.aspx>.

**Source :** [www.Recall.gov.us](http://www.Recall.gov.us)

## المخلص:

نهدف من خلال هذه الدراسة الإطلاع على ظاهرة تجارة السلع المقلدة عبر العالم من خلال تحليل أسبابها ومختلف آثارها السوسيو-اقتصادية، على أصحاب الحقوق والملاك الشرعيين، على الحكومات والمستهلكين، على اقتصاديات الدول سواء متقدمة أو نامية بالتركيز على الاقتصاد الجزائري، وكذا الإطلاع على مختلف الحلول الموضوعية عبر العالم من أجل محاربة هذه الظاهرة وكذا جهود الجزائر في هذه المجال.

وقد تبين لنا أن تجارة السلع المقلدة أحد الظواهر السلبية المصاحبة للعولمة، الانفتاح التجاري والتطور التكنولوجي، وتعد مشكلة متفاقمة تزداد يوماً بعد يوم حتى أصبحت اليوم تمثل أكثر من 10% من حجم التداول التجاري العالمي، ويترتب عليها آثار وانعكاسات سلبية على مختلف الدول ومختلف المجالات: الاجتماعية، الاقتصادية، المالية والأمنية وحتى السياسية.

ومن خلال دراسة هذه الظاهرة بالتطبيق على حالة الجزائر تبين أنها تختلف من سنة إلى أخرى لكنها في تزايد مستمر، ما كان له آثار عدة من حيث تعريض المستهلك الجزائري للخطر من خلال الأضرار بصحته وهدر أمواله والتسبب في حدوث عدة حوادث نتيجة تقليد قطع الغيار، الإضرار بسمعة السوق والعلامة الجزائرية، التأثير على تواجد الاستثمار الأجنبي المباشر وحتى المؤسسات الوطنية، وضياع الأموال (30-40 مليار دينار سنوياً)، وذلك رغم الجهود التي تبذلها الدولة عن طريق سن المزيد من القوانين أو جهود مختلف المصالح الوطنية من جمارك ومديريات التجارة...إلخ، غير أن الخبراء يجمعون على أن تلك الجهود لازالت غير كافية.

**الكلمات المفتاحية:** تجارة، السلع المقلدة، اقتصاديات الدول، آليات محاربة.

## Abstract :

We aim through this study are available on the phenomenon of trade of counterfeit goods across the world through the causes and different effects of socio-economic analysis, the owners of the rights and legitimate owners, governments and consumers, on the economies of countries, whether developed or developing, focusing on the Algerian economy, as well as access to various solutions placed across the world in order to fight this phenomenon, as well as Algeria's efforts in this area

Through this study show that the trade of counterfeit goods a negative phenomena associated with globalization, trade openness and technological development, and is a growing problem increasing day by day until it became today represent more than 10% of the size of the global commercial trading and the consequent negative effects and implications for various countries and various areas: social, economic, financial and security and even political.

Through the study of this phenomenon application to the case of Algeria it varies from year to year show but continues to increase, as it has several implications in terms of the Algerian consumer exposure to risk through the damage to his health and wasting money and causing several occurrence of accidents as a result of the tradition of spare parts, damaging the reputation of Market Algerian tag, the impact on the presence of foreign direct investment and even national institutions, and the loss of the funds (30-40 billion dinars per year), despite the efforts of the State through the enactment of more laws or different national interests and efforts of Customs and the departments of Commerce ,police.... etc., but experts agree that these efforts are still inadequate.

**Keywords:** trade, counterfeit goods, the economies of nations, fighting mechanisms.