

استخدام حقوق الملكية الفكرية كألية لتنشيط التنافس في السوق

إرزيل الكاهنة، أستاذة محاضرة أ
كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة
مولود معمري، تيزي وزو

مقدمة

تعتبر حقوق الملكية الفكرية الحد الفاصل بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية، فهي المقياس الذي يستند اليه للإقرار بقوة البلدان اقتصاديا. ذلك تعبير واضح على أهمية تلك الحقوق من الناحية الاقتصادية جعلت ومازالت تجعل البلدان تتنافس على امتلاكها والتنوع في استخدامها وذلك من خلال التنافس الشديد بين مختلف الشركات العملاقة التي تمتلك تلك الحقوق وتستخدمها كوسيلة للتوسع والاستثمار في مختلف البلدان. كما أنها تعتبر المقياس الحاسم في اتخاذ أبرز القرارات الحاسمة الخاصة بإنتاج وتوزيع مختلف السلع والخدمات في مختلف الأسواق فلا يكاد يوم يمر دون أن نلاحظ سلع جديدة وفق أحدث التقنيات والخبرات والعلامات التي تعرضها أبرز الشركات. فوجود إذن تلك الحقوق هو السبب الرئيسي وراء تنشيط السوق وجعل مختلف المؤسسات تزاحم وفق قواعد المنافسة المشروعة.

من خلال ذلك تتجلى أهمية تلك الحقوق في بلورة أهداف المنافسة التي ترمي في معظمها الى تحقيق الرفاهية الاقتصادية وتحقيق النمو المطلوب وتحسين معيشة

المستهلكين، فالهدف الأساسي لأي عون اقتصادي في السوق هو تحقيق الربح من حيث اكتساب أكبر قدر ممكن من الزبائن وتسويق أكثر لمنتجاته وخدماته. ذلك يؤدي بنا الى التساؤل حول المنفعة التي تقدمها حقوق الملكية الفكرية للسوق وجعل الأعوان الاقتصادية تتنافس وفق قواعد مشروعة لا يكتنفها التعدي على الأحكام القانونية السارية المفعول؟ بمعنى آخر كيف تستفيد المنافسة من استخدام حقوق الملكية الفكرية؟ للإجابة عن ذلك لابد من إبراز الاتصال القائم المنافسة بحقوق الملكية الفكرية (المبحث الأول) والنتائج المترتبة عن ذلك (المبحث الثاني).

المبحث الأول: طبيعة الترابط القائم بين حقوق الملكية الفكرية والمنافسة

منذ الوهلة الأولى فإن محاولة إقامة علاقة بين المنافسة وحقوق الملكية الفكرية مسألة ليست بالسهلة بالنظر الى التنافر القائم بينهما وعدم تلاقيهما بسبب تعارض الأهداف المطلوبة تحقيقها من قبل أصحاب تلك الحقوق وضرورة المحافظة على التنافس النزيه والمشروع. فمعظم الدراسات في البلدان الغربية تؤكد على أن حقوق الملكية الفكرية مبنية على قاعدة الاحتكار⁽¹⁾ وهي المسألة التي لا تتناسب تماما مع المنافسة الحرة المبنية على عدم استخدام الاحتكار من خلال المعادلة التالية: المنافسة تمنع الاحتكار. فالمنافسة ترفض كل أشكال الممارسات والسلوكات التي قد تؤثر في توازن الأسواق السلعية والخدماتية، فالقاعدة العامة هو التنافس الحر والابتعاد عن أشكال الاحتكار التعسفي إلا في حالات الضرورة القصوى محددة سلفا من قبل التشريع والتنظيم كونها تهدف الى تحقيق المصلحة العامة وتحقيق النظام العام الاقتصادي. غير أن ذلك لا يمنع من وجود مواطن التلاقي بين النظامين (المطلب الأول) يجعل من المنافسة هي التي تتأثر أكثر من استخدام تلك الحقوق (المطلب الثاني).

1 - ففي بداية القرن العشرين أقرت المحكمة العليا الأمريكية أن النهاية المنتظرة من وراء استعمال حقوق الملكية الفكرية هي الاحتكار.

Analyse économique de la propriété intellectuelle par François Lévêque et Yann Ménière, Chapitre 5. Propriété intellectuelle et droit de la concurrence, p.2.

المطلب الأول: المنافسة قوامها وجود حقوق الملكية الفكرية: إن تحديد الكيفيات التي تستخدم فيها حقوق الملكية الفكرية هو الذي يحدد بالضبط الصلة القائمة بينها وبين المنافسة والتي يمكن استنتاجه من الممارسات العملية في استعمال حقوق الملكية الفكرية. يتعلق الأمر بتلك الصفقات والاتفاقات التي تعقد بشكل مألوف بين مختلف الأعوان الاقتصادية للحصول على التراخيص لاستخدام حقوق الملكية الفكرية للدخول الى الأسواق في إطار ما يسمى بنقل التكنولوجيا والمعرفة (الفرع الأول) وكذا دعم ومساعدة بعض المؤسسات للدخول الى الأسواق في إطار عقود نقل التكنولوجيا (الفرع الثاني).

الفرع الأول: التراخيص كألية للتنافس:

إن امتلاك حقوق الملكية الفكرية مسألة لصيقة بالمؤسسات التي أنشأتها في شكل أعمال مادية والتي تتنوع وبالخصوص الى مختلف الحقوق الصناعية وبأقل درجة الى الحقوق الأدبية. يتعلق الأمر باستخدام العلامات التجارية وبراءات الاختراع والنماذج والرسوم الصناعية وقواعد المنشأ وحقوق التأليف والحقوق المجاورة المنظمة والمحمية قانونا⁽²⁾ وبموجب الاتفاقيات الدولية على غرار اتفاق المنظمة العالمية للتجارة حول حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة، حيث تم التأكيد على الأهمية التي تحتلها هذه الحقوق في الحياة الاقتصادية والتي تتطلب الحماية والمحافظة عليها. بناء على هذه المعطيات فاستخدام هذه الحقوق هي بالأصل من حق اصحابها لوحدها في كل عمليات الإنتاج والتوزيع لمختلف أنواع السلع والخدمات التي تعرض في السوق تجعلهم يكتسبون ويستحوذون على الأسواق ذلك حق مشروع وهو المؤلف لأن المصلحة الخاصة واردة بشكل مشروع لصيق بامتلاك تلك الحقوق. لكن هذه مسألة تجعل المؤسسات

2 - فعلى سبيل المثال تم تنظيم هذه الحقوق في القانون الجزائري بموجب النصوص التالية:

- امر رقم 03 - 05 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

- امر رقم 03 - 06 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات.

- امر رقم 03 - 07 مؤرخ في 19 يوليو 2033، يتعلق ببراءات الاختراع.

- امر رقم 66 - 68 مؤرخ في 28 افريل 1966، يتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية.

والشركات وبصفة عامة الاعوان الاقتصادية التي لا تمتلك تلك الحقوق لا تستطيع المنافسة بالنظر الى محدودية درايتها بتلك الخبرات التي هي موضوع المعرفة والخبرة التي تتضمنها تلك الحقوق.

لذا وبغرض جعل المؤسسات الأخرى تستفيد وتكثر في السوق وتزاحم وتتنافس وفق قواعد مشروعة وحرّة، من جهة، و حتى لا يتم التعدي على تلك الحقوق من جهة ثانية، تم إيجاد سبيل ومخرج يساعد الجانبين من خلال نظام التراخيص licences. فمعظم الشركات المالكة لحقوق الملكية الفكرية تقبل استخدام حقوقها من قبل المؤسسات الأخرى بترخيص واضح منها لأنه يشكل الحماية المثلى لها والذي أكدت عليه أيضا مختلف التشريعات نذكرنا المادة التاسعة من الأمر رقم 03-06 التي تنص على: «...إن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها...»⁽³⁾. أيضا نص المادتان 10 و 11 من قانون براءات الاختراع القاضيتان بملكية براءة الاختراع لصاحب الاختراع لوحدته إلا إذا اشتركا فيه شخصان أو أكثر فتكون الملكية مشتركة ويمتلك أصحابها حق الاستئثار فلا يمكن استخدام تلك البراءة في الإنتاج أو الصناعة دون رضا أصحابها⁽⁴⁾.

يعرف الترخيص بأنه اتفاق نقل التكنولوجيا الذي يحدد الإنتاج والسعر لمختلف المنتجات من سلع وخدمات⁽⁵⁾. وهو إذن أورشصة تصدر من صاحب حق الملكية الفكرية الى شخص اخر باستخدام ذلك الحق بموجب اتفاق أو عقد. وقد اعتبر الترخيص مصدر رعاية واهتمام بين سياسة استخدام حقوق الملكية الفكرية وسياسة المنافسة، فمعظم

3 - أمر رقم 03 - 06، مرجع سابق.

4 - أمر رقم 03 - 07، مرجع سابق.

5 - LEFOUILI Yassine, Innovation , Propriété Intellectuelle, Concurrence et Régulation : Essai en Economie Industrielle, thèse pour le doctorat de Sciences Economiques, Université de Paris I Panthéon – Sorbonne, U.F.R de Sciences Economiques, 2008-2009, P.23

الشركات الحديثة المتواجدة في السوق نجحت وأصبحت تتنافس في السوق بفضل رخصة استخدام حقوق الملكية الفكرية خاصة براءات الاختراع (6). فالترخيص شكل وما زال يشكل الأداة القوية الدافعة لاكتساب المعرفة والخبرات والإبداع والابتكار، وعليه جعل العون الاقتصادي يتواجد ويتزاحم في السوق مادام من عناصر المنافسة التزاحم وكثرة الأعوان الاقتصادية، فقد وصف بأنه عنصر حيوي في الاستراتيجية التجارية للشركات خاصة الصغيرة والمتوسطة منها.

إن العون الاقتصادي هو أساس وجود السوق⁽⁷⁾ والمعاملات التجارية، لذلك لكي يتم القول بالتنافس يجب أن يتعدد ويكثر هؤلاء الأعوان الاقتصاديين. فوجود عون اقتصادي واحد في السوق سوف لن يعطي لها أهمية ما دام لن يؤثر ذلك لا في إنتاج السلع وتسويقها أو تقديم الخدمات أو ارتفاع الأسعار ما دام لا يوجد من يزاحمه. أكثر من ذلك فقد يؤدي ذلك إلى تعطيل هذه السوق فتصبح بدون فعالية، فعلى العكس من ذلك إذ أكثر المتعاملين الاقتصاديين كان للسوق وزنه، حيث يزداد الإنتاج ويكثر العملاء فيلعب بذلك العرض والطلب دورهما الأمر الذي سيؤثر بشكل واضح على ارتفاع وانخفاض الأسعار وجودة السلع التي سيتم عرضها وكذا الشأن بالنسبة للخدمات.

كما أن وجود الترخيص لاستخدام حقوق الملكية الفكرية يتم من خلاله تبادلي المنازعات التي قد تؤثر بشكل كبير على سيرورة السوق والمنافسة غير المشروعة والنزيمية والتي قد تكثر من النفقات الكبيرة التي لا تقدر عليها المؤسسات الحديثة التواجد في السوق ويزيد من فجوتها الاقتصادية بالمقارنة مع نظيرتها من المؤسسات الكبرى. كما أن وجود الترخيص يقلل من كل أشكال التعدي والتقليد غير المشروع لتلك الحقوق والذي يتنافى مع مبادئ المنافسة الحرة والمشروعة.

6-IDEM , P.24

7 - يقصد بمصطلح السوق كل سلع أو خدمات معنية بممارسات مقيّدة للمنافسة وتلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لنظر لمميزاتها وأسعارها والموقع الجغرافي التي تعرض فيها. راجع المادة ال 3 ب من أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، جر العدد 43.

الفرع الثاني: إبرام عقود لنقل التكنولوجيا كأسلوب للتزاحم: إن إبرام عقود نقل التكنولوجيا هي الطريقة المثلى لاستخدام حقوق الملكية الفكرية والتي بموجبها يتم خلق جو ملائم للتنافس بين مختلف الاعوان الاقتصادية باعتبارها من عقود الأعمال التي تجعل العون الاقتصادي ينشط ويتواجد في السوق. والدليل على ذلك محتوى معظم تلك العقود المنطوية على اكتساب المعرفة والخبرات من خلال التزام الشركات المالكة لحقوق الملكية الفكرية بتدريب وإدارة الشركات الصغرى ثم في النهاية جعلها شركات قادرة على التواجد في الأسواق إذن التزاحم فيه. وقد عرف المشرع المصري عقد نقل التكنولوجيا على أنه: «عقد نقل التكنولوجيا اتفاق يتعهد بمقتضاه مورد التكنولوجيا بأن ينقل بمقابل معلومات فنية إلى مستورد التكنولوجيا لاستخدامها في طريقة فنية خاصة لإنتاج سلعة معينة أو تطويرها أو تركيب أو تشغيل آلات أو أجهزة أو لتقديم خدمات، ولا يعتبر نقلاً للتكنولوجيا مجرد بيع أو شراء أو تأجير أو استئجار السلع، ولا بيع العلامات التجارية أو الأسماء التجارية أو الترخيص باستعمالها إلا إذا ورد ذلك كجزء من عقد نقل تكنولوجيا، أو كان مرتبطاً به».⁽⁸⁾

فكأمثلة عن ذلك سيتم التطرق الى عينة لتلك العقود الناقلة للتكنولوجيا للتأكيد على استخدام حقوق الملكية الفكرية لغرض إيجاد التنافس في الأسواق على غرار عقد الفرنشايز وعقد الترخيص وعقد التسيير.

أ- عقد الفرنشايز: بالعودة الى مضمون عقد الفرنشايز نجد أنه ينطوي على مسألتين أساسيتين هما:

- نقل المعرفة الفنية: ويقصد بها الخبرة التقنية ذات الطابع السري والتي تكون ضرورية لتحقيق بعض الأهداف الصناعية والمتمثلة في تقديم المعلومات حول كيفية القيام بالبيع وتحديد الأسعار وتقديم الخدمات وكذا أسلوب التعامل مع الزبائن وكيفية استقطابهم الى الاقبال على المؤسسات المستفيدة من تلك المعرفة الفنية. ذلك ما تبحث عنه المؤسسات الناشئة في السوق بهدف الدخول الى عالم الإنتاج والتوزيع والتوسع والاستثمار.

8 - المادة 73 من قانون التجارة المصري الجديد رقم 17 لسنة 1999.

- استخدام حقوق الملكية الفكرية: فأساس وجود عقد الفرنشايز هو تمكين المؤسسات المستفيدة من حقوق الملكية الفكرية من استقطاب السوق والدليل على ذلك شروط استخدام حقوق الملكية الفكرية الواردة في عقد الفرنشايز نذكر منها قابلية تلك الحقوق للاستغلال الصناعي كوسيلة للإنتاج والتوزيع مستقبلا. من حيث تمكين الشركات المستفيدة منها من استعمال العلامات الفارقة من اسم تجاري وشعار وعلامة تجارية وعنوان الشركة والرسوم والنماذج الصناعية التي تسمح باستقطاب أكبر قدر ممكن من الزبائن⁽⁹⁾. إذن تحقيق الأرباح والتنافس في السوق وفق قانون العرض والطلب.

ب- عقد الترخيص: يعتبر عقد الترخيص الأداة الرئيسية للنقل الدولي للتكنولوجيا، وهو يتضمن أساسا نقل المعرفة الفنية من المرخص إلى المرخص له. غير أن الترخيص قد يشمل بالإضافة إلى المعرفة الفنية نقل الحق في استغلال براءة اختراع أو تصميم صناعي أو علامة تجارية إلى المرخص له، فإذا كانت التكنولوجيا محل العقد تشتمل في أحد عناصرها على حق من حقوق الملكية الفكرية، وجب أن يتضمن العقد أحكاما خاصة تنظم استغلالها⁽¹⁰⁾. في الغالب يتضمن الترخيص شروطا تفرض على الشركات المرخصة باستخدام حقوق الملكية الفكرية التزامات معينة بهدف تمكين الشركات المستفيدة من تلك الحقوق الانتفاع بحقوق الملكية الصناعية على أفضل وجه. فقد يتضمن العقد مثلا التزام الشركة المالكة والمرخصة بتوريد المواد الأولية والخدمات اللازمة لتصنيع المنتجات إلى الشركة المستفيدة أو كذا التزامها بالدعاية والإعلان عن المنتجات أو تقديم المساعدة والخبرة الفنية للمرخص له في مجال التصنيع أو التسويق. وينبغي عليها أيضا امداد المؤسسة المستفيدة بكافة المعلومات والمعارف

9- دعاء طارق البشتاوي، عقد الفرنشايز واثاره، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس فلسطين، 2008، ص. 83 وما يليها.

10 - د/حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء مجلس الشورى، مسقط 23 و24 مارس / آذار 2004، ص. 2.

الفنية والتكنولوجية المتعلقة بمعايير الجودة. ذلك هو المطلوب بهدف الدخول الى الأسواق والتزاحم فيه.

ج- عقد التسيير: فعقد التسيير يمثل هو الآخر الطريقة المثلى لتواجد العون الاقتصادي في السوق. فبفضل الشهرة والعلامة التجارية التي يفضيها العون الاقتصادي المالك والمناخ لها للشركة المستفيدة يجعل هذه الأخيرة معروفة في السوق. والدليل على ذلك أنه من أسباب إدراج عقود التسيير ضمن عقود نقل التكنولوجيا هو السماح بالتوسع والاستثمار لأكبر الشركات المالكة للعلامات التجارية في مجال الفنادق والمطاعم واستفادة نظيرتها من الشركات الأخرى التي لا تمتلك تلك العلامات والخبرات في السوق من ذلك⁽¹¹⁾. فحتى في تعريف العقد هو اتفاق تلتزم من خلاله تلك الشركات العملاقة بمنح معرفتها وإدارة شركات ناشئة بجعلها قادرة على مواجهة الأسواق السلعية والخدماتية من حيث طريقة التعامل مع الزبائن والتسويق ونتاج وتوزيع مختلف السلع والخدمات من خلال عمليات التدريب التي تحظى بها لعمالها ومديرها بتقديم لهم أصول ادارة الشركات واقتحام عالم الأسواق والمنافسة (12)، ذلك هو المطلوب. يعبر ذلك أيضا عن إحدى عناصر المنافسة وهو معرفة السوق بصفة جيدة، فلا يمكن تصوّر منافسة في إطار مشروع إلا إذا كان العون الاقتصادي على دراية تامة بالقواعد السائدة في السوق. ويتعلّق الأمر بمعرفة العادات والأعراف التجارية وطبيعة المعاملات المراد القيام بها وكيفية العرض وأثمان السلع والخدمات إضافة إلى تنظيم القانون لهذه السوق كالضرائب الواجب دفعها والتسجيل في السجل التجاري.

11 - لمزيد من التفاصيل حول هذا العقد راجع: ايت منصور كمال، عقد التسيير الية لخصوصية المؤسسة العامة ذات الطابع الاقتصادي، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2009.

12 - فعلى سبيل المثال تنص المادة 4 من التقنين المدني الجزائري على: « يلتزم المسير بتحسين المردودية الاقتصادية والمالية للملك واقتحام الأسواق الخارجية لاسيما عن طريق رفع شأن المنتوجات والخدمات المقدمة». أمر رقم 58-75 مؤرخ في 26/09/1975، معدل ومتمم، الأمانة العامة للحكومة، www.joradp.dz

المطلب الثاني: حاجة الملكية الفكرية الى المنافسة:

من خلال ما تم سرده انفا نتوصل الى نتيجة أساسية وهي التزاوج المحتوم بين حقوق الملكية الفكرية والمنافسة رغم تعارض المصالح إلا أن ذلك لا يمنع من أن يكون كلاهما ذو هدف مشترك وهو تحقيق المصلحة العامة. فلا وجود للمنافسة بدون حقوق الملكية الفكرية فسياسية المنافسة قائمة على الحاجة الى حقوق الملكية الفكرية فهي التي تميز الأعوان الاقتصادية وتجعلها تتنافس فيما بينهما إذن نتيجة أخرى استخدام حقوق الملكية الفكرية بحاجة الى المنافسة الحرة والمشروعة. إذن الإقرار للوهلة الأولى بوجود تكامل بين حقوق الملكية الفكرية والمنافسة. والذي يتعلق بضرورة تطبيق قواعد المنافسة عند استعمال حقوق الملكية الفكرية، لان المنافسة هي التي ترسم حدود الملكية الفكرية لضمان عدم اساءة استخدامهما فهي بمثابة العامل المشجع على الابتكار. لذا فأصحاب حقوق الملكية الفكرية ملزمين باحترام أصول وقواعد المنافسة المتعلقة باحترام عدم اللجوء الى التمرکز الاقتصادي (الفرع الأول) ومنع الممارسات المقيدة للمنافسة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الحد من التمرکز الاقتصادي:

ويقصد به الحد من التّجميعات الاقتصادية والتي عرفها المشرّع الجزائري على أنّها:
- اندماج مؤسّسات أو أكثر.

- حصول شخص أو عدّة أشخاص طبيعيين لهم نفوذ على مؤسّسة على الأقل أو مؤسّسة أو مؤسّسات على مراقبة مؤسّسة أو عدّة مؤسّسات أو جزء منها، بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق أخذ أسهم في رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول المؤسّسة أو بموجب عقد أو بأية وسيلة أخرى.

- إنشاء مؤسّسة مشتركة بهدف القيام بوظائف دائمة لكلّ وظائف مؤسّسة اقتصادية مستقلّة⁽¹³⁾.

13 - المادة 15 من أمر رقم 03-03، مرجع سابق.

وتتم الرقابة على مؤسسة ما من قبل مؤسسة أخرى أو عدة مؤسسات أخرى عن طريق إمكانية ممارسة النفوذ الأكيد والدائم على نشاط مؤسسة وذلك باستعمال إما حقوق الملكية أو حقوق الانتفاع على ممتلكاتها أو جزء منها، أو عن طريق حقوق أو عقود المؤسسة والذي يسمح لها بأن تفرض رأيا على الأجهزة المكونة لها لاسيما من حيث التشكيل أو المداولات أو اتخاذ القرارات⁽¹⁴⁾.

فإذا تحققت هذه التجميعات كان ذلك مخالفة لقواعد المنافسة تدخلت سلطة الضبط لمواجهتها بموجب شكوى ترفع من قبل الشركات والمؤسسات المتضررة. ويمثل ذلك مساعدة لأصحاب حقوق الملكية الفكرية على التواجد في الأسواق كونهم موضوع حماية من تلك التصرفات التي قد يلجأ إليها المؤسسات الأخرى المتواجدة في السوق والتي ترغب في السيطرة على تلك الحقوق باستغلالها بشكل غير مرغوب فيه من حيث اقرار التجميع بهدف القضاء على صاحب الحق، من جهة. ومن جهة أخرى، يظهر ذلك في الحالة الأخرى من استغلال تلك الحقوق أو الحصول على الرخصة بشأنها. فإذا تأكد سلطات الضبط أن هناك استغلال لتلك الحقوق بصفة متعسف فيها غرضها ليست التجارة بقدر ما هو الاحتكار الذي يتنافى مع أصول المنافسة الحرة تدخلت لمنعه وهو ما سيشكل خسارة كبيرة لأصحاب تلك الحقوق لأن ذلك سيؤدي الى إبعادهم من المنافسة الحرة. وفي هذا الشأن تنص المادة 37 من قانون براءات الاختراع الجزائري على بطلان البنود التي ترد في عقود التراخيص إذا ما تضمنت شروطا مسبقة على المشتري تنطوي على التعسف في استعمال براءة الاختراع والذي من شأنه الإضرار بقواعد المنافسة مادامت لها صلة بالمجال الصناعي والتجاري⁽¹⁵⁾.

الفرع الثاني: منع الممارسات المقيدة للمنافسة: يتعلق الأمر بـ:

1- منع الاتفاقات المحظورة: يقصد بالاتفاقات المحظورة ذلك الاتفاق الذي قد

14 - المادة 16 من نفس الأمر.

15 - امر رقم 03 - 07، مرجع سابق.

تلجأ إلى مجموعة من المؤسسات بهدف عرقلة دخول المؤسسات الأخرى إلى السوق وبالتالي الحد من المنافسة المشروعة النزيهة الشفافة⁽¹⁶⁾. وتصنف هذه الاتفاقات الى:

أولاً – الاتفاقيات العضوية: ويكون في شكل تجمعان ذات المصلحة المشتركة تتمتع بالشخصية المعنوية، كقيام عدّة مؤسسات اقتصادية بإنشاء شركة تجارية تتمركز فيها الطلبات، وتصبح بذلك وكيلا أو نائبا عن هذه المؤسسات. أو تتخذ شكل جمعية أو نقابة⁽¹⁷⁾.

ثانيا – الاتفاقيات التعاقدية: يكون في شكل إبرام عقود وفقا للقواعد العامة الواردة في القانون المدني في إنشاء العقود، والذي قد يكون عقد توزيع أو نقل للمنتجات أو الخدمات. وتصنف هذه العقود أفقية والتي تبرم بين مؤسسات تتنافس فيما بينها والتي تطوّرت إلى نفس مرحلة التطور الاقتصادي، فتتفق على فرض جدول موحد للأسعار. وعقود عمودية يتجسد في اتحاد مؤسسات تختلف في معاملاتها ونشاطاتها وتختلف في موقعها من التطور الاقتصادي.

ثالثا – الأعمال المدبّرة: أي قيام المؤسسات بأعمال سلبية والمتمثلة في امتناع هذه المؤسسات من التنافس فيما بينها كقيام هذه المؤسسات بممارسة واقعية لأسعار مماثلة أو الامتناع من تطوير وتوسيع مجال نشاطاتها التجارية أو الامتناع عن ترقية معاملاتها خارج دائرة نشاطاتها التي اعتادت التعامل فيها.

فإن تمت هذه الاتفاقات بمختلف أنواعها أدى الأمر إلى الحد من الدخول إلى السوق وتقليص الإنتاج وإقسام الأسواق ورفعته أو انخفضت الأسعار. فوجود هذه القواعد المنصوص عليها في قانون المنافسة هي التي تجعل أصحاب حقوق الملكية الفكرية يتقيدون بها لأن اللجوء اليها سيؤدي الى تطبيق الإجراءات المتعلقة بردع الممارسات المنافية للمنافسة من خلال تدخل الهيئة الضابطة للأسواق والمتمثلة في

16 - المادة السادسة من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

17 - جلال مسعد، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2002، ص 72، 74، 76.

مجلس المنافسة في القانون الجزائري. وفي هذا الإطار يمكن للدولة أن تلجأ إلى الترخيص الإلزامي عندما يتعلق بالتعسف في استخدام براءة الاختراع والذي يعني لجوء السلطة المعنية وباسم المنفعة العامة لسحب رخصة استعمال براءة الاختراع من صاحبها وتحويلها إلى استعمال إجباري من قبل الدولة⁽¹⁸⁾. إذا تم التأكد من مخالفتها لقواعد المنافسة خاصة في الحالة التي يهدف من وراءها صاحب البراءة إلى حجب السلعة أو رفع أو خفض أسعارها بهدف الإضرار بالزبائن⁽¹⁹⁾.

كما أن هناك عدة قرارات صادرة عن سلطات الضبط في البلدان الأوروبية منحت رخص إجبارية للاستغلال براءة الاختراع لفائدة المؤسسات التي كانت بحاجة إليها بسبب تعسف الشركات المالكة لها في قضايا MAGILL و IMS و MICROSOFT⁽²⁰⁾. حيث تم إلزامها بتقديم المعلومات الأساسية والضرورية المتعلقة بالحق المملوك بهدف تفعيل السوق وتنشيط المنافسة تطبيقاً لقوانين anti-trust⁽²¹⁾.

18 - حيث تنص المادة 49 من الأمر رقم 03 - 07 على: «يمكن الوزير المكلف بالملكية الصناعية في أي وقت، منح رخصة إجبارية لمصلحة من مصالح الدولة أو للغير الذي يتم تعيينه من طرفه، لطلب براءة أو لبراءة اختراع، وذلك في إحدى الحالات الآتية: ... 2) عندما ترى هيئة قضائية أو إدارية أن صاحب البراءة أو من هو مرخص له باستغلاله أن يستغل البراءة بطريقة مخالفة للقواعد التنافسية، وعندما يرى الوزير المكلف بالملكية الصناعية أن استغلال البراءة تطبيقاً لهذه الفقرة يسمح بالعدول عن هذا التصرف».

19 - رعد فوزي البطائي، الترخيص باستخدام حقوق الملكية الفكرية، مركز الدراسات الوفة، العدد العاشر، 2008، ص.140.

20 - MARTY Frédéric, PILLOT Julien, Politiques de concurrence et droits de propriété intellectuelle :

La théorie des facilités essentielles en débat, P.1.

21 - TABATONI Pierre, Droit de propriété, concurrence et innovation, colloque de l'ASMEP « Evolution du droit de propriété et entreprise patrimoniale » organisé le jeudi 5 juin 2003 à la Fondation Singer-Polignac, P.5.

ب- التعسف في الهيمنة في السوق: يعتبر الهيمنة على السوق شكل من أشكال الاحتكار والذي يعرف على أنه كل عمل من شأنه سوء استغلال المركز الاقتصادي للحد من المنافسة المشروعة، بهدف جني أرباح خيالية وبصورة مخالفة للمبادئ الأساسية التي يقوم عليه السوق والاستناد إلى قانون العرض والطلب. بمعنى آخر هو حبس الشيء والامتناع عن بيعه رغم شدة حاجة الناس إليه، حتى يرتفع سعره أو ينقطع عن السوق وذلك لغرض اقتصادي⁽²²⁾. ونجد استعمال المشرع الجزائري لمصطلح الاحتكار للتعبير عن التعسف في الهيمنة في السوق، وهو ما يفهم من مضمون المادة السابعة (07) من قانون المنافسة بعبارة: «يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها...».

ويتم التأكد من الهيمنة على قياس الوزن المالي والعلامة المشهورة والتسيير الحر للمؤسسة والأعمال والتقدم التكنولوجي والتي قد تأتي من البائع أو المشتري في السوق على حد سواء. ونجد المرسوم التنفيذي رقم 314-2000 يحدد المقاييس التي تبين أنّ العون الاقتصادي هو في وضعية وتتمثل في: - « حصة السوق التي يحوزها العون الاقتصادي مقارنة بالحصة التي يجوزها كل عون من الأعوان الاقتصاديين الآخرين في نفس السوق.

- الامتيازات القانونية أو التقنية التي تتوافر لدى العون الاقتصادي المعني.

- العلاقات المالية أو التعاقدية أو الفعلية التي تربط العون الاقتصادي بعون أو عدة أعوان اقتصاديين والتي تمنحه امتيازات متعددة الأنواع.

- امتيازات القرب الجغرافي التي سيتقيد منها العون الاقتصادي المعني»⁽²³⁾.

22 - د/ نادر عبد العزيز شافي: من أكثر الجرائم قدما الاحتكار في مفهومه وأثاره وعقوبته، www.lebarny.gov، ص1.

23 - المرسوم التنفيذي رقم 314-2000 مؤرخ في 14/ 10/ 2000 يتضمن تحديد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك المقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف، ج رالعدد 61 ل 18 / 10 / 2000. وهذا قد تمّ إلغائه بموجب المادة 73 من الأمر رقم 03 - 11، مرجع سابق.

ويتحقق هذا التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق أيضا عندما يؤدي إلى الحد من الدخول إلى السوق أو ممارسة النشاطات التجارية. أو تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني أو إلى اقتسام الأسواق ومصادر التموين أو عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها أو تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين أو إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية⁽²⁴⁾

فوجود هذه القواعد تجعل أصحاب حقوق الملكية الفكرية يخضعون لأليات السوق من جهة كما يعتبر ذلك حماية لهم من كل أشكال التعدي والقرصنة والتي قد يلجأ إليها بعض الأعوان الاقتصاديين لأن وجود هذا التعسف في الهيمنة في السوق تجعلهم لا يتميزون عن غيرهم من الأعوان الاقتصادية الأخرى ولا يظهرون التفوق في السوق المطلوب وقضاء على ابتكاراتهم. كما أن عدم تطبيق هذه القواعد من قبلهم هو تأكيد على احتكارهم للأسواق وعدم التزامهم بالعقود المبرمة سلفا مع المؤسسات الأخرى بعدم جعلها تستفيد من كافة المعلومات ذات الصلة بتلك الحقوق ذلك تعسف من جانبهم.

المبحث الثاني: نتائج استخدام حقوق الملكية الفكرية في السوق

بالنظر إلى التكامل القائم بين المنافسة وحقوق الملكية الفكرية ورغم التعارض بين المصلحة التي يرمي إليها كلاهما إلا أن نتائج استخدام حقوق الملكية الفكرية في الأسواق ذي منافع كبيرة تركز على تحقيق أهداف المنافسة الحرة (المطلب الأول) وكذا تقوية التزاحم في السوق (المطلب الثاني).

24 - المادة السابعة من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

المطلب الأول: تحقيق أهداف المنافسة الحرة: تعتبر المنافسة الوسيلة والأداة الفعالة للإبداع والابتكار فهي الوسيلة المثلى للتقليل من التكاليف وتقديم أفضل وأحسن السلع والخدمات. إن محاربة الاحتكار وقوة السوق يعتبر من أهداف قانون المنافسة، فالهدف من إصدار قانون المنافسة هو الحد من ظهور مؤسسات تتركز في أيديها القوة الاقتصادية⁽²⁵⁾ ويكون لها السيطرة على السوق وعليه فإن للمنافسة قيمة وأهمية سياسية، ذلك أن النصوص القانونية التي وضعت لحمايتها والتي تعرف بتشريعات anti-trust أي المضادة للاحتكار كانت انعكاسا واضحا وامتدادا طبيعيا للدستور الأمريكي الذي لا يهدف إلى تنظيم شكل الحكم فحسب بل يهدف إلى أيضا إلى إيجاد وتنظيم جملة من السلطات المضادة التي تحول دون التسلط والتعسف الذي يمكن أن ينتج عن ممارسة السلطات المشروعة⁽²⁶⁾. وباعتبار حقوق الملكية الفكرية قد تخالف ذلك فقد ألزمت التشريعات هؤلاء المالكين لتلك الحقوق باحترام أهداف المنافسة الحرة والذي يمكن إبرازه في:

1 -زيادة الفعالية الاقتصادية: ذلك ما تنص عليه كل القوانين المنظمة للمنافسة من بينها القانون الجزائري للمنافسة في المادة الأولى منه⁽²⁷⁾. فالمنافسة تعبر عن طريقة للتنظيم الاجتماعي تفرض على الأعوان الاقتصاديين سلسلة من المناهج والمفاهيم حددتها النصوص القانونية الخاصة بالمنافسة، غايتها توزيع الموارد النادرة بطريقة عقلانية وتحسين طرق الإنتاج وتجويد المنتجات وتشجيع التقدم الصناعي والتكنولوجي حيث إن المنافسة تجبر كل عون اقتصادي على بذل قصارى جهده لتحسين طرق

25 - محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، 2004 ص 255.

26 - محمد الشريف كتو، أهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية.

27 - حيث تنص على: «يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط المنافسة في السوق... قصد زيادة الفعالية الاقتصادية...». أمر رقم 03-03، مرجع سابق.

ووسائل تخفيض تكاليف إنتاج المنتجات والخدمات إلى أدنى سعر ممكن (28)، فهي بذلك (أي المنافسة) أفضل سياسة صناعية ممكنة. لذا فأصحاب حقوق الملكية الفكرية وعندما تستعملون تلك الحقوق على سبيل المثال لأهداف الصناعة فيجب أن يركزوا على أهداف ذات طبيعة أفقية محضة ذات توجه عام مثل المساعدة على إنشاء المؤسسات وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم البحث الشبه فعال والمعاملة الجبائية العادلة في مجال الاختراع والتربية والتكوين والتنمية المحلية وغيرها. وترك المجال للأسواق لانتقاء الأعوان الصناعيين والمشاريع الأكثر ملائمة.

من هذا المنطلق فكل من المنافسة وحقوق الملكية الفكرية لدهما نفس النهاية وهي تحقيق الرفاهية الاقتصادية بتنوع الأسواق بشتى المنتجات من سلع وخدمات بتقديم أجودها وأفضلها. فسياسة المنافسة تهدف الى تحقيق اثارين هما: أ- اثار على سوق السلع بالسماح للمستهلكين من الاستفادة من أحسن وأفضل الشروط التي تسمح باقتناء تلك السلع.

1- اثار يتعلق بالمنافسة من أجل الدخول الى السوق التي تقدم منتجات جديدة والخبرات والتكنولوجيات الجديدة.

فالمنافسة يمكن أن تدفع الى الإبداع والاختراع من أجل تفادي المعوقات ذات الصلة بالمنافسة على السلع الموجودة سلفا في الأسواق، فهي بذلك تخدم الابداعات والتكنولوجيا والاستثمارات وتشجعها. غير أن ذلك قد يكون غير كاف لأن الأخطار المحيطة بالاستثمار كثيرة تجعل المستثمر قد لا يستعيد قيمتها فتدخل حقوق الملكية الفكرية لإصلاح الدافع الى الاستثمار مادامت تمنح لصاحبها حق حصري بتغطية استثماره المقترح. وفي هذا الشأن أقرت المحكمة الأوروبية للعدالة في سنوات الستينات أنه «يجب التمييز بين حقوق الملكية الفكرية واستخدامها: فبمجرد وضع المنتج المحمي في سوق إحدى البلدان الأعضاء فإن حق الملكية الفكرية يكون قد استغرق أو انتهى

28- محمد الشريف كتو، أهداف المنافسة، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، مرجع سابق.

والحق الفكري الموازي لا يجب أن يستعمل كحاجز لاستيراد تلك المنتجات من بلدان أعضاء أخرى»⁽²⁹⁾. يستنتج من ذلك أن حق الملكية الفكرية يجب أن يعمل على تحقيق أهداف السوق بتنويعه بشتى المنتجات وترك قانون العرض والطلب هو الذي يلعب دوره في انتقاء ما يلزم المستهلك ذلك هو المطلوب ولا يجب ان يستعمل ذلك الحق كضريعه للقضاء على بعض المنتجات باتباع سياسة الاحتكار الذي يتنافى مع الرفاهية الاقتصادية المطلوبة كإحدى أهداف المنافسة المشروعة والحررة.

وعليه فإن التكامل بين المنافسة وحقوق الملكية الفكرية قوي جدا. فكما أن الحقوق التقليدية تشجع المنافسة للإنتاج بتحديد انتقاء المستهلك فان حقوق الملكية الفكرية تجعل المنافسة توسع من استعمال المستهلك للمعرفة على المنتج. فحق الملكية الفكرية مثل براءة الاختراع هو من المفروض يجب أن يعمل على تفضيل اشهار الابتكار على اعتبار أن المعرفة المنتجة لا تكون محمية الا إذا كانت مشاعة. يتعلق الأمر باقتصاد المعرفة الذي يركز على الابداع والابتكار، فلأبعاد التقليدية للمنافسة المتعلقة بالسعر والجودة تؤدي الى شكل جديد من التنافس يركز على سلع جديدة وبمبادرات جديدة في التكنولوجيا والصراع على براءات الاختراع واتفاقات شراكة ونقل للتكنولوجيا. بمعنى واحد ففي ظل المعرفة والابداع فالمنافسة على السوق ستعوض بالمنافسة لأجل السوق وينتج عن ذلك سوق ملائمة.

2- الالتزام اتجاه المستهلكين: إن المنافسة يجب أن ترمي الى الدفاع عن مصالح

المستهلكين ذلك ما اقرته مختلف التشريعات منها نص المادة الأولى من قانون المنافسة التي تنص على: «يهدف هذا الأمر الى تحديد شروط المنافسة في السوق... وتحسين ظروف معيشة المستهلكين...»⁽³⁰⁾. ولا يتأتى ذلك إلا بمراقبة سلوكات الأعوان الاقتصاديين في السوق من حيث كيفية تعاملهم مع المستهلك والذي يتجلى أكثر في طبيعة المنتجات التي

29 - ENCAOUA David, GUESNERIE Roger, Politiques de la concurrence, La Documentation française. Paris, 2006 , P.116.

تعرض في السوق من حيث جودتها ونوعها وكميتها وسعرها. فالمستهلك يعتبر سلطان السوق، فبواسطة قراراتها في الانفاق تتحدد ماهية السلع والخدمات الواجب على المؤسسات انتاجها ومن ثمة بيعها⁽³¹⁾. فاذا نقص انفاقه الاستهلاكي انخفضت الاسعار وبالعكس إذا ارتفع انفاقه الاستهلاكي ارتفعت الأسعار، وعليه فنجاح العون الاقتصادي في السوق يعتمد على إرضاء المستهلكين بإنتاج المنتجات التي يرغبون فيها وبيعها بأسعار أكثر تنافسية وهناك مقولة في هذا الشأن وهي: كي تنجح وتزدهر مشاريعك، أنتج ما يريده الناس وما يحتاجونه⁽³²⁾. وباعتبار أن أصحاب حقوق الملكية الفكرية هم الذين يسيطرون على الأسواق فهم الملزمين بتقديم المنتجات بمختلف أنواعها وخصوصياتها بالتركيز على انتاج أحسنها وأفضلها ذلك ما تسعى اليها المنافسة. لذا فقد تم النص في مجمل قوانين حقوق الملكية الفكرية أن استخدام تلك الحقوق مرهون باحترام النظام العام⁽³³⁾ وحماية المستهلك يدخل في هذا الإطار ضمن النظام العام للمنافسة التي تدخل هي الأخرى في النظام العام الاقتصادي التي تتسم قواعده بالأمر والجزاء في حالة مخالفتها.

فحقوق الملكية الفكرية تمثل الأساس الذي يجري بموجبه تقاسم الإبداع، وتشجيع القدرة على الإبداع وتعزيز شعور المستهلك بالثقة لذا يتوجب على أصحاب حقوق الملكية الفكرية العمل على:

أ- تخفيض أسعار المنتجات المشمولة بالحماية حفاظا على القدرة الشرائية للمستهلك باعتبارها تمثل المصلحة الاقتصادية له. لأن رفعها هو الأمر الذي يشجع على الغش والقرصنة لتلك المنتجات والتي يتضرر منها بالأصل أصحاب حقوق الملكية

31 - زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق، حالة الجزائر، أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في الاقتصاد، فرع التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2005 - 2006، ص. 46.

32 - مرجع نفسه، ص. 48.

33 - المادة من 7 من الأمر رقم 66-86، مرجع سابق. المادة 7 الفقرة 4 من الأمر رقم 03-06، مرجع سابق. المادة 8 الفقرة 2 من الأمر رقم 03-07، مرجع سابق.

الفكرية ثم المستهلك وانتهاك للمنافسة المشروعة والحررة وللممارسات التجارية النزيهة والشفافة.

وفي هذا الإطار فقد تم التوصل من قبل المختصين أن الرفع من أسعار المنتجات المشمولة بحماية حقوق الملكية الفكرية هي التي تشجع أعمال القرصنة وتسجل خسائر. لذا فقيام لأصحاب حقوق الملكية الفكرية بالمبادرة الى تخفيض تلك الأسعار تشجع المستهلك على الإقبال عليها وتقلل من أعمال القرصنة وارتفاع الأسعار. فعلى سبيل المثال وافقت شركة Microsoft على بيع برمجيات محزمة معقولة كما قررت إضفاء الصفة القانونية على جميع أماكن الأنترنت مقابل رسم س. ما جعل الأسعار في استعمال الحواسيب تنخفض الى معدلات مقبولة.

ب- العمل على التقليل من كل أشكال التقليد من حيث اللجوء الى تضليل المستهلك وجعله يختار سلعة معينة على غير الك المقصودة نتيجة وجود علامة مثلا معروفة ومشهورة في السوق. فعلى سبيل المثال تنص المادة السابعة الفقرة السادسة منها من قانون العلامات الجزائري على أنه لا تمنح التسجيل للعلامات التي تؤدي الى تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة السلعة أو الخدمة أو جودتها. وتضيف الفقرة 8 منها على منع تسجيل العلامات التي تحمل رموز مشابهة لتلك المعروفة بالشهرة في الجزائر والتي تهدف الى التضليل⁽³⁴⁾.

على هذا المنوال فإن كل قوانين الحماية لحقوق الملكية الفكرية تهدف في معظمها الى حماية صاحب الحق الفكري لكن ذلك له نتيجة على المستهلك بمعنى:

- إذا كان قانون العلامات يهدف الى تمييز مؤسسة معينة من خلال اسمها التجاري أو اية إشارة وجعلها مؤسسة تعرض سلعا وخدمات معينة، فذلك له أثر على المستهلك من حيث السماح له باختيار المؤسسة التي يرغب في التعامل معها وانتقاء أجود السلع التي تشكل له وقاية وحماية له.

- إذا كان قانون المؤشرات الجغرافية يهدف الى حماية السلع القادمة من منطقة جغرافية معينة، فبالنتيجة يسمح للمستهلك باختيار السلعة التي يراها مناسبة له اعتمادا على مصدرها.

- إذا كان قانون براءات الاختراع يعمل على حماية صاحب الاختراع فالنتيجة هي تعدد تلك الاختراعات وجعل المستهلك يختار أحسنها ومنع سياسة الاحتكار.

المطلب الثاني: تقوية التزاحم في الأسواق:

إن الآثار المترتبة على استخدام حقوق الملكية الفكرية في السوق هو تقوية التزاحم من خلال السماح لمختلف أشكال المؤسسات بالتواجد والانتاج ولاحقا اقتحام الأسواق الخارجية. فالابتكار المستمر والإبداع المتواصل يفتحان السبيل إلى مزيد من القدرة التنافسية في أسواق تسودها منافسة شرسة على الصعيدين المحلي والدولي. فإذا كانت مؤسسة ما ترغب في دخول السوق أو توسيع مكانتها في السوق لمنتج تملك فيه حقوقا بموجب براءة أو نموذج منفعة أو مهارة عملية محمية بموجب الأسرار التجارية، فأفضل حل هو التصريح لشخص آخر بالانتفاع بطريقة الصنع أو بالمنتج بواسطة عقد ترخيص التكنولوجيا. بهذا المعنى فاستخدام حقوق الملكية الفكرية في الأسواق يجب أن تهدف الى تشجيع كثرة الأعوان الاقتصاديين بالسماح بتواجد أكبر قدر ممكن من الشركات خاصة فتح المجال الناشئة منها. يتعلق الأمر على وجه التحديد بتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كضرورة وألوية الأولويات كوسيلة لتشجيع الاستثمار والانتاج والقدرة لاحقا على التصدير كونها تشكل 90٪ من مجموع المؤسسات في العالم وتنتج 70٪ من السلع والخدمات على المستوى العالمي لذا فاستخدام حقوق الملكية الفكرية بالنسبة لها هو الذي يشجع على التنمية الاقتصادية. وفي هذا الشأن تنص المادة الثانية من قانون ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائري على أن الهدف من سياسات الدعم وتدابير المساعدة الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو وضع دراسات ملائمة تعمل على ترقية تنافسية المؤسسات. وتضيف المادة 11 منه على أن الهدف

من تلك التدابير هو تشجيع بروز مؤسسات جديدة وتوسيع مجال نشاطها وتكييفها مع الحركية التكنولوجية التي تعرفها الأسواق وكذا ترقية توزيع المعلومة ذات الطابع الصناعي والتجاري والمهني والتكنولوجي وتوفير المحيط الاقتصادي والعلمي الذي يسمح لتلك المؤسسات بالترقية والتطور وتشجيع قدراتها على التصدير⁽³⁵⁾.

ذلك يعد تأكيدا على ضرورة حقوق الملكية الفكرية في السوق التنافسية كإحدى الوسائل والتدابير التي تساعد على الإبداع والابتكار ثم بعدها الانتاج والتسويق في ظل اقتصاد المعرفة الذي أصبح حتمية واختيارا إلزاميا في ظل الأسواق الحرة والمفتوحة على تدفق مختلف السلع والخدمات. فوجود المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السوق معناه إدراكها المسبق بما يجري فيه سواء كانت سوقا داخلية أو سوقا خارجية وإدراكها بالمحيط الجاري من حيث المؤسسات الكبرى التي تنافسها والذي يجعلها ليس فقط تستقطب إبداعات وابتكارات هاته المؤسسات وإنما هي الأخرى يجب أن تبذل وتبتكر ويتأتى ذلك من خلال قيامها بالبحث والتطوير باستعمال كل الوسائل المتاحة سواء كانت فنية أو مالية ثم التحكم في ابتكاراتها من خلال تعلم أسلوب المتاجرة والتسويق وكيفية منح التراخيص والقدرة على التفاوض عند إبرام عقود نقل التكنولوجيا ذلك يعتبر قيمة مضافة بالنسبة لها. فقيام مؤسسة ما بطرح منتج في السوق مستعملة حقها الفكري يجعلها مؤسسة متميزة باعتبارها المصدر الوحيد لذلك المنتج. وهو الأمر الذي يجعلها لاحقا تتطور الى مصاف المؤسسات الكبرى والأمثلة في هذا الشأن كثيرة نذكر منها:

35 - قانون رقم 01 - 18 مؤرخ في 12 / 12 / 2001، يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ج ر العدد 77.

يعتبر هذا النص في الحقيقة تطبيقا للبرامج المعتمدة في إطار المنظمة العالمية للملكية الفكرية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وفي هذا الإطار فقد تم النص على العمل على استفادة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حقوق الملكية الفكرية بأكثر فعالية وكفاءة والداخلية في استراتيجيتها التجارية. لمزيد من التفاصيل راجع موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية: www.wipo.int

أ- مؤسسة Harry potter التي كانت مجرد مؤسسة صغيرة ذات علامة تجارية غير معروفة في السوق من خلال قصة موجهة للأطفال و لما قررت منح ترخيص بشأن الشخصية الاصلية للفيلم المعروف مسبقا تمكنت من توسيع دائرة العلامة التجارية لمؤسسات عملاقة معروفة في السوق على غرار شركة COCA COLA وشركة MATTEL وشركة Electronic Arts التي كلفت كل واحدة بالقيام بعمل معين.

ب- العلامة التجارية MANDO'S التي كانت في البداية مشروعاً صغيراً في البرتغال لصناعة الدجاج باستعمال طريقة سرية لتتحول في سنوات قليلة الى سلسلة من المطاعم الكبرى للوجبات السريعة تضم 200 محل في كل من إفريقيا ومصر وكندا وأستراليا وماليزيا والمملكة المتحدة.

ج- شركة Biobràs التي كانت في البداية مخبراً بسيطاً في جامعة Minas Gerais البرازيلية كلف بإنجاز أنزيمات بترخيص من مركز NEWENGLAND والتي تحولت في ظرف 7 سنوات بمساعدة من وزارة الصحة والشركة المتعددة الجنسيات Eli Lilly الى أكبر منتجة للأنسولين بالوسائل التكنولوجية الحديثة و من أكبر الشركات الأربع الصيدلانية المعروفة على المستوى العالم حيث تمكنت من الحصول على براءة اختراع خاصة في البرازيل وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا³⁶.

إن استخدام حقوق الملكية الفكرية يقوي من التزاحم في الأسواق من حيث قطع الطريق أمام كل أشكال التقليد والقرصنة والذي يظهر في من خلال حماية تلك الحقوق بتسجيلها وقطع الطريق أمام من يستعملها الا بموجب الرخصة، والذي ينصب على اضعاف العلامة التجارية على السلعة والخدمة وكذا الاسم التجاري والمؤشر الجغرافي والشهرة التجارية ذلك ما تهدف اليه وتنص عليه مختلف نصوص قوانين حقوق

36 - عمر فلاح صالح، شيخة ليلي، موقف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حقوق الملكية الفكرية، بين ضرورة التسجيل وارتفاع تكاليفه، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، يومي 17 و18 أفريل 2008، ص.7.

الملكية الفكرية لان هذه الحماية تجعل من المؤسسة المنتجة تميز في السوق⁽³⁷⁾ على غرار نظيراتها من المؤسسات التي تتميز بمنتجات أخرى، فحتى في حالة تعرضها للتشويه فقد يكتشف الأمر بسهولة من قبل الادارة المكلفة بالرقابة وحتى المستهلك يبقى وفيها لتلك المنتجات ما سيجعل تلك المؤسسات تتواجد بصفة دائمة في الأسواق وتكثر أرباحها ويزداد عدد زبائنها ذلك ما ترغب فيه. فتسجيل حقوق الملكية الفكرية ليس فقط لغرض اثبات الملكية للعون الاقتصادي وانما هو لغرض جعله يتنافس في السوق⁽³⁸⁾ ومن ثمة الأرباح المنتظرة جنمها في تلك السوق.

37 - فعلى سبيل المثال تنص المادة الأولى الفقرة الثالثة من قانون الرسوم النماذج الجزائري على: «... ويعتبر رسما جديدا كل رسم أو نموذج لم يبتكر من قبل». أمر رقم 66 - 86، مرجع سابق.

38 - عمر فلاح، صالح، شيخة ليلي، مرجع سابق، ص. 4.

خاتمة

من خلال الدراسة المقدمة نتوصل الى نتيجة أساسية وهي التعايش الدائم والمستمر بين حقوق الملكية الفكرية والمنافسة فلا منافسة بدون حقوق الملكية الفكرية، ولا حقوق ملكية الفكرية بدون منافسة إذن التأثير المتبادل بين متناقضين متلاقين. فتجسيد أهداف المنافسة متوقف على الاستخدام الجيد والمشروع لحقوق الملكية الفكرية ذلك ما ترغب فيه الدول من خلال وضعها لقوانين المنافسة وقوانين حقوق الملكية الفكرية. غير أن تجسيد ذلك عمليا ليس بالأمر السهل نظرا لتكرار تعسف الشركات الكبرى في تقديم تراخيصها للشركات الجديدة في السوق وهيمنتها على مختلف الأسواق العالمية الا درجة أن الكثير من البلدان النامية تنتقد استخدام حقوق الملكية الفكرية من قبل الشركات المالكة على أراضيها لأنها تعتبرها وسيلة لاحتكار أسواقها ومنع الشركات الأخرى من التواجد في الأسواق وقضاء على المنافسة الشريفة والمشروعة فالآثار السلبية كثرت في استخدام حقوق الملكية الفكرية على حساب الآثار الإيجابية.

إذا ما أردنا تطبيق الفكرة على الجزائر فإن الوضع يزداد سوءا إذ بالعودة الى السوق الجزائرية نجد التعدي الكبير على أصول استخدام حقوق الملكية الفكرية والدليل على ذلك معاناة المستهلك الجزائري من كثرة السلع المغشوشة والمقلدة على حساب السلع الأصلية والتضارب على أسعارها الى درجة أنه ليس من الممكن اقتناء سلعة ما وفق الرغبات إما لكونها مغشوشة أو غالية الثمن إذا كانت أصلية زادا الانفتاح الاقتصادي للدولة الجزائرية على الأسواق الخارجية وهذا رغم الترسنة القانونية التي تحد من التقليد على غرار قانون الجمارك وقانون العقوبات وقوانين الملكية الفكرية.

ذلك دليل على غياب الرقابة الحقيقية على تداول السلع من قبل الجهات المعنية وهذا رغم مجهودات بعضها على غرار إدارة الجمارك التي تقوم بمجهودات حثيثة لمواجهة ذلك. الا أن ذلك لم يحقق النتائج المطلوبة لعدة أسباب ومنها قلة الوعي لدى المستهلك من خطورة السلع المقلدة وكثرة الفساد والرشاوي والتواطؤ بين العاملين لدى المصالح التي من المفروض أن تؤدي دورها على غرار مصالح الجمارك والديوان الوطني

لحقوق التأليف وما الفضائح التي يتم تداولها في الصحافة الا دليل واضح. وبالتالي يمكن الاقرار بان استخدام حقوق الملكية الفكرية في الجزائر مرهون بتهيئة الظروف لانجاحها خاصة لفائدة المؤسسات التي هي بحاجة اليها على غرار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تلك مسألة صعبة التحقيق في الظروف الراهنة للاقتصاد الجزائري.