

## تجريم ممارسات التقليد في ظل مبدأ نزاهة الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 المعدل والمتمم

### Criminalization of imitation practices under the principle of integrity of commercial practices under the Law 04-02 as amended and supplemented

فضيلة سويلم \*

جامعة د. مولاي الطاهر، سعيدة- الجزائر

fadila.souilem@univ-saida.dz

تاريخ الارسال: 2022/02/23 تاريخ القبول: 2022/05/29 تاريخ النشر: 2022/06/15

#### ملخص:

تعتبر ممارسات التقليد من أخطر الممارسات التجارية غير النزيهة التي تمثل اعتداء على مصالح العون الاقتصادي المنافس، وعلى أمن وسلامة المستهلك ومصالحه الاقتصادية في الوقت ذاته، بوصفها أحد صور المنافسة غير النزيهة، التي يترتب عنها جذب وكسب زبائن العون الاقتصادي المنافس من المستهلكين، من خلال زرع الشكوك والأوهام التي من شأنها إثارة اللبس والخلط في ذهنهم بغية تضليلهم. لمكافحة هذه الممارسات غير النزيهة لاسيما في ظل في انتشارها المتزايد، سعى المشرع الجزائري بموجب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، التصدي لآثارها السلبية، ومن خلال حظره لصور مختلفة لممارسات التقليد، تشمل كل من تقليد العلامات المميزة للعون الاقتصادي المنافس وتقليد منتوجاته أو خدماته وكذلك إشهاره التجاري.

**كلمات مفتاحية:** ممارسات التقليد ؛ مستهلك ؛ عون اقتصادي ؛ مبدأ النزاهة ؛ منافسة غير نزيهة.

#### Abstract:

Imitation practices are considered among the most dangerous and unfair commercial practices that represent an attack on the interests of the competing economic aid, and on the security and safety of the consumer and his economic interests at the same time, as one of the forms of unfair competition, which results in attracting and winning customers of competing economic aid from consumers by planting doubts and illusions that would stir up confusion and admixture in their minds, leading to their misinformation.

To combat these unfair practices, particularly in light of its increasing prevalence, the Algerian legislator sought under Law 04-02 which specifies the rules applicable to commercial practices, to address the negative effects, by prohibiting various forms of imitation practices, including both the imitation of distinctive hallmarks of competing economic aid and imitating its products or services, as well as commercial advertising.

**Keywords:** imitation practices; consumer; economic aid; principle of integrity; unfair competition.

## مقدمة

يقتضي مبدأ حرية التجارة والاستثمار المكرس دستورياً<sup>1</sup> منح الأعوان الاقتصاديين هامشاً من الحرية في ممارسة نشاطاتهم الاقتصادية ومنافسة غيرهم من الأعوان الاقتصاديين، وفي الوصول إلى زبائنهم من المستهلكين بكافة الوسائل التسويقية المتاحة، وفق مقتضيات مبدأ النزاهة الذي تتطلبه قواعد المنافسة النزيهة. يعد مبدأ نزاهة الممارسات التجارية أحد المبادئ الجوهرية في ظل نظام الاقتصاد السوق القائم على المنافسة الحرة والذي يقتضي توفير بيئة اقتصادية مبنية على النزاهة، الأمر الذي يساهم في تحقيق منافسة شريفة ومشروعة بين الأعوان الاقتصاديين من جهة، ومن جهة أخرى يكفل للمستهلك حرية إرادته في اختيار أفضل السلع والخدمات وفقاً لقدراته الشرائية، بمنأى عن تلاعب الأعوان الاقتصاديين، ومن ثم الحيلولة دون وقوعه ضحية لأساليب التضليل أو الخداع.<sup>2</sup>

هذا ما سعى المشرع الجزائري إلى تحقيقه بمقتضى القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم،<sup>3</sup> من خلال إقراره لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية الذي ألزم بموجبه كل عون اقتصادي في معاملاته بالأعوان الاقتصاديين الآخرين باحترام مبادئ المنافسة النزيهة،<sup>4</sup> والابتعاد عن كل ممارسة مخالفة للأعراف التجارية النزيهة.

وفي ظل انتشار ممارسات التقليد المخلة بمبدأ النزاهة وحرص المشرع الجزائري على التصدي لها، يمكن طرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى ساهم تجريم ممارسات التقليد بموجب أحكام القانون 04-02 المعدل والمتمم في مكافحتها والحد من آثارها السلبية سواء على الأعوان الاقتصاديين أو المستهلكين؟ للإجابة عن ذلك، اعتمدنا على المنهج الوصفي من خلال عرض المفاهيم والأحكام المتعلقة بممارسات التقليد المجرمة بموجب القانون 04-02 المعدل والمتمم وتفسير مضمونها، وكذا المنهج التحليلي كلما اقتضى الأمر تحليل هذه المفاهيم والأحكام مع ربطها بالنصوص القانونية ذات الصلة بالموضوع، وهذا بغية الإحاطة بأهم الجوانب القانونية لهذه الإشكالية تمهيداً للوصول إلى نتائج وحلول قانونية مناسبة لمعالجتها، وذلك وفق الخطة التالية:

أولاً: مظاهر تجريم ممارسات التقليد في ظل مبدأ النزاهة

ثانياً: آليات مكافحة ممارسات التقليد المخالفة لمبدأ النزاهة

أولاً: مظاهر تجريم ممارسات التقليد في ظل مبدأ النزاهة

تحدد مظاهر تجريم ممارسات التقليد بموجب القانون 04-02 سالف الذكر في مادته 27، من خلال حظره لمجموعة من ممارسات التقليد والتي أدرجها ضمن صور الممارسات المؤدية لإحداث الخلط أو اللبس مع منتجات المنافس وزرع الشكوك في ذهن المستهلك، دون تحديده لمعنى التقليد، لذا يتعين علينا لدراسة مظاهر هذا التجريم تحديد مفهوم ممارسات التقليد، ثم بيان آثارها على كل من الأعوان الاقتصاديين المتنافسين والمستهلك والنظام العام الاقتصادي ككل.

## 1. مفهوم ممارسات التقليد

بغية الإلمام بمفهوم ممارسات التقليد، سيتم بداية تحديد تعريف لمصطلح التقليد، ثم إبراز صور هذه الممارسات وفقاً لأحكام القانون 04-02 المعدل والمتمم.

### 1.1. تعريف التقليد

يفتضي تعريف مصطلح التقليد تحديد معناه إصطلاحاً حتى لا يختلط بمفاهيم أخرى تخرج عن موضوع الدراسة، مع تبيان المعايير الأساسية التي يمكن الاستناد عليها لتحديده.

يقصد بالتقليد في معناه الاصطلاحي: "نسخ الشيء و نقله بطريقة إحتيالية وتدلّيسية قصد التحريف والتبديل، أو بطريق الخدعة والمكر قصد الغش"<sup>5</sup>، وهو بهذا المعنى يشمل نقل شيء عن الأصل واستنساخه كلياً أو جزئياً بصورة احتيالية وتدلّيسية قصد التحريف والغش، ونسبه لغير صاحبه الأصلي، بهدف إيقاع الغير في الخطأ والخلط بين الشئين الأصلي والمقلد، فإذا كان هذا الاستنساخ كلياً سمي بالتقليد الحرفي أو المحض، والتقليد بهذه الصورة يمثل اعتداء صارخاً لأنه بمثابة سرقة، أما إذا كان جزئياً، فهنا لا بد من البحث عن عناصر التشابه استناداً إلى العناصر الجوهرية والأساسية المتشابهة.<sup>6</sup>

كما يعرف التقليد من جانب آخر بأنه: " محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والتقليد، أو تلك المحاكاة التي تدعو لتضليل الجمهور"<sup>7</sup>، ولا يشترط في الشيء المقلد أن يكون مشابهاً تماماً للشيء الأصلي، بحيث ينخدع به الفاحص المدقق، وإنما يكفي أن يصل التشابه إلى درجة يكون من شأنها خداع الجمهور، والعبرة في تقدير توافر التقليد هي بأوجه الشبه بين الشيء المقلد والشيء الأصلي.<sup>8</sup>

تجب الملاحظة إلى أنه بالرغم من عدم تطرق المشرع الجزائري لتعريف التقليد في القانون 04-02 المعدل والمتمم المذكور أعلاه، لكنه في المقابل حدد معياراً يستند عليه في تقدير وجود التقليد من عدمه، والمتمثل في معيار خلق الإلتباس وتضليل المستهلك، ويتحدد هذا المعيار من خلال ما يترتب عن التقليد من تشابه بين الشيء المقلد والأصلي، وتكون العبرة بالتشابه الذي يؤدي إلى خلق الإلتباس وتضليل المستهلك، وذلك عن طريق زرع الشكوك والأوهام التي من شأنها إثارة اللبس والخلط في ذهن المستهلك.

أما بالنسبة للمعيار المتبع في تحديد الشخص محل اللبس والتضليل الذي يمارس عملية اقتناء الشيء المقلد فهو: معيار المستهلك العادي أي متوسط الحرص الذي يتنافس الأعوان الاقتصاديين لجذب انتباهه في سوق معينة، بحيث يؤدي التقليد إلى عدم تمكنه من إجراء عملية مقارنة دقيقة تجعله يكشف ويميز بين الشيء الأصلي والمقلد، بمعنى آخر عدم وجود أوجه تشابه واضحة بينهما في نظر هذا المستهلك، أما إذا كانت كذلك، فلا وجود للتقليد.<sup>9</sup>

فيما يخص طرق التقليد لم يبيّن المشرع الجزائري الأفعال التي يمكن اعتبارها تقليداً سواء للعلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو لمنتجاته أو لخدماته أو لإشهاره التجاري، على الرغم من أن التقليد يعد أحد الاعتداءات التي يقوم بها بعض الأعوان الاقتصاديين خرقة للحقوق التي يتمتع بها صاحب العلامة أو المنتج

أو الخدمة أو الإشهار التجاري الأصلي. وعموماً، يمكن أن يتمثل التقليد في استعمال عناصر مطابقة أو مشابهة للعلامة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار التجاري الأصلي، وذلك من خلال إحدى الصورتين:

#### أ. التقليد بالنقل

يتم التقليد في هذه الحالة عن طريق نقل عناصر العلامة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار التجاري الأصلي نقلاً مطابقاً بشكل كلي، بحيث يكاد تكون هذه العلامة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار المقلد مطابقاً كلية للأصلي، أو بشكل جزئي متى بلغت الاستعارة حد نقل الأجزاء الرئيسية حرفية منه، أو العناصر الأساسية المميزة له، أو بإدخال تعديلات عليه بصورة تؤدي إلى الخداع والتضليل ووقوعه في الخطأ.<sup>10</sup>

#### ب. التقليد بالتشبيه

يقصد بالتقليد بالتشبيه تقديم علامة أو منتج أو خدمة أو إشهار مشابه بصورة تقريبية للعلامة أو للمنتج أو للخدمة أو للإشهار الأصلي من أجل خداع المستهلكين، بحيث يبلغ التشابه درجة كبيرة لا يعقل معها أن يكون مجرد مصادفة، مما يؤدي إلى خلق التباس في ذهن المستهلك.<sup>11</sup>

تجدر الإشارة هنا، إلى أن المشرع الجزائري قد استخدم في الصياغة الفرنسية للفقرة 2 من نص المادة 27 سائفة الذكر مصطلح "imitation" للدلالة على التقليد، في حين أن الترجمة الصحيحة لهذا المصطلح هي "التقليد بالتشبيه أو المحاكاة"، وهذا النوع من أنواع التقليد يعد أقل درجة من التقليد "contrefaçon" الذي يصطلح الفقه على تسميته "بالتقليد بالنقل أو التقليد الكلي أو المطابق".

### 2.1. صور ممارسات التقليد

تعتبر جرائم التقليد من أخطر الممارسات التجارية غير النزيهة التي تمثل اعتداء على مصالح العون الاقتصادي المنافس وعلى أمن وسلامة المستهلك ومصالحه الاقتصادية في ذات الوقت، وتتمثل هذه الجرائم الوارد ذكرها في نص المادة 27 في: تقليد العلامات أو المنتجات أو الخدمات أو الإشهار التجاري.

#### أ. تقليد العلامات المميزة للعون الاقتصادي المنافس

استناداً لنص المادة 27 - 2 من القانون 04-02 المعدل والمتمم في صياغتها باللغة العربية، نلاحظ أن المشرع الجزائري قد نص على حظر تقليد العلامات المميزة، لكن بالرجوع لنص هذه المادة في صياغتها الفرنسية، نجد أنه قد استعمل عبارة "signes distinctifs" والتي يقصد بها الشارات المميزة المتعلقة بالملكية الصناعية لاسيما منها العلامة وتسمية المنشأ.

يقصد بالعلامة السمة المميزة التي يضعها التاجر على المنتجات التي يبيعهها في محله التجاري أو التي يضعها الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها قصد تمييزها عن غيرها من السلع المماثلة لها والمعروضة في السوق ويطلق عليها علامة السلعة، أما السمة التي يستعملها مقدم الخدمات لتمييز خدماته المقدمة فتسمى علامة الخدمة.<sup>12</sup>

بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرف العلامة التجارية بموجب الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>13</sup> بأنها " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع وتوضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

وعليه، قد تأخذ العلامة شكل اسم أو رسم أو صورة أو أحرف أو غير ذلك من الرموز التي تتسم بالابتكار والجدة، حيث يشترط في العلامة أن تكون مميزة وجديدة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة<sup>14</sup>، إلى جانب قيام التاجر بإجراءات إبداعها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

تلعب العلامة دوراً مهماً في جذب المستهلك، فهي ترتبط في ذهنه بجودة المنتجات التي تمثلها، بحيث تجعله يقبل على سلعة معينة ويعزف عن أخرى من النوع نفسه لأنه يربط بين العلامة وبين خصائص السلعة التي تحمل تلك العلامة، لذا فهي تعتبر رمز على الجودة هدفها إغراء وجذب المستهلك.

كذلك تعتبر العلامة أداة لتعريف السلع أو الخدمات و تمييزها عن غيرها، لذلك منع المشرع الجزائري بموجب المادة 7 في فقرتها 4 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات استعمال العلامات: "... التي من شأنها أن تخلق تضليل في ذهن الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلعة أو الخدمة والخصائص المتصلة بها"، و ذلك بهدف حماية مصالح المستهلك و النظام العام الاقتصادي، لأن العلامة في مثل هذه الحالات لا تؤدي دورها في التعريف بالسلعة أو الخدمة و إعلام المستهلك بها، بل تتحول إلى أداة لخداعه عن طريق تضليله بشأن المواصفات التي تتوفر في السلع و الخدمات المقيدة.

بناء على ذلك، منعت المادتين 26 و 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات تقليد العلامة المسجلة بوصفها جنحة، ويتمثل في كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به المقلد خرقاً لحقوق صاحب العلامة الأصلية.

يتم تقليد العلامة من خلال اصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية أو وضع علامة تشبه في مجملها العلامة الأصلية، بحيث يمكن للعلامة المقلدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنه هي الأصلية، وقد يأخذ التقليد عدة أشكال:

– **تقليد لفظي:** لا يشترط في هذا التقليد أن يكون تام فقد يتم بتغيير بعض الحروف أو إضافة حرف لا يغير من نطق الكلمة، أو يتم بتغيير ترتيب بعض الحروف أي بتغيير تركيب الكلمة، كذلك قد يتم التقليد بترجمة العلامة إلى لغة أجنبية، مما يؤدي إلى وقوع التباس في ذهن المستهلك.<sup>15</sup>

– **تقليد شكلي:** يرد هذا التقليد على شعار أو رسم مشابه للشعار الأصلي من خلال خلق تقارب ذهني بين العلامة الأصلية والمقلدة، ويعتمد في ذلك على المرادفات أو المتناقضات للكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة الأصلية بحيث تحدث خلطاً لدى المستهلك.<sup>16</sup>

– **تقليد بصري:** يتم هذا التقليد من خلال قيام المقلد بتقديم علامة تتضمن نفس التركيب والبناء من ناحية الأشكال والألوان والرموز الداخلة في تركيب العلامة الأصلية.<sup>17</sup>

علاوة على تقليد العلامة منع المشرع الجزائري بمقتضى الأمر 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ<sup>18</sup> الاستعمال المباشر<sup>19</sup> و غير المباشر<sup>20</sup> لكل تسمية منشأ مضلل من شأنه خداع المستهلكين، حيث حصر الحق في استعمال تسمية منشأ في المنتجين المنتمين للمنطقة المعنية بهم، و ذلك بصفة جماعية بالنسبة للمنتجات التي تتعلق بهم شرط احترام المقتضيات المتعلقة بالإنتاج<sup>21</sup>، و من ثم فلا يجوز لمنتجي المنتجات نفسها من المناطق الأخرى أن يشيروا على منتجاتهم إلى تسمية المنشأ المحمية، لأن ذلك سيؤدي حتما إلى تضليل المستهلكين من خلال الاعتقاد خطأ أن تلك المنتجات مصدرها أو منشأها الجغرافي هو المنطقة المعنية عليها. كما استلزم المشرع ضرورة تسجيل تسميات المنشأ لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وهو ما سيسمح للمستهلكين من التعرف بكل سهولة على التسميات المحمية ومنشئها الحقيقي.<sup>22</sup>

يقصد بتسمية المنشأ طبقا لنص المادة الأولى من الأمر 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ: "الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتوجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتوج أو مميزاته منسوبة حصراً أو أساساً لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية".

تتمثل تسمية المنشأ بهذا المعنى في كل إشارة مميزة توضع على المنتجات وتحدد المكان الجغرافي لمنشئها، ولا تقتصر هذه التسمية على المنتجات الزراعية فقط بل قد تشمل منتجات صناعية تتميز بالمهارة والتقاليد.<sup>23</sup>

تعد تسمية المنشأ وسيلة لإعلام المستهلك ترشده إلى نوع من المنتجات التي تتوفر على سمات خاصة بحيث تكون مهيئة وفق طرق إنتاج أصلية مرتبطة بمنشئها، كما تضمن له توافر جودتها العالية، فخصوصية هذه المنتجات تكمن في أنه لا يمكن إنتاج ما يماثلها من حيث الجودة أو السمات الخاصة التي تتميز بها إلا في المنطقة المعنية، ومع الوقت تكتسب شهرة وتصبح مطلوبة من الزبائن.

#### ب. تقليد المنتجات والخدمات للعون الاقتصادي المنافس

لم يتعرض القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم لتعريف المنتجات، لكن بالرجوع لأحكام القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم<sup>24</sup> في مادته 11/03 فقد عرفها بأنها: " كل سلعة<sup>25</sup> أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".

وعليه، يعد هذا التعريف واسعاً يشمل كل من المنقول المادي والخدمة، ما عدا العقارات، سواء تعلق الأمر بالمنتجات الزراعية أو الحرفية أو المصنعة، أو بالمنتجات المحلية أو المستوردة وسواء كانت منتجات خطيرة أو آمنة...، وهو ما يتفق مع تعريف المادة 140 مكرر/2 من القانون المدني<sup>26</sup> للمنتوج بأنه: " كل مال منقول

ولو كان متصلاً بعقار، لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية."

بناء على ذلك، يمكن تعريف المنتج بأنه: "كل منقول مادي قابل للتعامل فيه أياً كان مصدر إنتاجه، سواء زراعياً أو صناعياً، وسواء كان صلباً أو سائلاً أو غازاً أو في صورة تيار كهربائي..."  
بالنسبة للخدمة فقد عرفها جانب من الفقه<sup>27</sup> بأنها: " كل أداء يمكن تقويمه نقداً فيما عدا تقديم الأموال ذاتها "، وعلى هذا الأساس فإن المعيار الذي يحدد كل أداء على أنه خدمة، يكمن في إمكانية تقويم المنفعة المتحصل عليها نقداً<sup>28</sup>، مهما اختلفت طبيعة هذه الخدمة سواء كانت مادية أو مالية أو فكرية، فكلها صالحة لأن تكون قابلة للاستهلاك.<sup>29</sup>

أما المشرع الجزائري فقد عرف الخدمة بأنها: " كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعاً أو مدعماً للخدمة المقدمة "<sup>30</sup>، بمعنى أن الخدمة باعتبارها العمل المقدم الممكن تقديره نقداً، تعتبر محل للرسالة الإشهارية في حد ذاتها، وبهذا فهي تختلف تماماً عن الجهد المبذول في تسليم السلعة، الذي يدخل في نطاق الالتزام بالتسليم الذي يقع على عاتق المحترف، والذي يعد بمثابة أثر مترتب عن عقد الاستهلاك يتعين عليه تنفيذه، حتى ولو كان هذا التسليم تابعاً أو مدعماً للخدمة المقدمة.<sup>31</sup>

يقصد بتقليد المنتوجات: "إعادة الإنتاج المتشابه لجزء أو لكل عناصر منتج للغير"<sup>32</sup>، أما تقليد الخدمات فيتمثل في تقليد عنصر أو أكثر من عناصر الخدمة المقدمة من قبل منافس آخر.

يحظر القانون التقليد الكامل أو الحرفي الذي يشمل كل عناصر المنتج، مثل المنتج المشابه تماماً لجميع عناصر المنتج الأصلي، وكذلك التقليد الجزئي حتى وإن كان التغيير المضاف طفيفاً من طرف المقلد، بإعتبارهما وسيلة لإيقاع المستهلك في الإلتباس وجعله يخلط بين المنتجات، طالما أنه لا يمكن اكتشافه من طرف المستهلك العادي.

كما يحظر أيضاً تقليد الشكل الخارجي للمنتج المنافس الذي تعرض فيه، وذلك من خلال عرض منتج ما بنفس الشكل أو التغليف للمنتج الأصلي، وهذا التقليد يوقع المستهلك في لبس والخلط لأنه يعجز عن اكتشاف عملية التقليد نظراً لإتقانها، لدرجة أن المنتج المقلد يبدو كأنه هو الأصلي عند تسويقه.

يعد هذا الأسلوب من التقليد شائع في الميدان العملي، وهو يشكل منافسة غير نزيهة لأن من شأنه خلق إلتباس في ذهن المستهلك العادي بين المتنافسين وبضائعهم أو منتجاتهم حتى ولو حصل نتيجة عدم إنتباه أو إهمال، فلا تأثير لحسن النية في هذا المجال.<sup>33</sup>

نفس الأمر بالنسبة لتقليد الخدمة، فقد يترتب عنه تشابه كلي أو جزئي بين الخدمة الأصلية والمقلدة، سواء بتقليد نوع الخدمة أو كيفية تقديمها أو تقليد الوسائل الترويجية المستخدمة في عرض الخدمة الأصلية...إلخ.

## ج. تقليد الإشهار التجاري للعون الاقتصادي المنافس

يعرف الإشهار التجاري بأنه: " كل إعلان عن السلع والخدمات يهدف من خلاله المعلن إلى تعريف المستهلك بها، وجذب انتباهه إليها والتأثير على إرادته لحثه على التعاقد عليها، وذلك باستعمال أية وسيلة من الوسائل الإشهارية ".<sup>34</sup>

أما المشرع الجزائري فقد عرف الإشهار بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات، مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"<sup>35</sup>، وبمقتضى هذا التعريف يكون المشرع قد تبنى مدلول واسع للإشهار وذلك من حيث عدم حصره للوسائل المستخدمة للإعلان عن السلع والخدمات، وكذا من حيث عدم الإشارة إلى أطراف العملية الاشهارية (المعلن والوكالة الاشهارية)، ولا إلى الطرف المتلقي له (مستهلك أو عون اقتصادي).

يشمل تقليد الإشهار كل تقليد لعنصر أو أكثر من عناصر رسالة اشهارية لعون اقتصادي منافس، يعرض من خلالها عون اقتصادي آخر منتوجاته أو خدماته، وذلك بغية جذب وكسب زبائنه إليه، من خلال زرع شكوك وأوهام تؤدي إلى إثارة اللبس والخلط في ذهن المستهلك، ويتمثل محل التقليد في الإشهارات التجارية في كل من: تقليد الأفكار والشعارات الاشهارية، وكذا تقليد الأساليب والوسائل الاشهارية.<sup>36</sup>

يتم تقليد الفكرة الإشهارية من خلال استعمال نفس الفكرة المملوكة للغير أو فكرة مشابهة لها واستغلالها في إشهار آخر بحيث يتحدد على أساسها مضمون الرسالة الإشهارية مما يؤدي إلى خلق لبس في ذهن المستهلك المتلقي لهذا الإشهار، وتكمن أهمية منع هذا التقليد في أهمية الفكرة الاشهارية ذاتها والتي تلعب دوراً كبيراً في إنجاح الإشهار التجاري.

كذلك قد يرد التقليد على الشعار الإشهاري من خلال تقليد نفس الجملة المختصرة أو جملة مشابهة لها، ونظراً لدوره في رسوخ الإشهار الذي يتضمنه في أذهان المستهلكين يعد الشعار الاشهاري - والذي يستخدم لتمييز منتج أو خدمة عند الإعلان عنها- أكثر عناصر الإشهار التجاري شيوعاً، بحيث يؤدي سماعه أو مشاهدته إلى تذكير جمهور المستهلكين تلقائياً بالعون الاقتصادي الذي استعمله، لذلك فهو يرتبط بشكل أساسي بالمستخدم الأول له.<sup>37</sup>

بالنسبة للتقليد المتعلق بالطرق الاشهارية، فيتجسد من خلال تقليد فكرة تقديم الهدايا والمسابقات وسحوبات اليانصيب، بهدف جلب اهتمام المستهلك ودفعه للإقبال على اقتناء المنتوجات والخدمات المعلن عنها، على أمل أن يحالفه الحظ للحصول على الهدايا أو القيمة المالية المقدمة من الجهة المعلننة.<sup>38</sup>

أما تقليد الوسائل الاشهارية فيشمل تقليد البطاقات والمنشورات أو الكتيبات الاشهارية أو الكتالوجات... إلخ، ومن أمثلة ذلك قيام شركة بإصدار كتالوج استوتحت مضمونه من كتالوج لشركة أخرى بشكل مماثل، بحيث تم تحريره بالأسلوب نفسه من حيث الألوان والخطوط والرسوم والشكل... إلخ، مما يؤدي إلى خلق اللبس بين منتوجات المتنافسين في ذهن المستهلك، على نحو يدفعه إلى التضليل.<sup>39</sup>

فضلا عن ذلك، قد يحدث عن ترجمة إشهار تجاري بلغة أجنبية التباسا، وبالتالي يعد تقليداً في حال ترتب عن ذلك خداع وتضليل للمستهلكين بين الإشهار المترجم والأصلي.

في الواقع، تتطوي الحماية القانونية من تقليد إشهار على حماية غير مباشرة للمستهلك، الذي غالبا ما يكون ضحية هذا التقليد، بأن يقدم على اقتناء منتجات توها منه أنها محل الإشهار الأصلي، مما يحدث أضرارا بالنسبة إليه، لأن هدف المعتدي من هذا التقليد هو اجتذاب زبائن منافس معين من خلال هذه الأفعال. وعلى العموم، يمثل تقليد الإشهار سواء من خلال أفكاره أو شعاره أو أساليبه أو وسائله هو من قبيل أفعال المنافسة غير النزيهة، سواء تم استعمال الكلمات نفسها أو استخدام طريقة مشابهة كتابة أو سمعياً أو بصرياً، لأن ذلك قد يوقع التباساً في ذهن المستهلك.<sup>40</sup>

## 2. آثار ممارسات التقليد

كثيراً ما يلجأ العون الاقتصادي إلى ارتكاب ممارسات التقليد على أحد الشارات المميزة أو المنتجات والخدمات أو إشهار تجاري لعون اقتصادي آخر منافس له في السوق، بغية استغلاله في جذب زبائنه، مما يشكل اعتداءً على المصالح الاقتصادية للعون الاقتصادي، بوصفه صورة من صور المنافسة غير المشروعة، كما يترتب عن ذلك تضليل بالمستهلك ومساس بالنظام العام الاقتصادي ككل.

### 1.2. آثار التقليد على الأعوان الاقتصاديين المتنافسين

يسعى الأعوان الاقتصاديين المتنافسين من خلال الترويج لمنتجاتهم وخدماتهم إلى جذب أكبر عدد من الزبائن، وطالما كانت الوسائل أو الطرق المستعملة مشروعة فالإشكال لا يطرح، لكن المشكل يطرح عند مخالفة حدود المنافسة المشروعة باستخدام أساليب مخالفة لمبادئ النزاهة والأمانة والاستقامة، فذلك يعتبر من قبيل المنافسة غير النزيهة.<sup>41</sup>

وفي هذا الصدد، منعت المادة 26 من القانون 02-04 على كل عون اقتصادي القيام بأية ممارسة تجارية غير نزيهة، باعتبارها مخالفة للأعراف التجارية النزيهة، مهما تعددت أنواعها وأشكالها، لأنها تشكل تعدياً على مصالح أعوان اقتصاديين آخرين، وكذلك مساساً بمصالح المستهلك.

تجب الملاحظة، إلى أن المشرع في القانون 02-04 سالف الذكر قد أطلق على أفعال المنافسة غير المشروعة عبارة "الممارسات التجارية غير النزيهة" وقد أدرجها ضمن الفصل الرابع من الباب الثالث من هذا القانون، تحت عنوان "نزاهة الممارسات التجارية".

تعرف المنافسة غير النزيهة بأنها: "قيام المنافس بممارسات غير نزيهة مخالفة للقانون ولمبادئ الشرف والأمانة والنزاهة التي تقوم عليها الحياة التجارية، والتي من شأنها إلحاق ضرر بمنافس آخر بسبب تحويل عملائه واستقطابهم"<sup>42</sup>، ومن جهتها اجتهدت المحكمة العليا الجزائرية<sup>43</sup> في تعريف المنافسة غير المشروعة على أنها: "كل عمل يتعارض مع الممارسات الشريفة والنزيهة في الشؤون الصناعية والتجارية".

بالرغم من عدم تعرض المشرع الجزائري لتعريف المنافسة النزيهة في القانون 04-02 سالف الذكر، لكن بالرجوع لمضمون المادة 26 منه يستخلص أن المنافسة غير النزيهة تتمثل في كل مخالفة للأعراف التجارية<sup>44</sup> النظيفة والشريفة، والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين.

وعليه، يتضح أن المشرع قد أورد في نص المادة 26 المذكورة أعلاه حظر قانوني عام يشمل في تطبيقه كل ممارسة مخلة بنزاهة الممارسات التجارية، كما وسع من نطاق الحماية المقررة في هذه المادة والتي لا تقتصر على العون الاقتصادي المنافس فحسب بل تمتد لتشمل حتى المستهلك والنظام الاقتصادي بوجه عام. علاوة على هذا المنع العام، حظر المشرع أهم صور الممارسات التجارية غير النزيهة، التي يعتدي بموجبها عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر منافس له، من خلال تجريمها بمقتضى المادة 27 من نفس القانون والتي أوردت ثمانية صور من الممارسات غير النزيهة باعتبارها تشكل أفعال غير نزيهة يسأل عنها العون الاقتصادي المنافس، و يمكن تصنيف هذه الممارسات إلى: الممارسات المؤدية لإحداث الخلط أو اللبس مع منتجات المنافس و زرع الشكوك في ذهن المستهلك، والممارسات التي تهدف إلى تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس والتقليل من حجم منتوجاته أو قيمتها، و كذا الممارسات التي ترمي إلى إحداث الاضطراب في المشروع المنافس أو السوق.<sup>45</sup>

بناء على ذلك، تعتبر ممارسات التقليد من قبيل الممارسات المؤدية لإحداث الخلط أو اللبس مع منتجات المنافس و زرع الشكوك في ذهن المستهلك، والتي قد تفقد العون الاقتصادي حصته في السوق، لأن انتشار العلامات أو السلع أو الخدمات المقلدة رخيصة الثمن يؤدي إلى انخفاض الطلب على تلك الأصلية، وبالتالي انخفاض رقم أعمال العون الاقتصادي المنتج لها، وتسجيله لخسائر قد تؤدي إلى إفلاسه.

فضلا عن ذلك، يعتبر التقليد اعتداء على حقوق الملكية الفكرية للعون الاقتصادي وتشويه لسمعته، حيث تؤثر رداءة العلامات أو السلع أو الخدمات المقلدة سلباً على صورة العلامات أو السلع أو الخدمات الأصلية لاسيما منها ذات الجودة العالية.<sup>46</sup>

## 2.2. آثار التقليد على المستهلك

يعتبر عنصر العملاء المستهلكين جوهر نشاط أي مؤسسة وغاية وجودها، حيث تتنافس المؤسسات مع غيرها داخل السوق بهدف المحافظة عليه أو تحويل عملاء المؤسسات المنافسة لها، وذلك باستخدام وسائل قد تكون مشروعة أو تحت طائلة الحظر القانوني الذي تكمن غايته الأساسية في حماية مصالح المؤسسات المتضررة من آثار المنافسة غير المشروعة.<sup>47</sup>

يعد تقليد أي عنصر من عناصر الشارات المميزة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار التجاري، اعتداء على مصالح العون الاقتصادي المنافس، و من ثم يعتبر هذا الاعتداء أحد صور المنافسة غير النزيهة المنصوص

عليها في المادة 27 الفقرة الثانية من القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم بقولها: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي: ...  
2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك."  
حسب مضمون الفقرة المذكورة أعلاه فإن هذا التقليد يمثل في ذات الوقت مساساً بالمصالح الاقتصادية للمستهلك، لأن المعلن يهدف من خلال هذا التقليد إلى زرع الشكوك والأوهام في ذهن هذا المستهلك، والتي من شأنها إثارة اللبس والخلط في ذهنه بين السلعة أو الخدمة الأصلية وتلك المقلدة<sup>48</sup>، فيقدم على اقتنائها ظناً منه أنها أصلية في حين أنها مقلدة.

مع الإشارة إلى أن مجرد وجود التشابه لعلامة أو منتج أو خدمة أو إشهار ما تابع لمؤسسة معينة لا يكفي بذاته للقول بحدوث تقليد، بل ما يركز عليه هو القدرة على جذب الزبائن وإثارة التشويش في أنفسهم، وبذلك تعد إمكانية حصول الالتباس في ذهن المستهلك العادي المتوسط الانتباه، حول السلعة أو الخدمة أو المؤسسة، الشرط الأساسي لقيام المخالفة.<sup>49</sup>

إضافة إلى ذلك، يمثل التقليد خطر كبير على صحة وأمن وسلامة المستهلك خاصة إذا تعلق الأمر بتقليد الأدوية والمنتجات الغذائية ومنتجات التنظيف والتجميل بحكم إتصالها المباشر بالمستهلك، هذا فضلا عن إنقاص حقوق المستهلك الواقع ضحية التقليد حينما يدفع ثمن سلعة أو خدمة مقلدة تفنقر للجودة والضمان المشروط لها معتقداً أنها أصلية.<sup>50</sup>

### 3.2. آثار التقليد على النظام العام الاقتصادي

تمثل ممارسات التقليد بكافة صورها عائق أمام تحقيق التنمية الاقتصادية، وذلك بسبب الخسائر الفادحة التي تلحقها بالخرينة العمومية لاسيما من حيث تأثيرها على النظام الجبائي، لأن مرتكبي هذه الممارسات لا يدفعون أية ضرائب أو رسوم أو اشتراكات اجتماعية، لذا فإن الدولة لا تستفيد من أية مساهمة مالية منها، بل تضطر لتخصيص أموال معتبرة لقمعها من خلال تكلفتها لمصاريف التحقيق والمعاينة والكشف عنها.  
إضافة إلى ذلك، يؤدي انتشار هذه الممارسات إلى ارتفاع في نسبة الجرائم الاقتصادية لاسيما منها الجريمة المنظمة وجريمة تبييض الأموال وجريمة التهريب التي تفتح المجال لإدخال السلع المقلدة بشكل غير قانوني.

كذلك يعد التقليد سبباً من أسباب عزوف المؤسسات الأجنبية عن الاستثمار في الدولة التي لا تركز آليات قمعية لهذه الممارسات، لكونها لا تولي اهتمام بحماية حقوق الملكية الفكرية وبالمصالح الاقتصادية للمؤسسات من مخاطر الاعتداء عليها، لذا تخشى هذه المؤسسات من التعرض إلى الآثار السلبية للمنافسة غير النزيهة عند الاستثمار في هذه الدولة.<sup>51</sup>

## ثانيا: آليات مكافحة ممارسات التقليد المخالفة لمبدأ النزاهة

بالنظر لخطورة المخالفات المتعلقة بالتقليد على مصالح العون الاقتصادي المنافس والمستهلك على حد سواء، لاسيما في ظل التطور التقني والتكنولوجي الذي ساهم في انتشارها، اهتم المشرع الجزائري بمكافحتها من خلال تكريس آليات إدارية تحفظية وأخرى قضائية ردعية بموجب القانون 02-04 المعدل والمتمم، إلى جانب ذلك أقر بموجب القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، آليات تحفظية خاصة بالمستهلك تهدف بالدرجة الأولى إلى حمايته من الآثار السلبية لهذه الممارسات لاسيما على أمنه وصحته وسلامته.

### 1. الآليات الإدارية لمكافحة ممارسات التقليد

منح المشرع الجزائري للموظفين المؤهلين الوارد ذكرهم في المادة 49 من القانون 02-04 السابق ذكره، صلاحية القيام بالتحقيقات والمعاينة للكشف عن مخالفات التقليد وتختتم التحقيقات المنجزة بنقارير تحقيق<sup>52</sup>، ومن أجل القيام بمهامهم على أكمل وجه خول لهم المشرع الجزائري عدة سلطات وصلاحيات، تتمثل في:

#### أ. حق الاطلاع على الوثائق

من خلال القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حينما وجدت والقيام بحجزها، وتضاف المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق، وبعد ذلك تحرر حسب الحالة، محاضر الجرد و/أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة، وتسلم نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة.<sup>53</sup>

#### ب. الحق في تفتيش المحلات المهنية

يتمتع الموظفون المذكورون أعلاه بحرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، كما يمارسون مهامهم خلال نقل البضائع، كذلك يمكنهم عند القيام بمهامهم، فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل.<sup>54</sup>

#### ج. تحرير محاضر لإثبات المخالفات

يتم تحرير محاضر المخالفات في ظرف 8 أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق، ويجب أن توقع من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة، وهذا تحت طائلة البطلان، وتسجل المحاضر وتقارير التحقيق المحررة من طرف الموظفين في سجل خاص مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه<sup>55</sup>، ويكون لها حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير، وعليه، يلزم القاضي الجزائري بالاعتماد على ما جاء في هذه المحاضر إلى غاية أن يثبت تزويرها، كما لا يمكن للعون الاقتصادي إنكار ما تضمنته إلا إذا طعن فيها بالتزوير.

علاوة على هذه الإجراءات الرقابية، يحق خلال مرحلة البحث والمعاينة عن مخالفات التقليد، لهؤلاء الموظفين وكذا لأعوان الرقابة وقمع الغش إتخاذ جملة من التدابير التحفظية، وذلك على النحو التالي:

### 1.1. التدابير التحفظية لمكافحة ممارسات التقليد بموجب القانون 04-02 المعدل والمتمم

تتمثل هذه التدابير فيما يلي:

#### أ. الحجز على السلع والبضائع

يتمثل الحجز في وضع السلع والبضائع أو العتاد والتجهيزات محل المخالفة أو التي استعملت في ارتكابها، بين يدي السلطة الإدارية للحفاظ عليها، وتكمن علة مصادرة هذه الأشياء في تفادي احتمال ارتكاب الجاني لجرائم أخرى في حالة استمرار حيازته لها.<sup>56</sup>

يجوز للأعوان المكلفين بالتحقيق في جريمة التقليد بعد ثبوت ارتكاب العون الاقتصادي لها، القيام بحجز البضائع أياً كان مكان وجوها، وكذا حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع الأخذ بعين الاعتبار حقوق الغير حسن النية<sup>57</sup>، وتكون المواد المحجوزة محل محضر معد وقف إجراءات محددة عن طريق التنظيم، ويتخذ هذا الحجز إحدى الصورتين إما عيني أو اعتباري.<sup>58</sup>

يتمثل الحجز العيني في كل حجز مادي للسلع، حيث تشتمل المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين، وتوضع تحت حراسة مرتكب المخالفة إذا كان يمتلك محلات للتخزين، وفي حالة عدم امتلاكه لهذه المحلات، يخول الموظفون المؤهلون الحراسة إلى إدارة أملاك الدولة، التي تقوم بتخزينها في أماكن تختارها لهذا الغرض، وتكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور قرار العدالة، وتقع على عاتق مرتكب المخالفة التكاليف المرتبطة بالحجز.<sup>59</sup>

أما الحجز الاعتباري فيقصد به كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما، ويتم تحديد قيمة المواد المحجوزة في هذا الحجز على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة، أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية، ويطبق الإجراء نفسه في حالة الحجز العيني، عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت حراسته.<sup>60</sup>

إذا ورد الحجز على مواد سريعة التلف أو اقتضت ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة، يمكن للوالي المختص إقليمياً بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة، البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزيدة للمواد المحجوزة، ويودع المبلغ الناتج عن البيع هذه السلع لدى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة.<sup>61</sup>

كما يمكنه أن يقرر تحويل هذه السلع مجاناً إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني، كمؤسسات الطفولة المسعفة أو الجمعيات الخيرية، وعند الاقتضاء يتم إتلافها<sup>62</sup> من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها، وفقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.<sup>63</sup>

وفي حالة صدور قرار يقضي برفع اليد عن الحجز، تعاد السلع المحجوزة إلى صاحبها، وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وعندما يصدر قرار رفع اليد عن حجز سلع تم بيعها أو التنازل عليها مجاناً أو تم

إتلافها، يستفيد صاحبها من تعويض بقيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرفه أثناء الحجز، كما يجوز له أن يطلب من الدولة تعويض الضرر الذي لحقه من جراء تنفيذ هذا الإجراء في حقه.<sup>64</sup>

### ب. الغلق الإداري للمحلات التجارية

يقصد بعقوبة غلق المحلات منع مرتكب الجريمة من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه فيها بل إغلاقها، ومضمون هذه العقوبة يكمن في أن المحل التجاري هو الوسيلة التي تساعد وتهيئ الظروف الملائمة للعون الاقتصادي من أجل اقتراف جريمته، ذلك أن استمراره في العمل بالمحل التجاري سيؤدي لا محالة إلى وقوع جرائم جديدة منه.

لذلك، تعتبر عقوبة الغلق أفضل وسيلة لمنع تكرار الجريمة، وقد أثبت التطبيق العملي فعاليتها في إزالة الاضطراب الذي أحدثته الجريمة مع منع تكرارها في المستقبل، إضافة إلى أنها تساهم في تحقيق العدالة بين المهنيين، من خلال إعادة التوازن بين المراكز الاقتصادية للمؤسسات المتشابهة، كما توفر حماية للمستهلكين ضد المخاطر التي تهدد أمنهم وسلامتهم.<sup>65</sup>

يتمتع الوالي المختص إقليميا بموجب المادة 46 من القانون 04-02 المعدل والمتمم، بصلاحيات اتخاذ قرار الغلق للمحلات التجارية ضد كل عون اقتصادي يرتكب مخالفة التقليد المخلة بنزاهة الممارسات التجارية، وينصب الغلق على المتاجر والمصانع والمؤسسات الخاصة بالمحكوم عليه، وإذا تعددت المشروعات التجارية فلا بد من تحديد المؤسسة التي يقع عليها الغلق، وإذا كان المشروع يتمثل في أقسام متعددة، فإنه يمكن الحكم بالغلق على فرع أو جزء من المشروع التجاري.

كما منحت المادة 47 من القانون 04-02 المعدل والمتمم للوالي سلطة إتخاذ إجراءات الغلق الإدارية المنصوص عليها في المادة 46 المذكورة أعلاه وفق الشروط نفسها و ذلك في حالة العود.

### 2.1. التدابير التحفظية لمكافحة ممارسات التقليد بموجب القانون 09-03 المعدل والمتمم

خول المشرع الجزائري بموجب المادة 53 من القانون 09-03 المعدل والمتمم لأعوان الرقابة وقمع الغش أثناء قيامهم بالتحري أو التحقيق عن المخالفات المرتكبة من قبل المتدخل في حالة اكتشافهم للمنتجات مشتبها بالتقليد، اتخاذ جملة من التدابير التحفظية قصد حماية المستهلك وصحته وسلامته ومصالحه الاقتصادية، وتتمثل هذه التدابير في:

#### أ. الحجز على المنتج المشتبه بالتقليد

طبقا لنص المواد 57 و 4/59 و 61 مكرر من القانون 09-03 المعدل والمتمم، فإنه في حالة المنتج المشتبه بالتقليد، يتم الحجز على تلك المنتجات بغرض تغيير اتجاهها أو إعادة توجيهها أو إتلافها دون الإخلال بالمتابعة الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون؛ ونظرا لخطورة هذا الإجراء يتطلب المرسوم التنفيذي 90-39<sup>66</sup> في مادته 2/27 إذن قضائي من أجل إجراء عملية الحجز باستثناء تلك الحالات المحددة في الفقرة 4 من نفس المادة.

وإذا كان المنتج المقلد صالحاً للاستهلاك إما أن يغير المتدخل المعني اتجاهه بإرساله إلى هيئة ذات منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر وشرعي، أو يعيد توجيهه بعد تحويله بإرساله إلى هيئة لاستعماله في غرض شرعي، وهذا وفقاً لنص المادة 58 من القانون 09-03 المعدل والمتمم.

### ب. السحب المؤقت للمنتج المشتبه بالتقليد

طبقاً لمضمون المادة 61 مكرر من القانون 09-03 المعدل والمتمم التي أضافها المشرع في 2018، يمكن تطبيق تدبير السحب المؤقت الوارد ذكره في المادة 59 من نفس القانون على المنتوجات المشتبهة بالتقليد، ويتمثل السحب المؤقت في هذه الحالة في منع المتدخل من وضع منتج المشتبه بالتقليد للاستهلاك، وذلك طيلة الفترة التي تستغرقها عملية إجراء الفحوص والتحليل و المحددة بأجل 07 أيام مع إمكانية تمديدتها إذا تطلبت الشروط التقنية للرقابة والتحليل أو الاختبارات أو التجارب ذلك، فإذا انقضى هذا الأجل دون إجراء تلك التحاليل أو إذا لم يثبت تقليد المنتج، يرفع فوراً تدبير السحب المؤقت.

وعندما يتحقق أعوان رقابة الجودة وقمع الغش من تقليد المنتج فإن البضاعة المعنية تسحب من حيز الاستهلاك - من طرف منتجها وفي حالة غيابه فمن طرف المتدخل في عرضها - ويتم الحجز عليها ويعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك.

### ج. السحب النهائي للمنتج المشتبه بالتقليد

في حالة ثبوت وجود المنتوجات المقلدة، ينفذ السحب النهائي للمنتج حسب نص المادة 62 من القانون 09-03 المعدل والمتمم، على نفقة المتدخل المعني ودون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة، مع إعلام وكيل الجمهورية بذلك فوراً.

### 2. الآليات القضائية لمكافحة ممارسات التقليد

إذا ثبت ارتكاب العون الاقتصادي لمخالفات التقليد يتم تحرير محاضر من قبل الموظفين المؤهلين تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة، الذي يقوم بإرسالها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعة القضائية، ومتى ثبتت إدانته يوقع عليه القضاء الجنائي الجزاء المقرر لهذه الجرائم.

#### 1.2. إجراءات المتابعة القضائية لممارسات التقليد

تعد المتابعة القضائية الطريق الأصلي للمخالفات<sup>67</sup> المنصوص عليها في القانون 04-02 المعدل والمتمم المذكور أعلاه، وطالما أن مخالفات التقليد تفوق غرامتها المبلغ المحدد لإجراء المصالحة، فإن محضر معاينتها يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية قصد المتابعة القضائية<sup>68</sup> سواء توافرت في هذه المخالفة حالة العود أم لا.<sup>69</sup>

تكون المبادرة بالمتابعة القضائية لهذه الجريمة لوكيل الجمهورية المختص إقليمياً الذي يتلقى المحاضر المثبتة لها من المدير الولائي المكلف بالتجارة<sup>70</sup>، بعدما يقرر هذا الأخير اللجوء إلى هذه المتابعة في حالة تبيين

له أن الوقائع تشكل مخالفة منصوص عليها في هذا القانون<sup>71</sup>، ومن ثم يحال الملف من قبل وكيل الجمهورية إلى قسم الجناح على مستوى المحكمة، ليصدر في حقه إما الحكم بالبراءة أو الإدانة. فضلا عن ذلك، قد تتم هذه المتابعة من خلال تحريك الدعوى العمومية عن طريق شكوى من قبل العون الاقتصادي المعتدى عليه أو من قبل المستهلك أو جمعيات حماية المستهلكين. لا تخضع المتابعة القضائية لأي قيد أو إجراء مسبق، غير أنه يجوز لممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانوناً، حتى ولو لم تكن الإدارة المكلفة بالتجارة طرفاً في الدعوى، أن يقدم أمام الهيئات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعة القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق أحكام القانون 02-04 المعدل والمتمم.<sup>72</sup>

## 2.2. الجزاء المقرر لممارسات التقليد

يتمثل الجزاء المقرر لممارسات التقليد في عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

### أ. العقوبة الأصلية المقررة لممارسات التقليد

طبقاً للمادة 38 من القانون 02-04 المعدل والمتمم سالف الذكر، توقع على العون الاقتصادي المقلد غرامة مالية تتراوح من خمسين ألف (50.000) د. ج. إلى (5000.000) خمسة ملايين د. ج. بالرغم من أهمية عقوبة الغرامة المالية في ردع مرتكبي هذه المخالفات، إلا أن قيمة هذه الغرامة مقارنة مع الأرباح التي يمكن للمعلن تحقيقها من وراء التقليد تبقى ضئيلة جداً ولا تحقق الردع المطلوب، خاصة وأن هذه الجريمة غالباً ما تمس بصحة المستهلكين وسلامتهم<sup>73</sup>، مع العلم أنه في حالة تعدد المخالفات تجمع الغرامات المنصوص عليها قانوناً مهما كانت طبيعة المخالفات المرتكبة. علاوة على هذه الغرامة نص المشرع الجزائري<sup>74</sup> على العود كظرف مشدد للعقوبة المقررة لجريمة التقليد، ويعتبر في حالة عود حسب مفهوم القانون 02-04 المعدل والمتمم، كل عون اقتصادي يقوم مخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بالنشاط نفسه، وتتمثل العقوبات الأصلية في حالة العود فيما يلي:

- مضاعفة عقوبة الغرامة بحديها الأدنى و الأقصى.

- الحبس لمدة تتراوح بين 03 أشهر إلى 05 سنوات.

### ب. العقوبات التكميلية المقررة لممارسات التقليد

تتمثل العقوبات التكميلية المقررة لجريمة التقليد في: المصادرة والغلق الإداري للمحلات التجارية، وكذا نشر قرار الإدانة، وتعد هذه العقوبات جوازية يمكن للقاضي الحكم بها أو استبعادها.

### ب.1. مصادرة المنتوجات المحجوزة

لقد أجازت المادة 44 من القانون 02-04 المعدل والمتمم للقاضي مصادرة السلعة المحجوزة بسبب مخالفات التقليد، وفي حال كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني تسلم هذه المواد إلى إدارة

أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليهما في التشريع والتنظيم المعمول بهما، أما في حالة الحجز الاعتباري فتكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، وعندما يحكم القاضي بالمصادرة يصبح مبلغ بيع السلعة المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية.

### ب.2. نشر قرار الإدانة

يجوز لكل من القاضي والوالي طبقا للمادة 48 من القانون 04-02 المعدل والمتمم، توقيع عقوبة نشر القرار الصادر بالإدانة التي تعد من أهم العقوبات التكميلية نظرا لما لها من أثر فعال في مكافحة جرائم التقليد الماسة بمصالح المستهلك، والمتمثل في المساس بسمعة العون الاقتصادي وشرفه.

يكون النشر على نفقة المحكوم عليه، ويتم بنشر قرار الإدانة كاملا أو ملخص منه في الصحف الوطنية، أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددونها، كالتعليق على واجهة مؤسسة العون الاقتصادي، وذلك بهدف إعلام المستهلكين والمتعاملين معه بالجريمة المرتكبة من قبله، مما يترتب عنه فقدان الثقة من المحترف الذي ارتكب الجريمة أو تقليل حجم مكاسبه المالية في المستقبل، نتيجة لعزوف الجمهور عن التعامل معه.<sup>75</sup>

### ب.3. منع ممارسة النشاط مؤقتاً

حسب المادة 47 من القانون 04-02 المعدل والمتمم يمكن للقاضي في حالة العود منع العون الاقتصادي المحكوم عليه، من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 02 من ذات القانون بصفة مؤقتة، و هذا لمدة لا تزيد عن 10 سنوات، على أن يشمل الحكم القاضي بالمنع من مزاوله النشاط، تحديد نوع هذا النشاط إذا تعددت نشاطات العون الاقتصادي و كذا مدة هذا المنع.<sup>76</sup>

### خاتمة

تقتضي نزاهة الممارسات التجارية أن تكون العلاقات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين مبنية على مبدأ حسن النية والأمانة، منعاً لأي مساس بحقوق العون الاقتصادي المنافس وعملائه المستهلكين، لذا يعتبر الحظر القانوني لممارسات التقليد أهم ضمانة قانونية تساهم في مكافحة انتشارها، وعليه، يمكن إجمال أهم النتائج المستخلصة من هذه الدراسة، فيما يلي:

- ضماناً لنزاهة الممارسات التجارية يتعين على كل عون اقتصادي أن يتحرى الصدق والأمانة في معاملاته التجارية والاقتصادية سواء في علاقاته مع الأعوان الاقتصاديين المنافسين أو مع المستهلكين.<sup>77</sup>
- تكريساً لذلك، حظر المشرع الجزائري مجموعة من ممارسات التقليد التي يرتكبها العون الاقتصادي متجاوزاً بها حدود المنافسة النزيهة، سواء من خلال تقليد شارات مميزة أو منتوجات أو خدمات أو إشارات تجارية لمنافس آخر.

- يمثل تجريم ممارسات التقليد المنصوص عليها في القانون 04-02 المعدل والمتمم أهم أوجه الحماية الوقائية والردعية التي أقرها المشرع الجزائري لمكافحة هذه الممارسات التي تستهدف جذب وكسب زبائن العون

الاقتصادي المنافس، من خلال زرع الشكوك والأوهام التي تثير اللبس والخلط في ذهنهم مما يؤدي إلى تضليلهم.

– في إطار حمايته للمستهلك، حرص المشرع الجزائري من خلال تجريمه لممارسات التقليد، على ضمان حق هذا المستهلك في اختيار أفضل السلع أو الخدمات التي تلبى رغباته المشروعة وفقا لإرادته الحرة وقدراته الشرائية، ودون المساس بمصالحه الاقتصادية.

على ضوء ما سبق بيانه من نتائج، يمكن تفعيل آليات مكافحة ممارسات التقليد المخلة بنزاهة الممارسات التجارية، من خلال الاقتراحات التالية:

– يتعين على المشرع الجزائري تدارك الاختلاف الموجود بين معاني بعض المصطلحات القانونية الواردة في نصوص القانون 02-04 المعدل والمتمم باللغة العربية والنصوص المترجمة لها باللغة الفرنسية، كما سبق الإشارة إليها في هذه الدراسة.

– ضرورة التنسيق بين مختلف القوانين المجرمة للتقليد لتفادي التداخل فيما بينها، حيث لاحظنا وجود اختلاف بين صور التقليد والآليات المكرسة لمكافحتها في كل من قانون العلامة وتسمية المنشأ وكذا قانون الممارسات التجارية وحماية المستهلك.

– تدعيم التدابير التحفظية المنصوص عليها في القانون 02-04 المعدل والمتمم (حجز السلع والبضائع والغلق الإداري للمحلات التجارية) بتدابير أخرى على غرار تلك الواردة في القانون 03-09 المعدل والمتمم، بحيث تساهم في توفير الحماية الوقائية اللازمة للمستهلك من جهة، والحيلولة دون الاعتداء على الشارات المميزة للتعرف الاقتصادي المنافس أو منتجاته أو خدماته أو إظهاره من جهة أخرى، الأمر الذي يشجع التنافس بين الأعوان الاقتصاديين لتقديم أفضل الخدمات والمنتجات من حيث الجودة والسعر.

– لتحقيق الغرض من العقوبة في ردع مرتكبي جرائم التقليد، ينبغي رفع الحد الأدنى والأقصى للغرامة المالية بما يتناسب مع خطورة هذه الجرائم، وذلك بمراعاة ما ينتج عنها من أرباح لمرتكبيها وأضرار للمتنافسين والمستهلكين، وكذا فرض عقوبة سالبة للحرية في صورة الحبس إلى جانب هذه الغرامة.

– ضرورة إدراج نص صريح يقرر المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي عن جرائم التقليد ضمن أحكام القانون 02-04 المعدل والمتمم، مع تحديد جزاءات تتلاءم وطبيعة هذا الشخص، وذلك في ظل انتشار هذه الجرائم وتنوع وتطور أساليبها من قبل الشركات حتى أضحت خطورتها تفوق جرائم الشخص الطبيعي.

– رفع كفاءة الأعوان المكلفين بالبحث والمعاينة والتحقيق في جرائم التقليد، من خلال تكوينهم لتدعيم خبراتهم العلمية والفنية في هذا المجال، مع تزويدهم بالإمكانيات المادية والتقنية اللازمة لأداء مهامهم بفاعلية.

## الهوامش

<sup>1</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 7 ديسمبر 1996 المصادق عليه في 28 نوفمبر 1996، ج. ر. العدد 76، الصادرة بتاريخ 8 ديسمبر 1996، المعدل والمتمم المعدل والمتمم

بموجب المرسوم الرئاسي رقم 20-251، المتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء 1 نوفمبر 2020، ج. ر. العدد 82، الصادرة في 30 ديسمبر 2020، المادة 61 منه: "حرية التجارة والاستثمار والمقولة مضمومة وتمارس في إطار القانون".

<sup>2</sup> كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص. 04.

<sup>3</sup> المادة الأولى من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر. العدد 41، الصادرة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج. ر. العدد 46، الصادرة في 18 أوت 2010، المعدل والمتمم بالقانون 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018، ج. ر. العدد 42، الصادرة في 15 يوليو 2018: " يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين. وكذا حماية المستهلك وإعلامه".

<sup>4</sup> دغيش أحمد، المنافسة التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس المدينة، المجلد 2، العدد 1، 2016، ص. 02.

<sup>5</sup> زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية (التقليد والقرصنة)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص. 9.

<sup>6</sup> زواني نادية، المرجع نفسه، ص. 10.

<sup>7</sup> معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة من الناحيتين الجنائية والمدنية، الطبعة السادسة، عالم الفكر والقانون للنشر والطباعة، مصر، 2001، ص. 458.

<sup>8</sup> معوض عبد التواب، المرجع نفسه، ص. 458.

<sup>9</sup> صالحة العمري، صور المنافسة غير المشروعة وفق اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية وإطارها القانوني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، المجلد 09، العدد 01، جانفي 2018، ص. 305.

<sup>10</sup> صراح خوالف، حماية المستهلك من تقليد العلامة التجارية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي نور البشير، البيض، المجلد 02، العدد 01، 2020، ص. 61.

<sup>11</sup> بن أمينة مصطفى، محاربة تقليد العلامات في ضوء قانون العلامات الجزائري بين العقوبات الردعية والإجراءات التحفظية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي أفلو، المجلد 02، العدد 02، 2019، ص. 47.

<sup>12</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، سلسلة قانون الأعمال، الطبعة الثانية، إبن خلدون، الجزائر، 2006، ص. 201.

<sup>13</sup> المادة 2 (1) من الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالعلامات، ج. ر. العدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.

<sup>14</sup> حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012، ص. 41.

<sup>15</sup> دزيري حفيظة، حقوق الملكية الصناعية، أثر ظاهرة التقليد على المستهلك، دار الهدى، الجزائر، 2016، ص. 92 و 93.

<sup>16</sup> دزيري حفيظة، المرجع نفسه، ص. 93.

- <sup>17</sup> زوية سميرة، أثر عدم نزاهة الممارسات التجارية على مصالح المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيدر بسكرة، المجلد 09، العدد 14، أبريل 2017، ص. 90.
- <sup>18</sup> الأمر 65-76 المؤرخ في 16 جويلية 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، ج.ر. العدد 59، الصادرة في 23 جويلية 1976.
- <sup>19</sup> يتم من خلال وضع تسمية زائفة لتسمية المنشأ مباشرة على المنتج.
- <sup>20</sup> يتم من خلال القيام بحملات إخبارية من شأنها تضليل المستهلك حول المنشأ الحقيقي للمنتج، دون أن يتم وضع التسمية الزائفة مباشرة على المنتج.
- <sup>21</sup> أحمد الدماني، حماية العلامة التجارية من التزييف أي فعالية؟، الطبعة الأولى، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المملكة المغربية، 2014، ص. 40.
- <sup>22</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص. 316.
- <sup>23</sup> عجة الجيلالي، أزمات حقوق الملكية الفكرية (أزمة حق أم أزمة قانون أم أزمة وصول إلى المعرفة)، دار الخلدونية، الجزائر، 2012، ص. 280.
- <sup>24</sup> القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. العدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بالقانون 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر. العدد 35، الصادرة في 13 يونيو 2018.
- <sup>25</sup> إضافة إلى مصطلح المنتج عرف المشرع في المادة 18/03 من القانون 03-09 المذكور أعلاه، السلعة على أنها: "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".
- <sup>26</sup> الأمر 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
- <sup>27</sup> CALAIS-AULOY (J) et STREINMETZ (F), *Droit de la consommation*, DALLOZ, 5 éd., 2000, n° 09, p. 08.
- <sup>28</sup> عزوزي توفيق، حماية حقوق المتعاقدين بين مقتضيات قانون حماية المستهلك والقانون 09-32، اللقاء الوطني الأول بين محكمة النقض والغرفة الوطنية للتوثيق العصري بالمغرب تحت شعار: أفاق مهنة التوثيق على ضوء القانون 09-32 والعمل القضائي، يومي 2 و3 نوفمبر 2012 بقصر المؤتمرات بمراكش، ص. 207.
- <sup>29</sup> CALAIS-AULOY (J) et STREINMETZ (F), op. cit., n° 09, p. 08.
- <sup>30</sup> المادة 17/03 من القانون 03-09 سالف الذكر.
- <sup>31</sup> علي أحمد صالح، مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر 1، المجلد 48، العدد 01، 2011، ص. 189 و190.
- <sup>32</sup> زوية سميرة، المرجع السابق، ص. 91.
- <sup>33</sup> كيموش نوال، المرجع السابق، ص. 46.
- <sup>34</sup> سويلم فضيلة، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2016-2017، ص. 18.
- <sup>35</sup> المادة 3 الفقرة 3 من القانون 02-04 المذكور آنفا.
- <sup>36</sup> يوسف عودة غانم المنصوري، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2015، ص. 365.
- <sup>37</sup> يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع نفسه، ص. 365.
- <sup>38</sup> يوسف عودة غانم المنصوري، المرجع نفسه، ص. 39.

- <sup>39</sup> بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، دراسة قانونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2011، ص. 60 - 61.
- <sup>40</sup> نعيم مغبغب، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة، دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى، بدون دار نشر، لبنان، 2010، ص. 270.
- <sup>41</sup> زوية سميرة، المرجع السابق، ص. 90.
- <sup>42</sup> غريوج حسام الدين، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017-2018، ص. 23.
- <sup>43</sup> مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون الاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا، الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، المحكمة العلا، 2012، ص. 13.
- <sup>44</sup> يقصد بالأعراف التجارية جميع القواعد التي اضطرت واستقرت عليها المعاملات التجارية وساد الاعتقاد بالزاميتها وضرورة الخضوع لأحكامها، على أن تكون هذه الأعراف نزيهة وغير مخالفة للقانون طبقاً لتدرج مصادر القانون التجاري.
- <sup>45</sup> دغيش أحمد، المرجع السابق، ص. 04.
- <sup>46</sup> بن زيد فتحي، المرجع السابق، ص. 1133.
- <sup>47</sup> لاکلي نادية، مفهوم المؤسسة في قانون المنافسة، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد 08، جوان 2016، ص. 97.
- <sup>48</sup> دغيش أحمد، المرجع السابق، ص. 06.
- <sup>49</sup> علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2009، ص. 155.
- <sup>50</sup> بن زيد فتحي، المرجع السابق، ص. 1133.
- <sup>51</sup> بن زيد فتحي، المرجع السابق، ص. 1132.
- <sup>52</sup> المادة 1/55 من القانون 02-04 المعدل المتمم.
- <sup>53</sup> المادة 50 من القانون 02-04 المعدل المتمم.
- <sup>54</sup> المادة 52 من القانون 02-04 المعدل المتمم.
- <sup>55</sup> المادة 57 من القانون 02-04 المعدل المتمم.
- <sup>56</sup> روسم عطية موسى نو، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014، ص. 329.
- <sup>57</sup> المادة 39 المعدلة والمتممة بالقانون 06-10 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتم القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر. العدد 46، الصادرة في 18 أوت 2010، ص. 11 - 13.
- <sup>58</sup> المواد من 40 إلى 43 من القانون 02-04 المعدل المتمم.
- <sup>59</sup> المادة 41 من القانون 02-04 المعدل المتمم.
- <sup>60</sup> المادة 42 من القانون 02-04 المعدل المتمم.
- <sup>61</sup> زبيري بن قويدر وخليفة جنيدي، المرجع السابق، ص. 72.

<sup>62</sup> يقصد بالإتلاف عملية التخلص من المنتج وذلك كلما تعذر استعماله استعمالاً قانونياً أو اقتصادياً، سواء عن طريق الردم أو الحرق أو تشويه طبيعة المنتج كتغيير طبيعته من الإستهلاك البشري إلى الإستهلاك الحيواني، والإتلاف كعقوبة تكميلية لا يتم إلا بعد الحجز على المنتجات التي تُكوّن في حد ذاتها جريمة، كجريمة التقليد.

<sup>63</sup> المادة 43 من القانون 02-04 المعدل المتمم.

<sup>64</sup> المادة 45 من القانون 02-04 المعدل المتمم.

<sup>65</sup> روم عطية موسى نو، المرجع السابق، ص. 317 - 318.

<sup>66</sup> المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر العدد 05، الصادرة في 31 جانفي 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر العدد 61، الصادرة في 21 أكتوبر 2001.

<sup>67</sup> المادة 1/60 من القانون 02-04 المعدل والمتمم: "تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الهيئات القضائية."

<sup>68</sup> المادة 4/60 من القانون 02-04 المعدل والمتمم.

<sup>69</sup> محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، وفقاً للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010، ص. 129.

<sup>70</sup> المادة 2/55 من القانون 02-04 المعدل المتمم.

<sup>71</sup> محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص. 128.

<sup>72</sup> المادة 63 من القانون 02-04 المعدل والمتمم.

<sup>73</sup> زيبيري بن قويدر وخليفة جنيدي، حماية إرادة المستهلك في ضوء قانون الممارسات التجارية 02-04، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيدر بسكرة، المجلد 09، العدد 14، أبريل 2017، ص. 72.

<sup>74</sup> المادة 47 من القانون 02-04 المعدل المتمم.

<sup>75</sup> أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، الطبعة الخامسة، المكتبة العصرية، مصر، 2007، ص. 564.

<sup>76</sup> محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص. 135.

<sup>77</sup> ARNAUD LECOURT, *La concurrence déloyale*, L'Harmattan, 2004, p. 11.