مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية
Available online at https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/65

رت م د: 1112-685x	المجلد: 17 / العدد: 01 / جـوان 2024
رت م د إ: 2588-2236	ص ص: 56 ـ 70

آليات حماية المؤسسات الاقتصادية والمستهلك من مخاطر المنتجات المقلدة في البيئة الرقمية

Mechanisms to protect institutions and consumers from counterfeit products in the digital environment

فتحي بن زيد *

جامعة سطيف 02

مخبر تطبيقات التكنولوجيا الحديثة في القانون

سطيف / الجزائر

S_benzid@yahoo.fr

تاريخ الارسال: 2022/10/20 تاريخ القبول: 2024/01/19 تاريخ النشر: 2024/06/30

الملخص:

لقد حسنت التجارة الإلكترونية بشكل كبير في توجيه المستهلكين من أجل شراء السلع، مما يتيح لهم المزيد من الخيارات والراحة، ولكن كان لبعض الأطراف سيئة النية استغلال الأسواق عبر الإنترنت أو التجارة الإلكترونية من خلال مختلف الطرق والأنظمة الأساسية التي تسمح لهؤلاء الباعة طرح السلع المقلدة التي يمكن أن تهدد الصحة العامة، السلامة، والأمن القومي، فضلا عن التسبب في ضرر اقتصادي للشركات المشروعة وعمالها، نتيجة تسويق السلع المقلدة تقليدًا لمنتجات حقيقية بجودة رديئة، إذ يستخدم المجرمون هذه النسخ المقلدة والمزيفة وغير المصرح بها للربح بشكل غير عادل من علامة تجارية مشروعة لنشاط اقتصادي، مما يضر بسمعة الشركة وقيمتها.

ففي كثير من الحالات، قد لا يكون المستهلكين على دراية بأنهم قد اشتروا منتجًا مزيفًا. واعتبارًا من عام 2019 قد بلغت التجارة الدولية في السلع المقلدة ما يقرب من نصف تريليون دولار أو 2.5 في المائة من التجارة العالمية. لحماية كل من المستهلكين وأصحاب الحقوق، عمل صانعو السياسات مع القطاع الخاص لتحديد أفضل الممارسات لمكافحة بيع السلع المقلدة.

الكلمات المفتاحية: مستهلك، شركة، علامة تجارية، تقليد، أنترنت.

* **المؤلف المرسل.**

Abstract:

E-commerce has greatly improved the way consumers buy goods, giving them more choice and convenience, but some ill-intentioned parties can exploit online or e-commerce markets through various methods and platforms that allow these sellers to offer counterfeit goods that The marketing of counterfeit goods can threaten public health, safety, and national security, as well as cause economic harm to legitimate businesses and their workers, as counterfeit products are used by criminals to profit unfairly from a brand. legitimate business activity, which is detrimental to the company's reputation and value.

In many cases, consumers may not be aware that they have purchased a counterfeit product. As of 2019, international trade in counterfeit goods amounted to nearly half a trillion dollars, or 2.5 percent of global trade. To protect both consumers and rights holders, policymakers worked with the private sector to identify best practices to combat the sale of counterfeit goods.
Keywords: consumer, company, trademark, imitation, internet.

مقدمة:

إن التجارة الالكترونية ضرورية الآن بل أصبحت واقعًا فعليًا معاشًا، وهذه التجارة الحديثة في طريقها للانتشار اليومي ولا تستطيع أي قوة أن تقف في طريقها أو تمنع تقدمها. لقد بدأت المشوار ولن تتوقف، ولكن هذا لا يعني فتح المجال لممارستها بصورة غير سليمة ومخالفة للقانون، بل يجب أن تتم كل معاملة وفق القوانين السارية التي تم تشريعها أخيرا لتقنين التجارة الالكترونية بكل أقسامها وتوابعها.

لا يخفى على أحد منا أن ظاهرة التقليد عبر الانترنت تشهد تفاقما مستمرا وأصبح هذا الداء الذي يمس بالمصالح الاقتصادية للمنشآت الوطنية يصيب جميع القطاعات (المنتجات الفاخرة، والمنسوجات، ومستحضرات التجميل، ولعب الأطفال، إطارات النظارات، ومنتجات الوسائط المتعددة ووغيرها) وتهدد هذه المنتجات، من أدوية ومستحضرات التجميل الرديئة الجودة، حصة المستهلكين وسلامتهم، وتسيء أيضا إلى سمعة العلامات المقلدة. وإن تعدوا الخسائر الناجمة عن سوق التقليد لا تحصوها.

إشكالية الورقة البحثية:

في ظل رواج التجارة الالكترونية والتي صاحبها طرح منتجات مجهولة المصدر سببت خسائر بالنسبة للشركات الاستثمارية العاملة وللمستهلك على حد سواء، فما هي الآليات القانونية التي يستوجب اتخاذها لمكافحة هذه التجارة وحماية حقوق المنتج والمستهلك؟

للإجابة على هاته الإشكالية اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي للإحاطة بهذا الموضوع من خلال التعرض للنصوص القانونية في هذا المجال وبالرغم من قلتها الشديدة ومن مجمل الدراسات التي تمت بالصلة معه، ونظرا لارتباط الموضوع بحقوق الملكية الفكرية في فضاء أو بيئة الانترنت وما تتعرض له من أفعال ذات طبيعة إجرامية لها تأثير على طرفي العلاقة من مستهلك ومؤسسات اقتصادية، قسمنا هذا البحث إلى محورين هما: المحور الأول: حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية في المجال الالكتروني، أما المحور الثاني: آليات مكافحة السلع المقلدة على شبكة الانترنت.

لنخلص في النهاية أن هدف الدراسة هو الوقوف على صور التعدي التي تلحق حقوق الملكية الفكرية في بيئة الانترنت، أثارها على المستهلك والأعوان الاقتصاديين، والجهود المبذولة على المستوى الدولي لمحاربة هاته الظاهرة العابرة للحدود.

المحور الأول: حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية في المجال الالكتروني

إن الجرائم التي تمس بحقوق الملكية الفكرية والتي تؤدي للاحتيال على المستهلكين وتهدد صحته وبالتالي تخصيص تكاليف إضافية على عاتق الدولة من جهة، ومن جهة أخرى تسبب خسائر للدولة وللمستثمرين الوطنيين والأجانب.

إن انتشار السلع المقلدة والمغشوشة يعود إلى أسباب عدة أهمها قلّة الوعي لدى المستهلك، كذلك الجشع المادي لدى المستورد والبائع، مشيرين إلى أن قلة وعي المستهلك تؤدي إلى تحمله معظم الآثار السلبية المباشرة سواء على صحته، عندما تكون السلع غير صالحة للاستهلاك، أو على سلامته عندما تكون غير مطابقة للمواصفات والمقاييس، أو حتى من جهة أن السلع المقلدة أو المغشوشة سريعة التلف، فيضطر المستهلك إلى شراء سلع بديلة، وهذا يعني فقدان المال وإن كان نسبياً أقل،[1] وتندرج حالات التعدي على حقوق أصحاب الاستثمارات وبالتالي تحقيق الضرر والخسارة والتي تطال المستهلك في حالتين هي التقليد والقرصنة.

أولا / التقليد

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم التقليد والتي من بينها:" التقليد في مفهومه الاصطلاحي هو كل تصنيع لمنتوج بالشكل الذي يجعله مشابها في ظاهره لمنتوج أصلي وذلك

بنية خداع المستهلك فهو يمس كافة جوانب حقوق الملكية الفكرية وفق الأشكال التي تحددها النصوص القانونية".[2]

فالتقليد إذا هو: اصطناع شيء كاذب على نسق شيء صحيح، ولا يشترط في الشيء المقلد أن يكون مشابها تماما للشيء الصحيح، بحيث ينخدع به الفاحص المدقق، وإنما يكفي أن يصل التشابه إلى درجة يكون من شأنها خداع الجمهور، والعبرة في تقدير توافر التقليد هي أوجه الشبه بين الشيء المقلد والشيء الأصلي .[3]

أما من الناحية القانونية فقد تناوله المشرع الجزائري في الأوامر المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية، باعتبار أن فعل التقليد مرتبط أساسا بهاته الحقوق وبخاصة العلامة التجارية وبراءة الاختراع.

فبموجب الأمر 03-06 المتضمن قانون العلامات التجارية الجزائري،[4] عرّف التقليد بأنه" كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"، ففي نص المادة(32) هاته نجد أن المشرع جعل من كل عمل يمس بحقوق صاحب العلامة هو جنحة تقليد،[5] بما يوحي أنه لم يحصر هاته الأعمال وحسنا ما قام به المشرع الجزائري.

أما بموجب الأمر 03-07 المتضمن قانون براءات الاختراع الجزائري،[6] فقد تناول مفهوم جنحة التقليد بنص المادة (61) كما يلي" يعد كل عمل عمدي مرتكب بمفهوم المادة 56 أعلاه جنحة تقليد"[7]'

ثانيا/ القرصنـــة

يستخدم مصطلح القرصنة في عصر التطور التكنولوجي الهائل ليعبر عن العمليات غير المشروعة التي يقوم بها البعض للسطو على المؤلفات والأعمال الفكرية والإبداعية للغير، فهي أخذ واستنساخ مصنف بدون دفع حقوق تأليفه واستغلاله وبيعه واستخدامه بغير ترخيص خفية عن طريق الإحتيال والغش[8].

فأشكال الاعتداء على الأعمال الفكرية عديدة، وأقصى هذه الأشكال السلب أو النهب، تلك الظاهرة التي اصطلح على تسميتها حديثا "بالقرصنة" نظرا لخطورتها وانعكاساتها السلبية على الإبداع، كما اصطلح على تسمية الشخص الذي يقوم بأعمال القرصنة في مجال الفكر "بالقرصان"، ذلك الكائن الطفيلي الذي يعتاش على إبداع وموهبة واستثمار الآخرين ويسطو على ما يمتلكون من ثمرات الجهد بدون مقابل [9].

وعليه نجد أن مصطلح القرصنة مرتبط بحقوق الملكية الفنية والأدبية وما يمثله من اعتداء على الجهد الفكري للأشخاص والمؤسسات بغرض طرح المنتجات المقرصنة في السوق بأقل الأسعار مشمولة بمخاطر على صحة وأموال المستهلك وكذا جملة الخسائر التي تلحق الشركات والمؤسسات من خلال التعدي على هاته الحقوق.

وقد عرف المشرع فعل التقليد المرتبط بحقوق الملكية الفنية والأدبية بموجب الأمر 05/03 المتضمن حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الجزائري.[10]

أما في مجال حقوق الملكية الصناعية فإن القرصنة مرتبطة خاصة بالعلامة التجارية أن يقوم شخص أو مشروع لا يمتلك أي حق على علامة تجارية وذلك بتسجيلها في صورة موقع الكتروني على شبكة الانترنت وذلك بقصد الإضرار بمالكها أو بقصد إعادة بيع العنوان الإلكتروني إلى هذا المالك مرة أخرى أو للغير وخاصة العلامات المشهورة منها وتكون العناوين الالكترونية حينها مرتبطة بها، بما يجعل صاحبها مجبر على التفاوض مع القرصان بهدف استرداد هذا العنوان بأي ثمن.[11]

وقد ارتفع حجم تجارة السلع المزيفة والبضائع المقرصنة في العالم من 250 مليار دولار سنويا في عام 2008 إلى أكثر من 461 مليار دولار عام 2013، فيما أصبحت المنتجات المقلدة تمثل الآن أكثر من 2.5% من التجارة العالمية، بما فيها 5% من إجمالي واردات الاتحاد الأوروبي، وفقا لدراسة جديدة نشرتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية نشرها موقع غرفة التجارة الدولية.[11]

ثالثا/ العوامل المساعدة على انتشار ظاهرتي التقليد والقرصنة

مما لا شك فيه أن التقليد ظهر قبل التطور الصناعي بكثير، لكنه قد أخذ مستويات عالية ومقلقة بعد التحول والتطور الكبير الذي شهده قطاع الصناعة وبخاصة في مجال التكنولوجيا. من بين العوامل الأساسية التي ساعدت على انتشاره نذكر:

01- التقدم التكنولوجي: إن التقليد والقرصنة يستفيدان بشكل كبير من التقدم التكنولوجي على جميع المستويات وخاصة الإنتاج والتوزيع في ضوء التطور التكنولوجي وثورة المعلومات والاتصالات مما ترتب عنه ثورة في الإنتاج والتسويق للسلع والبضائع المقلدة.[12]

02- كثافة التجارة الدولية: ساعد تحرير التجارة الدولية، وتزايد حركية انتقال رؤوس الأموال عبر الحدود، وارتباط ذلك مع ظهور الثورة التكنولوجية والمعلوماتية وعلاقتها بوضع السوق، مما أدى إلى بروز عمليات الاعتداء ووجود بضائع مزيفة وغير أصلية.[13]

03- العامل الاجتماعي: ويتمثل في الفقر والبطالة وارتفاع تكاليف المعيشة والتي ساهمت في تطور ارتكاب الجريمة، فغالبا ما تكون البضائع والسلع التي تعرضت للقرصنة رخيصة الثمن إذا ما قورنت بنظيرتها الأصلية، وبالتالي فإن ثمنها يكون في حدود القدرة الشرائية الضعيفة، وعليه فإن الزبون أو المشتري لهذا النوع من البضائع لا يعطي أهمية كبيرة لنوعية السلعة، بل ما يجذبه هو الثمن، فيعتبر بذلك شريكا غير مباشر ودون علمه في عملية القرصنة .[14]

04- بروز منتجات جديدة.

05- عدم نجاعة القوانين: إن عدم تماشي القوانين والأنظمة الخاصة بالتقليد مع المستجدات والجرائم العصرية، وعدم نجاعة العقوبات المخصصة لها، حيث مازالت معظـم قوانين الملكيـة الفكرية في العالم، خاصة العربي حديثة نوعا ما، الشيء الذي أدى إلى خلق فـراغ قانــوني سمح بتفاقــم التجاوزات والاعتداءات في مجال الملكية الفكرية كما أن غياب آليات فعالة للحماية (أجهزة التحري) كثيرا ما يؤدي إلى فشل القضايا أمام المحاكم.[15]

06- المنافسـة غير المشروعـة: وهي تتحقق باستخدام وسائل تتنافى ونصوص القانون، أو العادات التجارية أو الشرف المهني،وذلك باستخدام وسائل تؤدي إلى الخلط واللبس كاستخدام عنوان تجاري مشابه، أو تقليد العلامات التجارية لتاجر منافس، أو باستخدام وسائل من شأنها إحداث الاضطراب في مشروع، أو منشأة تاجر منافس بإذاعة أسراره التجارية أو الصناعية.[16]

رابعا/ أثار التقليد والقرصنة

إن عصابات الجريمة المنظمة قد بدأت- وبصورة متزايدة- في الاشتغال بتجارة السلع المقلدة التي تشكل خرقاً لحقوق الملكية الفكرية عبر الحدود على الصعيد العالمي، إذ تحذر المنظمة العالمية للملكية الفكرية أن السلع المقلدة والمنتوجات المزيفة والغش التجاري باتت تكلف اقتصادات العالم خسارة سنوية تبلغ نحو مئات المليارات من الدولارات، ما يجعل

الكثير من الدول تشهد إغراقا للسلع المقلدة في العالم، وهو ما نتج عنه أثار وخيمة على الاقتصاد والصحة، كما يلي:

01/ على اقتصاديات المؤسسة

ففي كل عام يخلف التقليد خسائر مليارات الدولارات، ذلك أن المؤسسات تتحمل عند إنتاجها تكاليف ضخمة من أجل البحوث والدراسات التي تقوم بها من تسويق وإشهار وتأمين وخدمات ما بعد لبيع، وببساطة تجد منتجاتها في السوق مقلدة والتي جاهدت على مر السنين لتكوينها، بما يؤدي بها إلى تحمل خسائر مادية ومعنوية إثر فقدان العلامة لمزاياها وشهرتها وانخفاض ميزانيتها.[17]

إضافة إلى ذلك فإن، هذه المؤسسات عندما تقرر أو تضطر لمواجهة المقلدين لمنتجاتها، وجب عليها أن تخصص تكاليف وأموال إضافية من أجل الخبرات التقنية والمتابعات القضائية، مع الإشارة إلى أنه ليس في متناول كل المؤسسات مواجهة هذه الظاهرة، فالشركات الكبرى لها كل الوسائل اللازمة، إلاّ أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تبقى عاجزة عن مواجهته، ما يؤدي بالمؤسسة إلى فقدان حصتها في السوق، وذلك يؤدي إلى إفلاسها وتشويه سمعتها، خاصة إذا كانت المنتجات ذات علامة فاخرة.[18]

02/ على اقتصاد الدولة وسياستها الاستثمارية

إن البضائع المقلدة تدخل الأسواق الوطنية عن طريق التهريب والطرق غير المشروعة وتباع بدون فاتورة على أساس أنه تم إدخالها بدون أداء الضرائب الجمركية المستحقة كلها أو بعضها، وعليه فبالنسبة للدولة فالقرصنة تشكل تهربا من دفع الضرائب والرسوم والإدخارات الاجتماعية.

للتقليد وقرصنة حقوق الملكية الفكرية أثر مدمر على الشركات الصغيرة والشركات الكبرى، وحسب تقديرات منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية يكلف التقليد وقرصنة حقوق الملكية الفكرية الشركات حوالي 638 مليار دولار كخسائر مرتبطة بحقوق المؤلفين،المخترعين وأصحاب العلامات التجارية، وهناك أدلة كثيرة على تفشي ظاهرة التقليد والقرصنة بما يكبح النمو الاقتصادي ويبعد الاستثمار الأجنبي ويحول دون نقل التكنولوجيا.[19]

03/ على صحـــة المستهلك

يتجسد الخطر في تغليط المستهلك أو إيقاعه في الغلط، ما يجعله ضحية سهلة لممارسات غير مشروعة فينعكس هذا التهديد على صحته وأمنه خاصة إذا تعلق الأمر بتقليد الأدوية، والمواد الغذائية ومواد التنظيف والتجميل وقطع غيار السيارات والأجهزة الإلكترونية كما أن التغليط يحمل مفهوم الخداع، ومن منا يرضى بالخداع والغش.[20]

إن المستهلكين هم أولى ضحايا التقليد باعتبارهم أول حلقة في سلسلة عملية الخداع المتبعة في هذا النشاط، لكن الأمر الخطير ليس الوقوع في عملية الخداع أين يظن المشتري أنه اقتنى منتوجا أصليا فحسب، إنما في كون هذا المنتوج يشكل خطرا جسيما على صحة وأمن هذا المستهلك، خاصة إذا كانت منتجات صيدلانية أو كهرومنزلية أو غيرها والتي تلحق أضرار جسمانية ونفسانية مباشرة للمستهلك.

تقدر المنظمة العالمية للصحة (OMS) نسبة الأدوية المقلدة المتداولة في العالم بـ 07% وتصل هاته النسبة إلى 30 % في البرازيل و 60 % في إفريقيا.

إضافة إلى ذلك فإن التقليد لا يشمل المنتجات ذات النوعية الرديئة وإنما أيضا على منتجات خطرة جدا في تركيبها كزيوت السيارات أو الآلات الصناعية التي تؤدي إلى حوادث جسمية تمس بالأخص مستعمله.[21]

الجدول رقم 01: حصة التقليد من التجارة الدولية[22]

السنـــة	1980	1990	2000
تقيم التجارة الدولية (مليار دولار)	340	500	700
نسبة التقليد من التجارة	2 % إلى 4%	5 % إلى 7%	7 % إلى 9%
حصة التقليد (مليار دولار)	68 إلى 136	250 إلى 350	490 إلى 630

المصدر : الغرفة التجارية الدولية 2004

المحور الثاني: آليـات مكـافحـة السلع المقلـدة على شبكـة الأنترنت

تفرض التكنولوجيا الحديثة تحديات على نشاطات حماية الملكية الفكرية، إذ يسهم التعاون بين العلامات التجارية والمؤسسات القانونية في نجاح عمليات مكافحة الجرائم الفكرية وتعتبر قدرة المقلدين على إخفاء هوياتهم الحقيقية من أهم التحديات لمواجهة جرائم الملكية الفكرية والتي تسبب ضررا على المؤسسات الاقتصادية والمستهلك معا، وقد تطورت

الدول كثيرا في إيجاد الآليات الكفيلة لمحاربة ظاهرة التقليد والقرصنة على شبكة الانترنت لحماية اقتصاد المؤسسات العاملة والمستهلك على حد سواء كما يلي:

01/ توعية المستهلك:

ضرورة تفعيل دور المؤسسات الرقابية بالدولة مثل جمعية حماية المستهلك، الصحافة، وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والهيئات الأخرى من أجل بيان آثار الغش التجاري وإعلان حالات الغش التجاري ووضع قائمة سوداء بأسماء الشركات[23].

02/ الجمارك السيبرانية (التجربة الفرنسية)

إن الجمارك عضو بالغ النشاط في مكافحة التقليد على المستوى الوطني، يؤدي دورا أساسيا في مكافحة التقليد عبر الانترنت، تهدف إلى مراقبة الأشخاص الذين يستترون وراء أسماء مستعارة على مواقع البيع والمنتديات والشبكات الاجتماعية، وقد تقضي إلى هدف فتح تحقيقات جمركية واستخباراتية.

وقد ظهرت أول فرقة جمارك سيبرانية في فرنسا، إذ يقتصر عمل الجمارك السيبرانية أساسا على المواقع الموجودة في فرنسا، وأما تلك الموجودة خارجها فتكون صلاحية المحققين مقتصرة على البحث عن المشترين الفرنسيين، ويمكن لقاضي التحقيق أن يصدر إنابة قضائية إذا قرر المدعي العام فتح باب تحقيقات[24].

بالإضافة إلى ذلك، تتعاون هيئة الجمارك السبيرانية بانتظام في عمليات التحكم في اسم المجال الدولي. تتكون عمليات المسماة "في مواقعنا- In our sites"، التي تتم بالشراكة مع السلطات الأمريكية واليوروبول، من تحديد المواقع الاحتيالية واستبدال صفحتها الرئيسية بلافتة تشير إلى أن الموقع قد تم الاستيلاء عليه.

كما يواجه ضباط الجمارك السيبرانية توسع "الإنترنت الخفي" (الشبكة المظلمة). إذ يمكن الوصول إلى هذه الشبكة الموازية عبر برنامج Tor المجاني. تنتشر حركة المرور من جميع الأنواع هناك ويتم الدفع مقابل المشتريات عمومًا بعملة البيتكوين (عملة افتراضية يمكن تحويلها إلى عملة أجنبية). يعتقد مستخدموه أنه يمكنهم الاستفادة من إخفاء الهوية بالكامل، لكن لدى Cyberdouane وسائل تقنية لتحديد مكان الجناة. تتعاون وحدة الجمارك الإلكترونية مع العديد من الجهات الفاعلة العامة، بما في ذلك الدرك ومنصة PHAROS

(منصة للمواءمة والتحليل والتدقيق المتبادل وتوجيه التقارير) التي تتيح لك الإبلاغ عن أي سلوك غير قانوني على الإنترنت.

03/ مشروع التعاون مع وسطاء الدفع الالكتروني (التجربة الأوروبية)

يهدف مشروع التعاون مع وسطاء الدفع الالكتروني إلى وضع منصة في فرنسا مثل الائتلاف الدولي لمكافحة التقليد.

وأصدرت المفوضية الأوروبية بلاغا بعنوان "تجديد توافق الأراء بشأن حامية حقوق الملكية الفكرية: خطة عمل الاتحاد الأوروبي في 2014/07/01، استهلت به مبادرة ترمي إلى تركيز سياسة الاتحاد الأوروبي في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية على المخالفات التجارية وعلى نهج " تعقب الأموال"، ويهدف المشروع إلى تجفيف منابع تمويل المواقع المتخصصة في بيع منتجات مقلدة وحرمان المخالفين التجاريين من إيراداتهم، وقد تجسد تعاون مثالي بين أصحاب حقوق الملكية الفكرية والجهات المعنية بالانترنت وظهر ما يسمى بمنصات البيع الإلكتروني ووسطاء الدفع الإلكتروني ووسطاء الإعلانات على شبكة الانترنت.[25]

ومنه يمكن للمؤسسات والشركات الاطلاع على كل العمليات التي يحضرها وسطاء الدفع الالكتروني في ما يخص المنتجات المقلدة المنتشرة على مواقع البيع الالكتروني.

تجسدت فكرت الإتحاد الأوروبي وانتقلت إلى كندا وتم إنشاء المركز الكندي لمكافحة الغش (CAFC Centre Anti-Fraude du Canada) الذي أقام تعاونا بين المؤسسات المالية(بنك، فيزا كارت وماستر كارت وغيرها) وأصحاب العلامات التجارية وجمعيات المستهلكين شهر جويلية 2015.

04/ الشرطة المالية (التجربة الإيطالية)

أسفرت إجراءات الإنفاذ بقيادة الشرطة المالية وأجهزة الشرطة الأخرى على تحديد عنصرين مميزين يؤكدان الاتجاه الجديد لصناعة السلع المقلدة هما[26]:

- العنصر الأول هو الزيادة الهائلة التي طرأت على حجم سوق السلع المقلدة في السنوات الأخيرة، حيث قفز حجم ما صادرته الشرطة المالية من منتجات مقلدة أو خطيرة من 90 مليون في عام 2006 إلى ما يزيد عن 393 مليون في عام 2015 .
- العنصر الثاني هو التوسع الشديد في مجموعة المنتجات المتنوعة التي يجري تقليدها، التي لا تقتصر في الوقت الراهن، على السلع الكمالية أو السلع الباهظة عادة في قطاع

الملابس إنما امتد لتشمل أيضا السلع الاستهلاكية التي تستخدم في نطاق واسع. لكن الجانب الأكثر إثارة للقلق هو ارتفاع عدد المنتجات المضبوطة التي تشكل خطرا على حصة في المنتجات الخاصة بالرضع وفي الأدوية.

وتقوم الشرطة المالية لمكافحة التقليد على امتداد ثالث جبهات هي[27]:

- **خط الدفاع الأول**: ويتمثل في نشر ضباط الشرطة المالية في المناطق الجمركية بهدف ضبط المتورطين في الإتجار غير المشروع في السلع القادمة من غير الاتحاد الأوروبي،
- **خط الدفاع الثاني**: الرقابة الاقتصادية المنظمة لإقليم الدولة، وتضطلع بها دوريات الشوارع التي تنسق مع سائر أجهزة الشرطة لضمان التحرك السريع في المكان والزمان لسيطرة وضبط المنتجات المقلدة.
- **خط الدفاع الثالث**: تحقيقات وحدات شرطة الضرائب والتي لا تهدف إلى مصادرة المنتجات وإنما من خلال عمل استخباراتي لتحديد النطاق الكامل لسلسلة التوزيع الرئيسية.

خاتمـــة

لا توجد وصفة سحرية واحدة لوقف القرصنة على الانترنت، ويبقى التطبيق الصارم للقانون والمقاضاة المدنية والجزائية الهادفة وسيلتين حاسمتين لمعالجة الحالات الأكثر خطورة ولضامن وجود السوابق القانونية الضرورية.

لذا يتطلب الأمر التنسيق بين كل الفاعلين سواء بالنسبة إلى الهيئات الإدارية في الدولة بمختلف أنواعها واختصاصاتها، المؤسسات الاقتصادية والمستهلك من أجل الحد من انتشار هاته السلع المقلدة التي أصبحت تهدد طرفي العلاقة الاقتصادية المستهلك-المؤسسة، ولا يكفى هذا الأمر، بل لا بد من توسيع قيم ومبادئ التعاون في المجال الدولي من خلال الاتفاقيات المبرمة في هذا الشأن وكذا الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في سياسة الحد من انتشار السلع المقلدة وكذا استعمال التكنولوجيات الحديثة للكشف عنها.

قائمـــة المصـــادر والمراجـــع:

أولا/ المصـــــادر

[1] الأمر 05/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتضمن حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003، عدد رقم 44.

[2] الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.

[3] الأمر 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.

ثانيا/ المراجـــع

01/ الكتب

[1] أحمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي – الصناعة التجارة- الخدمات. القاهرة .جامعة القاهرة، 1999.

[2] خلف بن سليمان بن صالح التمري، الجرائم الاقتصادية وأثرها علي التنمية في الاقتصاد الإسلامي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1999.

[3] شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت وعلاقتها بالعنوان الالكتروني،الدليل الالكتروني للقانون العربي، 2016.

02/ المقـــالات

[1] أ.د عبد العزيز شرابي، ط /محمد أمين فروج، ظاهرة التقليد (المخاطر وطرق المكافحة)، مجلة الاقتصاد والمجتمع، جامعة قسنطينة2 - كلية الاقتصاد، عدد 2008/5.

[2] كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، المجلد 09، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.

03/ الرسائـــل والمذكـــرات

[1] لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية والاقتصادية والتسيير، تخصص: تسويق، جامعة متنوري، قسنطينة، 2009.

[2] لزهر دربالي، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر-باتنة 01-، 2015-2016.

[3] مهاجري فؤاد، دور الأجهزة الدوليو والوطنية في حماية الملكية الفكرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جمعة الجزائر 01، 2013-2014.

[4] بلهواري نسرين، النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 01، 2008-2009.

[5] زواني نادية، الاعتداء علي حق الملكية الفكرية التقليد والقرصنة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية،جامعة الجزائر01، 2012-2013.

[6] سادي لامية كروط محمد، دور الجمارك في مكافحة جريمة التقليد في مجال الملكية الصناعية، مذكرة ماستر، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية، 2014-2015.

04/ مواقع الكترونية

[1] ستيفاين لوغي، منسقة اللجنة الوطنية لمكافحة التقليد، منع وقمع التقليد عرب الانترنت – مبادرات فرنسا، إدارة التخطيط والعالقات الدولية، المعهد الوطني للملكية الصناعية، للجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ الدورة العاشرة جنيف، من 23 إلى 25 نوفمبر 2015، منشور بموقع منظمة الويبو : www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/ar/wipo_ace_10/wipo_ace_10_18.pdf

[2] غرفة أبوظبي، دعوة المستهلكين إلى مقاطعة السلع المقلدة، مقال منشور بجريدة الاتحاد الإماراتية بالموقع الالكتروني للجريدة: https://www.alittihad.ae/article/30690/2009/، بتاريخ 23سبتمبر 2009 - 12:22 (AM).

[3] ترجمة - محمد أحمد، السلع المقلدة والمقرصنة تستنزف الاقتصاد العالمي، منقول منشور بجريدة لوسيل (lusail) الاقتصادية، بموقعها الالكتروني: www.lusailnews.qa، تاريخ النشر 25 أبريل 2016.

التهميش والاقتباس

[1] - سامي مسالمة، المنتجات المقلدة «تتحايل» على جهود حماية المستهلك وأصحاب العلامات التجارية، مخابئ تحت الأرض وفي الأسقف والشقق، بمقال منشور جريدة الخليج للاقتصادي، في الموقع الالكتروني للجريدة www.alkhaleej.ae تاريخ النشر: 2017/01/15.

[2] - بلهواري نسرين، النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر1، 2008-2009، ص7.

[3] - زواني نادية، الاعتداء علي حق الملكية الفكرية التقليد و القرصنة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير، ، كلية الحقوق و العلوم الإدارية،جامعة الجزائر1، 2012-2013 ،ص 9.

[4] - الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 ،المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003 ،عدد 44.

[5] - كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، العدد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص476.

[6] - الأمر 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 ،المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003 ،عدد 44.

[7]- للمزيد ارجع لنص المادة 56 من المر 07/03 المتضمن قانون العلامات الجزائري السالف الذكر.

[8]- زواني نادية، مرجع سابق، ص25.

[9]- مرجع نفسه، ص 28.

[10] - الأمر 05/03 الصادر بتاريخ 2003/06/19، المتضمن حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج ر الصادرة بتاريخ 2003/06/23، عدد رقم 44

[11] - شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الأنترنت وعلاقتها بالعنوان الالكتروني،الدليل الالكتروني للقانون العربي، ص55-57.

[12]- ترجمة - محمد أحمد ، السلع المقلدة والمقرصنة تستنزف الاقتصاد العالمي، منقول منشور بجريدة لوسيل (lusail) الاقتصادية، بموقعها الالكتروني: www.lusailnews.qa، تاريخ النشر 25 أبريل 2016.

[13]- مهاجري فؤاد، دور الأجهزة الدوليو والوطنية في حماية الملكية الفكرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جمعة الجزائر1، 2013-2014، ص55.

[14]- زواني نادية، مرجع سابق، ص25.

[15] - خلف بن سليمان بن صالح التمري، الجرائم الاقتصادية وأثرها علي التنمية في الاقتصاد الإسلامي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ،1999،ص85.

[16]- لزهر دربالي، جريمة التقليد في الملكية الصناعية وآليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر-باتنة1- 2015-2016، ص98.

[17]- احمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي – الصناعة التجارة- الخدمات. القاهرة .جامعة القاهرة، 1999، ص 285.

[18]- لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة(دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية والاقتصادية والتسيير، تخصص: تسويق- ، جامعة متنوري ،قسنطينة، 2009 ، ص155.

[19]- سادي لامية كروط محمد، دور الجمارك في مكافحة جريمة التقليد في مجال الملكية الصناعية، مذكرة ماستر، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية-2014-2015، ص80.

[20]- بحث منشور على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية(WIPO)، في موقع المنظمة: www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/ar/pcda_1/pcda_1_4-annex1.doc.

[21]- Isabelle de BERRANGER-ZELLER, la lutte contre la c contrefaçon, P :11 .

[22] - أ.د عبد العزيز شرابي، ط /محمد أمين فروج، ظاهرة التقليد (المخاطر وطرق المكافحة)، مجلة الاقتصاد والمجتمع، جامعة قسنطينة2 كلية الاقتصاد، عدد5/2008، ص230.

[23] - أ.د عبد العزيز شرابي، مرجع سابق، ص235.

[24] - غرفة أبوظبي ، دعوة المستهلكين إلى مقاطعة السلع المقلدة، مقال منشور بجريدة الاتحاد الإماراتية بالموقع الالكتروني للجريدة: https://www.alittihad.ae/article/30690/2009/، بتاريخ 23سبتمبر 2009 - AM12:22

[25] - ستيفاين لوغي، منسقة اللجنة الوطنية لمكافحة التقليد، منع وقمع التقليد عرب الانترنت – مبادرات فرنسا، إدارة التخطيط والعالقات الدولية، المعهد الوطني للملكية الصناعية، للجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ الدورة العاشرة جنيف، من 23 إلى 25 نوفمبر 2015 ، منشور بموقع منظمة الويبو : www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/ar/wipo_ace_10/wipo_ace_10_18.pdf

[26] - ستيفاين لوغي، مرجع سابق، ص4.

[27] - الكولونيل فينشزنو توزي، تجارب إيطاليا في مكافحة التعديات على حقوق الملكية الفكرية عرب الإنترنت، اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ الدورة الثانية عشرة جنيف من 4-6 سبتمبر 2017 الترتيبات المؤسسية لمعالجة التعديات على الملكية الفكرية على الانترنت في الدول الأعضاء في الويبو.