ظاهرة التقليد: المخاطر وطرق المكافحة

أ.د عبد العزيز شرابي
مدير مخبر البحث المغرب الكبير: الاقتصاد والمجتمع
محمد أمين فروج
طالب دكتوراه

الملخص

يهدف هذا المقال إلى طرح إشكالية ظاهرة التقليد التي أخذت بعدا دوليا في تعاملاتها وأصبحت تشكل أساس قيام الاقتصاديات الموازية. و قد أوضحنا بعض الخصائص المميزة لهذه الظاهرة والتطور السريع الذي أخذه منحى انتشارها.

وقد تطرقنا إلى أهم الطرق في محاربة التقليد مبرزين دور التعاون بين مختلف الهيئات الحكومية وغير الحكومية على المستويين الدولي والمحلي. وأشرنا في نهاية المقال إلى ظاهرة التقليد في الجزائر من خلال تقييم الإجراءات المتخذة للحد من آثارها.

Résumé

L'objectif de cet article est de démontrer les aspects économiques et structurels de la contrefaçon comme étant un phénomène mondial et interface structurelle dans l'économie parallèle. L'ampleur de ce phénomène nous mène à spécifier les aspects de la contrefaçon qui constituent un tournant important dans la compréhension des initiatives menées par les différentes institutions et organismes gouvernementaux et civils. Enfin, on termine l'article par donner un aperçu des politiques mises par les autorités algériennes dans la lutte contre la contrefaçon.

مقدمة

لم يعد التقليد ذلك النشاط الحرفي الذي يعمل على محاكاة المنتوج بشكل تام أو جزئي في مظهره، بل أصبح نظاما صناعيا متكاملا له آلته الإنتاجية، مزاياه التكنولوجية، و وظائفه التسويقية. و ارتقاء نشاط التقليد من المجال الحرفي إلى المجال الصناعي العالمي أصبح نقطة تحول هامة في تحديد مفهوم العلاقات و دراسة السوق وتأثيره على سلوك الاستهلاك، و نمطه أصبح جليا و واضحا في فهم ظاهرة الأسواق الموازية ونشأتها. هذا التغير في سلوك المستهلك (الاستهلاك) واتجاهه نحو هذه الأسواق لتلبية احتياجاته سيكون بالتأكيد سببا هاما في اختلال توازن الأسواق الرسمية، واضطرابا حقيقيا سيؤثر سلبا على وظائف المؤسسة، و تنتج عنه خسائر هامة تتكبدها هذه الأخيرة خاصة فيما يخص فقدان الحصص السوقية وابتذال العلامة (فقدان ميزتها). إضافة إلى ذلك فإن التقليد سيكلف اقتصاديات الدول تكاليف

اقتصادية واجتماعية و آثارا تمتد على المدى الطويل ، فقد أصبح متجذرا فيها ومن الصعب استئصاله نظرا لتنوع أشكاله وتشعب فروعه.

و تسعى الدول اليوم جاهدة لمحاربة هذه الظاهرة بجميع أشكالها والعمل على تقليص الخطر واحتواء الأضرار الناتجة عن ذلك، إلا أن هذه الجهود تلقى في كثير من الحالات منافذ مقفلة، يرجع السبب فيها إلى غياب نظام مدروس و خطط عملية، خاصة تلك المتعلقة بمجال التعاون بين الهيآت والمنظمات بمختلف أنواعها (حكومية ، مؤسسات ، جمعيات حماية المستهلك ، سلطات محلية ....الخ). فرغم تضافر الجهود وتجميع القوى بين مختلف هذه الهيئات و المنظمات في تحديد أشكال أكثر فعالية في محاربة التقليد، تبقى المقاربة القانونية المنهجية الوحيدة المتبعة في مواجهة الظاهرة، فالمتابعات القضائية، و حجز المنتجات المقلدة و غيرها من الأدوات القانونية الفعالة في هذا المجال، تبقى غير كافية أمام حدة الخطر وسرعة انتشاره، ذلك أن الكثير من المستهلكين يغفلون عن حقيقة هذا النشاط و عن عظم حجمه، و الآثار السلبية التي يخلفها والتي تؤدي إلى خسائر متنوعة تمس بالدرجة الأولى سلامة المستهلك: أضرار صحية ونفسية، أضرار جسمانية مباشرة، أضرار مالية، اجتماعية واقتصادية ... حيث أصبحت مكافحة هذه الظاهرة، على الصعيد الدولي ضمن متطلبات قواعد العمل الدولية ومن الشروط الأساسية التي تفرضها المنظمة العالمية للتجارة OMC.

و بناء على ذلك فإن الهدف من هذا المقال هو تشخيص ظاهرة التقليد، آثارها وطرق محلربتها.

1. تعريف التقليد

لا يوجد تعريف موحد و عام للتقليد نظرا لعدم توحد خصائص هذه الظاهرة التي تتواجد بصفة وطيدة في مختلف مستويات الأعمال و أنواعها و في الأسواق المحلية و الدولية.

المنظمة العالمية للتجارة أعطت هذا التعريف وفقا للمادة 51 من الاتفاق حول مزايا حقوق الملكية الفكريةADPIC:

" المنتجات المقلدة تشمل جميع المنتجات بما في ذلك التغليف التابع لها، و التي تحمل بعض الخصائص أو كلها لعلامة مسجلة و التي تمس حقوق مالك أو مالكي هذه العلامة (حسبا للتشريع في كل بلد)، و تلحق به أضرارا مادية أو وظيفية "

"التقليد هو عملية إعادة إنتاج لمنتجات فنية أدبية أو صناعية و التي تلحق الضرر بحقوق الملكية لمالك أو مالكي هذه المنتجات "(قاموس La rousse)

يمس التقليد المجالات التالية:

- براءات الاختراع.
- العلامة.
- الأعمال الفنية.

- وضع علامة بطريقة غير شرعية على المنتجات.

و التقليد بصفة عامة هو كل عملية إعادة إنتاج كلي أو جزئي لخصائص مميزة لمنتوج أصلي ذا طابع فني أدبي أو صناعي دون موافقة مالكه، أو استعمال علامة تجارية أو صناعية لأهداف تسويقية و توزيعية، أو أعمال الاستيراد و التصدير لهذه العلامة بطريقة غير شرعية دون علم مالكها و التي تمس بحقوق الملكية و ينجم عن ذلك ضرر مباشر له.

- التقليد الكلي (أو الجزئي): هو إعادة تجسيد لكل ــ أو بعض ــ الخصائص المميزة لعلامة أو منتوج معين من أجل تغليط المشتري أو المستهلك حول الهوية الأصلية للمنتوج ودفعه إلى اقتنائه ظنا منه أنه أصلي. في كثير من الحالات الأغلفة، العلامة، و شعار المنتوج الأصلي، غالبا ما يتم إعادة إنتاجها.
- التقليد الذكي: و هو استعمال بعض خصائص المنتوج الأصلي لإنتاج منتوج يحمل علامة مختلفة و خاصة به. هذا المنتوج يلبي نفس الاحتياجات المطلوبة في المنتوج الأصلي وبنوعية مساوية أو أعلى في بعض الأحيان، فهي منتجات منافسة أكثر منها مقلدة، وذات نوعية تستجيب لمعايير هذه الأخيرة(الأصلية). و الهدف من هذه المنتجات ليس تغليط المستهلك حول أصلية المنتوج، إنما لجعله في وضعية الحكم بين أفضلية المنتوجين، ثم الاختيار بينهما. في هذا النوع من المنتجات يعمد المنتجون إلى إضافة تحسينات و تعديلات للرفع من النوعية و الإجابة على احتياجات مطلوبة أكثر في المنتجات الأصلية، لهذا يصعب تحديد شرعية أو غير شرعية المتاجرة في هذا النوع من المنتجات، لأنه وفي المقام الأول تعتبر ذات جودة عالية ولا يمكن أن تلحق الضرر بالمستهلك، و في المقام الثاني لا تعتبر تقليدا بمعنى الكلمة للمنتوج الأصلي إنما تحسين و تطوير هذا الأخير، و بالتالي يصعب وضع إجراءات لمحاربة هذه الظاهرة.

2- تطور الظاهرة

منذ 1980 أصبح التقليد (و القرصنة) ظاهرة ذات بعد عالمي بعدما انتقل من الأعمال الحرفية إلى الأعمال الصناعية الضخمة. تطور هذه الظاهرة تزامن مع التطور الاقتصادي و السياسي الذي عرفهما العالم في العشرينات الأخيرة (خاصة في مرحلة الثمانيات) والذي مس جميع الميادين و المجالات في البعدين الاقتصادي والسياسي[1]. مثل هذا التطور الخطوة الأولى في ارتقاء هذه الظاهرة من البعد المحلي إلى البعد العالمي، من بين هذه التطورات نذكر الارتفاع الثابت في تعاملات التجارة العالمية، الاستثمارات الدولية، التطور الواضح في آليات الاتصال في الأنظمة

[1] La contrefaçon le fléau du siècle: www.algerie-monde.com/actualite/article2046.html

الحكومية في أوربا الشرقية و الوسطى، خاصة بعد انهيار الإتحاد السوفياتي، الذي نتج عنه تشكيل دويلات تطمح إلى اعتناق سياسات تسمو بها إلى التطور الاقتصادي. وفي ظل سيادة مبادئ العولمة و تأثيرها على اقتصاديات الدول نشأت أسواق جديدة ذات جاذبية كبيرة تتميز بوجود طلب غير محدود ومتعدد، خاصة في ظل التطور التكنولوجي و مجتمع المعلومات الذي يوفر إمكانيات اتصالية عديدة و متطورة تسهل عمليات الشراء و البيع، التسويق و التوزيع...إلخ

2-1 عوامل الانتشار السريع للتقليد

مما لا شك فيه أن التقليد ظهر قبل التطور الصناعي بكثير، لكن مما لا شك فيه أيضا أن التقليد أخذ مستويات عالية بعد التحول و التطور الكبير الذي شهده قطاع الصناعة و خاصة في مجال التكنولوجيا. من بين العوامل الأساسية نذكر:

2-1-1 التقدم التكنولوجي.

2-1-2 كثافة التجارة الدولية.

2-1-3 بروز أسواق جديدة.

2-1-4 بروز منتجات جديدة.

2-2 تطور الظاهرة

اعتمادا على بعض الدراسات (CCI,CNAC ...) فإن التقليد يمثل من 5 % إلى 9 % (في البعض الآخر 5% إلى 10 %، و أخرى من 5 % إلى 7 %)من التجارة الدولية. رغم صلابة الإحصائيات التي تعتمدها الهيئات في دراساتها ــمعطيات و بيانات ميدانية تم تجميعها عن طريق شبكات مختصة في هذا الميدان (حكومية وخاصة) ــ إلا أنها تبقى غير كافية و غير دقيقة من أجل تقيم ضخامة هذه الظاهرة و تطورها، و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم 1 :حصة التقليد من التجارة الدولية

السنة	1980	1990	2000
تقيم التجارة الدولية (مليار دولار)	3400	5000	7000
نسبة التقليد من التجارة (%)	2 % إلى 4 %	5 % إلى 7 %	7 % إلى9 %
حصة التقليد (مليار دولار)	68 إلى 136	250 إلى 350	490 إلى 630

المصدر : الغرفة التجارية الدولية 2004

و بمعنى آخر في حين كان معدل نمو التجارة العالمية في المدة مابين 1990 – 1995 حوالي 47 % فإن التقليد بلغ مستوى نمو يقدر بـــ 150 %. إن هذا الرقم يعبر من جهة أخرى عن ولوج الظاهرة إلى قطاعات الاقتصادية جديدة بعد قطاعات المنتجات الكمالية و العطور.

يمكن تفسير تطور هذه الظاهرة في أربع نقاط :

- المردودية الكبيرة لهذا النشاط (أقل خطر من التجارة في السلاح و في المخدرات).
- ضعف المبادرة التشريعية في حماية المنتجات الأصلية و محاربة التقليد.
- التطور التكنولوجي الذي يسمح و يسهل عمليات الإنتاج.
- الفلسفة المتداولة أن التقليد ما هو إلا جنحة لا تؤدي إلى أي أخطار جسمية.

3- أهم الدول المنتجة و المصدرة للتقليد

حسب الإحصائيات المتوفرة فإن 70 % من المنتجات المقلدة مصدرها آسيا و30% حوض البحر الأبيض المتوسط. في حين المصدر الأول للمنتجات المقلدة هي الصين ثم الكوريتين، تيلاندا و هونغ كونغ (أعمال التوزيع أكثر).

البلدان الأكثر تصديرا للمنتجات المقلدة

1| الصين أو كما تسمى إمبراطورية التقليد: إذ أن جميع أنواع المنتجات المقلدة يمكن الحصول عليها من الصين.

2| كوريا الجنوبية: في مجالات الألبسة، المنتجات الكمالية، الأسلحة، السيارات، وألعاب الفيديو، حيث تستورد الآليات من اليابان و هونغ كونغ.

3| تيلاندا: يعتبر هذا البلد من أكبر الناشطين من هذا الميدان، خاصة في المنتجات الجلدية، المنتجات الساعية، النسيجية، السمعية البصرية، العطور و الصياغة.

4| إيطاليا: يعتبر مهد التقليد في أوربا، يتخصص في المنتجات الجلدية، الحريرية، المنسوجات و العطور. كما أنها تتخصص في المنتجات الصناعية الكبرى كقطع غيار السيارات. وقد أكتسب الإيطاليون في هذا الميدان شهرة عالمية حيث بلغ عدد العاملين في المجال 000 200 عامل.

5| المغرب: المنسوجات ذات العلامة المسجلة، المنتجات الساعية و الأمتعة بمختلف أنواعها.

6|سنغافورة: أو كما تسمى "جنة التسوق" للمنتجات الكمالية ذات العلامات المشهورة. بعد العطور الألبسة، المنسوجات، برامج الأعلام الآلي و الإلكترونيك ضمن القائمة الانتاجية.

7| الهند: تتخصص أساسا في الإعلام الآلي، المنتجات الصيدلانية، المنسوجات، الأزهار و المنتجات الكيميائية.

8| روسيا: تعتبر مركز انتقال، تتخصص في قطع غيار السيارات، الكحول والمنتجات الصيدلانية.

9| تركيا: المنتجات الجلدية، الأدوات الرياضية و المنسوجات (موجهة خاصة للدول الأوروبية).

10| بريطانيا: منذ 1991 مجموعة كبيرة من المنتجين تخصصوا في تقليد منتجات العطور.

11| إفريقيا السوداء: المنتجات الصيدلانية.

12| البرازيل: مصدر أساسي لدول أمريكا اللاتينية. يتخصص أساسا في الأزهار، محركات الطائرات، الألعاب، و الإعلام الآلي.

13| المكسيك: منتجات الألبسة ذات العلامة المسجلة، الفيديو، الكحول و السجائر.

14| بلغاريا: مكونات الحاسوب الآلي.

15| في حين تعتبر اليونان، البرتغال و إسبانيا بلدان جديدة في هذا النشاط تتخصص أساسا في المنتجات الجلدية، الكحول و الأدوات الرياضية.

4-خصائص ظاهرة التقليد

رغم المحاولات الكثيرة في توضيح طبيعة هذه الظاهرة، إلا أن الخصائص المميزة لها تبقى غير محددة بشكل دقيق، أو تتبع تفسيرات غير دقيقة أو خاطئة في بعض الأحيان. المعلومات المتوفرة من خلال التسجيلات ضمن هيئات حماية حقوق الملكية الفكرية و الصناعية، و تلك المزودة من طرف السلطات المعنية في محاربة التقليد تبقى غير كافية و جزئية من أجل ضبط هذا النشاط في إطار قانوني واضح.

الملاحظة الأولى تقودنا في هذا المجال إلى الاستفسار عن طبيعة الأعمال، ضمن السوق الداخلية، التي تندرج ضمن نشاط التقليد (أو القرصنة) أو تلك ذات طبيعة شرعية[2]. في حقيقة الأمر أن أعمال التقليد لها صفة التعددية، أي لها حقائق مختلفة حسب اختلاف طريقة العمل. فمثلا يمكن أن يكون التقليد ذلك الفعل الذي ينجم عنه وضع علامة على منتوج غير أصلي و بعيد كل البعد عن خصائص المنتوج الأصلي دون علم المالك لأهداف تجارية، أو ذلك الفعل الذي ينجم عنه إعادة إنتاج المنتوج الأصلي بخصائصه المميزة دون علم المالك لنفس الأهداف المذكورة.

الملاحظة الثانية تقودنا إلى القطاعات المتضررة من هذا النشاط. الصفة الثانية للتقليد أنه متعدد المجالات، أي أنه لم يعد يقتصر على التواجد في قطاعات المنتجات الكمالية ذات السمعة العالمية مثل العطور، المنتجات الجلدية، الألبسة و غيرها إنما أصبح يتواجد في جميع القطاعات الصناعية على اختلافها : صناعة السيارات (في ما يخص قطاع الغيار)، الألعاب، الآلات الموسيقية، الأدوات الرياضية، المواد الصيدلانية ...الخ. ليس هذا و فقط إنما أصبح يتواجد و بشكل كبير أيضا في المجالات الفنية كالتأليف و الفنون التشكيلية و غيرها، و أصبح يشهد تطورا دون سابقة في المجالات المختلفة لهندسة الإعلام الآلي (software, hardware).

الملاحظة الثالثة تقودنا إلى عمليات التسويق والتوزيع. فهذا الجانب مهم جدا في دراسة التقليد، ذاك أن عمليات الإنتاج بطريقة غير شرعية لا ينتهي عند هذا النشاط

[2]Lamine.L. *Contrefaçon: un crime bien organisé*. El Watan-29/4/09: www.presse-dz.com

(التقليد) كون الهدف الأساسي ليس الإنتاج إنما عمليات البيع والربحية. فعمليات التسويق و التوزيع، الاستيراد و التصدير عمليات معقدة جدا تنمو في ظروف غير واضحة تجعل من شبكات التوزيع أمرا يستحيل في بعض الأحيان تحديد المصادر والمسارات المتبعة فيه، إذ أن التقليد في كثير من الأحيان و بصفة كبيرة يعتمد على شبكات توزيع لمنظمات إجرامية تعمل في الخفاء. هذه المنظمات التي تضمن للمنتجات المقلدة توزيعا مكثفا وواسعا جدا تصل إلى غاية إنشاء أسواق موازية و غير شرعية لتصريفها، و تستفيد هي الأخرى من نشاط التقليد لتبيض أموالها غير المشروعة. لهذا تحرص كل الحرص على ألا يتم اكتشاف قنواتها التوزيعية، عن طريق تغيير المسارات الجغرافية وتبديل دائم لتشكيلة وهيكل القنوات، و الاستعانة بأشخاص ذووا كفاءات عالية في مجالات الاتصال و التحكم في التكنولوجيا. قد يحمل المنتج المقلد على عاتقه تصريف منتجاته بتوسيع الدورة الإنتاجية، حيث يعمد إلى استيراد المواد الأولية من بلد ما، الإنتاج في بلد آخر، و تخزينها في بلد ثالث وتصريفها عن طريق أكثر من شبكة، حيث يقوم برسم المسارات الممكنة لتوزيع المنتجات لتمر عبر دول أين يكون التشريع أقل صرامة فيما يخص أعمال نشاط التقليد إلى أن تصل إلى البلد المستهدف.

5- آثار التقليد و مخاطره

إن للتقليد آثارا وخيمة و أضرارا جسيمة، ليس على المؤسسات ومالكي حقوق الملكية الفكرية والصناعية فقط وإنما على المستهلكين واقتصاديات الدول كذلك[3]. إنه يشكل أكثر من اختلال التوازن الاقتصادي و الاجتماعي، بل و يشكل خطرا على أمن و صحة المستهلكين.

5-1 آثاره على المؤسسات

تمتد آثار التقليد على المؤسسات في مجالات البحث و التطوير، التسويق والإشهار إلى انخفاض رقم أعمالها مع فقدان حصص سوقية ــ و التي جاهدت على مر السنين لتكوينها ــ إضافة إلى الأضرار المعنوية و النفسية إثر فقدان العلامة لمزاياها و تموقعها لدى الزبائن. و من جهة أخرى فإن مردودية الاستثمارات خاصة في مجال البحث و التطوير للمؤسسات المتضررة من انخفاض رقم أعمالها وحصصها السوقية، ستتناقص و تتضاءل وبالتالي تؤدي إلى انخفاض الميزانيات المخصصة لها (و كذا بالنسبة لقسم التسويق)، ما يؤثر سلبا على فعالية و فاعلية المؤسسة في السوق. كما لا ننسى الخسائر التي تنجم عن عمليات الحماية التي تقوم بها المؤسسات (كالتحقيقات الميدانية و المتابعات القضائية) من أجل الحفاظ على منتجاتها في الأسواق وتموقع علامتها لدى الزبائن، و الحفاظ على مردودية مقبولة.

[3] L.M. Contrefaçon. El Watan-4/12/2006:www.algerie-dz.com/article10313.html

5-2 آثاره على اقتصاديات الدول

إن التقليد يغرم الدول خسائر مباشرة في مجال الإيرادات الضريبية (رسوم جمركية و غيرها) كون التقليد يستعمل لتوزيع منتجاته شبكات غير رسمية لا تخضع للضريبة، إضافة إلى ذلك في حال تواجد مؤسسات تمارس نشاط التقليد ضمن حدود الدولة فإن ذلك سيغرم الدول خسائر فيما يتعلق بالضرائب (على الدخل، على ممارسة المهنة...) زيادة على تحملها مصاريف الرعاية الصحية نتيجة لحوادث العمل غير المعلنة. و من جهة أخرى فإن ذلك سيشجع المنظمات الإجرامية على زيادة نشاطاتها حيث يعتبر التقليد نظاما فعالا لتبييض الأموال. هذا النوع من النشاط يجر عنه اختلال في توازن الأسواق، و تعريض الشبكة الاقتصادية إلى الضعف و فقدان الشفافية، كما يؤدي بمستويات البطالة و الحرمان الاجتماعي إلى الارتفاع.

5-3 آثاره على المستهلكين

إن المستهلكين هم أولى ضحايا التقليد باعتبارهم أول حلقة في سلسلة عملية الخداع المتبعة من طرف هذا النشاط. لكن الأمر الخطير ليس الوقوع في عملية الخداع أين يظن المشتري أنه اقتنى منتوجا أصليا، إنما في كون هذا المنتوج يشكل خطرا جسيما على صحة و أمن هذا المستهلك، خاصة إذا كانت منتجات صيدلانية أوكهرومنزلية أو غيرها والتي تلحق أضرار جسمانية ونفسانية مباشرة للمستهلك. تقدر المنظمة العالمية للصحة (OMS) نسبة الأدوية المقلدة المتداولة في العالم بـــ 7%، نسبة تصل 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 مستعملها.

5-4 آثاره على مالكي حقوق الملكية

في كل عام يغرم التقليد خسائر بمليارات الدولارات للصناعة العالمية. ذلك أن المستهلك عند اقتنائه المنتج المقلد و في حالة عدم رضاه، فإن ذلك ينعكس سلبا على صورة المؤسسة المنتجة للمنتوج الأصلي. لأن المستهلك ظنا منه أنه اقتنى المنتوج الأصلي سيلوم المؤسسة على رداءة المنتوج المقلد مما يفقد المنتوج الأصلي شهرته وتموقعه ـــ كمنتوج ذا جودة عالية ـــ في ذهن هذا المستهلك. أضف إلى ذلك الخسائر التي يتكبدها مالكو حقوق الملكية الفكرية والصناعية جرّاء التكاليف المستمرة و الدائمة في حماية منتجاتهم و الحفاظ على حقوقهم مثل المتابعات القضائية و الحملات المختلفة من أجل توعية المستهلكين.

5-5 آثاره على البلدان مصدر التقليد

أول الآثار هو تخوف المستثمرين الأجانب من الاستثمار في بلد يعتبر مصدرا للتقليد، و بالتالي خسارة أموال واستثمارات كان يمكن أن تعود على البلد بالفائدة من

ناحية الإيرادات الضريبية أو النمو الاقتصادي أو المعرفة الأجنبية في المجال التكنولوجي أو مجال إدارة الأعمال.

ثانيها أن صادرات هذه الدول تنخفض لاقتران منتجاتها بالتقليد. إن المنتجات الأصلية و المنتجة في هذه الدول قد تلاقي رفضا في الأسواق الأجنبية كون نظرة المتعاملين في الخارج سلبية إزاء نوعية هذه المنتجات، هذه الخسائر في الصادرات قد تؤدي إلى خسائر على مستوى العمالة و على مستوى العملات الصعبة على حد سواء.

ثالثها أن تراجع نسبة نمو الاقتصاد سيفسح المجال أمام ظهور أنشطة التقليد ونموها مع ما يرافقها من تطور نشاط المنظمات الإجرامية.

6- طرق محاربة التقليد

كثيرة هي الدراسات و الإجراءات المتخذة في حقل محاربة هذه الظاهرة، ولكن معظم المحاولات باءت بالفشل لأسباب تتعلق أساسا بضعف التشريع في هذا الميدان، و انعدام الاتصال بين مختلف المتعاملين (من منظمات وهيئات حكومية ومؤسسات وجمعيات وغيرها)، انعدام بنوك معلوماتية محلية على مستوى المؤسسات أو الاقتصاديات الوطنية حول الظاهرة وخصائصها والأهم من ذلك انعدام التعاون في مجال مكافحة التقليد و القرصنة[4].

6-1 جانب المبادرات الوطنية

في مجال محاربة التقليد، فإن التعاون في المجال الأفقي بين مختلف الهيئات والجمعيات تعطي أثرا كبيرا و تمنح ثقة و تنظيما أحسن للعمليات على نطاق واسع. على الحكومات الوطنية أن تعمل على دعم القوانين في مجال حماية حقوق الملكية، بتحسينها و تطويرها، بحيث تضمن كفاءة الإجراءات المتخذة في مكافحة التقليد. وعليها أن تتخذ موقع المبادرة في هذا الأمر فيجب ألا يقتصر على التسجيل ووضع القوانين كلما دعت الحاجة، بل يجب أن تبادر إلى العمل من أجل تحسين القاعدة القانونية و تطوير الإجراءات و القواعد التي تعمل على مراقبة الأسواق بشكل دائم وأن تدرس جميع الاحتمالات الممكن حدوثها.

و مراقبة الأسواق الداخلية أمر في غاية الأهمية، يمكن من رصد التحركات غير العادية أو غير المبررة و تضييق نطاق العمل بالنسبة للأنشطة غير المشروعة، ففعالية هذه المراقبة تعتمد أساسا على أهمية السوق في حد ذاتها و على عدد المتعالمين ضمنها: مدى جاذبية السوق، مدى كثافة شبكات التوزيع بها، أنواع المتعالمين الناشطين بها، مدى تطور عمليات الاستيراد والتصدير...الخ

استعمال التكنولوجيا كالأنظمة المعلوماتية أعطى نتائج مبهرة في شتى الميادين لهذا دائما ما تسعى الدول إلى اقتناء و استعمال مثل هذه التقنيات في دعم التعاون في

[4] Fatiha Amalou. La contrefaçon une lutte âpre et difficile. L'Expression-23/8/07: www.lexpressiondz.com/article/2/2007-08-23/45322.html

مجال مكافحة التقليد، فالأنظمة المعلوماتية تسمح بإنشاء البنوك المعلوماتية على المستوى الوطني و المحلي كما تشجع عمليات التعاون في جمع المعلومات، تخزينها، و تبادلها بسهولة أكبر.

من جهة أخرى فإن دعم و مساعدة المنظمات الخاصة و المتخصصة في مجال مكافحة التقليد عن طريق توفير مساعدات مالية ومادية سيشجع هذه المنظمات على العمل بشكل دائم و محفز، و يرفع من كفاءة التعاون المتبادل. و المساعدات لا تقتصر على الإعانات المالية والمادية فقط، بل والتي تعطي أهمية للجانب التكويني والمعرفي، كدورات التكوين و ورشات العمل التي من شأنها رفع مستوى التحسيس لدى المنظمات بشكل خاص و الذي سينعكس على نوعية أدائهم بشكل عام.

2-6 المبادرات الدولية و التعاون المتبادل

من المؤكد أن المنتجات المقلدة، لتصل إلى الأسواق المستهدفة، عليها أن تمر بأكثر من دولة و تجتاز حدود أكثر من بلد، لهذا على مختلف الهيئات و المنظمات العمل معا و على مستوى دولي عن طريق تنسيق المهام و الأهداف. عدد كبير من المنظمات العالمية عمدت إلى إنشاء بنوك و أنظمة معلوماتية لتسهيل عمليات التعاون كالمنظمة العالمية للجمارك (OMD) و الأنتربول، هذه البنوك المعلوماتية التي تحتوي على كم هائل من المعلومات تعتبر مصدرا لا يستهان به في تحديد خصائص و أبعاد ظاهرة التقليد. و لكن الأهم ليس إنشاء بنوك معلوماتية لكن الأهم هو دفع المنظمات المختصة و المختلفة المتواجدة في أرجاء العالم إلى استعمال المعلومات المتواجد ة بها و إثراء هذه البنوك بشكل رجعي بما توصلت إليه من أبحاث و نتائج.

في 1997 تم القيام بمبادرتين على قدر كبير من الأهمية و على مستوى عالمي، تمثلت في إنشاء شبكات REACT و GGAC :

- الشبكة الأوربية لمحاربة التقليد (REACT) مدعمة أساسا من طرف الإتحاد الأوربي. تأسست سنة 1997 من طرف مجوعات ناشطة ايرلندية و بلجيكية في مجال مكافحة التقليد. الهدف الأول لهذه الشبكة هو إنشاء بنوك معلوماتية ضخمة من أجل مساعدة المنظمات العالمية و السلطات الجمركية في عملياتها الميدانية.
- المجمع الكبير لمحاربة التقليد(GGAC)، تأسس سنة 1997 تحت إشراف CCI مكتب التحقيقات في مجال التقليد. يحظى هذا المجمع بدعم كبير من طرف المنظمات المختلفة، يهدف أساسا إلى تحسين و تطوير علاقات التعاون الدولية بين مختلف المؤسسات و الهيئات، و إلى تحسيس الرأي العام بمدى خطورة التقليد و منتجاته على صحة المستهلك و أمانه. تعتبر هذه المبادرة الوحيدة على المستوى الدولي و التي لقيت ترحيبا كبيرا في مجال الأعمال.

6-3 الحملات الاتصالية

يتم هذا الجانب أساسا في تحسيس مختلف المتعاملين في السوق و كذا جمهور الزبائن حول خطر التقليد، حيث تم القيام بالكثير من الحملات الإشهارية الدورية لتوضيح كيفية التفريق بين المنتجات الأصلية و المقلدة و دفع المستهلك إلى الإبلاغ عن أي شبهة في هذا المجال.

تحسيس شبكات التوزيع الرسمية و دفعهم إلى القيام بمراقبة قنواتهم بشكل حازم و بمسؤولية أكبر، والمشاركة في حصص تلفزيونية و روبرتاجات مختلفة، و توفير بنوك معلوماتية غنية بمختلف الدراسات والإحصائيات. كل هذه الأساليب الاتصالية تثمن المجهودات المبذولة و تدعم ثقة الزبائن في المؤسسات كونهم يعلمون أن هذه المؤسسات تعمل لصالح حماية صحة الزبون و أمنه بالدرجة الأولى.

6-4 التشريع

إن أهم الأعمال في ميدان التشريع الأساسي في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية على مستوى دولي هي تلك المنسوبة للمنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية (OMPI) وأعمال المنظمة العالمية للتجارة OMC والتي تمخض عنها اتفاق ADPIC[5].

هذه المنظمات تعمل أساسا على توحيد الأعمال في الجانب القانوني بين مختلف المنظمات المختصة و حكومات الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة أو الحكومات التي هي في طريق الانتساب. هذه الأعمال التي سينتج عنها خلق قاعدة قانونية موحدة و منسجمة لجميع الدول المعنية و التي ستوفر فرصة كبيرة في ميدان مكافحة التقليد، ذلك أن مراقبة النشاطات التجارية سيكون أوسع لاتساع رقعة الحماية مما يسهم بدعم السوق المحلية و الحفاظ على استقرارها و توازنها[6].

هناك نقطتين أساسيتين يجب الإشارة إليهما لفهم ما سبق:

النقطة الأولى: تتعلق أساسا بالنصوص الأساسية من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية. فتحسين و تطوير هذه النصوص بطريقة منسجمة سيسمح بخلق حقوق موحدة في الميدان الصناعي، تتعدى الحدود الجغرافية للبلد. ذلك أن هذه الحقوق الموحدة لم تعد ترتبط بالصناعات المحلية و الوطنية فحسب و إنما بصناعات على مستوى العالمي، خاصة من خلال تبني قواعد حقوق الملكية للبلدان الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة، الأمر الذي يسمح بأن تكون لهذه الحقوق فعالية كبيرة من ناحية أنها ستوفر حماية موحدة تشمل رقعة أوسع لأسواق أكثر شفافية و أكثر تجانسا، أكثر من ذلك أنها ستوفر نظاما كاملا متناسقا وموحدا يلغي جميع الخلافات التي تظهر في الاختلاف المتباين في التشريعات الوطنية، مما يعطي فعالية أكبر في تحديد خصائص

[5] Lutte Anti-contrefaçon. Institut national de la propriété industriel: www.inpi.fr/fr/connaitre-la-pi/lutte-anti-contrefacon.html

[6] Smira Amadalou. *Intensifier la lutte contre l'informel et la contrefaçon*. La Tribune-10/4/09: www.latribune-online.com/evenement/attentes/14953.html

ظاهرة التقليد، و تنسيق أكثر انسجاما في اتخاذ الإجراءات الوقائية في البعدين الزمني و المكاني.

النقطة الثانية: تتلخص أساسا في الإجراءات المتبعة من أجل فرض احترام حقوق الملكية الفكرية. في هذه النقطة اتفاق ADPIC يشمل مجموعة من الإجراءات يجب على أعضاء المنظمة العالمية للتجارة أخذها بعين الاعتبار على أدنى حد. تتحدد هذه الإجراءات أساسا في الطرق المتبعة في مراقبة دخول وخروج السلع من وإلى الحدود الجغرافية للمنظمة، فعلى الدول الأعضاء تنسيق الأعمال التشريعية في هذا المجال من أجل ضمان انسجام تام بين التدابير المتخذة من ظرف كل دولة و الإجراءات الدنيا المفروضة في اتفاق ADPIC. أما فيما يخص الخصائص التي لم تذكر في الاتفاق فلكل دولة الحق أن تتبع إجراءاتها الخاصة في ذاك بما يتوافق وسرعة و فعالية ردع الأعمال غير المشروعة على مستوى الحدود.

7- التقليد في الجزائر

وفقا لوزارة التجارة أصبحت الجزائر معقلا للتقليد لما يقارب 40%من الإنتاج المحلي، وقد باتت وهي بلد الاستهلاك الواسع[7]، منعطفا هاما لتوزيع وتصريف المنتجات المقلدة. و من جهة أخرى، جاء في دراسة قامت بها الفرقة العاملة على حماية العلامات التجارية (GPM) في الجزائر أن التقليد يغرم الاقتصاد الجزائري في كل عام ما يزيد على 20 مليار دينار و ضياع 7000 فرصة عمل، و 14 مليار دينار إيرادات الضرائب.

و وفقا للأرقام التي قدمتها المديرية العامة للجمارك[8] تعتبر السجائر المنتوج الرائد في مجال التقليد بـــ 66%، تليها قطع غيار السيارات بـــ 22%، حيث قامت مصالح الجمارك الجزائرية في عام 2006 بمصادرة نحو 815 ألف من المنتجات المقلدة أي ما يقارب 56% مصدرها عموما دولة الإمارات العربية المتحدة، في حين 36% من الصين.

لاحظ عبد المجيد بالي، خبير استشاري لمركز التجارة العالمي في الجزائر، في ندوة دولية على التطور السريع لظاهرة التقليد في الجزائر بشكل يجعل من الضرورة اتخاذ إجراءات جدية للحد من انتشارها.

و قد أوضحت نبيلة قدري[9]، مدير عام المعهد الوطني للملكية الصناعية (INAPI) في 31 ديسمبر 2006، أن 43 قرارا أصدرتها المحاكم الجزائرية لحماية العلامات

[7] Zoubir Ferroouki. Le marché algérien une poubelle pour la contrefaçon. La Liberté-19/11/08: www.bladi-dz.com/articles/1960/1/Le-marche-algerien-une-poubelle-pour-la-contrefacon-mondiale/Page1.html

[8] Abdelkader Djerbah. Contrefaçon Tabac. El Watan-25/12/05: www.setif.info/article709.html

[9] Editeur. Lutte contre la contrefaçon. El Watan-09/10/07: www.chambrealgerosuisse.com/site/index.php/2007/10/09/ 162-19htm

التجارية والنماذج الصناعية، في حين ذكرت وكالة الأنباء الجزائرية الرسمية أن أكثر من مئتي شخص اعتقلوا خلال 2007 للاتجار في السلع المقلدة. و في مقابلة مع وكالة الأنباء الجزائرية الرسمية ليوم الأحد 8 أكتوبر 2008 دعت نبيلة قدري إلى إنشاء لجنة وطنية لمكافحة التقليد "كوسيلة إضافية لمكافحة آفة المنتجات المقلدة في الأسواق المحلية"، وقالت إن التقليد اتخذ أبعادا تنذر بالخطر "على صحة وسلامة المستهلكين." حيث أن خلال الأشهر التسعة الأولى من سنة 2008، تلقت INAPI 3300 طلبا دوليا لحماية العلامات التجارية و 2550 طلبا وطنيا، و أرجعت توزيع السلع المقلدة في الجزائر إلى أن "ثقافة حماية الملكية ما زالت منخفضة للغاية بين التجار ورجال الأعمال" ولكن أيضا "تواطؤ ضمني للمستهلكين الجزائريين" على حد قولها.

و من جانبه ، أصدر المدير التنفيذي للمجلس الوطني لحقوق الإنسان بيانا أكد فيه أن مئات القضايا المتعلقة بالتقليد طرحت أمام العدالة ، في حين لاحظ عدم كفاية عدد الموظفين لقيادة عملية مكافحة هذه الظاهرة (45 عميل في جميع أنحاء البلد) و عدم السرعة في التعامل مع حالات التعدي[10].

و قد أشارت صحيفة الخبر الجزائرية يوم الاثنين 26 جانفي 2008 أن الناطق الرسمي للاتحاد العام للتجار والحرفيين الجزائريين(UGCAA) أكدّ في مؤتمر صحافي عقده في الجزائر العاصمة أكد بأن العديد من الشركات الأجنبية ترددت للاستثمار في الجزائر بسبب تنامي السوق السوداء.

في بيان لشركة "يونيليفر" الجزائر، أوضحت الدراسات و النتائج التي تم التوصل اليها ــ عرضت في اجتماع عقدته المجموعة مع ممثلي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، والجمارك والمديرية العامة لمراقبة الجودة وقمع الغش ــ حجم الأضرار الناجمة عن التقليد و عظم الخسائر التي تتكبدها الشركات الأجنبية في الجزائر نذكر منها: ألتاديس ALTADIS، BCR، شركة التبغ البريطانية الامريكية، وجلاكسو سميث كلاين، شركة NESTLE، وبروكتر اند غامبل B&G، و شركة يونيليفر.

وخلال هذا الاجتماع تقرر تنفيذ إجراءات جدية للقيام بدراسات في مجال مكافحة التقليد، وإطلاق حملة توعية عامة وحلقات دراسية ممولة من قبل الشركات للتحسيس بخطورة الظاهرة.

---

[10] Nassima Bensalem. L douane enquête sur les containers abondonnés Le Maghreb-2/5/09: www.caci.dz/index.php

7-2 بعض الإحصائيات المتعلقة بالتقليد في الجزائر

الجدول رقم 2: تطور ظاهرة التقليد في الجزائر

السنة	حجم المنتجات المحجوزة (وحدة)
2003	43470
2004	742304
2005	298102
2006	831786
2007	1684983

المصدر: المديرية العامة للجمارك 2008

الجدول رقم3: نسب المنتجات المقلدة 2007

المنتجات	النسب %
سجائر	41,54
الكترونيك	17,45
الفرش	11,97
قطع الغيار	15,69
مواد التجميل	8,05
مواد حديدية	5,1
منتجات فنية	0,19

المصدر السابق

الجدول رقم4: البلدان مصدر التقليد 2007

البلدان	النسب %
الإمارات العربية	36,67
الصين	30
تركيا	10
فرنسا	10
هونغ كونغ	3,33
مصر	3,33
المملكة البريطانية	3,33

المصدر السابق

7-3الإجراءات التي قامت بها بعض المؤسسات ومصالح الجمارك خلال العام 2007[11]

7-3-1/ **من حيث التدريب المتخصص**

- دورات منظمة من قبل شركة جنرال موتورز في فندق سوفيتيل خلال شهر ماي 2007 .
- التدريب الذي نظمته شركة رينو وبيجو وستروين في فندق هيلتون في 14 نوفمبر 2007.
- دورات تدريبة لأيام 3، 4 و 5 ديسمبر 2007 التي نظمتها المؤسسة الوطنية BCR .

7-3-2 / **من حيث التعاون**

التوقيع على مذكرات تفاهم بين الجمارك و المؤسسات الحائزة على شهادات الملكية:

- مذكرة تفاهم بين الجمارك و BAT 5|5|2007.
- مذكرة تفاهم الجمارك / UNILEVR في 2007/6/18 .
- مذكرة تفاهم الجمارك / PHILLIPP MORRIS 2007/9/11.
- مذكرة تفاهم الجمارك / NESTLE في 2007/10/6.
- مذكرة تفاهم الجمارك / BCR في 2007/O1/10.

7-3-3 /**الإجراءات التنظيمية التي اتخذت خلال عام 2007**

إنشاء وحدة فرعية جديدة لمديرية مكافحة التقليد في الهيكل التنظيمي الجديد من وثيقة توجيه القرارات، و قد وافق عليها رئيس الحكومة.

7-3-4/ **التوقعات المرتقبة**

أكدت المصالح الجمركية على ضرورة تعاون مختلف الهيآت و المنظمات في مواجهة ظاهرة التقليد، و قد تمحورت أهم النقاط حول مايلي:

- توسيع التعاون بين الجمارك و أصحاب حقوق الملكية الفكرية .
- الحرص على التعاون مع سائر هيئات القطاع العام و تحفيزها للمشاركة في مكافحة التقليد.
- تصميم وتنفيذ برنامجا إلكترونيا و نظاما معلوماتيا لمساعدة موظفي الجمارك في مهامهم في مكافحة الظاهرة.
- تشجيع الشراكة جمارك| جمارك.

[11] Editeur. Lutte contre la contrefaçon. Infos Douane(éditeur). N 7 sept/oct 2007: www.douanes.dz/infosdouane/info7.pdf

الخلاصة

إن تراجع الاقتصاديات التقليدية في مجال الصناعة تنبئ بالدور الكبير الذي تلعبه موجة التطور و التجديد ــ بالمكانة التي تحتلها في الآونة الأخيرة ــ كون الازدهار اليوم أصبح مرتبطا بالتطور التكنولوجي الذي دفع بأكثر من صناعة إلى التقدم خطوات عملاقة نحو تقديم ما هو أمثل و أفضل للمستهلك، و عرض منتجات تتسم بالنوعية الجيدة و تعرف بشعار مؤسستها. و حقوق الملكية الفكرية، المعرفة والماركات العالمية هي اليوم الكنز العالمي الذي تفتخر به جميع البلدان و المؤسسات خاصة، و أصبح أكيدا أن هذه الموجة من التطور علقت بها طبيعة الإنسان الجشعة في جعل ما هو جيد سيئا لدرجة كبيرة، و لأهداف ربحية يطغى عليها طابع الطمع واللامبالاة، فالتقليد اليوم أصبح خطرا ليس على المؤسسات فحسب وإنما على صحة المستهلك أيضا، وبات يهدد اقتصاديات الدول ويضعف الشبكات الصناعية ويخل بتوازن الأسواق.

و الدول اليوم مطالبة للحفاظ على اقتصادياتها، بحماية مؤسساتها وأسواقها من الاختلالات والتقلبات الحادة التي تنجم عن وجود التقليد ضمن حدود أسواقها المحلية والدولية.

المراجع

1. Alainde Bouchony. La contrefaçon. que sais -je ? PUF. 2006
2. Editeur. La contrefaçon en Algérie. Actuel International. N 86 dec 2007.
3. Achira Mammeri. La contrefaçon pénalise les leaders de l'automobile. L'Expression11/5/08: www.lexpressiondz.com/article/9/2008-05-11/52475.html
4. Mission de la douane:www.douanes.dz/infosdouane/info10.pdf
5. Lynda Bedar. Automobile:56% des pièces de rechange contrefaites. L'Expression-26/ 1/09: www.lexpressiondz.com/article/2/2009-01-26/60004.html
6. Contrefaçon numérique: les USA optent pour la répression: www.algerietelecom.dz/veilletech/?p=reglementation1

مواقع الأنترنيت

www.LAMBDATelecom.net
www.April.org
www.industrie.gouv.fr
www.rcmp.grc.gc
www.oecd.org
www.CNAC.fr

www.lutte-contrefaçon.com
www.IFEA.org
www.livrevert.com
www.Afrik.com
www.contrefaçon-riposte.fr
www.contrefacon.org
www.droitzoom.fr
www.droitzoom.fr/dz
www.douane.gouv.fr