



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

The People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

كلية الحقوق _ جامعة بلحاج بوشعيب _ عين تموشنت

Faculty of Law_ university of Ain Temouchent _ Belhadj Bouchaib

كلية الحقوق

الحماية القانونية للمحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص القانون الخاص

تحت إشراف : الدكتورة لأكلي نادية

من إعداد الطالبة :

➤ بن عامر دنيا .

لجنة المناقشة:

أعضاء اللجنة	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
د. لأكلي نادية	أستاذة محاضرة "أ"	"عين تموشنت" بلحاج بوشعيب	مشرفا
د. بردان صفية	أستاذة محاضرة "ب"	"عين تموشنت" بلحاج بوشعيب	رئيسا
د. براهيم آسيا	أستاذة محاضرة "أ"	"عين تموشنت" بلحاج بوشعيب	ممتحنا

السنة الجامعية 2026/2025.



إِهْدَاء

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

الحمد لله الذي يسّر البدايات وبلغ المقاصد، فكانت لذّة الوصول تمحو عناء الطريق، والحمد لله على تمام النعمة وكمال الفضل وحسن الختام.

ولقد علّمتنا الأيام أن ما كُتب للإنسان سيبلغه ولو طال الإنتظار، فكان هذا اليوم ثمرة توفيقٍ من الله وحده، فله الحمد حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، على ما أنعم به من فضلٍ وكرم، وأتمّ به هذا الإنجاز.

إلى والديّ الكريمين، اللذين كانا السند الحقيقي والدعم الدائم، بما قدّماه من رعاية وإهتمامٍ ودعاءٍ صادقٍ كان له الأثر البالغ في بلوغ هذه المرحلة، فلهما مني أسمى معاني الإمتنان والعرفان.

وإلى كل زميل قدّم لي يد العون والمساندة، وكان لتعاونه أثر طيب في تيسير و إتمام هذا العمل .

شكر وتقدير

أتقدم بأسمى عبارات الشكر إلى أستاذتي المشرفة لأكلي نادية، التي لم تبخل عليّ بتوجيهاتها العلمية القيّمة، ونصائحها السديدة، وملاحظاتها الدقيقة التي كان لها بالغ الأثر في توجيه مسار هذا العمل وإخراجه في صورته النهائية.

لقد كانت نعم المشرفة، إذ أحاطتني بدعمها المستمر، وصبرها الكبير، وتشجيعها الدائم، فكانت خير معين في كل مراحل إنجاز هذه المذكرة، من الفكرة إلى الصياغة النهائية.

فلكِ مني أسمى معاني الإحترام وعظيم الإمتنان على كل ما قدمته من جهد وتفانٍ.

كما لا يفوتني أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة المحترمين، على تفضلهم بقبول مناقشة هذا العمل، وعلى ما سيبدلونه من وقت وجهد في قراءته وتقويمه، وعلى ما سيقدمونه من ملاحظات علمية بناءة ستثري هذا البحث وترفع من قيمته الأكاديمية.

❖ قائمة أهم المختصرات:

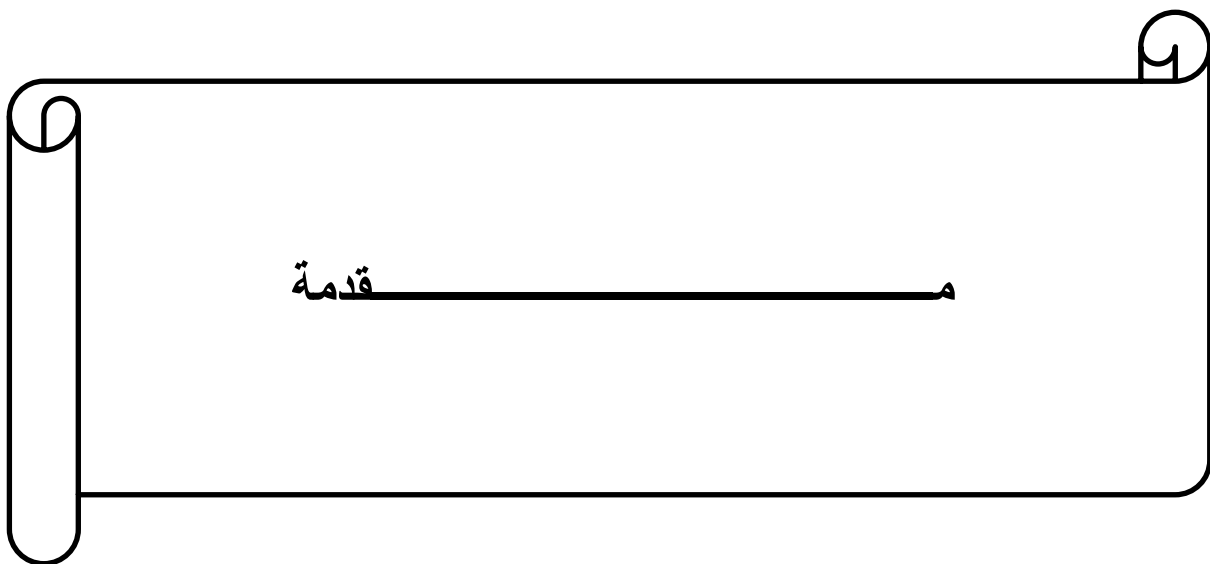
(أ) باللغة العربية:

- ج : الجزء.
- ج ر ج ج : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.
- د س ن : دون سنة النشر.
- ص : الصفحة.
- ع : العدد.

(ب) باللغة الأجنبية :

a) Liste des principales abréviations utilisées:

- **Cass . Com** : cour de cassation commerciale.
- **Ed** : edition.
- **Fasc** : fascicule.
- **Op . Cit** : ouvrage preservedmment cité .
- **P** : page.
- **Tom II** : tome .



إن حاجة المجتمع إلى التجارة تعود إلى عصور قديمة، حيث إعتد التاجر منذ نشأتها على المحل التجاري لممارسة نشاطه، وذلك لتوفير مكان يزاول فيه تجارته، إضافة إلى الوسائل والتجهيزات والسلع التي يعرضها على الجمهور، ولا جدال في أنه كان يولي عناية خاصة بالزيائن من خلال السعي إلى التعرف على إحتياجاتهم والعمل على تلبيةها قصد الحفاظ عليهم وإستقطاب غيرهم وتحقيق مكاسب. ومع ذلك، بقيت فكرة المحل التجاري لفترة طويلة غير واضحة قانوناً، لعدم النظر إلى العناصر اللازمة للإستغلال التجاري كوحدة متكاملة، بل كان يُعامل مع كل عنصر بشكل منفصل، ومن ثم يُعد مفهوم المحل التجاري من المفاهيم الحديثة نسبياً التي لم تتبلور في مفهومها القانوني إلا مع نهاية القرن الثامن عشر وذلك تزامناً مع صدور القانون الجبائي الفرنسي في 28 فبراير 1827 الذي كانت له نظرة ضيقة، فحسب هذا التصور التقليدي، كان المحل التجاري يقوم أساساً على الجهد الشخصي للتاجر الذي كان يباشر نشاطه بطابع حرفي معتمداً على بعض العناصر المادية الملموسة كالأدوات والتجهيزات، دون الإلتفات إلى العناصر المعنوية التي تكتسي أهمية كبيرة في النشاط التجاري¹.

ويرجع ذلك إلى لعاملين رئيسيين يتمثل أولهما في أن إدراك العناصر المعنوية يقتضي النظر إلى المحل التجاري كفكرة مجردة بخلاف العناصر المادية ذات الطابع المحسوس، وثانيهما أن بعض هذه العناصر، كالإسم التجاري والعنوان التجاري والعلامة التجارية وبراءة الإختراع والرسوم والنماذج الصناعية، لم تكن محل وجود في الفترات السابقة، غير أنه مع تطور التجارة وإتساع نطاق المنافسة بين المؤسسات والمحلات التجارية برزت أهمية هذه العناصر المعنوية، لاسيما الإسم والعنوان التجاريين، لما لهما من دور في تمييز المحلات التجارية وجذب الزبائن، كما برزت أهمية عنصر الإتصال بالعملاء والسمعة التجارية عندما لجأ التجار إلى إستغلال محالهم التجارية كأداة للحصول على الإئتمان، ولا سيما في حالات البيع أو الرهن. ومع التطورات الإقتصادية الناجمة عن الثورة الصناعية خلال القرن التاسع عشر، وما ترتب عليها من إختراعات وتزايد الإنتاج وتعدد المصانع والمتاجر، ظهرت الحاجة الملحة إلى العلامات التجارية لتمييز المنتجات، مما أكسب براءات الإختراع والعلامات قيمة مالية معتبرة وأصبح لها أثر مباشر في تحديد قيمة المحل التجاري.

وبناءً على ذلك، تزايدت أهمية العناصر المعنوية الداخلة في تكوين المحل التجاري لكونها تساهم في دعم النشاط التجاري. وعليه، أصبح المحل التجاري يُنظر إليه كوحدة قانونية متكاملة تتألف من عناصر مادية ومعنوية مجتمعة بغرض الإستغلال التجاري، بحيث تُشكل هذه العناصر في مجموعها منقولاً معنوياً

¹ فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، جزء 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة 2008، ص 176.

ذا قيمة مالية مستقلة عن قيمة كل عنصر على حدة، كما يخضع لنظام قانوني خاص يختلف عن النظام الذي يحكم كل عنصر من عناصره بمفرده¹.

نتيجة التطور المستمر الذي تشهده المجالات التجارية والصناعية، خاصة مع إرتباطها بالتكنولوجيا الحديثة والمتقدمة. يشهد العالم اليوم نموًا متزايدًا في ظهور أنواع متعددة من المحلات ذات توجهات وأنشطة متنوعة، مما أكسب المحلات التجارية قيمة مالية وإقتصادية كبيرة في معظم دول العالم. مما يجعل المحل التجاري أصلًا مستقلًا بذاته وله خصائص تميزه عن سائر المؤسسات الأخرى، إذ يُعتبر مالا يخضع لأحكام المنقول، إضافةً إلى أنه منقول غير مادي لا تسري عليه قواعد الحيابة. كما يتميز أيضًا بطبيعته التجارية، حيث يشترط القانون أن يكون النشاط المنجز ضمن المحل ذا صبغة تجارية. وقد أكد المشرع الجزائري على هذا المفهوم في المادة 03 من القانون التجاري، معتبرًا العمليات المتعلقة بالمحل التجاري أعمالًا تجارية بحكم طبيعته².

والجدير بالذكر أن مبدأ المنافسة الحرة بين الأطراف الإقتصادية والتجارية هو الركيزة الأساسية لتطور المعاملات التجارية والمحال. حيث ينسجم هذا الأساس مع الأعراف التجارية ومبادئ القانون التي تدعو إلى الإلتزام بقواعد النزاهة والمصادقية، مع التأكيد على تجنب كافة الممارسات التي تتعارض مع المنافسة المشروعة المنصوص عليها في التشريعات والأنظمة ذات الصلة. وبناءً على ذلك، تبرز ضرورة إلتزام كل عون إقتصادي بالصدق والأمانة في معاملاته التجارية، وضمان أن تكون أنشطته الإقتصادية والتجارية متسمة بالنزاهة والشفافية، سواء في تعامله مع المستهلكين أو في علاقاته مع الفاعلين الإقتصاديين الآخرين³.

ففي ظل غياب مبادئ النزاهة أثناء التعاملات والممارسات التجارية لأي كيان إقتصادي، ولا سيما عندما تؤدي هذه الممارسات إلى الإضرار بالمصالح الإقتصادية للتاجر أو لمؤسسات أخرى، فإننا نكون أمام حالة من المنافسة التجارية غير المشروعة، حيث تتجلى هذه الحالة، على وجه الخصوص، في الممارسات التي تنطوي على أعمال تُسبب اللبس والتداخل بين المنتجات، مثل تقليد العلامات التجارية أو إعتقاد رموز من شأنها أن تُثير التشويش عند المستهلك، نتيجة لتشابهها ومماثلتها إلى حد كبير لعلامة تجارية لمنتج أو خدمة تخص تاجرا منافسا إضافة لنسخ الإعلانات التجارية أو المنتجات الخاصة بكيان

¹ علي حسن يونس، المحل التجاري والعمليات الواردة عليه، دار الفكر العربي، الإسكندرية، مصر، دط، س 1974، ص4.

² ناصر موسى، حماية المحل التجاري في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص الأساسي، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، 2018/2019، ص5.

³ دغيش أحمد، المنافسة التجارية الغير مشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنار للبحوث القانونية والسياسية، جامعة بشار، الجزائر، العدد3، ديسمبر 2017، ص2.

اقتصادي آخر أو نشر إعلانات وإشهارات تضليلية أو من خلال الإدلاء بمعلومات مغلوطة أو التشهير لتشويه من سمعة التاجر المنافس لصرف زبائنه أو بغية إستقطاب العاملين لدى منافسيه لتحقيق رقم مبيعات وكسب أرباح . وتشمل هذه الأفعال كذلك كل سلوك يهدف إلى نشر الإضطراب وزعزعة الإستقرار داخل النشاط الإقتصادي للمنافس. وقد أشار القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، في المادتين 26 و 27 منه، إلى تجريم مثل هذه الممارسات لمخالفتها للأصول القانونية التي تنظم النشاط التجاري¹.

حيث تدخل ضمن أعمال المنافسة التجارية غير المشروعة، تلك السلوكات التي تتضمن بيع السلع والمنتجات بأقل من سعر تكلفتها، والغرض منه في كثير من الحالات جلب زبائن أعوان إقتصاديين آخرين، وإلحاق الضرر بالمشروع الإقتصادي للتاجر، وقد ذكرها المشرع ضمن الممارسات التجارية غير نزيهة، بموجب نص المادة 19 من نفس القانون.

كما يعد الإشهار المحذور أو الإشهار الضار بالمنافسة، والمعروف أيضاً باسم "الإشهار التضليلي"، أحد أشكال المنافسة غير المشروعة التي تناولها المشرع في المادة 28 من القانون 04-02 والذي يشير إلى تقديم معلومات مضللة أو كاذبة قصد تشويش الزبون، الأمر الذي يخرج عن هدفه الأساسي المتمثل في الترويج لبيع السلع أو الخدمات عبر وسائل الإعلان المتاحة، فمن الواجب أن يعتمد الإشهار على الصدق والنزاهة عند عرض المنتجات، مع تسليط الضوء على خصائصها، طرق إستخدامها، وشروط الحصول عليها، والغاية النهائية من ذلك هي جذب المستهلكين لإقتنائها أو إستخدامها بشكل مشروع .

وتجدر الإشارة أن أعطى المشرع الجزائري تسمية "الممارسات التجارية غير النزيهة" على أعمال المنافسة غير المشروعة، كما ورد في الفصل الرابع من الباب الثالث للقانون الأخير تحت عنوان "نزاهة الممارسات التجارية". وتعد هذه الأعمال جرائم يعاقب عليها القانون الجزائري وفقاً لنصوص القانون رقم 04-02، خصوصاً المواد 35 و 38 منه، بالإضافة إلى العقوبات الإدارية التي تنص عليها المواد 46 و 47 و 48 من القانون ذاته .

كما يتيح القانون والقضاء للعون الإقتصادي المتضرر من تصرفات المنافسة غير المشروعة أو الممارسات التجارية غير النزيهة حق اللجوء إلى القضاء ورفع دعوى مدنية، يُطلق عليها دعوى المنافسة غير المشروعة. حيث تعرض هذه الدعوى أمام المحكمة المتخصصة بغرض طلب التعويض عن الضرر الناتج عن تلك الممارسات، إستناداً إلى نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري الذي يشترط في ذلك الإلتزام بمتطلبات إثبات أركان المسؤولية التقصيرية ضد العون الإقتصادي الذي قام بإرتكاب أحد الأعمال

¹ الأمر 04_02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 3 يونيو 2004، المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج ، العدد 44 ، الصادر ب 2004/7/23 .

التعسفية، وذلك بموجب القواعد العامة المنظمة للمسؤولية المدنية التي تهدف لتعويض المتضرر مع مراعاة خصوصية هذه الدعوى¹.

ورجوعاً لأحكام القانون 02_04 المطبق على الممارسات التجارية ، يتضح أن دعوى المنافسة الغير مشروعة لا تقتصر فقط على تعويض المتضرر عن الأضرار الناتجة عن الممارسات التعسفية ، بل تمتد أيضاً لمنع تكرار هذه الأعمال مستقبلاً، وعليه فإن هذه الدعوى تكتسي طابعاً وقائياً لجانب طابعها التعويضي وهو ما يعكس إرادة المشرع في تكريس مبدأ العدالة وضمان حماية فعالة لكافة المتعاملين الإقتصاديين وحماية محالهم².

وتبرز أهمية هذه الحماية من خلال القيمة القانونية والإقتصادية التي يتمتع بها المحل التجاري، حيث يُعد مالاً منقولاً معنوياً مستقلاً يلعب دوراً محورياً في تعزيز الحركة التجارية، وإستقطاب الزبائن، وترويج السلع والخدمات، كما تتزايد هذه الأهمية في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها الإقتصاد العالمي بفعل التطور التكنولوجي وتنامي مجالات الملكية الصناعية والتجارية، إلى جانب الإنفتاح الإقتصادي وإرتفاع مستوى الإستثمارات الوطنية والأجنبية .

وعلى الجانب الآخر، نتيجة تصاعد النزاعات المتعلقة بدعاوى المنافسة غير المشروعة أمام المحاكم خاصة إقتضت الحاجة لظهور المحاكم التجارية المتخصصة التي تعالج النزاعات المتعلقة بالعناصر المعنوية للمحل من حقوق ملكية صناعية وفكرية بالأخص. مما يؤكد الحاجة إلى إرساء حماية قانونية فعالة للمحل التجاري وعناصره من أي ممارسات تعسفية تنال من أسس المنافسة النزيهة. بالإضافة إلى ذلك، يمتلك الموضوع أبعاداً عملية ونظرية بالنظر إلى علاقته الوثيقة بالتعاملات التجارية بين الفاعلين الإقتصاديين، في ضوء جهود المشرع لتنظيم الأسواق، وضبط أسسها، والحد من التجاوزات التي قد تضر بنزاهة التنافس³.

وإنطلاقاً من هذا السياق وبالإستناد إلى المعطيات السابقة، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المحل التجاري بمختلف عناصره، مع التركيز على إستعراض الآليات القانونية التي تبنها المشرع لضمان توفير الحماية المناسبة له، ويتمحور ذلك حول معالجة الإشكالية التالية:

¹ دغيش أحمد، مرجع سابق، ص3.

² نعيمة علوش، الأساس القانوني للمنافسة الغير مشروعة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية، جامعة الجزائر، العدد5، 2008، ص65.

³ سي فضيل الحاج، النظام القانوني للمحكمة التجارية المتخصصة في الجزائر، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد7، العدد2، الصادرة عن جامعة مصطفى سطمبولي، معسكر، 2023، ص354.

ما هي الآليات والسبل القانونية التي أقرها المشرع لحماية المحل التجاري وعناصره القانونية من مختلف صور الممارسات الغير مشروعة ؟

ونتفرع عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات التالية :

إلى أي مدى يمكن التوفيق بين مبدأ حرية التجارة وفيما تتجسد الممارسات التي تخرج المنافسة من دائرة المشروعية؟

والى أي حد يساهم إستحداث المحاكم التجارية المتخصصة في تعزيز تسوية النزاعات التجارية وما مدى فعالية القضاء في التصدي لهذه الممارسات في ظل التطورات الإقتصادية الحديثة ؟

➤ الدراسات السابقة :

فيما يتعلق بالدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع، تم جمع المادة العلمية اللازمة والإطلاع على النصوص القانونية ذات الصلة. وتبين وجود العديد من الدراسات التي تناولت هذا المجال، مما يؤكد أنه كان محل إهتمام كبير من قبل الباحثين ومن خلال ذلك، تمكنا من إستخلاص جملة من المفاهيم، إلى جانب التعرف على بعض الثغرات القائمة ومنه قمنا بالبحث ضمن ما هو مستجد.

وبناءً على ذلك، قمنا بإضافة دور المحكمة التجارية المتخصصة في الفصل في نزاعات الملكية الصناعية والتجارية كعنصر مستجد لم يتم التطرق له ضمن الدراسات السابقة محل الإطلاع ، نظراً لأهميته البارزة في حماية الحقوق التجارية وضمان تطبيق القوانين المرتبطة بهذا المجال.

➤ أهداف الموضوع :

ينصرف هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- التتويه أن المحل التجاري يخضع لضوابط وأحكام المنقولات وليس العقارات.
- التعرف على العناصر المعنوية للمحل التجاري وتبيان أهميتها خاصة فيما تعلق بعنصر الزبائن.
- التطرق إلى مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة كإجراء قانوني يستخدم لحماية المحل التجاري من الأضرار التي قد تنشأ عن تصرفات المنافسين.
- تحديد السلوكيات والممارسات التي قد تضر بالفاعلين الإقتصاديين وبالقاعدة التجارية على حد سواء.
- شرح الإطار القانوني الذي يمكن للتاجر الإعتماد عليه عند تعرضه للضرر الناتج عن المنافسة غير المشروعة.
- إستحداث المشرع لمحاكم تجارية متخصصة تفصل في نزاعات الملكية الصناعية والتجارية.
- توضيح طبيعة العقوبات والجزاءات القانونية المفروضة على التجار في حال إرتكابهم أفعالاً تتطوي على منافسة غير مشروعة.

➤ صعوبات البحث:

كأي عمل علمي، واجه هذا البحث مجموعة من التحديات، فرغم وفرة المادة العلمية والمراجع إلا أننا واجهنا صعوبة في الحصول على المراجع الحديثة التي تعكس التطورات الأخيرة في هذا المجال وعليه سنتطرق لذكرها:

- ندرة المصادر والمراجع الحديثة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث إن العديد منها لا يغطي التطورات والتشريعات الجديدة.
- إتساع نطاق موضوع الدراسة، الذي يتداخل مع مجالات متعددة، مما جعل من عملية تحديد المراجع وجمعها وتصنيفها أمراً معقداً.
- صعوبة توحيد الأفكار وربطها بشكل منهجي، لا سيما عند معالجة أحكام القانون الجزائري المتعلقة بحماية المحل التجاري، التي ترد في نصوص قانونية متفرقة وغير موحدة.

➤ المنهج المتبع:

إعتمدنا في هذا البحث على منهجين متكاملين وهما المنهج التحليلي و الوصفي ، حيث قمنا بتحليل نصوص القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وشرحها لإستخلاص الأحكام الأساسية المتعلقة بموضوع الدراسة، ومقارنتها مع القواعد العامة. أما المنهج الوصفي، فتم من خلاله جمع معلومات دقيقة وشاملة حول موضوع البحث خلال فترة بهدف التوصل إلى نتائج عملية يتم تفسيرها بأسلوب موضوعي ومتوافق مع المعطيات الواقعية للموضوع.

وبناءً على ذلك، جاءت الدراسة مقسمة إلى فصلين متكاملين في محاولة الإحاطة بجوانب الموضوع، حيث تناول الفصل الأول الحماية القانونية للمحل التجاري، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين، خصص المبحث الأول للإطار المفاهيمي للمحل التجاري وعناصره القانونية، في حين عالج المبحث الثاني ماهية المنافسة غير المشروعة. أما الفصل الثاني، والذي كان بعنوان الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري وعناصره القانونية فقد تطرقنا في مبحثه الأول لدراسة دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى التقليد ، بينما تناول المبحث الثاني للإطار الإجرائي لهذه الدعوى مبرزاً الآليات القانونية والإجراءات المرتبطة بحماية المحل التجاري من مختلف الممارسات التعسفية.

الفصل الأول

حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

تمهيد:

يعد المحل التجاري الوسيلة الجوهرية التي يعتمد عليها التاجر في مباشرة نشاطه وممارسة أعماله التجارية، إذ يشكل الإطار الذي تنتظم في داخله مختلف عناصر الإستغلال. ومع التطور المتسارع الذي عرفه المجالان التجاري والصناعي، برزت صور متعددة للمحل التجاري، واكتسبت أهمية متزايدة على الصعيدين الإقتصادي والمالي. ولأجل ذلك، حرص المشرع الجزائري، على غرار باقي التشريعات المقارنة، على تنظيم هذا الموضوع من خلال سن جملة من الأحكام القانونية التي تضبط مفهوم المحل التجاري وتبين عناصره وطرق حمايته، نظرًا لما له من دور فعال في دعم الحركة الإقتصادية وتنشيط المعاملات التجارية. وإنطلاقًا من ذلك، يثور التساؤل حول المقصود بالمحل التجاري، وما يميزه من خصائص، وكيف يتجلى تنظيمه القانوني، فضلًا عن الإشكالات المرتبطة بحمايته خاصة في مواجهة الممارسات غير المشروعة، ولتحقيق فهم شامل لهذا المفهوم، حيث خصصنا المبحث الأول لدراسة البعد المفاهيمي للمحل التجاري وقد تم تقسيمه لمطلبين متكاملين، حيث تضمن المطلب الأول مفهوم المحل التجاري مع ذكر خصائصه الجوهرية بما يعكس دوره وأهميته في النشاط التجاري، فيما خصص المطلب الثاني لبيان عناصره القانونية بشيء من التفصيل.

أما في المبحث الثاني فقد تناولنا من خلاله دراسة المنافسة الغير مشروعة حيث تطرقنا خلال المطلب الأول إلى إيضاح مفهومها وأساسها القانوني، بينما إطلعنا في المطلب الثاني على الأعمال التي من شأنها أن تؤدي لإلحاق الضرر بالمحل التجاري ومالكه والإخلال بتوازن السوق.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

المبحث الأول : الإطار المفاهيمي للمحل التجاري في التشريع الجزائري

تعرف الحياة التجارية يوميا ظهور العديد من المحال التجارية ذات الأنشطة المتنوعة، نظرا لما يعرفه النشاط الصناعي و التجاري من تطور سريع مرتبط بما وصلت إليه آخر التكنولوجيات الحديثة مما يجعله يكتسي أهمية بالغة في ممارسة الأنشطة التجارية المختلفة، ويضفي قيمة مالية هامة في إقتصاد أي بلد . وهو الأمر الذي أدى بمعظم التشريعات بما فيها التشريع الجزائري لمعالجته بشيء من الدقة والتفصيل لما له من آثار إيجابية¹.

وبالنظر لأهمية الموضوع، من المهم القيام بدراسة موضوعية نتطرق من خلالها لتحديد كل من مفهوم المحل التجاري وخصائصه في المطلب الأول، مع إبراز ما يشمله من عناصر مادية ومعنوية ضمن المطلب الثاني.

المطلب الأول: ماهية المحل التجاري وعناصره القانونية

ككل تنظيم قانوني، يتميز المحل التجاري بخصوصيته حيث أحاطه المشرع الجزائري بأنظمة قانونية ضمن أحكام القانون التجاري الصادر بموجب الأمر 59_75 لعام 1975، كما أفرد له مجموعة من النصوص القانونية المتفرقة، وخصص له كتابا كاملا بعنوان "المحل التجاري" تضمن كافة القواعد الموضوعية المتعلقة به. إلا أنه رغم ما أقره المشرع الجزائري من إهتمام لهذا الأخير إلا أنه لم يتطرق لوضع تعريف جامع للمحل التجاري بل إكتفى بتعداد عناصره تاركا إياه للفقهاء مما يقتضي لنا تحديد تصور واضح للمحل التجاري إستنادا للتعريف الفقهي المبينة في الفرع الأول.

الفرع الأول: تعريف المحل التجاري

تعددت الإجتهادات الفقهية في ضبط مفهوم المحل التجاري وتعددت تعريفاتهم إلا أن الثابت هو إستبعاد حصره في كونه مجرد مكان تباشر فيه الأنشطة التجارية وتعرض فيه السلع والخدمات ليتجاوزو بذلك ما تبناه الفكر التقليدي ليصبح المحل التجاري في المفهوم المعاصر ذا مدلول أوسع وأشمل².

حيث أصبح مستقراً أن المحل التجاري يشكل مالاً منقولاً معنوياً قائماً بذاته، يتألف من مجموعة متكاملة من العناصر المادية والمعنوية، ويخضع لنظام قانوني خاص يختلف عن القواعد المطبقة على كل عنصر من عناصره بشكل مستقل. وقد أيد الفقه هذا المبدأ ، رغم غياب تعريف موحد يجمع مختلف الآراء لهذا المفهوم .

¹ مقدم مبروك، المحل التجاري، الطبعة الثانية ، دار هومة للنشر والطباعة والتوزيع، الجزائر، 2008، ص1.

² عادل على المقدادي، القانون التجاري، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، طبعة أولى، عمان، الأردن، سنة 2007، ص 180.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

ويعود هذا الاختلاف في آراء الفقهاء نتيجة تعدد الرؤى بشأن أهمية المحل التجاري و أولوية ترتيب عناصره ، فقد إستند جانب من الفقه في تعريفه للمحل التجاري على التركيز على العناصر المعنوية والتأكيد على أهميتها، حيث عرّفه بأنه مجموع من العناصر المنقولة، المادية والمعنوية، التي يجمعها التاجر وينظمها ليستغلها في ممارسة نشاطه التجاري، مع إعتبار حقه في الإتصال بعملائه من أهم هذه العناصر. بينما إعتبر إتجاه آخر أن المحل التجاري كتلة من الأموال المنقولة المادية والمعنوية اللازمة لممارسة مهمة تجارية¹...

أو في كونه الوعاء القانوني الذي يتشكل من عناصر مادية ومعنوية مخصصة للإستغلال التجاري².

بينما إكتفى إتجاه آخر بتعريفه دون ذكر عناصره بإعتباره مالاً منقولاً معنوياً يُخصص لإستغلال تجارة أو صناعة معينة، وقد يُطلق عليه تسمية المتجر أو المصنع تبعاً لنوع النشاط المزاول. في حين ركز بعض الفقهاء على وحدة العناصر المادية والمعنوية دون تحديد مدى تفاوت العناصر أو تقدير أولويتها وهذا ماتبناه الفقيه علي جمال عوض الذي يعرفه على أنه مجموعة الأموال المادية والمعنوية التي يستخدمها التاجر في مباشرة حرفته ، و يشمل ذلك البضائع و المعدات أثاث المحل وسياراته و شهرة إسمه و ما يكون لديه من براءة إختراع وكل ما يستعين به التاجر في مباشرة نشاط³.

ويعرفه الأستاذ "عزيز العكلي" أنه مجموعة من الأموال المنقولة المادية والمعنوية المتألفة بقصد الإستغلال التجاري وجذب العملاء والإحتفاظ بهم، التي تشكل في مجموعها مالا معنوياً له قيمة مالية مستقلة تختلف عن قيمة العناصر الداخلة في تكوينها⁴.

كما أجمع الفقه المصري على تبني نفس الفكرة بإعتبار المحل التجاري مال منقول معنوي ذو كيان خاص مستقل عن مكوناته المادية والمعنوية ويخضع لأحكام قانونية مغايرة لتلك التي يخضع لها كل عنصر من عناصره، وقد عكس هذ المنظور تشابها كبيرا بين المحل التجاري والذمة المالية. فالذمة المالية هي مفهوم معنوي يتكون من مجموعة أموال لكنه لا يقتصر عليها. وبناءً على ذلك، يعتبر كل عنصر في

¹ نادية فوضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، المحل التجاري والعمليات الواردة عليه، الجزء الأول والثاني، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2018 ، ص 16.

² ناصر موسى، المرجع السابق، ص9.

³ نادية فوضيل ، المرجع نفسه ، ص17.

⁴ عزيز العكلي ، القانون التجاري، الأعمال التجارية ، المتجر، الشركات التجارية ، الأوراق التجارية ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص 134 .

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

المحل التجاري عنصرا مستقلا ومحتفظا بذاتيته، ويمكن التصرف فيه دون التأثير على العناصر الأخرى، مما يجعل كل عنصر من العناصر المشكلة له خاضعة لأحكام خاصة تنظمها¹.

أما رجوعا للتشريع الجزائري فإنه لم يعرف المحل التجاري مكتفيا بتعداد عناصره على ضوء ما جاء به في نص المادة 78 من القانون التجاري: تعد جزءا من المحل التجاري الأموال المنقولة والمخصصة لممارسة نشاط تجاري، ويشمل المحل التجاري إلزاميا عملاء وشهرته، كما يشمل أيضا سائر الأموال الأخرى اللازمة لإستعمال المحل التجاري كعنوان المحل والإسم التجاري والحق في الإيجار والمعدات والآلات والبضائع وحق الملكية الصناعية والتجارية كل ذلك مالم ينص على خلاف ذلك².

من خلال نص هذه المادة يتضح لنا أن المشرع الجزائري منح العناصر المعنوية الأسبقية على العناصر المادية وإعتبرها عناصر أساسية و إلزامية في تكوين المحل التجاري ، حيث أن عنصر الإتصال بالعملاء يعد عنصرا جوهريا إلزاميا واجب توفره وغيابه يؤدي إلى زواله³.

الفرع الثاني : خصائص المحل التجاري

من خلال التعاريف التي تعرضنا إليها سابقا نستخلص أن المحل التجاري يتميز بعدة خصائص مختلفة تميزه عن غيره من المنقولات العادية والتي سنتعرض لها في هذا الفرع بشيء من التفصيل .

أولاً: المحل التجاري مال منقول

يعد المحل التجاري بطبيعته مالا منقولا معنويا يتكون من مختلف العناصر المنقولة ذات طبيعة مختلفة قد تكون مادية كالآلات والبضائع ، أو المعنوية كالإتصال بالعملاء والشهرة التجارية، بحيث لا تتمتع بصفة الإستقرار والثبات التي يتمتع بها العقار بإعتباره كل شيء ثابت ومستقر في حيزه لايمكن نقله دون تلف، مما يجعله يخضع للنظام القانوني الخاص بالمنقولات، إلا ما إستثناه المشرع بأحكام خاصة بالعقارات كما هو الحال بالنسبة لإمتياز البائع ورهن المحل إلا أنه لا يؤثر على إعتباره مالا منقولا⁴.

¹ عمار عمورة، العقود و المحل التجاري في القانون الجزائري ، دار الخلدونية ، الجزائر، 2003، ص129.

² المادة 78 أمر رقم 75-59 المعدل والمتمم، مؤرخ في 20 رمضان 1395 ،الموافق 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، ج ر ج ج ، عدد 101 ، صادر في 16 ذو الحجة 1395 ،الموافق 19 ديسمبر 1975.

³ منية شواييدة ، حماية المحل التجاري من المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة العلوم السياسية والحقوق دورية دولية محكمة برلين، ألمانيا، المجلد 4 ، العدد 23، جويلية 2020، ص 306.

⁴ نادبة فوضيل ،النظام القانوني للمحل التجاري والعمليات الواردة عليه ،ج1 و2، دار هومة، الجزائر، 2011، ص35.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

ثانيا: المحل التجاري مال معنوي

يتميز المحل التجاري بطابع معنوي إلى جانب كونه مالا منقولاً، على الرغم من أنه يتألف من عناصر مادية منقولة إلا أنه بالنظر إلى تركيبة هذه العناصر، تظهر العناصر المعنوية على أنها الأكثر أهمية مقارنة بالعناصر المادية التي يعد وجودها مسألة نسبية ومن بين هذه العناصر البارزة يأتي عنصر الإتصال بالعملاء والشهرة التجارية في المقدمة، حيث إن وجود المحل التجاري يعتمد بشكل كبير على هذه العناصر، وبدونها يفقد المحل قيمته وأساسه الجوهرية¹.

ثالثا : المحل مال ذو طابع تجاري

لا يكتسب المحل الطابع التجاري إلا إذا كان الغرض من إنشائه مباشرة أعمال تجارية، وهو ما نصت عليه المادة 3 الفقرة 4 من القانون التجاري. ووفقاً لهذا النص، تُعد العمليات المتعلقة بالمحلات التجارية ذات طابع تجاري بحسب شكلها، فإذا كان المحل يمارس نشاطاً ذا طبيعة مدنية، فلا يُنظر إليه كقاعدة تجارية حتى ولو احتوى على معدات، أو تضمن إتصلاً بالعملاء، أو إشتل على حق الإيجار كما ينطبق على عيادات الأطباء ومكاتب المحاسبين أو المحامين أو المهندسين، حيث تُعتبر ذات طابع مدني، بالإضافة إلى ذلك لا يكفي مجرد تخصيصه لنشاط تجاري لإعتباره قاعدة تجارية، بل يجب أن يكون النشاط مشروعاً وغير مخالف للقانون والنظام العام².

المطلب الثاني: العناصر القانونية للمحل التجاري

يتألف المحل التجاري من مجموعة العناصر المختلفة التي تمثل قيمة مالية ضرورية للنشاط التجاري. وبالإعتماد على أحكام المادة 78 من القانون التجاري الجزائري المذكورة سابقاً، يتبين أن المحل التجاري يشمل نوعين من العناصر المتباينة : عناصر مادية تتمثل في البضائع والمهمات، وعناصر معنوية أهمها عنصر الإتصال بالعملاء و الشهرة بالإضافة إلى حقوق الملكية الصناعية والأدبية والفنية وغيرها من العناصر التي تشكل في مجملها وحدة مستعملة لنفس الغرض والتي سنتناولها بمزيد من التفصيل في هذا المطلب³.

¹ كركادن فريد ، الإتصال بالعملاء عنصر في المحل التجاري ، دراسة مقارنة، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية، المجلد 17، العدد 01 ، 2018، ص 158.

² نادية فوضيل، المرجع السابق، ص35.

³ مقدم مبروك ، المحل التجاري، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص9.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

الفرع الأول: العناصر المادية

يجب التنويه إلى أن البضائع و المعدات وسائر العناصر المادية الأخرى المرتبطة بالمحل التجاري لا تعد ضمن المكونات الجوهرية له، إذ إن غياب هذه العناصر أو فقدانها لا يؤدي إلى زواله بل يبقى المحل التجاري محتفظاً بوجوده القانوني طالما لم يُعبّر مالكة عن إرادته في التوقف عن ممارسة النشاط التجاري¹.

أولاً: المعدات والآلات

تشمل المعدات سائر الوسائل التي يستخدمها التاجر لإدارة نشاطه التجاري و المحافظة على سير العمل داخل محله، على سبيل المثال، يمكن أن تكون المعدات مثل " المكاتب، الخزائن، الرفوف، أدوات الوزن والقياس، الحواسيب، وحتى الأثاث. هذه الأشياء لها دور في تسهيل العمليات لكنها لا تشارك بشكل مباشر في عملية الإنتاج أو الإستغلال².

أما بالنسبة للآلات، فهي تختلف عن المعدات، حيث تُعتبر جزءاً أساسياً من عملية الإنتاج المباشر، مثال على ذلك الماكينات التي تُستخدم في تصنيع المنتجات أو حتى السيارات التي تخصص لنقل البضائع³.

كما نلقت إلى أن بعض المنقولات تختلف طبيعتها حسب الغرض الذي تُخصص له في المحل التجاري، فقد تكون هذه المنقولات عبارة عن معدات وآلات لمحلات معينة، بينما تعتبر بضائع بالنسبة لمحلات أخرى، نظراً للدور الذي يؤديه المنقول في النشاط التجاري فعلى سبيل المثال، الحاسوب الموجود في محل لبيع الأجهزة الإلكترونية والذي يُعرض للبيع يعتبر بضاعة، أما إذا ما إستخدم لأغراض داخلية في المحل مثل إدارة العمليات الحسابية أو إجراءات الجرد، فإنه يُعد من قبيل المعدات والآلات المستخدمة في التشغيل⁴.

ومن المهم الإشارة بأنه إذا كان مالك العقار هو ذاته صاحب المحل التجاري، وكانت المعدات والآلات تابعة للعقار في أصلها، فإنها تُستثنى من العناصر المادية التي يتكون منها المحل التجاري⁵.

¹ ناصر موسى، المرجع السابق، ص9.

² مقدم مبروك، المرجع السابق، ص51.

³ عمار عمورة، المرجع السابق، ص142.

⁴ عبد العزيز العكيلي، المرجع السابق، ص142.

⁵ Dominique Legeais , Droit commercial et des affaires , 20ème édition , Paris Sirey DalloZ , France , 2011 , p 68.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

ثانيا: البضائع

تشير كلمة البضائع إلى الأشياء التي يجري التعامل معها كسلع ومنتجات مُعدة للبيع، حيث يميزها عن غيرها كونها مخصصة للتداول ولعمليات البيع والشراء سواء كانت موادًا أولية خام ، سلعة نصف مصنعة، أو منتجات جاهزة، وهي بطبيعتها ليست من مكونات المحل التجاري الثابتة، بل تظل خاضعة للتغير نتيجة لعمليات التبادل المستمرة¹.

وتعتمد أهمية البضائع على طبيعة النشاط الذي يقوم به المحل التجاري، ففي المحلات المخصصة لبيع السلع للمستهلكين، تُعد البضائع من العناصر الجوهرية والأساسية. أما في بعض المحال التجارية الأخرى مثل مكاتب السمسرة وغيرها من المحال التي تقوم على تقديم خدمات كدور النشر والسينما وغيرها، فإن أهمية البضائع تكاد تكون معدومة أو ضئيلة للغاية².

وبالنظر للطبيعة المتغيرة للبضائع من حيث الكمية والقيمة وفقًا للمتطلبات التجارية، إستبعدتها المشرع من عناصر المحل التجاري في حالة رهنه، إلا إذا تم تحديدها صراحة ضمن ما يشمل الرهن. بينما يُسمح بذلك بسهولة بالنسبة للمعدات والآلات. كما تُؤخذ هذه الطبيعة المتغيرة بعين الاعتبار عند بيع المحل التجاري، حيث يتفق الطرفان غالبًا على تحديد قيمة البضائع لاحقًا بناءً على قائمتها وسعرها وقت إنتقال ملكيتها إلى المشتري، كما أن للبائع أيضًا حرية التقرير بشأنها، فقد يختار بيعها مع المحل أو بشكل منفصل لتاجر آخر، أو حتى إبقائها. وعلى هذا الأساس، تتميز البضائع بخصائص محددة مثل إستقلاليتها عن المحل عند بيعه، وإستثنائها من الرهن عند رهن المحل التجاري، أما في حالة تأجير المحل، يمكن للبضائع أن تبقى لمالك المحل أو تُؤجر مع المحل بشرط إعادتها معه أو رد قيمتها³.

والجدير بالذكر التمييز بين مفهوم المعدات والبضائع. فعلى سبيل المثال، إذا كانت المواد الأولية مُخصصة للبيع من البداية، فإنها تُصنف كبضائع أما إذا كانت هذه المواد موجهة للإستخدام فقط في تصنيع منتجات أخرى مخصصة للبيع، فإنها تُعتبر من قبيل معدات لأنها تُستخدم كوسائل للإنتاج ولا تُباع بذاتها، مما يجعلها جزءًا من عملية الإستغلال التجاري بدلاً من أن تكون سلعة مستقلة للتبادل⁴.

¹ مقدم مبروك ،مرجع سابق، ص51.

² عمار عمورة، مرجع سابق، ص134.

³ عمار عمورة، المرجع نفسه، ص135.

⁴ Emmanuel vergé , georges Ripert , suzanne dalligny " répertoire de droit commercial et des societes" tome II , DALLOZ , France , P270.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

الفرع الثاني: العناصر المعنوية

تعتبر العناصر المعنوية جوهرًا أساسيًا في بناء الفكرة القانونية للمحل التجاري ، بإعتباره الركيزة التي يستند عليها أي نشاط تجاري، وبالرجوع للمادة 78 من القانون التجاري تبين لنا أن المشرع الجزائري أولى أهمية لبعضها، ليتضح أنه ليس من الضروري أن تكون جميعها متاحة في كل محل إلا بإستثناء عنصر الإتصال بالعملاء، الذي يجب أن يتوفر في بمختلف المحال أيا كان نوعها وأنشطتها ، ولأن هذه العناصر تؤثر بشكل كبير على نجاح أي مشروع تجاري سنتطرق إلى ذكرها¹.

أولا : عنصر الإتصال بالعملاء

يعد عنصر الإتصال بالعملاء عاملاً يرتبط بشكل وثيق بالجوانب الشخصية للتاجر، حيث أنه يتعلق بمجموعة الأفراد الذين يترددون على محل تجاري معين إعتقاداً على الخصائص التي يتميز بها صاحب المحل. وتشمل هذه الخصائص اللباقة، الأمانة، النظافة، وحسن التعامل مع الزبائن. مما يجعل هذه العوامل مجتمعة تسهم في بناء قاعدة عملاء مخلصين يعتادون على التعامل مع ذلك المحل التجاري².

لذا يسعى التاجر بجهد للحفاظ على هذه العلاقات التجارية المميزة من خلال إستخدام كافة الوسائل المشروعة لتعزيز تردد العملاء إليه وتحفيزهم على مواصلة التعامل معه. ومع ذلك، لا يعني هذا أن العملاء ملزمون بالتعامل المستمر مع ذات التاجر، إذ يحق لهم بحرية الإختيار لإنهاء هذه العلاقة التجارية لأي سبب كان سواء تعلق بالمعاملة التاجر أو في سلعته . وفي المقابل، يؤكد على أن عنصر الإتصال بالعملاء لا يمنح التاجر إمتيازاً أو حقاً مباشراً على عملائه، بل يكمن حقه في مواجهة الأطراف الأخرى التي تحاول إبعاد الزبائن عن التعامل مع متجره بطرق غير قانونية³.

وقد أكد المشرع الجزائري أهمية عنصر الإتصال بالعملاء من خلال المادة 78 من القانون التجاري حيث أنه إعتبره عنصراً إلزامياً، إلا أنه لم يقدم تعريفاً شاملاً ودقيقاً لهذا العنصر، مما يجعل الضرورة قائمة للعودة إلى الفقه والقضاء بهدف إستيضاح المفهوم بشكل أفضل، فوفقاً لأغلب الفقهاء كالفقيه "ربير" والفقيه "إسكارا"، يُعتبر عنصر الإتصال بالعملاء مرتبطاً بشكل وثيق بالجوانب الشخصية للتاجر نفسه،

¹ أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 1980، ص189.

² نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط9،الجزائر، 2007، ص209.

³ مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، المؤسسة التجارية ، شركات تجارية ، ملكية صناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2006، ص26.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

كما يعتبر الجزء الجوهرى الذي لا يمكن تصور وجود المحل التجاري بدونه، وأن بقية العناصر الأخرى لا تشكل إلا وسائل ثانوية تضاف لتحقيق هذا الغرض¹.

وبذلك يعد عنصر الإتصال بالعملاء من أهم العناصر التي تسهم في تحديد قيمة المحل التجاري، إذ ترتبط هذه القيمة بمدى تردد العملاء عليه، فكلما إزداد عددهم إرتفعت قيمة المحل التجاري وإزدادت شهرته وأرباحه، بينما يؤدي إنخفاضهم إلى تأثير معاكس، غير أنه، رغم ما يتمتع به هذا العنصر من أهمية إلا أنه من الناحية العملية، لا يمكن إعتباره المقوم الوحيد للمحل التجاري، إذ لا يكفي بمفرده لقيامه، بل ينبغي أن يتكامل مع باقي العناصر الأخرى التي تسهم في إستغلال المحل وتحديد قيمته، وهو ما أكدته المادة 78 الفقرة 3 من القانون التجاري الجزائري².

ثانيا: الشهرة التجارية

وفقاً للمادة 78 من القانون التجاري الجزائري، يُعدّ الإتصال بالعملاء والسمعة التجارية أو الشهرة من العناصر الأساسية لوجود أي محل تجاري. حيث لم يميز المشرع بشكل صريح بين هذين المفهومين، على الرغم من إستخدامهما في الممارسة العملية بشكل متقارب أو مترادف في كثير من الحالات، مما دفعه إلى جمعهما في عنصر واحد يعتبره إلزامياً، وما يلاحظ أن النص المعتمد من قبل المشرع الجزائري إستخدم كلمة الشهرة ، التي لا تعكس تماماً المعنى الدقيق المستخدم في النص الفرنسي، والذي يشير تحديداً إلى الزبائن أو المشتري العرضي. ومع ذلك، إعتاد الفقه العربي على توظيف مصطلحي الشهرة أو السمعة التجارية³.

حيث تُعرّف الشهرة أو السمعة التجارية بأنها قدرة المحل التجاري على جذب العملاء نتيجة لعوامل مرتبطة بالمحل ذاته، مثل الموقع المتميز، جودة العرض، التنظيم الداخلي، والديكور الجاذب، وهي عناصر مستقلة عن الصفات الشخصية للتاجر. في المقابل، يرتبط الإتصال بالعملاء غالباً بالسمات الشخصية للتاجر، كالأمانة والكفاءة وحسن المعاملة، وعلى الرغم من هذا التمييز، يرى غالبية الفقهاء أن الفصل بين هذين العنصرين لا يحدث أثراً عملياً يُذكر، وقد يكون صعباً في الحالات التي ترتبط فيها شهرة المحل بشخصية التاجر ذاته، إذ يتداخل مفهوم الإتصال بالعملاء مع الشهرة التجارية ، مما يجعل التفرقة بينهما غير ضرورية ، وبناءً عليه يُنظر إلى هذين العنصرين مجتمعين على أنهما يمثلان حق التاجر في الحفاظ على قاعدة عملائه المستمرة ، سواء بسبب خصائص شخصية التاجر أو لعوامل موضوعية مرتبطة بالمحل التجاري نفسه، ويبدو أن هذا الجمع بين المصطلحين يهدف إلى تقادي أي إلتباس، نظراً لغياب أهمية قانونية أو عملية تستوجب الفصل بينهما إلا من الناحية الزمنية، إذ يُنظر إلى الإتصال بالعملاء

¹ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، نشر و توزيع ابن خلدون، د ط، الجزائر، 2001، ص12.

² فرحة زراوي صالح، المرجع نفسه، ص25.

³ مبروك مقدم، مرجع سابق، ص11.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

باعتباره نتاجاً للماضي والحاضر، لأنه يستند إلى العلاقات القائمة بالفعل مع الزبائن، في حين تشير الشهرة التجارية إلى مستقبل المحل وما ينتظره من مال¹.

ثالثاً : الإسم التجاري

يُعتبر الإسم التجاري من العناصر المعنوية الأساسية التي يتكوّن منها المحل التجاري، وذلك وفقاً لنص المادة 78 من القانون التجاري الجزائري التي تشير إلى أن المحل التجاري يشمل "جميع الأموال الأخرى اللازمة لإستغلال المحل كعنوان المحل والإسم التجاري ...

وفيما تعلق بتعريفه ، فقد تمت الإشارة إليه في المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، حيث عُرّف بأنه التسمية أو العنوان الذي يميّز المؤسسة².

وبناءً على ذلك، فإن الإسم التجاري هو الإسم الذي يختاره التاجر ليمنح محله هوية مميزة تفرقه وتميزه عن غيره من المحلات المماثلة. وغالباً ما يسعى التاجر إلى إختيار إسم يتسم بالإبتكار والجاذبية قصد لفت إنتباه الزبائن وإستقطابهم، الأمر الذي يجعل من الإسم التجاري جزءاً من الحقوق المالية التابعة للذمة المالية للتاجر، وعنصراً جوهرياً من عناصر المحل³.

ومن خلال هذا التعريف، يتضح أن الإسم التجاري يتمتع بعدة خصائص، إذ يُعدّ حقاً مالياً يندرج ضمن عناصر المحل التجاري، كما يُستعمل وسيلة لتحديد هوية المحل وإرشاد العملاء إليه، فضلاً عن دوره في تمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات التي تمارس نشاطاً مماثلاً⁴.

ولا يقتصر دور الإسم التجاري على مجرد تحقيق التمييز بين المحلات التجارية، بل يمتد ليشمل إستعماله في مختلف الوثائق المرتبطة بالنشاط التجاري، كالعقود ، إضافة إلى ظهوره على لافتات المحلات، وهو ما يعزز وضوح الهوية التجارية ويُسهّل التعرف على المحل⁵.

وبصفة عامة، يمكن إعتبار الإسم التجاري كل تسمية يعتمدها التاجر لممارسة نشاطه التجاري، سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً. كما يُعدّ عنصراً ضرورياً في جميع المحلات التجارية، إذ يحمل صفة مزدوجة، فهو

¹ ناصر موسى، مرجع سابق، ص15.

² الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جمادي الأولى عام 1424، الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات ، ج ر ج عدد، 76، صادرة بتاريخ 2003/07/23.

³ أحمد بلودنين ، المختصر في القانون التجاري ، دار بلقيس دار البيضاء، الجزائر، ط 1 ، سنة 2011، ص603.

⁴ عز الدين مرزا ، ناصر عبد الله العباسي ، الإسم التجاري ، دراسة قانونية مقارنة ، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط2، 2007، ص25.

⁵ Eric Garaud , Fond de Commerce , juris-classeur commercial , 31 mars 2005, Fasc 201 , 2005 , P6.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

من جهة حق للتاجر يتيح له الإستثناء بالإستعماله لتمييز نشاطه عن غيره، ومن جهة أخرى واجب قانوني مفروض عليه. فقد ألزم المشرع الجزائري كل تاجر، طبيعياً كان أو معنوياً، بإعتماد إسم تجاري لمحلّه، وهو ما يُستفاد بوضوح من نص المادة 78 من القانون التجاري الجزائري التي تقضي بضرورة توافر الإسم التجاري ضمن العناصر الإلزامية المشكلة للمحل¹.

والجدير بالذكر أن التاجر يلجئ إلى إختيار أو إبتكار إسم مميز يهدف من خلاله إلى إستقطاب العملاء وجذبهم إلى محله التجاري. وغالباً ما يعتمد إسمه الشخصي كإسم تجاري ليميّز به محله عن غيره من المحلات التجارية، فإن ذلك لا يؤدي إلى إختلاط الإسم المدني بإسم المحل، بل يظل كل منهما مستقلاً ومتميزاً عن الآخر².

فالإسم المدني يعد وسيلة قانونية لتعريف الشخص وتمييزه عن غيره، حيث يضم الإسم الشخصي الذي يميز الفرد عن باقي أفراد عائلته ، والإسم العائلي الذي يميزه عن باقي المجتمع .أما الإسم التجاري فهو الإسم الذي يتخذه التاجر لتمييز محله عن سائر المحلات المماثلة بهدف إجتذاب الزبائن³.

وتجدر الإشارة أن الإسم المدني لايجوز التصرف فيه لإرتباطه بشخصية صاحبه، بينما يعد الإسم التجاري من عناصر المحل التجاري، ومن ثم يجوز أن يكون أهلاً للتصرف ، وهو ما أكدته المادتان 96 و 119 من القانون التجاري الجزائري. وعليه، فإن الإسم التجاري يندرج ضمن الحقوق المالية، في حين أن الإسم المدني من الحقوق للصيقة بالشخصية⁴.

رابعاً : العنوان التجاري

العنوان التجاري هو الإسم أو الرمز المبتكر الذي يعتمدّه التاجر لتمييز محله التجاري عن المحلات الأخرى، مما يسهل على العملاء معرفته والوصول إليه. عادة ما يكون لهذا العنوان دور مؤثر في جذب العملاء بفضل طابعه الإبتكاري المميز واللافت للإنتباه ، إذ يمكن أن يكون إسمًا فريداً أو شعاراً مميزاً مما يجعله يختلف عن الإسم التجاري⁵.

¹ عز الدين ميرزا ، ناصر عبد الله العباسي ، مرجع سابق، ص33.

² صلاح زين الدين ، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ،الأردن، د ط ، 2000، ص14.

³ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق ، ص79.

⁴ علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، الإسكندرية، مصر، طبعة1974، ص19.

⁵ علي حسن يونس ،المرجع نفسه ، ص21.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

فالأول يرتبط بالإبتكار والإبداع، بينما تخضع تسمية الإسم التجاري لضوابط وقواعد معينة حسب طبيعة النشاط أو الشخصية الاعتبارية للتاجر. ومع هذا، يمكن للتاجر الجمع بين الإثنين، كأن يعتمد عنواناً تجارياً مشتقاً من إسمه التجاري أو حتى من إسمه العائلي¹.

أما من ناحية أخرى، يمثل الإسم التجاري عنصراً أساسياً لا غنى عنه في ممارسة النشاط التجاري، في حين أن العنوان التجاري يُعتبر إختيارياً و يمتاز بمرونة أكبر في إختياره لإرتباطه بالإبتكار والإبداع، ورغم الاختلافات بينهما، إلا أن كلا من الإسم التجاري والعنوان التجاري يشتركان في هدف مشترك يتمثل في تمييز المحل التجاري وتجنب التشابه مع المحلات الأخرى، مما يسهم في تسهيل تعاملات العملاء ومنع الإلتباس².

ولابد هنا من التفرقة بين العنوان التجاري والعلامة التجارية ، فبينما يُستخدم العنوان التجاري لتمييز المحل ذاته، تُخصص العلامة التجارية لتمييز منتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع. ورغم إختلافهم الوظيفي، ليس هناك ما يمنع إستخدام نفس الإسم كعنوان أو كعلامة تجارية للمنتجات، بإعتبار العنوان التجاري من العناصر الأساسية التي تُشكل المحل التجاري قانونياً. وينتقل تلقائياً مع المحل عند بيعه دون الحاجة إلى إتفاق إضافي. أما العلامة التجارية فهي تُعدّ إحدى حقوق الملكية الصناعية، ولا تنتقل مع المحل إلا إذا كانت مذكورة صراحة في عقد البيع³.

خامسا : الحق في الإيجار

يعد الحق في الإيجار واحداً من العناصر المعنوية الأساسية للمحل التجاري، كما ورد في المادة 78 من القانون التجاري الجزائري: "... كما يشمل أيضاً سائر الأموال الأخرى اللازمة لإستغلال المحل التجاري كعنوان المحل التجاري والإسم التجاري والحق في الإيجار...".

حيث يُعزز هذا العنصر من قيمة القاعدة التجارية ، نظراً لدوره المحوري في جذب العملاء، خصوصاً إذا كان الموقع المستغل يتمتع بموقع إستراتيجي. ويتجلى ذلك بوضوح في قطاعات مثل تجارة التجزئة والفنادق، أو عندما يقع المحل في مناطق حيوية تعج بالأسواق والأنشطة المماثلة، مما يتيح للعملاء الفرصة لإجراء مقارنات بين الخيارات المتاحة ويحفزهم على الشراء والإقبال على المحل⁴.

¹ فرحة زراوي ، مرجع سابق، ص 101.

² Yves Reinhard , Droit Commercial , acte de Commerce , Commerçant , Fond de Commerce , Sème édition ,1998, P326.

³ سليمان بوزياب، مبادئ القانون التجاري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر و التوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص167.

⁴ فرحة زراوي صالح ، المرجع نفسه، ص103.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

كما يظهر عادة عندما يكون التاجر مستأجراً للعقار الذي تُمارس فيه الأنشطة التجارية، ويُطلق على هذه الحالة الملكية التجارية، حيث يُعتبر المركز التجاري القائم في العقار المؤجر ذو قيمة إستراتيجية لصاحب المحل¹.

أما في حالة ما إذا كان التاجر هو ذاته مالك العقار، فإن عنصر الحق في الإيجار يختفي من تكوين المحل التجاري، مما يجعله غير ضروري كما هو الحال بالنسبة للباعة المتجولين الذين لا يحتاجون إلى ملكية عقار مستقلة لممارسة تجارتهم².

وما يُلاحظ أن المشرع الجزائري أعطى أهمية خاصة لهذا العنصر مقارنةً بالعناصر المعنوية الأخرى مثل الاسم التجاري، العنوان التجاري، العملاء، والشهرة التجارية. فقد خصص مجموعة من النصوص القانونية التي تنظم العلاقة التجارية بين مالك العقار ومالك المحل (أي المستأجر)، مما يعكس إدراكه لأهمية هذا العنصر في البيئة التجارية³.

سادسا : حقوق الملكية الصناعية والتجارية

هي تلك الحقوق المعترف بها لكل شخص على نشاطاته الإبتكارية ومنجزاته الفكرية المستعملة في المجالين الصناعي والتجاري، وتشمل على وجه الخصوص براءة الإختراع، والعلامات التجارية، والرسوم والنماذج الصناعية وتتميز هذه الحقوق بطابعها المعنوي لعدم تعلقها بأموال مادية، إذ تنصب على نتاج فكري غير ملموس كما تخول لصاحبها حق الإستثناء والإستغلال القانوني دون غيره⁴.

(أ) العلامة التجارية

هي الشارة أو الرمز الذي يضعه التاجر للتمييز بين بضائعه وبضائع الغير، كما تسمح بالتعرف على السلعة بمجرد النظر إليها، وتعتبر وسيلة للتاجر لإستقطاب الزبائن . فالمستهلك يفضل عادة إقتناء منتجات تحمل علامة تجارية معروفة، لأنها تمثل في ذهنه مؤشراً للجودة وتمنحه الإطمئنان، حيث يتمكن من تمييزها عن غيرها المنتجات المقلدة⁵.

حيث يضعها التاجر على منتجاته أو بضائعه للتمييز بينها وبين البضائع المماثلة التي تروج في السوق كي لا تكون عرضة للتقليد أو تختلط مع نظيرها من المنتجات المشابهة لها، وتوضع بطريقة تضمن

¹ Eric Garaud , op.cit , p6.

² سميرة عالية، أصول القانون التجاري، ط 2 ، دار النشر، بيروت ، لبنان، 1996، ص300.

³ علي حسن يونس ، مرجع السابق ، ص122.

⁴ مبروك مقدم ، مرجع سابق، ص42.

⁵ مقدم مبروك ، المرجع نفسه، ص44.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

تميز صاحبها عن غيره وقد تتكون من حروف أو رسوم أو رموز، أو مزيج منها، و كما يمكن أن تتضمن لوناً واحداً أو أكثر، وقد تشير إلى بلد الإنتاج، مصدر صناعة السلع، مكان البيع، طريقة التحضير، أو تدل على تأدية خدمة من الخدمات¹.

كما يتوجب أن تكون متميزة بحيث تسهل تمييز السلعة عن غيرها من السلع فلا يقبل إستخدام علامة تتمثل في مجرد حرف أو إسم أو صورة مشهورة بين الناس، أو تعبير شائع الإستعمال².

بالإضافة أن تكون جديدة وغير مستخدمة مسبقاً من قبل أي شخص لتحديد منتجاته وتمييزها عن منتجات الغير أي يجب إستخدامها لأصناف معينة من السلع والمنتجات، كما يُمنع تسجيل العلامات التي لا تحتوي على أي طابع مميز أو إبتكار، ويشترط أن تكون قانونية وغير مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة فيُحظر بذلك إستخدام كل من الصور أو الأسماء الشخصية كعلامات تجارية دون الحصول على موافقة مسبقة من أصحابها، مع إستثناء الرموز الدينية والشعارات مثل الهلال الأحمر من الإستخدام كعلامات تجارية³.

ب) براءة الإختراع :

وهي وثيقة رسمية تصدرها الهيئة الوطنية للملكية الصناعية في الجزائر لصاحب الإبتكار، تمنحه بموجبها الحق الحصري لإستغلال إختراعه لمدة زمنية محددة تبلغ 20 عاماً، تسحب من تاريخ تقديم الطلب⁴.

فهي بمثابة عقد إلزام بين المخترع والسلطة العامة، التي تمثلها إدارة براءات الإختراع بهدف حماية الإختراع لفترة زمنية محددة وتشمل براءة الإختراع أي إبتكار جديد قابل للتطبيق في المجال الصناعي، بشرط ألا يتعارض مع النظام العام أو الآداب العامة كما يسعى إلى تلبية إحتياجات المرافق العامة بأي شكل، بغض النظر عن مدى تعقيد الإبتكار أو بساطة هدفه، وفي حال عدم إستغلال الإختراع أو الإخلال بالشروط المتفق عليها، تمتلك السلطة العامة الحق في إلغاء الحماية وإسترداد البراءة، بحيث يُمنح

¹ نادية فوضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، ج 1 و 2، دار هومة، ط 1، الجزائر، 2011، ص 28.

² محمد سعيد العريني، القانون التجاري، ج 1، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، راوي للطباعة والإعلان، دط، الإسكندرية، مصر، 1998، ص 343.

³ علي البارودي، القانون التجاري، الجزء الأول، منشأة المعارف للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، 1985، ص 402.

⁴ مقدم مبروك، مرجع سابق، ص 42.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

الإستغلال لطرف آخر يضمن تحقيق الأهداف المطلوبة. ويتجلى هذا التوجه خصوصًا في الحالات التي يكون فيها الإستغلال غير كافٍ أو يتعذر استمراره مع تغير الظروف المحيطة¹.

ج) الرسوم والنماذج الصناعية

وهي كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية ، ويعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل، ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن إستخدامه كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بالشكل الخارجي².

فهي كبراءات الإختراع تمنح صاحبها إحتكارا لإستغلالها، إلا أنها لا تتعلق بإختراع أو بإكتشاف جديد، بل تتعلق بإنشاء شكل جديد لمنتوج موجود وبالتالي فهي تنصب على الشكل. فالرسوم الصناعية هي الخطوط التي تكسب السلعة طابعا مميزا مثل النقش على المنتجات والرسوم على الأواني الفخارية أو الزجاج .. أما النماذج الصناعية فهي شكل السلعة أو هيكلها الخارجي الذي يميزها عن غيرها من السلع الشبيهة مثل هياكل السيارات أو قنينات العطور³.

ونظرا لأهمية الرسوم والنماذج الصناعية. فإن المشرع الجزائري أفرد لها الأمر رقم : 66_86 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية⁴. وجعل حمايتها مقررة لمدة 10 سنوات ابتداء من تاريخ الإيداع. كما يمكن التصرف فيها بمعزل عن بقية العناصر المعنوية الأخرى المكونة للمحل. وفي حالة التصرف في المحل التجاري ورغب صاحب المحل التصرف في الرسوم والنماذج الصناعية فعليه النص على ذلك صراحة في العقد. فلا يمكن أن يشمل تصرفه هذه العناصر تلقائيا دون ذكرها صراحة، كما هو الشأن لباقي العناصر المعنوية الأخرى⁵.

إلا أنها تعد من بين المكونات المعنوية الثانوية للمحل التجاري التي غالبا ما يلجئ لها التاجر لتمييز منتجاته عن منتجات المنافسين، من خلال إضفاء طابع جمالي وجاذبية للسلع مما يعزز قدرتها على

¹ عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان ، براءة الإختراع ومعايير حمايتها ، دار الفكر الجامعي، ط2، الإسكندرية ، مصر، 2009، ص14.

² المادة 1 من الأمر رقم 66_86، المؤرخ في 7 محرم 1986، الموافق 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج، ج رج ج، العدد 35، صادرة بتاريخ 3 ماي 1966.

³ مقدم مبروك ، مرجع سابق ، ص43.

⁴ الأمر رقم 66_86 المؤرخ في 7 محرم 1986، الموافق 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج، ج رج ج ، العدد 35، صادر بتاريخ 3 ماي 1966 .

⁵ مقدم مبروك ، المرجع نفسه ، ص43.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

إستقطاب العملاء سواء كانت من خلالها أو عبر النماذج التي تحدد الهيئة الخارجية أو الشكل البنوي للمنتج¹.

سابعا : حقوق الملكية الأدبية والفنية

يطلق عليها إسم حقوق المؤلف أو الحقوق المجاورة وتقرر لصالح الأدبيين والفنيين لحماية مصنفاتهم الأدبية والفنية حيث تأخذ أهمية كبيرة في بعض المحال التجارية كدور النشر والمسارح والملاهي العمومية و السينما وقاعات الموسيقى، و بذلك تقتصر أهمية هذا العنصر على نوع الإستغلال الذي يقوم به التاجر².

وقد نظمها المشرع بموجب الأمر رقم 03_05، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة³. كما جعلها تحظى بنفس الحماية القانونية المقررة لحقوق الملكية الصناعية و التجارية، مما يتيح للمؤلف أو صاحب الحق التقدم بدعوى قضائية أو مدنية تكون إما شخصية أو من خلال تفويض من الديوان الوطني للقيام بذلك نيابة عنهم. وعلاوة على ذلك يصنف التعدي على هذه الحقوق من خلال تقليد هذه المصنفات جنحة يعاقب عليها بالحبس لمدة تتراوح بين ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وغرامة مالية تبلغ قيمتها 500000 دج إلى المليون⁴.

ثامنا : الرخص والإجازات

تُقصد بالرخص والإجازات تلك التصاريح الإدارية التي تمنحها السلطات الإدارية لممارسة بعض الأنشطة التجارية التي يشترط القانون الحصول على إذن مسبق لمباشرتها مثل فتح فندق أو إستغلال ملهى أو غيرها من الأنشطة المماثلة كبيع المشروبات الكحولية⁵.

وقد تباينت آراء الفقهاء حول مدى إدراج الرخص والإجازات ضمن العناصر المعنوية المكوّنة للمحل التجاري إذ يعتبرها البعض ضمن الحقوق الشخصية شأنها شأن الحقوق والصفقات التي تتعلق بالشخص المرخص له وبالتالي لاتعد من العناصر المعنوية للمحل التجاري، بينما يرى إتجاه آخر أنها تتعلق بالنشاط

¹ المعتصم بالله الغرياني ، القانون التجاري ، المحل التجاري ، دار الجامعة الجديدة، الأزليكية، مصر ، طبعة 2005، ص124.

² عبد القادر البقيرات ، مبادئ القانون التجاري، الأعمال التجارية ، التاجر، المحل التجاري ، الشركات التجارية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص64.

³ الأمر رقم 03_05 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج رج ج، العدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.

⁴ أنظر المواد 151، 160، 153، من الأمر رقم 03_05 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

⁵ عمار عمورة ، مرجع سابق ، ص152.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

التجاري في حد ذاته ولا تقوم على إعتبارات شخصية تخصه. ولحسم هذا الخلاف الفقهي يُمكن الأخذ بمعيار التفرقة بين نوعين من الرخص فإذا كان منح الرخصة مبنياً على إعتبارات شخصية تتعلق بصفة طالبها أو كفاءته المهنية كما هو الشأن في رخصة فتح صيدلية التي تُمنح لإعتبار الصفة المهنية للصيدلي فإنها لا تُعدّ من عناصر المحل التجاري ولا يجوز التصرف فيها أو نقلها أما إذ كانت متعلقة بشروط موضوعية مستقلة عن شخصية التاجر فإنها تعتبر قيمة مالية وتعدّ عنصراً من عناصر المحل التجاري¹.

المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي للمنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

يعد المحل التجاري من أهم العناصر التي يقوم عليها النشاط التجاري إذ يمثل الأداة الأساسية التي يمارس من خلالها التاجر نشاطه ويستقطب الزبائن ويحقق أرباحه، كما يشكل قيمة إقتصادية هامة تستوجب الحماية القانونية².

ونظراً لأهمية هذا المحل وما يرتبط به من عناصر مادية ومعنوية فقد حرص المشرع على توفير حماية قانونية له من مختلف الممارسات التي قد تضر به لاسيما تلك الناتجة عن المنافسة غير المشروعة، فالأصل أن المنافسة في المجال التجاري تعد مشروعة ومباحة غير أنها قد تتحرف عن إطارها القانوني عندما يلجأ التاجر إلى وسائل غير نزيهة أو مخالفة للأعراف التجارية بقصد جذب زبائن منافسيه أو الإضرار بهم وهو ما يشكل منافسة غير مشروعة تستوجب تدخل القانون³.

ولهذا أقر القانون دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قانونية لحماية المحل التجاري حيث تمكن التاجر المتضرر من المطالبة بوقف الأفعال غير المشروعة والتعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة تلك الممارسات، وعليه سننظر في هذا المبحث إلى مفهوم المنافسة غير المشروعة في المطلب الأول، ثم نتناول في المطلب الثاني الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة وصورها.

المطلب الأول: ماهية المنافسة غير المشروعة وتمييزها عن المفاهيم المشابهة لها

تعد المنافسة من المبادئ الأساسية التي يقوم عليها النشاط التجاري والإقتصادي، إذ تسهم في تنشيط السوق وتحسين جودة السلع والخدمات بما يحقق مصلحة المستهلك والمتعاملين في المجال التجاري غير أن هذه المنافسة قد تخرج أحيانا عن إطارها المشروع عندما يلجأ بعض التجار أو المتعاملين الإقتصاديين

¹ عزيز العكيلي، مرجع سابق، ص 217.

² عبد الرزق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الرابع، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2011، ص 25.

³ عبد الحميد الشواربي، المنافسة غير المشروعة في القانون التجاري، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 1993، ص 27.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

إلى إستعمال وسائل وأساليب غير نزيهة من شأنها الإضرار بمنافسيهم أو تضليل الجمهور، وهو ما يندرج ضمن ما يعرف بالمنافسة غير المشروعة، وقد تدخل المشرع لوضع مجموعة من القواعد القانونية التي تهدف إلى تنظيم المنافسة ومنع الممارسات غير المشروعة التي قد تخل بتوازن السوق وتضر بمصالح المتعاملين الإقتصاديين، وعليه ومن أجل الإحاطة بهذا المفهوم سنتناول في هذا المطلب تعريف المنافسة غير المشروعة وذلك من خلال الفرع الأول ثم نتطرق في الفرع الثاني إلى تمييزها عن بعض المفاهيم المشابهة لها.

الفرع الأول : مفهوم المنافسة الغير مشروعة

تعتبر المنافسة من الظواهر الطبيعية الملازمة للنشاط التجاري، حيث يسعى كل تاجر إلى إستقطاب أكبر عدد من الزبائن وتحقيق أفضل مركز في السوق، غير أن هذه المنافسة ينبغي أن تمارس في إطار من النزاهة وإحترام القواعد القانونية والأعراف التجارية، لكن قد يحدث أن يلجأ بعض التجار إلى إستعمال وسائل أو أساليب تتنافى مع قواعد الشرف والنزاهة في المعاملات التجارية بقصد الإضرار بمنافسيهم أو جذب عملاءهم بطرق تخرج من نطاق المشروعية¹.

مما تستوجب تدخل القانون لحماية التجار والمتعاملين الإقتصاديين وضمان سلامة المعاملات داخل السوق وقد تعددت التعريفات التي تناولت مفهومها لهذا سيتم التطرق لها كالاتي:

أولاً: التعريف الفقهي للمنافسة الغير مشروعة

تعددت المواقف الفقهية بشأن تعريف المنافسة غير المشروعة، وذلك نتيجة لتباين الآراء والخلفيات التي دفعت الفقهاء إلى صياغة مفاهيم مختلفة لهذا المصطلح. فبعض الفقهاء إرتكز في تعريفه على الهدف الأساسي للمنافسة غير المشروعة والذي يتمثل في تحويل العملاء وتحقيق المبيعات. ومن أبرز هذه التعريفات، ما قدمه الفقيه روبيه الذي رأى أن المنافسة غير المشروعة تتجسد في إستخدام وسائل ملتوية وخادعة تتمثل في دسائس يرفضها مبدأ الشرف والإستقامة، بهدف تحويل زبائن المنافس وإستقطابهم، بغض النظر عن الشكل الذي قد تتخذه².

¹ محمد فريد العريني ، جلال وفاء محمدين ، القانون التجاري ، الأعمال التجارية، التجار، المحل التجاري ، ج1، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر، 1998، ص356.

² مراد شعبان كنزة نساك، تمييز المنافسة غير المشروعة عن جريمة التقليد، مذكرة ماستر، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية، السنة الجامعية 2018/2019، ص9.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

وقد عرفها الفقيه "آلار" متبنيا نفس الفكرة في قوله أنها كل تصرف أو وسيلة مستعملة لتحويل العملاء من منشأة صناعية أو محل تجاري¹.

ومن جهة أخرى، ركز بعض الفقهاء على الوسيلة المستخدمة التي تنعدم فيها قواعد النزاهة والمشروعية التي تتبغى أن تكون أساسا في المعاملات التجارية، لتحديد ماهية المنافسة غير المشروعة. فقد إعتبر الفقيه "جوزي راند" أن المنافسة غير المشروعة تتمثل في الأفعال التي تستتكرها الأخلاق الإجتماعية، وأوضح أن هذه الأفعال تتعارض مع المصلحة العامة ولا يُمكن التغاضي عنها، حيث تستوجب تحميل مرتكبها المسؤولية بشكل واضح وصريح².

أما الفقيه "ميشال"، فقد عرف المنافسة غير المشروعة بأنها كل تصرف يصدر عن التاجر المنافس بغرض تحويل زبائن منافسيه، عبر تبني أساليب تخالف القيم المهنية، الأمانة والنزاهة، وتنتهك الأعراف التجارية³.

وفي السياق العربي، قدمت "سميحة القليوبي" تعريفاً يختلف بعض الشيء، مشيرة إلى أن المنافسة تصبح غير مشروعة إذا لجأ الشخص إلى وسائل وأساليب تتنافى القانون والعادات والأخلاقيات. أما في حالة ما إذا قام شخص بفعل معين دون أن ينتهك القانون أو الأعراف، وتسبب هذا الفعل في التأثير سلبا على نشاط غيره من التجار فإنه لا يعتبر ضمن الأعمال التعسفية ولا يعد فاعله مرتكب خطي⁴.

وإنعطافا إلى الأستاذ "إدوارد عيد" الذي عرفها في قوله أنها تدخل ضمن أعمال المنافسة الغير مشروعة كل تجاوز أثناء ممارسة نشاط تجاري في إستعمال الحرية الخاصة به بشرط قيامه بطرق صحيحة كما يعرفها الدكتور جوزيف نخلة على أنها كل فعل يقوم به التاجر من أجل تحقيق فوائد على حساب غيره من المنافسين والمساس بالمبادئ القانوني والأخلاق السائدة التي يتعامل بها في العرف التجاري⁵.

¹ زواوي كاهينة، المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2006/2007، ص18.

² إلهام زعموم، حماية المحل التجاري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة سطيف، سنة 2004/2005، ص24.

³ Michel JUGLART-Benjamin IPPOLITO, Cours de droit commercial, Montchresten, Onzieme edition, Paris, 1995, P41.

⁴ إلهام زعموم، المرجع نفسه، ص30.

⁵ عمار عمورة، مرجع سابق، ص164.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

بناءً على هذه المفاهيم المختلفة، يمكن إستنتاج أن المنافسة غير المشروعة تُمثل مجموعة من الأفعال أو الممارسات الخاطئة التي يقوم بها التاجر ضد تاجر آخر بهدف الإساءة إليه مالياً، سواء من خلال إلحاق الضرر بعلاقاته مع زبائنه أو التأثير على معاملاته التجارية¹.

ثانياً: التعريف القضائي للمنافسة الغير مشروعة

إجتهدت المحكمة العليا في الجزائر في تقديم تعريف للمنافسة غير المشروعة، موضحة أنها تشمل كل تصرف يتعارض مع الممارسات النزيهة والشريفة في المجالين الصناعي والتجاري. لكن اللافت في تعريف المحكمة أنها لم تتطرق إلى الغاية الأساسية من هذه الممارسات غير النزيهة، والمتمثلة في جذب الزبائن وتحويلهم لصالح الجهة المنافسة، كما أن التعريف لم يركز على الوسائل المستخدمة من قبل مرتكبي هذه الأفعال، مما يجعله محدوداً ويقتصر على حالات معينة، دون تقديم رؤية شاملة لمفهوم المنافسة الغير المشروعة كونها مفهوم واسع النطاق ومتغيراً باستمرار².

فالمشرع الجزائري لم يقدم نصاً صريحاً لمدلول المنافسة غير المشروعة، لكن القضاء إستند على قواعد المسؤولية التقصيرية التي تركز على فكرة الخطأ المتمثلة في القيام بتصرفات مسيئة ومخالفة للقيم والأخلاق التجارية.

على غرار محكمة النقض المصرية فقد عرفت المنافسة غير المشروعة أنها إرتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو إستخدام وسائل منافية للشرف والأمانة والمعاملات إذا كان القصد منها إحداث لبس بين منشأتين تجاريتين أو إيجاد إضطراب بإحداهما وكان من شأنه إجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى أو صرف عملاء المنشأة عنها³.

ثالثاً: التعريف التشريعي للمنافسة الغير مشروعة

لم يحدد المشرع الجزائري تعريفاً للمنافسة الغير مشروعة وإنما إكتفى بذكر التعاملات التي تدخل في نطاقها حيث أشار إليها بالممارسات غير النزيهة وهذا ما أقره في نص المادة 27 من القانون 04_02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، إذ تنص على أنه تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون ، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الإقتصادي بما يأتي:

¹ حسن الماحي، حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة، دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري لسنة 2003 ولائحته التنفيذية ، دار المكتبة المصرية، ط1، مصر، 2008، ص 15.

² عمار عمورة، مرجع سابق، ص165.

³ أحمد سالم سليم البياضنة، المنافسة الغير مشروعة و الحماية القانونية للمتضرر منها في التشريع الأردني، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2007، ص9.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

تشويه سمعة عون إقتصادي منافس بنشر معلومات تمس بشخصه أو منتوجه أو خدماته.

تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

إستغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص صاحبها.

إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون إقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل .

الإستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجبر قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم.

إحداث فوضى في تنظيم عون إقتصادي منافس وتحويل زبائنه بإستعمال طرق غير نزيهة كتبديل أو تخريب وسائله الإشهارية وإختلاس الطلبات والسرقة غير القانونية وإحداث إضطراب بشبكة البيع الإخلال بتنظيم السوق وإحداث إضطراب فيها بمخالفة القوانين أو المحظورات الشرعية وعلى وجه الخصوص و التهرب من الإلتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته¹.

أما في التشريع العربي ورجوعا إلى المادة 33 الفقرة الأولى من القانون النموذجي للدول العربية بشأن العلامات التجارية والأسماء التجارية والبيانات التجارية وأعمال المنافسة غير المشروعة بأنه : يعتبر غير مشروع كل عمل من أعمال المنافسة الذي يتنافى مع العادات الشريفة في المعاملات الصناعية والتجارية².

الفرع الثاني: تمييز المنافسة المشروعة عن بعض المفاهيم الشابهة لها

تعد مفهوم المنافسة غير المشروعة من المفاهيم الأساسية في القانون التجاري، لما يترتب عنها من آثار تمس بمصالح التجار وبمبدأ حرية التجارة والصناعة داخل السوق. غير أن هذا المفهوم قد يختلط بعدة مفاهيم أخرى قريبة منه، الأمر الذي قد يثير نوعا من الغموض أو الخلط بينها، خاصة و أن هذه المفاهيم تشترك في كونها تتعلق بالممارسات الواقعة في مجال المنافسة التجارية. لذلك أصبح من الضروري تحديد الفروقات القانونية بينها من أجل إبراز خصوصية المنافسة غير المشروعة وتمييزها عن غيرها من المفاهيم المشابهة التي من شأنها إحداث اللبس ، ولتفادي تعذر إعطاء الوصف الصحيح لهذا المفهوم سننتقل في هذا الفرع إلى تمييز المنافسة غير المشروعة عن بعض المفاهيم و الأنظمة القريبة

¹ المادة 27 قانون رقم 02_04 مؤرخ في 23 جوان 2004، المعدل والمتمم للقانون 10_06 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج ، عدد 41، صادرة بتاريخ 2004/7/27.

² عمار عمورة ، مرجع سابق، ص165.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

منها، حيث سنتناول أولاً تمييز المنافسة المشروعة عن المنافسة الممنوعة، و ثانياً سنميزها عن التقليد، وثالثاً فسنخصصه لتمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الطفيلية.

أولاً: تمييز المنافسة الغير مشروعة عن المنافسة الممنوعة

للتمييز بين كل من المنافسة الممنوعة والمنافسة الغير المشروعة توجب إستيضاح معنى المنافسة الممنوعة التي تعني النشاطات المحظورة إما بنص قانوني أو بموجب إتفاق¹.

تختلف المنافسة الممنوعة عن المنافسة غير المشروعة من حيث الأساس القانوني الذي يحددها. فالمنافسة الممنوعة هي تلك التي تنتهك بشكل واضح نصاً قانونياً صريحاً أو شروطاً تم الإتفاق عليها بين الأطراف المعنية ، فعلى سبيل المثال، في مهنة المحاماة، لا يمكن لأي شخص ممارسة هذه المهنة إلا بعد إستيفاء جملة من الشروط، مثل الحصول على شهادة الكفاءة المهنية بعد نيل شهادة الليسانس في الحقوق، وإجتياز الإختبارات الكتابية، والشفهية ،وأداء القسم و الانضمام لنقابة المحامين، وغيرها من الإجراءات المطلوبة لمزاولة هذا النشاط ، فإذا مارس شخص هذه المهنة دون إستيفاء هذه الشروط أو بإستخدام شهادات مزورة، فإنه يرتكب فعلاً يندرج ضمن المنافسة الممنوعة لأنه يخالف قانوناً صريحاً، أما عندما يلجأ المحامي المؤهل قانونياً لممارسات غير نزيهة كإستخدام طرق إحتيالية أو الغش أو التضليل بغرض إستقطاب زبائن منافسيه. ففي هذه الحالة، يدخل في إطار المنافسة غير مشروعة دون أن يكون مخالفاً للشروط القانونية الأساسية لممارسة المهنة².

وبناءً عليه، فإن المنافسة الممنوعة بنص القانون تتمثل في القيود التي تمنع الموظفين وأصحاب المهن الحرة من ممارسة التجارة، وفي حالة إنتهاك هذه القيود من جانب هؤلاء الأفراد، رغم وجود نص قانوني يمنعهم من ذلك، فإنهم يُعدّون مخالفين لأسس القانون والنظام الداخلي الذي يحكم المهنة المعنية. كما أن القانون يضع حدوداً صارمة تحظر الجمع بين العمل الحر أو ممارسة أي نشاط تجاري مريح أثناء أداء الوظيفة، مما يعرض المخالف للعقوبات المنصوص عليها ضمن القوانين المنظمة للمهنة³.

أما المنافسة الممنوعة بموجب إتفاق الأطراف فهي شكل من أشكال الحظر الذي ينظمه العقد بين الطرفين، على سبيل المثال، إذا قام أحد التجار ببيع محل تجاري واشترط في عقد البيع أن التاجر المشتري لهذا المحل يمتنع عن ممارسة تجارة مشابهة، فإن هذا الإلتزام يُعد إلتزاماً تعاقدياً وبالتالي، فإن أي إخلال

¹ راشدي سعيدة ،النظام القانوني للعلامات، مذكرة ماجستير، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة الجزائر، 2003، ص120.

² ناصر موسى ، مرجع سابق، ص60.

³ نادية فوضيل ، النظام القانوني للمحل التجاري، ج1، ج2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1، الجزائر، 2011، ص55.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

بهذا الالتزام لا يُعتبر ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة التي تستند إلى قواعد المسؤولية التقصيرية، بل يُصنف ضمن المنافسة الممنوعة التي تستند إلى أحكام المسؤولية العقدية مما يمكن إستنتاجه أن المنافسة الممنوعة تعاقدياً تركز على حظر النشاط التنافسي ذاته، بخلاف المنافسة غير المشروعة التي تكون فيها الوسائل أو الأساليب المستخدمة هي محور المنع¹.

ثانياً: تمييز المنافسة غير المشروعة عن التقليد

تعرف المنافسة غير المشروعة بأنها تلك المنافسة التي تقوم على إستعمال وسائل غير مشروعة بغرض إستقطاب الزبائن، مع العلم أن مبدأ المنافسة في حد ذاته يسمح للتاجر بجذب زبائن منافسيه، غير أن ذلك يجب أن يتم بوسائل مشروعة لا تتعارض مع قواعد النزاهة في المعاملات التجارية، أما التقليد فيُقصد به كل صنع لمنتج في شكل أو هيئة تجعله يثير اللبس ويؤدي إلى التشابه الكبير مع المنتج الأصلي في مظهره الخارجي، وذلك بقصد تضليل المستهلك وإيهامه بأنه المنتج الأصلي، فضلاً عن تحقيق مكاسب مالية من وراء ذلك².

لم يقدم المشرع الجزائري تعريفاً صريحاً للتقليد تاركاً إياه للفقهاء، غير أنه بالرجوع إلى أحكام الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية³. وكذا الأمر رقم 03-07 المتعلق ببراءات الإختراع⁴، يمكن إستخلاص المقصود بالتقليد وإيجاد أوجه الإختلاف القائمة بين دعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة.

حيث تختلف دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى التقليد من حيث الأساس الذي تقوم عليه كل منهما، إذ تقوم دعوى التقليد على الإعتداء على حق يملكه المدعي، أي الشخص المتضرر، ولذلك تخول له هذه الدعوى حماية حقه في الملكية الصناعية ومواجهة كل من يقوم بصنع أو إستيراد أو عرض منتجات مشمولة بالحماية القانونية، كبراءات الإختراع أو العلامات التجارية وغيرها، وتتميز بأنها دعوى جزرية قد تصل عقوبتها إلى الحبس، كونها تهدف لمعاقبة المعتدي على الحق في حين أن دعوى المنافسة غير المشروعة لاتصل إلى تلك الصرامة، فإنها تمكن صاحبها من اللجوء إلى القضاء للطعن في التصرفات الغير مشروعة أو الممارسات التعسفية التي يقوم بها المنافس بقصد إستقطاب الزبائن أو

¹ ناصر موسى ، مرجع سابق، ص62.

² شعبان مراد، تمييز المنافسة غير المشروعة عن جريمة التقليد، مذكرة ماستر، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2019/2020، ص26.

³ الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات التجارية .

⁴ الأمر رقم 03_07 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424، الموافق ل 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الإختراع ، ج ر ج ، العدد 44، صادرة بتاريخ 2003/7/23.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

العملاء وتحويلهم من مشروع منافسه إلى مشروع، وتظل هذه الدعوى مدنية الطابع، تهدف إلى ردع التصرفات المخالفة لقواعد المنافسة المشروعة دون فرض عقوبات جزائية على المخالف¹.

ثالثا: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الطفيلية

ظهر مفهوم الطفيلية الإقتصادية لأول مرة في فرنسا في سياق الإعتداء على العلامات التجارية، حيث أطلق عليه الفقه اسم المنافسة الطفيلية أو الأفعال المرتبطة بالإستيلاء على العلامة التجارية، ويستند هذا المفهوم إلى الإستفادة من موقع أو جهود فاعل إقتصادي آخر ومبادراته، سواء كان منافساً أم لا، بهدف جذب الزبائن وإستقطابهم².

أو بمفهوم آخر تتجسد في إعتداد مشروع على جهود الآخرين التي أكسبتهم شهرة وسمعة طيبة لإسمهم التجاري ومنتجاتهم، رغم إختلاف النشاط التجاري للمشروعين، وأن المنتجات المعروضة في السوق ليست متطابقة أو متكاملة، وبعبارة أخرى، فإن المشروع الطفيلي لا يرتبط بعلاقة تنافسية مباشرة مع المشروع الذي يعتمد على جهوده ، ومن أكثر الدلالات على ذلك هو ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في 17 ماي سنة 1982 لشركة إستغلت شهرة مدينة معروفة بجودة صناعة الكرسنال حيث قامت بإنشاء محلات بإسمها³.

فالمنافسة الطفيلية ترتكز بشكل عام على استغلال السمعة المتميزة للمشروع المنافس واستثمار شهرته بهدف إحداث حالة من اللبس في أذهان العملاء. هذه الاستراتيجية تهدف إلى نقل قاعدة العملاء تدريجياً إلى المشروع الطفيلي، مما يؤدي إلى تحقيق مكاسب على حساب سمعة ومكانة المشروع الأصلي⁴.

أما بالنسبة لموقف المشرع الجزائري من الأعمال الطفيلية ، فقد تجلّى في منع التطفل بموجب المادة 27 الفقرة 03 من الأمر رقم 02_04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم،

¹ شعبان مراد، مرجع السابق، ص76.

² لويس قوجال، المطول في القانون التجاري، المجلد الأول ، التجار، المحاكم التجارية، الملكية الصناعية ، المنافسة الغير مشروعة ، ج 1، ترجمة منصور القاضي ، ط1، المؤسسة الجامعية مجد للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت، لبنان، 2007، ص752.

³ صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري، دراسة مقارنة، مكتبة الوفاء القانونية ، ط1، الإسكندرية، مصر، 2012، ص 48.

⁴ Jean Bernard Blaise , Droit des Affaires , Commerçant , Concurrence , Distribution , Edition Delta , Paris , France , 1999, p371.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

والتي نصت على أنه: من بين الممارسات غير النزيهة إستعمال مهارة أو تقنية تجارية مميزة دون ترخيص أو موافقة من أصحابها¹.

وبناءً عليه، فإن المنافسة غير المشروعة تتسم بإستخدام طرق إحتيالية لتضليل العملاء وتحويلهم نحو المشروع المنافس، كما يلحق فيها التاجر المنافس ضرراً بالغير، في حين أن المنافسة الطفيلية يحقق فيها المشروع الطفيلي نجاحه وشهرته على حساب مشروع آخر دون الحاجة إلى إستخدام وسائل غير مشروعة أو خلق الإلتباس في أذهان العملاء أو الإضرار بمشروع المنافس².

المطلب الثاني : الطبيعة القانونية للمنافسة الغير مشروعة وصورها

ثار خلاف فقهي حول الأساس أو المعيار الذي يُبنى عليه مفهوم المنافسة غير المشروعة، حيث لم يتوصل الفقه إلى ضابط موحد يمكن إعتماده لتحديد أساسها القانوني. هذا الخلاف أدى إلى تنوع التوجهات في تفسير طبيعتها وتكييفها، مما جعل الموضوع محور إهتمام مستمر للنقاش والدراسة في المجالين الفقهي والقضائي. بناءً على ذلك، سيتم في الفرع الأول تناول الضوابط المعتمدة لتحديد الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة في ظل التشريع والفقه، بينما يُخصص الفرع الثاني لإستعراض صور وأشكال هذه الممارسات التعسفية التي تخل بتوازن السوق.

الفرع الأول: الأسس القانونية للمنافسة الغير مشروعة

إختلف الفقهاء حول تحديد الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة، فذهب فريق إلى إعتبارها قائمة على أساس التعسف في إستعمال الحق، ومنهم من ذهب إلى القول أنها تستند إلى قواعد المسؤولية التقصيرية، في حين إعتبرها البعض على أنها دعوى من نوع خاص ذات طبيعة مستقلة تسعى لحماية حق الملكية، الذي سنتطرق إليها بشيء من التفصيل.

أولاً: التعسف في إستعمال الحق كأساس للمنافسة الغير مشروعة

تعد حرية الصناعة والتجارة من الحقوق الأساسية التي يضمنها الدستور، حيث تشير المادة 43 في فقرتها الأولى إلى أن "حرية الإستثمار والتجارة مكفولة وتمارس ضمن حدود القانون". بمعنى أن كل شخص يمارس نشاطاً سواء كان في المجال التجاري أو الصناعي، أو مهما كانت طبيعته، يدخل ضمن إطار المنافسة بغرض النظر عن الوسائل المستعملة سواء كانت قانونية أو وسائل غير مشروعة فحسب

¹ الأمر 04_02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

² بوقميعة نجية، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراة في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2013/2014، ص 70.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

منظور هذا الإتجاه يتمثل الأساس القانوني للمنافسة الغير مشروعة من تعسف الشخص في إستخدام حقه¹.

ويرجع ظهور هذه النظرية إلى الفقيه "جوسران"، الذي وضع أسسها في كتابه "روح الحقوق ونسبيتها" في قوله:

بجانب الأعمال التي لا تستند إلى حق مثل عامل التقليد، يجب أن ندرك ونميز الأعمال التي تمت بوجه تعسفي في إستعمال الحق في حرية المنافسة وتلك الأعمال التي إنحرفت عن الطريق العادي وسلكت طريقا غير عادي من خلال فكرة الغش والروح غير المشروعة وهذه الأعمال هي من كونت المنافسة غير المشروعة².

وقد تبنى الأستاذ "محمد حسنين" نفس الرأي، حيث يذكر أن المنافسة غير المشروعة تستند قانونًا إلى مبدأ التعسف في إستعمال الحق³.

كما أشار لها المشرع الجزائري في المادة 124 مكرر من القانون المدني ، فوفقاً لهذه المادة، يُعتبر إستخدام الحق إستعمالاً تعسفياً في حالة ما إذا تسبب في إصابة ضرر للآخرين، أو إذا كان الهدف من هذا الإستخدام تحقيق فائدة لا تتناسب مع الضرر الناتج للغير، أو في حالة السعي وراء مكاسب غير مشروعة. وبالتالي، فإن حرية التجارة تُعد حقاً أصيلاً يسمح للتجار بممارسة المنافسة طالما أنها تلتزم بحدود وضوابط مشروعة، ولكن إذا تجاوزت هذه الحدود وألحقت ضرراً بالغير، يترتب على التاجر المخالف تقديم تعويض عن الأضرار الناجمة عن أفعاله الخاطئة⁴.

إلا أن هذه النظرية واجهت عدة إنتقادات، خاصة من الفقيهين "ريبير و الفقيه بلايتول"، فمن وجهة نظرهما أن مصطلح التعسف في إستعمال الحق فيه تناقض ظاهري. فالشخص الذي يمارس حقه لا يخالف القانون، وعمله لا يعتبر غير مشروع ، إلا لو تجاوز الغاية التي أنشئ لأجلها هذا الحق، كما أنه لا يمكن أن يكون العمل مشروعاً ومنافياً في نفس الوقت. ففي طبيعة الحال ، ينتهي الحق عندما يبدأ التعسف. فالتاجر الذي يستخدم طرق غير نظامية عادة ما يقصد الإضرار، وبالتالي تصنف أفعاله كأعمال

¹ إلهام زعموم ، مرجع سابق، ص41.

² إلهام زعموم ، المرجع نفسه، ص42.

³ ناصر موسى، مرجع سابق، ص124.

⁴ ناصر موسى، المرجع نفسه، ص125.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

غير قانونية. أما في حالة إساءة إستعمال الحق، فلا يوجد عنصر النية أو القصد المسبق الذي يجب أن يتوفر في المنافسة الغير مشروعة¹.

ثانيا: المسؤولية التقصيرية كأساس لقيام المنافسة الغير مشروعة

يرى غالبية الفقه والقضاء في فرنسا أن دعوى المنافسة غير المشروعة ليست سوى تطبيق لفكرة الخطأ الصادر عن المدعى عليه، وذلك على أساس أن هذه الدعوى تقوم على نفس أركان المسؤولية التقصيرية والمتمثلة في الخطأ والضرر وعلاقة السببية بينهما، وقد إعتد الفقه الفرنسي في تشديده على حماية المحل التجاري من أعمال المنافسة غير المشروعة على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، وعلى ضرورة توافر الخطأ الذي يُعد مبدأً أرساه القضاء الفرنسي إستناداً إلى نص المادة 1240 من القانون المدني. كما قضت محكمة النقض الفرنسية بأن دعوى المنافسة الغير المشروعة أو غير الشريفة لا يمكن تأسيسها إلا بالإستناد إلى أحكام المادة 1382 والتي تتمثل في المادة 1240 حالياً من القانون المدني الفرنسي وما يليها، والتي تشترط على وجه الخصوص وجود خطأ صادر عن المدعى عليه².

وقد تبنى المشرع الجزائري هذا الإتجاه، كما يظهر في المادة 124 من القانون المدني التي تنص على أن كل فعل يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض. ومع ذلك، تعرضت هذه النظرية لإنتقادات بسبب الإختلاف بين دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى المسؤولية التقصيرية. ففي حين تركز المسؤولية التقصيرية على جبر الضرر الناتج عن الخطأ، تسعى دعوى المنافسة غير المشروعة إلى الوقاية منه ، وبكفي لقيامها مجرد إحتمال لوقوع خطأ على خلاف دعوى المنافسة غير المشروعة التي تحمي مصالح فئة معينة، كما تُعتبر دعوى المسؤولية التقصيرية ذات طبيعة عامة، الأمر الذي أثار تحفظ بعض القانونيين على إخضاعها للقواعد العامة³.

وقد أدت هذه التناقضات إلى عدم الإعتماد على المسؤولية التقصيرية كمنطلق لدعوى المنافسة غير المشروعة، لهذا أصدر المشرع الجزائري القانون رقم 04-02 الخاص بالممارسات التجارية، والذي يتميز بطابعه الجزائي، حيث تنص المادة 26 من هذا القانون على ثبوت المسؤولية حتى في غياب وقوع الضرر، كما تحدد المادة 27 من نفس القانون أمثلة لأنواع الممارسات غير المشروعة. وبناءً على ذلك،

¹ ميلود مباركي، شروط ممارسة دعوى المنافسة الغير مشروعة، مجلة الفقه والقانون، العدد 20، السودان ، 2004، ص224.

² عبد الرحمان قرمان ، مبادئ القانون التجاري، الطبعة 2 ، دار النهضة العربية، مصر 2016، ص249.

³ ناصر موسى، مرجع سابق، ص123.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

أصبح هذا القانون أساساً لإدانة الممارسات التجارية الغير نزيهة، بينما تبقى المسؤولية التقصيرية في المادة 124 من القانون المدني أساساً للمنافسة غير المشروعة¹.

ثالثاً: حق الملكية كأساس لقيام المنافسة الغير مشروعة

يعتمد هذا الإتجاه على تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس حق الملكية، حيث تقوم هذه الدعوى على حماية حق ملكية التاجر في محله التجاري بكافة عناصره، ويبرز من بين هذه العناصر الإتصال بالعملاء كأهمها. وأي إعتداء على أي من عناصر المحل أو على المحل ككيان قانوني متكامل يُعتبر منافسة غير مشروعة ويستدعي المساءلة القانونية².

وبذلك، تسعى هذه الدعوى إلى تعويض الضرر وحماية حق ملكية المحل التجاري، مظهرة بذلك وظيفتها الوقائية في إطار المنافسة غير المشروعة، وهي في هذه الحالة قريبة من دعوى الحيازة أو الإستحقاق، وكما سبق الذكر يُعد عنصر الإتصال بالعملاء أهم العناصر في المحل التجاري، لذلك تهدف دعوى المنافسة غير المشروعة إلى مواجهة أي إعتداء قد يؤدي إلى تحويل عملاء المحل التجاري نحو محل آخر يزاول نفس النشاط، سواء وقع هذا الإعتداء فعلياً أو كان الهدف من ورائه منع إستمراره مستقبلاً³.

ويجدر التنويه إلى أنه، رغم أن دعوى المنافسة غير المشروعة تهدف في المقام الأول إلى حماية عنصر الإتصال بالعملاء، فإنه يمكن أن تمتد آثارها لتشمل حالات أخرى، مثل التحريض على ترك العمل أو غيره من الأفعال التي تُعد من صور المنافسة غير المشروعة⁴.

لقد واجه هذا الإتجاه عدة إنتقادات، بإعتبار أن دعاوى الملكية تهدف إلى حماية الملكية المادية، بينما تسعى دعوى المنافسة غير المشروعة إلى صون المحل التجاري بإعتباره منقولاً معنوياً. ومن جانب آخر، قد تحدث أعمال المنافسة غير المشروعة دون إعتداء مباشر على العملاء، على سبيل المثال عندما يقوم

¹ حليلة بن دريس، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية، مجلة الدراسات القانونية الصادرة عن مركز البصيرة للبحوث والإستشارات والخدمات التعليمية، المجلد 10، العدد 21، 2014، ص44.

² سعاد بلمختار، الأساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة، مجلة نوميروس الأكاديمية، مجلد1، العدد1، جامعة مغنية، 2020، ص133.

³ ناصر موسى، مرجع سابق، ص 130.

⁴ عزيز العكيلي، مرجع سابق، 162.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

التاجر بتشجيع عمال منشأة منافسة على ترك وظائفهم والانضمام إلى مؤسسته للاستفادة من خبراتهم ومعارفهم العملية¹.

وعليه فإن اعتماد هذا الموقف قد يؤدي إلى ربط الحماية المقررة عبر دعوى المنافسة غير المشروعة بملكية المحل التجاري، بحيث تصبح الحماية في الحالات التي تتفصل فيها ملكية المحل عن إستغلاله مخصصة لمالك الملكية وحده، دون الشخص الذي يتولى إدارة أو إستغلال المحل. بينما تمس أعمال المنافسة غير المشروعة حسن إستغلال المحل التجاري من قبل المستأجر، دون أن تمس مصالح مالك المحل الذي يقوم بتأجيريه، كما يرى الفقيه "ريبير" أن القضاء، عند تأسيسه الدعوى على أساس أحكام المسؤولية المدنية، كان مضطراً لذلك لغياب أي نص آخر أكثر ملاءمة لطبيعة دعوى المنافسة غير المشروعة².

رابعا: موقف المشرع الجزائري من الأساس المعتمد لقيام المنافسة الغير مشروعة

رغم أن المشرع الجزائري لم يضع قواعد محددة لتنظيم المسؤولية الناتجة عن أعمال المنافسة غير المشروعة، فقد إستقر القضاء في الجزائر على أن تُبنى دعوى المنافسة غير المشروعة على قواعد المسؤولية التقصيرية، القائمة على عناصر الخطأ والضرر والعلاقة السببية، وتتص المادة 124 من القانون المدني الجزائري على أنه: كل فعل يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير، يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض أي أنه إعتبرها نوعاً من دعاوى المسؤولية التقصيرية وحق لكل تاجر تعرض للضرر أن يرفع دعوى أمام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابه³.

أما في ضوء القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، عزز المشرع الجزائري حماية المحل التجاري، حيث أقر بموجب المادة 26 حماية فعالة للأعوان الإقتصاديين من الممارسات غير النزيهة التي تشكل أعمالاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، ومن بينها الأفعال التي تهدف إلى تحويل عملاء محل تجاري منافس، كما رتب على مخالفة أحكام هذا القانون جزاءات قانونية، الأمر الذي أضفى على دعوى المنافسة غير المشروعة طابعاً جزائياً إلى جانب طابعها المدني، وعليه فإن أحكام المسؤولية التقصيرية تبقى الإطار العام الذي يستند إليه المنافس المتضرر للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق

¹ ميلود مباركي ، مرجع سابق، ص224.

² نعيمة علوش، الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، جامعة الجزائر 1، العدد الخامس ، 2008، ص57.

³ نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري ،الأعمال التجارية التاجر ، المحل التجاري، ط 9، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2007 ، ص229.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

به، مع إمكانية اللجوء في الوقت ذاته إلى أحكام القانون 04-02 السالف الذكر فيما يخص العقوبات المقررة لهذه الممارسات التعسفية¹.

الفرع الثاني : صور المنافسة الغير مشروعة

تتخذ المنافسة غير المشروعة أشكالاً متنوعة، وكل شكل منها يُمثل أساساً قانونياً للمتضرر لرفع دعوى قضائية نتيجة الأضرار اللاحقة به. وقد حددت المادة 27 من القانون 04-02 الخاص بالممارسات التجارية أهم هذه الأشكال، التي جاءت على سبيل المثال لا الحصر نتيجة للتطور الذي يشهده الميدان التجاري خاصة مع بروز وسائل الدعاية والتسويق الحديثة مما أسهم في ظهور أساليب جديدة ، الأمر الذي أدى لإتساع نطاقها وتعدد صورها و التي سنسعى في هذا الفرع إلى دراستها بشيء من التفصيل والدقة حسب ما أورده الفقه في ثلاث صور رئيسية².

أولاً : تشويه سمعة التاجر المنافس

وهو أي عمل أو تصرف يضر بسمعة التاجر بهدف زعزعة الثقة به بين التجار، وذلك عن طريق إهانته أو نشر معلومات كاذبة عنه أو عن منتجاته وخدماته بين الزبائن والمنافسين، سواء كان ذلك بالكلام أو من خلال الإعلام أو الإشهار بأي وسيلة أخرى. الغاية من هذه الأفعال هي الإضرار بسمعة المنافس وتحقيق مكاسبه³.

وقد تتخذ هذه الإساءة أشكالاً، مثل بث معلومات مسيئة تمس بالتاجر أو منتجاته، أو تتخذ شكلاً آخر مثل التغاضي عن الشائعات وعدم توضيحها وتركها تنتشر بين المتعاملين الإقتصاديين أو الحط من قيمته بهدف إستقطاب عملائه⁴، أو من خلال التشهير الذي عرفته المادة 27 من القانون 04-02، على هو الكلام البذيء الذي يهدف إلى التقليل أو الحط من قيمة المنافس، ويهدف إلى صرف العملاء عنه⁵، ومن بين أشكال التشهير يظهر ما يعرف بالإشهار القائم على المقارنة، حيث يقوم العون بمقارنة منتجاته مع منتجات منافسيه محاولاً التقليل من قيمة الأخيرة والإستفادة من هذا الوضع⁶.

¹ نعيمة علوش، مرجع سابق، ص 61.

² مقدم مبروك ، مرجع سابق، ص 105.

³ صالحيه العمري، صور المنافسة غير المشروعة وفق إتفاقية باريس الحماية حقوق الملكية الصناعية وإطارها القانوني في التشريع الجزائري،الصادرة عن جامعة الواد، مجلد 9 ، العدد 1، 2018، ص 308.

⁴ Cass com ,05 octobre 1982 , n 296 , p254.

⁵ رشيد ساسان، خضوع الأشخاص المعنوية العامة لقانون المنافسة، الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة و ضبط السوق، كلية الحقوق ، جامعة 8 ماي 1948، قالمة، الجزائر، يوم 19 مارس 2015، ص 11.

⁶ رشيد سانسان، المرجع نفسه، ص 12.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

وتجدر الإشارة إلى أن في حال قيام العون الإقتصادي بذكر ميزات سلعه أو خدماته ومقارنتها مع سلع أو خدمات عون إقتصادي آخر لا يُعتبر تشويهاً للسمعة إلا إذا كان الهدف من المقارنة إلحاق الضرر بالمنافس، حتى عند التركيز على عيوب سلع المنافس من أجل إبراز مزايا السلعة أو الخدمة المقدمة، لا يُعد ذلك تشهيراً طالما أن الطرفين يتنافسان مباشرة في تقديم السلع بنفس السعر وتحت نفس الظروف نظراً لإعتبار هذا النهج وسيلة لتعزيز المنافسة¹.

وعلى سبيل المثال تم عرض قضية تتعلق بهذا الموضوع أمام القضاء الفرنسي، حيث نشرت مجلة 50 مليون مستهلك في أحد أعدادها قائمة تضم مجموعة من العطور مع توضيح الفروقات في الأسعار بينها. مما جعل أحد الشركات تستغل معلومات معينة للإعلان عن عطورها التي كانت أسعارها أقل مقارنةً بالعلامات التجارية الأخرى، و التي قامت بنشر نسخة من الإعلان المقارن في مجلاتها الدعائية، مسلطة الضوء بشكل مباشر على الفارق السعري لصالحها.

ومن هذا الأساس إعتبر قاضي الموضوع أن هذا التصرف يمثل منافسة غير مشروعة، وأصدر قراراً يلزم الشركة بإزالة الإعلان. وجاء الحكم بناءً على تأثير هذا الإعلان على سلوك العملاء، إذ يُعتقد أنه قد يدفع المستهلكين إلى التخلي عن المنتجات المعتادة والتوجه نحو العلامة ذات الأسعار الأقل، والتي قُدمت على أنها ذات جودة معقولة، مما يجعل الفعل غير مشروع لقيام قصد الإضرار ببقية التجار².

إضافة إلى ما يُعرف بالإشهار الضار، والذي تناول المشرع تنظيمه من خلال المادة 28 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية. والمشار إليه بالإشهار الكاذب أو ما يُعرف قانوناً بـ"الإشهار التضليلي". والذي يتميز بانحرافه عن الغرض الأساسي الذي وُضع لتوجيهه، والمتمثل في الترويج لبيع السلع أو الخدمات عبر مختلف الوسائل الإعلانية المتاحة، مع التأكيد على ضرورة الصدق والنزاهة في تقديم تلك المنتجات، والتعريف بخصائصها، وطريقة إستخدامها، وشروط الحصول عليها. بهدف تشجيع المستهلكين على إقتنائها أو الإستفادة منها بشكل مشروع وصحيح³.

أما فيما يتعلق بنشر الأحكام القضائية عندما يكون التاجر طرفاً في نزاع تم الفصل فيه ينص المشرع الجزائري على منح المحكمة وحدها صلاحية الأمر بنشر الحكم وفق الأماكن أو الوسائل التي تحددها. ويتم النشر في هذه الحالات على نفقة الطرف المحكوم عليه⁴.

¹ Stephane Piedelievre , Droit commercial , Actes de commerce-Commerçants-Fonts de commerce-Concurrence- Consommation , 10ème édition , Dalloz , France , 2015, p328 et 329.

² Blaise jean bernand , op , cit , p360.

³ دغيش أحمد ، مرجع سابق ، ص 3.

⁴ زعموم إلهام ، مرجع سابق، ص83.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

ومن اللافت أنه لا توجد معايير محددة لتعريف أشكال التشويه التي يتعرض لها التاجر، مما يصعب وضع حدود قاطعة لها. ومع ذلك، حرص القضاء على تحديد بعض أمثلة هذه الأفعال لتبقى إمكانية التكيف مفتوحة وفق كل قضية على حدة، فيمكن للتشويه أن يتم بأشكال متنوعة، سواء شفويًا، أو عبر الإعلانات التجارية، أو من خلال وسائل الإعلام كالصحف والتلفزيون. أو ما تعلق بالإدلاء بمعلومات غير محبذة كإنتماء التاجر لجنسية أو ديانة معينة بغرض إثارة مشاعر سلبية لدى الجمهور، أو الهجوم على جودة بضائع التاجر المنافس بدعوى أنها فاسدة أو مغشوشة، بهدف إبعاد العملاء عنه¹.

ثانيا: الأعمال التي من شأنها إحداث الخلط و اللبس

يقوم العون الإقتصادي أحيانًا بتصرفات تسبب إرتباكًا في أذهان العملاء حول طبيعة المؤسسة أو المنتجات والخدمات، مما يؤدي إلى صعوبة التفريق بينها وبين منتجات بعض المؤسسات الإقتصادية. فتُعد هذه التصرفات من أبرز أشكال المنافسة غير المشروعة. والتي تُعرف بالخلط واللبس، والتي تنطوي على تقليد أو إستحداث تشابه مع مشاريع أخرى منافسة بهدف إرباك الزبائن وجذبهم نحو المحل الذي قام بالتقليد، مما يوهمهم أنهم يتعاملون مع الجهة الأصلية، والهدف الأساسي من هذه التصرفات هو الإستفادة من سمعة وشهرة المنافس².

وتتمثل أعمال الخلط واللبس عندما يتقمص العون الإقتصادي بمظهر منافسه من خلال تقليد عناصر المحل المعنوية أو منتجاته أو خدمات المنافس، وهو ما نصت عليه المادة 27 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث حددت الأعمال التي تُعتبر منافسة مشروعة وغير نزيهة، ونبه في الفقرة الثالثة منه إلى أن تقليد العلامات المميزة أو المنتجات أو الخدمات، أو حتى أساليب الدعاية التي يتبعها منافس بهدف جذب العملاء، تخلق شكوكًا وأوهامًا لدى المستهلك ويؤدي إلى اللبس وتضليل في ذهنه³.

والجدير بالذكر أن الخلط واللبس يمكن أن يشمل العديد من العناصر الخاصة بالمحل التجاري، مثل الإسم التجاري، حيث يؤدي إستعمال إسم مشابه لإسم المنافس إلى حصول هذا الإلتباس. من بين صور هذه الأعمال هو تقليد العلامة التجارية للمنافس، فالعلامات التجارية المقلدة غالبًا ما تؤدي إلى جذب العملاء الذين يعتقدون أنها تخص المنافس الأصلي وكمثال عملي، جاء في قرار صادر عن محكمة الإستئناف في باريس بتاريخ 12 ديسمبر 2019 بين شركتي "إيبر" و"فياكاب" حيث أقامت الأخيرة دعوى

¹ مصطفى كمال طه علي البارودي، مرجع سابق، ص 112.

² مقدم مبروك، مرجع سابق، ص 105.

³ ساسان رشيد، مرجع سابق، ص 14.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

تتهدم الأولى بممارسة منافسة غير مشروعة بتحويل الزبائن إلكترونياً من موقع منافستها. وقد إعتبرت المحكمة أن مثل هذه الأفعال لا يجوز لأي شركة ممارستها كوسيلة لإستقطاب العملاء¹.

ولتحديد وقوع الخلط واللبس بشكل موثق ومدى تأثيره ليعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة، يتم إعتداد معيار الزبون العادي متوسط الذكاء والإنتباه الذي قد يُخطئ في تمييزه بين المنتجات والخدمات المعروضة أمامه. وهذا ما أقرته الغرفة التجارية والبحرية بالمحكمة العليا في قرارها رقم 9022162 الصادر بتاريخ 5 فبراير 2002 بخصوص قضية تتعلق بتقليد علامة تجارية².

ومن هذا المنطلق نشير إلى أن حقوق الملكية الصناعية، سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، تتمتع بالحماية القانونية ضد أي نوع من أنواع التقليد، بما في ذلك العلامات التجارية والأسماء التجارية، من خلال رفع دعوى تتعلق بالمنافسة غير المشروعة³.

ثالثاً: الأعمال التي من شأنها إحداث الإضطراب في مشروع المنافس أو في السوق

تعد إثارة الإضطراب في المشاريع الإقتصادية المنافسة أو في السوق عامةً من أبرز صور المنافسة الغير مشروعة التي قد تؤدي إلى عرقلة قدرة التجار والعملاء على مواصلة نشاطاتهم التجارية بالجودة والقدرة نفسها التي كانوا يعملون بها سابقاً، ويتحقق ذلك عن طريق تحريض العاملين في المشروع المنافس على الإضراب وترك عملهم بغية الانضمام إلى المؤسسة الإقتصادية المُحدثّة للإضطراب، أو ربما عبر التسبب في حالة من الفوضى داخل مقر عمل المنافس، و من أكثر أساليب إثارة الإضطراب شيوعاً هو إستمالة العاملين المؤثرين في المشروع المنافس، خاصة أولئك الذين تميزوا بخبرتهم ومهاراتهم التي أصبحت سبباً رئيسياً لجذبهم إلى ذلك المشروع. فالتاجر الذي يقوم بمثل هذه الأعمال عادةً ما يتجه لإستقطاب وإغراء هؤلاء العمال المحددين بدقة لتعزيز قدرته التنافسية من خلال تحويل قاعدة عملاء منافسه إليه⁴.

وفي هذا السياق، يُعد هذا الشكل عملياً من أشكال الإضطراب تتضمن إستخدام وسائل وأساليب غير قانونية للحصول على المعرفة المهنية وأساليب الإنتاج والإبتكار الخاصة بالمشروع المنافس، بالإضافة إلى محاولة الكشف عن أسرار الصناعة والعوامل التي أسهمت في نجاح المشروع وتفوقه الإقتصادي. وكمثال

¹ هديل محاسنة ، إثارة الإلتباس كوسيلة للمنافسة التجارية غير المشروعة، دراسة في القانون الأردني، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، الصادرة عن عمادة البحث العلمي الجامعة الأردنية، المجلد 37، العدد 17، 2010، ص274.

² ناصر موسى، مرجع سابق، ص 94.

³ عمار عمورة ، مرجع سابق ، ص175.

⁴ ساسان رشيد ، مرجع سابق، ص 15.

الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري

على ذلك المراقبة أو التجسس على مشروع المنافس لمعرفة آليات عمله أو محاولة الحصول على قائمة العملاء والموردين، وكذلك الإطلاع على الأسعار التي يعتمدها عند الشراء¹.

أما أثناء إثارة الإضطراب في السوق بشكل عام. ففي هذه الحالة، لا تهدف أفعال العون الإقتصادي إلى الإضرار بمؤسسة معينة بذاتها، بل ينجم الأثر السلبي عن هذه الممارسات ليمس جميع المؤسسات النشاط المشابه أو القريب، ومن أبرز تجليات هذه الأفعال المُنْصِرّة تخفيض أسعار المنتجات بشكل كبير ليصل إلى ما دون تكلفتها الفعلية، مما يؤدي حتماً إلى الإضرار بالمؤسسات المنافسة التي لا تستطيع مواكبة هذا النهج التخريبي في التسعير².

¹ ناصر موسى، مرجع سابق، ص106.

² رشيد سانسان، مرجع سابق، ص16.

خلاصة الفصل الأول :

في ختام هذا الفصل يتضح لنا أن المحل التجاري يُعدّ من أهم الركائز التي يقوم عليها النشاط التجاري، إذ يمثل مجموعة من العناصر المادية والمعنوية التي يخصصها التاجر لإستقطاب الزبائن وممارسة نشاطه بهدف تحقيق الربح وتحقيق مكاسب. ونظراً لما يتمتع به من قيمة إقتصادية كبيرة، خاصة ما يتعلق بعنصر الزبائن والسمعة التجارية، فقد أولاه المشرع عناية خاصة وقرّر له حماية قانونية لضمان إستقراره وإستمراره في الوسط التجاري. غير أن هذه الحماية قد تتعرض للإعتداء نتيجة ممارسات بعض التجار الذين قد يتجاوزون حدود المنافسة المشروعة، رغم أن مبدأ حرية التجارة يقتضي إتاحة المجال للتجار للتنافس فيما بينهم من أجل جذب الزبائن وتنشيط الحركة الإقتصادية. غير أن هذه المنافسة يجب أن تمارس في إطار إحترام القواعد القانونية والعادات والأعراف التجارية، فإذا لجأ التاجر إلى وسائل أو أساليب تتنافى مع النزاهة والصدق في المعاملات التجارية، وكان من شأنها الإضرار بمنافسه أو التأثير على نشاطه التجاري، فإننا نكون بصدد منافسة غير مشروعة، التي تمثل كل تصرّف مخالف للقانون أو للأعراف التجارية يهدف إلى تحقيق منفعة على حساب الغير. ومن ثمّ، فإن المنافسة وإن كانت في أصلها مشروعة ومطلوبة لتنشيط السوق، إلا أنها تخرج من إطار المشروعية متى تجاوزت الحدود التي رسمها القانون وألحقت ضرراً بالمنافسين أو بالفاعلين الإقتصاديين أو بالنشاط التجاري بصفة عامة.

الفصل الثاني:

الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري وعناصره من المنافسة
الغير مشروعة

تمهيد:

يُعد مبدأ المنافسة إحدى الدعائم الأساسية للنشاط الإقتصادي، حيث يسهم بشكل فعال في تحفيز الأسواق وتحقيق التوازن بين مختلف الأطراف الإقتصادية، ومع ذلك قد تخرج هذه المنافسة عن مسارها السليم لتتحول إلى ممارسات غير قانونية تضر بمصالح التجار والمستهلكين على حد سواء. وقد أثارت العديد من التساؤلات بشأن ظاهرة المنافسة غير المشروعة، نظراً لما قد يترتب عليها من تصرفات غير أخلاقية يرتكبها بعض التجار في ظل غياب تنظيم قانوني يضمن الحد من هذه التجاوزات، الأمر الذي يستدعي ضرورة لتوفير آليات حماية فعالة لكل من المحل التجاري وعناصره و للأطراف المتضررة من هذه الممارسات.

وفي هذا السياق، تدخل المشرع الجزائري بإقرار آليات وقواعد قانونية خاصة تهدف إلى مكافحة الممارسات غير المشروعة، وتنظيم وضبط المنافسة في السوق بما يحقق التوازن المطلوب ويضمن وجود منافسة نزيهة، كما يسعى هذا الإطار القانوني إلى حماية المستهلك من مختلف أشكال الغش والتلاعب.

وعليه تبرز دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى التقليد من أبرز الوسائل القضائية التي تهدف إلى الحد من هذه الممارسات، حيث تعتبر الأداة القانونية التي يمكن للعون الإقتصادي المتضرر من خلالها المطالبة بالتعويض عن الأضرار الناجمة عنها، بالإضافة إلى السعي للحد من هذه الأفعال الغير المشروعة.

وبناءً على ذلك، سيتم في هذا الفصل تناول الجوانب الإجرائية لدعوى المنافسة غير المشروعة كما ستنتم الإشارة لدعوى التقليد كآلية لحماية العناصر المعنوية للمحل التجاري والتي سيتم عرضها ضمن المبحث الأول كما سيتم التطرق إلى الآثار المترتبة عن الممارسات التعسفية ضمن المبحث الثاني.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

المبحث الأول: الإطار الإجرائي لدعوى المنافسة الغير مشروعة

تُعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة أداة قانونية تُستخدم لضمان حماية المحل التجاري والعلامات التجارية وسائر مكونات الملكية الصناعية والفكرية. وتشكل هذه الدعوى أحد أوجه الحماية القانونية، وتهدف بشكل خاص إلى تحقيق الحماية المدنية لتلك العناصر. ويُخوّل لكل فرد تعرّض لضرر ناجم عن أفعال المنافسة غير المشروعة الحق في اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة لتلك الأفعال، شريطة توافر شروط المسؤولية التقصيرية¹.

وعلى هذا الأساس قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى مطلبين حيث سنتناول في المطلب الأول كل من أحكام دعوى المنافسة الغير مشروعة كآلية لحماية المحل التجاري من مختلف الإعتداءات الواردة عليه، كما سنتطرق إلى تحريك دعوى المنافسة الغير مشروعة أما المطلب الثاني تعرضنا فيه لدعوى التقليد كوسيلة لحماية العناصر المعنوية للمحل التجاري ماتعلق منها بحقوق الملكية الصناعية والتجارية.

المطلب الأول: أحكام رفع دعوى المنافسة الغير مشروعة

لم يرق المشرع الجزائري بوضع إطار قانوني شامل ينظم أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة من كافة الجوانب، بل إكتفى بالإشارة إلى جملة من الممارسات التي تُعتبر أفعالاً غير مشروعة. ومن بين هذه الأفعال تقليد العلامات التجارية المميزة لمعامل إقتصادي منافس، أو تقليد المنتجات والخدمات التي يقدمها والي تتم حمايتها بدعوى التقليد ، بالإضافة إلى ممارسات الإشهار التي تهدف إلى إجتذاب زبائن المنافس أو زعزعة ثقة المستهلك عبر إثارة الشكوك والمخاوف. وعند إثبات حدوث أي من هذه الممارسات، يُمنح للطرف المتضرر الحق في رفع دعوى منافسة غير مشروعة إستناداً إلى قواعد وأحكام المسؤولية التقصيرية الناجمة عن الفعل الضار المشمول بالتعويض، مع الأخذ في الإعتبار الطبيعة الخاصة لهذه المتطلبات القانونية. مثلما نصت عليه المادة 124 من القانون المدني الجزائري: كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض.

كما يمكن الإستناد إلى نص المادة 26 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بإعتباره مرجعاً قانونياً لتأسيس أي دعوى تُرفع أمام القضاء المدني، كونه النص الوحيد الذي أشار بوضوح إلى الإلتزام بالأعراف التجارية النظيفة والنزيهة ، حيث تنص المادة على منع الممارسات التجارية غير النزيهة التي تخالف هذه الأعراف و مبادئ المنافسة المشروعة ، والتي من خلالها يتعدى التاجر على مصالح تجار منافسين آخرين. ليتم بعدها مباشرة دعوى المنافسة الغير مشروعة من خلال معاينة الأفعال التعسفية

¹ نادية فوضيل ،القانون التجاري الجزائري ، ط10، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007، ص193.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

المعتمدة من طرف الأعوان الإقتصاديين بالإستناد على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية في تقدير الضرر¹.

الفرع الأول: شروط قيام دعوى المنافسة الغير مشروعة

يرتكز حق التاجر في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة على أحكام المسؤولية التقصيرية. فيجوز لكل تاجر تعرض لضرر ناتج عن تصرف منافسة غير مشروعة أن يلجأ إلى القضاء للمطالبة بتعويض عن الضرر الذي لحق به نتيجة تلك الأعمال التعسفية ، بشرط تحقق عناصر المسؤولية التقصيرية المتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية².

أولاً: الخطأ

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة توافر إستخدام المدعى عليه لأساليب تتعارض مع القوانين والأعراف التجارية والذي يصطلح عليه بركن الخطأ. ولا يُعد شرطاً أساسياً لتأسيس هذه الدعوى إثبات سوء النية لدى الفاعل، بل يكفي أن يكون الفعل ناتجاً عن إهمال أو تقصير في الحيطة والحذر من قبل المنافس. وتشمل هذه الأفعال على سبيل المثال لا الحصر الخلط بين المنتجات أو المحال التجارية، أو الإساءة إلى سمعة المحل أو السلع أو التاجر المنافس، كما يمكن أن يتضمن ذلك أفعالاً تُشكّل إعتداءً على المشروع التجاري، أو تسبب إضطراباً في السوق. وتُعتبر أي من هذه التصرفات عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، مما يتيح للطرف المتضرر الحق في رفع دعوى قضائية³.

وتجدر الإشارة أن التماثل في مجال التجارة يعد شرطاً أساسياً لقيام المنافسة، حيث يُقصد به أن يكون كلا الطرفين المتنافسين يمارسان تجارة أو صناعة متشابهة أو مرتبطة ببعضها. ومع ذلك، ليس من الضروري أن يكون التماثل مطلقاً بين النشاطين، بل يكفي وجود علاقة أو ترابط بينهما بحيث يكون للعمل غير المشروع تأثير واضح ومباشر على نشاط الطرف الآخر المنافس. ومن الجدير بالذكر أن الخطأ يُعتبر عنصراً جوهرياً لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة. فلا يمكن للطرف المتضرر أن يستند في دعواه إلى أضرار ناشئة دون أن يرتكب المنافس خطأً ينتهك القواعد التي تنظم المنافسة والتجارة الحرة. كما أن تقدير الخطأ الذي تسبب في الضرر يقع ضمن السلطة التقديرية للقاضي⁴.

¹ زادني فضيلة ، بوقندورة عبد الحفيظ، المنافسة الغير مشروعة في القانون الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جامعة أم البواقي، العدد 2، 2023، ص321.

² عائشة شابي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماستر، تخصص القانون الخاص ، كلية الحقوق، جامعة 8 ماي، قالمة، 2014، ص46.

³ علي حمد أحمد العثمان، الحماية القانونية للرسوم والنماذج الصناعية وفقاً لقانون البحرين، مذكرة ماجستير، جامعة العلوم التطبيقية، البحرين، 2019/ 2020، ص117.

⁴ ريمة عبد الصمد، حماية العون الإقتصادي في إطار دعوى المنافسة الغير مشروعة ، مجلة الحوكمة والقانون الإقتصادي ، العدد2، باتنة ، 2022، ص27.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

لم يعتمد المشرع الجزائري في دعوى المنافسة غير المشروعة على الخطأ العمدي أو على الإهمال وغياب الإحتياط. فقد نصت المادة 124 من القانون المدني على إلزام المتسبب في الخطأ بالتعويض، دون أن تشترط تحديد طبيعة الخطأ. وبذلك، يكفي لإثبات المنافسة غير المشروعة أن يكون الهدف من تصرف العون المنافس إلحاق الضرر بالغير، وهذا ما وضحته المادة 27 من قانون 04_02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث تُحدد أفعال معينة على سبيل المثال لا الحصر، وبمجرد تحقق أي من هذه الحالات المحددة، يُعتبر الخطأ قائماً ويستوجب المساءلة القانونية دون الحاجة إلى إثبات وجود الضرر أو العلاقة السببية، كما أنه لا يُشترط أن يكون الأذى فعلياً أو قائماً بشكل ملموس، وإنما يكفي توفر نية إلحاق الضرر لتحقيق أركان المخالفة القانونية¹.

ويقع على عاتق المتضرر إثبات وقوع الخطأ باستخدام جميع الوسائل والأساليب المتاحة، نظراً لكون الأمر يتعلق بواقعة مادية. وبذلك، يمكن للمتضرر إثبات الخطأ من خلال الشهود أو المستندات الكتابية أو غيرها من وسائل الإثبات الأخرى. وعليه، فإن مجرد إرتكاب فعل التعدي يعتبر في حد ذاته شكلاً من أشكال المنافسة غير المشروعة، لما يترتب عليه من إلحاق ضرر وخسائر للتاجر².

كما أن للخطأ جانبان أساسيان وهما الجانب المادي الذي يتحقق عندما يرتكب الشخص فعلاً مخالفاً لقواعد قانونية أو واجبات، مثل إنتهاك النصوص القانونية الآمرة التي تحدد سلوك الأفراد. أما الجانب الثاني المعنوي، وهو قدرة الفرد على التفريق بين الفعل الضار والفعل المفيد، وبين الفعل المسموح والفعل المخالف للقانون. فإذا أقدم الفرد بإرادة حرة وإختيار واعٍ على فعل ينتهك قاعدة أو واجب قانوني، فإنه يتحمل تبعات ذلك الفعل والجزاء المترتب عليه³.

ولكي يتم إعتبار الخطأ موجوداً، يجب توفر بعض العناصر الأساسية، أولها وجود بيئة تنافسية بين الأطراف الإقتصادية، وثانيها إستخدام وسائل وأساليب غير مشروعة تخالف الأعراف والعادات التجارية، ففي غياب هذين العنصرين لا يمكن القول بوجود خطأ، وهذا ما يتضح من الموقف القضائي الذي يشترط أن يكون إرتكاب الخطأ بإستخدام وسائل تنافي القوانين والعادات الراسخة في السوق، وتتعارض مع شرف وأخلاقيات التجارة⁴.

¹ بلمختار سعاد، الأساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة، مجلة نومروس الأكاديمية، المجلد 1، العدد 1، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، 2020، ص 133.

² سالم بن سلام بن حميد الفلتي، المنافسة الغير مشروعة في ضوء القانون العماني، مجلة روح القوانين، كلية الزهراء، سلطنة عمان، العدد 89، 2020، ص 35.

³ عبد الله بالطين، العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2016/ 2017، ص 68.

⁴ أحمد محرز، مرجع سابق، ص 200.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

ثانيا: الضرر

بالإحالة إلى الأحكام العامة في القانون المدني لم يعرف المشرع الضرر وعرفه الفقه بأنه "الخسارة التي يتكبدها المتضرر من جراء حرمانه من عنصر الإتصال بالزبائن نتيجة فعل المنافسة غير المشروعة"¹. وكما أشير سابقاً، تعتمد دعوى المنافسة غير المشروعة على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، مما يُوجب على المدعي إثبات الضرر الذي لحق به. ومن ثم يجب تحديد التعويض بما يتناسب مع قيمة هذا الضرر، الذي قد يكون مادياً أو أدبياً، حالاً أو مستقبلياً، كبيراً أو طفيفاً. ومن المهم الإشارة إلى أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تتطلب أن يكون الضرر واقعاً بالفعل في الوقت الحاضر، إذ يمكن أن يكون مستقبلياً ويعود ذلك إلى الطبيعة الخاصة للضرر في سياق هذه الدعوى، والتي تختلف عن الضرر في المسؤولية المدنية.

حيث أن عنصر الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة ينصب على العملاء، إذ يظهر بشكل أساسي في إبعادهم عن التعامل مع التاجر أو المحل التجاري المعني. علاوة على ذلك ليس من الضروري أن يتجسد الضرر في خسارة مالية مباشرة، بل يكفي أن يكون هناك تفويت في الربح المتوقع للمحل التجاري².

كما يجدر التنبيه إلى التمايز الجوهرى بين دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى المسؤولية المدنية، ففي حين تتمثل الغاية الأساسية لدعوى المسؤولية المدنية في تعويض الضرر الواقع، فإن الغاية من دعوى المنافسة غير المشروعة تتجاوز ذلك، إذ تهدف إلى تأمين حماية للمحل التجاري من أعمال المنافسة غير المشروعة مستقبلاً مما يبرز farkاً جوهرياً يعكس تفاوت أهدافهما القانونية والوظيفية³.

هذا ما يوضح أن هذه الدعوى لا تقتصر فقط على طلب التعويض، بل تسعى أيضاً لإتخاذ الإجراءات الضرورية لمنع حدوث الضرر مستقبلاً. وهذا ما يبرز الطبيعة الخاصة لهذه الدعوى، حيث تعتمد على إحتتمالية وقوع الضرر لتهدف إلى تجنبه في المستقبل. فالضرر المحتمل يُثير قلق المدعي ويعكر شعوره بالطمأنينة والإستقرار، مما يولد مصلحة ملحة لإزالة هذا التخوف ومعالجة الضرر المتوقع، ويمكن للقاضي أن يتدخل لإصلاح هذا الوضع من خلال إتخاذ تدابير⁴.

ثالثاً: العلاقة السببية

بالإعتماد على القواعد العامة في المسؤولية المدنية، لا يكفي مجرد توافر عنصري الخطأ والضرر، بل يجب إثبات وجود علاقة سببية واضحة بينهما، بمعنى أن يكون الخطأ هو المصدر المباشر للضرر وأن ينجم

¹ إلهام زعموم ، مرجع سابق، ص52.

² أحمد محرز ، مرجع سابق، ص202.

³ نادية فوزيل ، النظام القانوني والعمليات الواردة عليه ، ج1، دار هومة، الجزائر، 2011، ص194.

⁴ وهيبه العورام بن حمد، جريمة تقليد العلامات التجارية في التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية ، ط1، الإسكندرية ،

2015، ص304.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

الضرر بشكل واضح عن الخطأ، وبهذا تكون مسؤولية المخطئ ثابتة ويلزم بالتعويض عنه حيث يعد هذا الشرط منطقياً ومرتباً بشكل تلقائي على إخلال المدعى عليه بالتزامه أو تأخره في تنفيذه، حيث يكمن هنا جوهر الخطأ الذي يؤدي بشكل مباشر إلى وقوع الضرر¹.

فالعلاقة السببية بين الخطأ التنافسي والضرر تُعتبر الركن الثالث والأساسي الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، إلا أنه عند تطبيق فكرة "الضرر الاحتمالي" من قبل القضاء في هذا النوع من الدعاوى، يصبح من الصعب إثبات وجود هذه العلاقة السببية. ولهذا السبب يميل القضاء غالباً إلى التساهل بشأن هذا العنصر.

وما يميز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية التقصيرية بشكل عام هو عدم الحاجة للتطرق إلى رابطة السببية إلا في حالات محددة، وهي تلك التي تنشأ فيها أضرار فعلية للمدعي نتيجة الأعمال غير المشروعة ويُطالب فيها بتعويض. أما في الحالات الوقائية حيث يتم السعي لمنع وقوع الضرر من الأساس فلا حاجة لإثبات العلاقة السببية².

الفرع الثاني : تحريك دعوى المنافسة الغير مشروعة

كقاعدة عامة، تستند كل دعوى قضائية إلى وجود طرفين: الطرف الذي يباشر الدعوى ويُسمى المدعي، والطرف الآخر الذي تُوجه ضده الدعوى ويُعرف بالمدعى عليه. إلا أن دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى التقليد تتمتع بطابع خاص يميزها، إذ تُرفع عادة بين الفاعلين الإقتصاديين في إطار علاقات تجارية تنافسية. وبشكل عام، يحق لأي شخص سواء كان طبيعياً أو اعتبارياً، أصابه ضرر نتيجة ممارسات منافسة غير مشروعة، أن يُقدم على رفع مثل هذه الدعوى، بغض النظر عن ما إذا يكون المدعى عليه شخصاً طبيعياً أو معنوياً، الذي يُفترض أنه صدر عنه سلوك أو ممارسة من شأنها الإضرار بالمنافسة، بحيث يشكل ارتكابه لفعل ضار بالغير أساساً لمساءلته القانونية³.

أولاً: أطراف دعوى المنافسة الغير مشروعة

يشمل الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة كل شخص لحقه ضرر نتيجة ممارسات المنافسة غير المشروعة، إذ تُعد هذه الدعوى من دعاوى المسؤولية التقصيرية التي تهدف إلى تعويض المتضرر عن أي ضرر ناتج عن الفعل المؤذي. الأصل العام في الدعاوى هو وجود طرفين: المدعي، وهو الشخص الذي يقيم الدعوى، والمدعى عليه، وهو من توجه ضده الدعوى نتيجة ممارسة تجارية غير نزيهة صادرة عنه. وبناءً على

¹ عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني (مصادر الإلتزام) ، ج 1، ط11، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1998، ص 315.

² أمال بن زواوي ، تينهنان بلحاج ، دور القضاء في حماية حقوق الملكية الفكرية، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص حقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، سنة 2018 / 2019، ص75.

³ محمد جلال حمزة ،العمل الغير مشروع بإعتباره مصدر الإلتزام بالقواعد العامة والقواعد الخاصة، دراسة مقارنة بين القانون المدني السوري والجزائري، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص140.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، يجب أن يتمتع أطراف الدعوى بالصفة والمصلحة، سواء كانت هذه المصلحة قائمة أو محتملة ومُعترف بها قانوناً كما يُشترط توفر الأهلية والحصول على الإذن إذا كان ذلك ضرورياً، لتمكين الأطراف من مباشرة الدعوى القضائية¹. وفي هذا الفرع، سنتناول الفئات التي يحق لها رفع دعوى المنافسة غير المشروعة كآتي:

أ) النيابة العامة

للنيابة العامة صلاحية مباشرة الدعوى العمومية إستناداً إلى شكوى المتضرر، كونها الجهة التي تمثل الحق، وذلك في إطار الحالات المنصوص عليها في المواد 27 و 28 من القانون رقم 04-02 الخاص بتنظيم الممارسات التجارية². يمكن للنيابة العامة مباشرة الدعوى بناءً على محضر أو تقرير صادر عن السلطات الإدارية المختصة التي مُنحت بموجب هذه القوانين صلاحية معاينة المخالفات المرتبطة بالممارسات التجارية. وباعتبارها هيئة إجرائية، تضطلع النيابة العامة بمهمة تحريك ومباشرة الدعوى العمومية نيابة عن المجتمع، حيث تقوم بإجراء التحقيقات اللازمة وتكليف أحد رجال الضبط القضائي أو تعيين قاضٍ لمتابعة التحقيق في القضية³.

ب) المدعي

المدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة هو التاجر الذي تعرض للضرر. بمعنى آخر، أنه الشخص الذي أصابه الأذى والذي يحق له المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة الأعمال التعسفية التي يقوم بها التاجر المنافس⁴.

أو كما جاء في ضوء المادة 65 من القانون رقم 04 - 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم ما يلي : " دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن لجمعيات المستهلك، والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقاً للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون". ومنه يقر هذا الحق لكل متضرر، بغض النظر عن صفته سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً كمؤسسة تجارية. أما في حالة تعدد المتضررين، فيجوز لهم رفع الدعوى إما بشكل جماعي أو بشكل منفرد. غير أن

¹ المادة 13 من القانون رقم 09_08، المؤرخ في 18 صفر 1429، الموافق 25 فبراير 2008، المتضمن لقانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج 2، العدد 21، المعدل والمتمم.

² حمادي الزويير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017/2018، ص 278.

³ سليمان بارس، شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، دار الشهاب للطباعة والنشر، باتنة، 1988، ص 69.

⁴ خليل أحمد حسن قادة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، الجزائر، 2005، ص 258.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

التعويضات لا تُمنح لكل واحد منهم إلا في حدود ما لحقه من ضرر فعلي ناتج عن أعمال المنافسة غير المشروعة¹.

وتجدر الإشارة أن الشخص المتضرر من أعمال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى في هذا الخصوص متى توافرت فيه شروط الأهلية وفقاً للقواعد العامة، وذلك بالنسبة للشخص الطبيعي، بما يقتضيه ذلك من بلوغ السن القانونية وسلامة الإرادة من عيوب الرضا.

أما في حالة كون المتضرر قاصراً، فإن مباشرة الدعوى تتم بواسطة من يمثله قانوناً، كالولي أو الوصي، كما يمكن أن يتولى التمثيل شخص يُعيّن قضائياً بموجب حكم صادر عن المحكمة، وذلك في حالة فقدان الأهلية أو نقصانها، أما بالنسبة للشخص المعنوي، فإنه يباشر دعواه القضائية من خلال ممثله القانوني، وذلك طبقاً لأحكام المادتين 49 و 50 من القانون المدني الجزائري².

ج) المدعى عليه

كل تاجر يقوم بإرتكاب فعل ضار يكون مسؤولاً عنه سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، حتى لو تم تنفيذ الفعل بواسطة أحد التابعين له، يُعتبر مسؤولاً عن النتائج، بغض النظر على كونه شخصية طبيعية أو معنوية. وفي حالة وجود أكثر من طرف متهم، من الممكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ضد جميع الأطراف المتورطة بشكل تضامني وهذا مبدأ يتمشى مع ما نصّت عليه المادة 126 من القانون المدني كما يلي : إذا تعدد المسؤولون عن عمل ضار كانوا متضامنين في إلزامهم بتعويض الضرر، وتكون المسؤولية بالتساوي إذا عين القاضي نصيب كل منهم في الإلتزام بالتعويض³.

ولتقديم دعوى المنافسة غير المشروعة يجب توضيح وتحديد الشخص القائم بالأفعال غير المشروعة التي دفعت المتضرر إلى رفع الدعوى. وتجدر الإشارة إلى أن المسؤولية في هذا السياق لا تقتصر على الشخص المنفذ فقط، وإنما تمتد لتشمل كل من أمر بتنفيذ تلك الأفعال أو سمح بها. ويعرف هذا في القانون بمبدأ مسؤولية المتبوع عن أفعال تابعيه، فعلى الرغم من أن الشخص المسؤول قد لا يكون هو نفسه من قام بهذه الأفعال إلا أن المنفذ كان يعمل لصالحه وتحت سلطته، ونفذ الفعل غير المشروع لصالح رب العمل. وفقاً للمادة 136 من القانون المدني الجزائري، يتحمل المتبوع المسؤولية عن الضرر الذي يرتكبه تابعه نتيجة لفعله الضار، وذلك إذا وقع أثناء أداء وظيفته أو بسببها أو في سياقها، كما تتحقق علاقة التبعية حتى إذا لم يكن لدى المتبوع حرية الاختيار الكامل لتابعه، بشرط أن يكون التابع يعمل لصالح المتبوع⁴.

¹ أحمد عبد الحسين كاظم الياسري، حسن ضعيف محمود المعموري، الحماية القانونية من المنافسة الغير مشروعة ، دراسة في القانون العراقي، مجلة المحقق المحلي للعلوم القانونية ، جامعة بابل، العدد 3، 2020، ص328.

² كافي أحمد، مرجع سابق، ص52.

³ العمري صالحة، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري ، مجلة الدفاتر السياسية والقانونية ، جامعة 8 ماي 1954، قالمة ، الجزائر، العدد 3، 2010، ص 214.

⁴ عبد الرزاق بودريال، الوجيز في النظرية العامة للإلتزام ، دار العلوم للنشر والتوزيع، الحجار، عنابة، 2016، ص102.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

فإذا قام العامل أو التابع بإرتكاب فعل غير مشروع بدافع مصلحته الشخصية دون علم صاحب العمل، فإن صاحب العمل لا يتحمل المسؤولية عن هذا الفعل على سبيل المثال كأن تولى موزع بيع منتجات مؤسسة معينة وقام خلال عملية الترويج بإنتقاد منتج آخر مشابه في السوق، فإن صاحب المؤسسة لا يُعتبر مسؤولاً عن هذه التصرفات إذا لم يكن على علم بها، والمساءلة تكون على عاتق الموزع، أما في حالة قيام الموزع بمثل هذه الإدعاءات أو الإنتقادات بتوجيه أو تحريض من منتج السلعة أو صانعها، فإن المسؤولية تنتقل إلى صاحب العمل وليس الموزع¹.

كما يشترط توفر الأهلية لدى الشخص الذي يتخذ الإجراء، وكذلك لدى الخصم الذي يُوجّه إليه الإجراء أو المدعى عليه، حيث إن هذا الإجراء قد يعرضه لمخاطر صدور حكم ضده، مما قد يؤدي إلى حرمانه بشكل نهائي من حقه. لذلك من الضروري أن يكون في وضع يسمح له بالدفاع عن حقه والرد على الإجراءات المتخذة ضده، ما لم يكن الإجراء في حقيقته ذا منفعة خالصة للشخص الموجه إليه، وفي هذه الحالة قد يُعتبر ناقص الأهلية².

الفرع الثاني: الجهة المختصة في تحريك دعوى المنافسة الغير مشروعة

الإختصاص القضائي يُعتبر من المسائل الأساسية في مسار الدعوى القضائية، ويُقصد به سلطة القضاء في البتّ بالقضايا المعروضة أمامه إستناداً إلى معايير النوع والموقع الإقليمي، ومن المهم أن يكون المتقاضي على دراية تامة بالجهة التي يحددها القانون للإختصاص بنظر دعواه، سواء من حيث النوع أو الإقليم، وذلك إما وفق القواعد العامة أو إستناداً إلى نص قانوني خاص³.

أولاً: الإختصاص القضائي النوعي لدعوى المنافسة الغير مشروعة

نظراً للتطور الإقتصادي والإجتماعي الذي تشهده الجزائر، والذي أفرز معاملات تجارية ذات طابع تقني وفني متطور، أصبح من الضروري توفير بيئة قانونية وقضائية ملائمة تواكب هذه التحولات، بما يساهم في تعزيز مناخ الأعمال. وعلى هذا الأساس، إتجه المشرّع الجزائري، على غرار التشريعات المقارنة، إلى إستحداث محاكم تجارية متخصصة كآلية قضائية للفصل في المنازعات التجارية ذات الطبيعة التقنية والنوعية، والمحددة على سبيل الحصر، وذلك مسابرةً لمتطلبات الواقع الإقتصادي الجديد⁴.

وفي هذا الإطار، صدر القانون رقم 22-13 المعدّل والمتمم لقانون الإجراءات المدنية والإدارية، حيث تولى تنظيم المحكمة التجارية المتخصصة، ونصّت المادة 536 مكرر على تحديد الإختصاص النوعي

¹ إلهام زعموم ، مرجع سابق، ص99.

² بوبشير محمد أمقران ، قانون الإجراءات المدنية، نظرية الدعوى ، نظرية الخصومة ، الإجراءات الإستثنائية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2001، ص77.

³ عبد الرحمان بربارة ، شرح القانون الإجراءات المدنية والإدارية، منشورات البغدادي، ط2، الجزائر، 2009، ص74.

⁴ سي فوزيل الحاج، النظام القانوني للمحكمة التجارية المتخصصة في الجزائر، مجلة الفكر القانوني والسياسي، جامعة مصطفى سطمبولي، معسكر، الجزائر، المجلد7، العدد2، 2023، ص351.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

لهذه المحكمة، والذي إشتغل على منازعات الملكية الفكرية وغيرها من المنازعات التي وردت على سبيل الحصر¹.

ونظرا لما تنتجه حقوق الملكية الفكرية ، بأشكالها الأدبية والفنية والصناعية للمخترعين والمبدعين حق الإستغلال التجاري الحصري لأعمالهم، ونظراً للفوائد الاجتماعية التي تترتب على نقل المعرفة والتكنولوجيا، إهتم المشرع الجزائري بضرورة توفير حماية قانونية ومؤسسية لهذه الحقوق في حال تعرضها للإنتهاك أو الإعتداء. وبناء عليه، تقع مسؤولية الحماية الجزائية ضمن نطاق القضاء الجزائي، في حين تخضع الحماية المدنية لولاية القضاء التجاري المتخصص، المتمثل في المحكمة التجارية .

كما تتجلى المنازعات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية التي تندرج ضمن إختصاص المحكمة التجارية المتخصصة في ما يلي: منازعات المنافسة غير المشروعة، المنازعات المرتبطة برفض تسجيل حقوق الملكية الفكرية، المنازعات المتعلقة بإستغلال هذه الحقوق والعمليات المرتبطة بها، المنازعات الخاصة بدفع الرسوم، بالإضافة إلى المنازعات القائمة بين أصحاب الحقوق².

ثانيا: الإختصاص القضائي الإقليمي للمحاكم التجارية

تم تحديد الإختصاص الإقليمي للمحاكم التجارية المتخصصة بموجب المادة 536 مكرر من القانون رقم 13-22، حيث تنص هذه المادة على خضوع هذه المحاكم لأحكام الإختصاص الإقليمي المنصوص عليها في هذا القانون، ويترتب على ذلك تطبيق أحكام المواد من 37 إلى 40 من القانون رقم 08-09 المعدل والمتمم³.

حيث تنص المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أن تحديد الإختصاص الإقليمي يتم بناءً على موطن المدعى عليه، حيث يُسند إلى المحكمة الواقعة ضمن دائرته ، وإذا لم يكن للمدعى عليه موطن معلوم يُحال الإختصاص إلى المحكمة الواقعة في آخر موطن له. كما يحق للمدعى عليه إختيار موطن معين له، وفي هذه الحالة يُحال الإختصاص إلى المحكمة الواقعة ضمن هذا الموطن، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك.

¹ المادة 536 مكرر من القانون 13_22 المعدل والمتمم لقانون الإجراءات المدنية والإدارية، المؤرخ في 12 يوليو 2022، ج رج

ج، العدد 48، الصادرة بتاريخ 17 يوليو 2022.

² سي فوضيل الحاج، مرجع سابق، ص 360.

³ سارة عزوز، المحاكم التجارية المتخصصة خطوة نحو القضاء المتخصص في التشريع الجزائري ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة سعيد الباح، باتنة، المجلد 11، العدد 2 ، 2024 ، ص 502.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

ويتضح من ذلك أن المعيار العام لتحديد الإختصاص الإقليمي، المبني على موطن المدعى عليه، يشكل الأساس الذي إعتد به المشرع لتحديد محاكم الموضوع التي تُرفع إليها النزاعات أوليًا. وبناءً على ذلك، منح المشرع الجزائري المحكمة الواقعة ضمن دائرة إختصاص موطن المدعى عليه سلطة الفصل في النزاع، حيث يُعرف موطن الشخص الطبيعي بمكان مزاويلته للتجارة، أما بالنسبة للشخص المعنوي فيُعتبر موطنه هو مقر الشركة أو أحد فروعها¹.

وتنص المادة 38 من نفس القانون على أنه في حالة تعدد المدعى عليهم، يُحال الإختصاص الإقليمي إلى المحكمة التي يقع في دائرة إختصاصها موطن أحدهم. كما تنص المادة 39 فقرة 4، على أن الإختصاص الإقليمي في الدعاوى المرفوعة ضد الشركات يُحدد بحسب مكان أحد فروعها الواقعة ضمن دائرة إختصاص المحكمة².

المطلب الثاني: دعوى التقليد كآلية لحماية العناصر المعنوية

تعتبر حقوق الملكية الصناعية بجميع أشكالها إحدى أهم الركائز الأساسية للمحل التجاري، حيث تتسم بكونها حقوقاً معنوية ترتبط بأصول غير مادية ذات قيمة مالية. وتمنح هذه الحقوق أصحابها صلاحية حصرية لإستعمالها وإستغلالها، مع ضمان إلزام الآخرين بإحترامها وعدم إنتهاكها، كما تتجلى أهمية هذه الحقوق في بعدها الإقتصادي ودورها الحيوي في تعزيز المنافسة التجارية، إذ يعمل أصحابها على تحقيق أعلى مستويات الربح من خلال إستقطاب إهتمام الجمهور وكما سبق القول أن المشرع الجزائري خصه بجملة من القواعد الخاصة المنفردة التي تحمي هذه الحقوق من مختلف الإعتداءات كالتقليد³.

حيث يمثل التقليد في مجال الملكية الصناعية والتجارية واحدة من أبرز التحديات المعاصرة، حيث يؤثر بشكل مباشر على مختلف الحقوق المرتبطة بهذا المجال. وفقا للتشريعات الجزائرية الخاصة بالملكية الصناعية، يقصد بالتقليد التعدي على الحقوق الحصرية التي تمنح نتيجة إمتلاك براءة إختراع، أو تصميم هندسي للدوائر المتكاملة، أو الرسوم والنماذج، أو العلامات التجارية، أو تسميات المنشأ.

وقد صنف المشرع الجزائري تقليد عناصر الملكية الصناعية والتجارية كجناية جزائية، يترتب عليها فرض عقوبات ذات طابع رادع وتعويضي من خلال دعوى التقليد التي تعتبر آلية يرفعها صاحب الحق الحماية

¹ زعموم إلهام، مرجع سابق، ص114.

² سارة عزوز، مرجع سابق، ص503.

³ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة الغير مشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، دار حامد للنشر والتوزيع، ط 2 عمان، 2007، ص119.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

حقوقه الإستثنائية من إعتداء المنافس، إضافة إلى ذلك، تتاح لأصحاب هذه الحقوق فرصة اللجوء إلى الحماية المدنية من خلال رفع دعوى المنافسة غير المشروعة¹.

الفرع الأول: ماهية جريمة التقليد و شروط قيامها

تعد دعوى التقليد من أهم الآليات القانونية المقررة لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية، إذ تمكن صاحب الحق من مواجهة الإعتداءات الواقعة على عناصر ملكيته واسترداد الحماية التي كفلها له القانون².

غير أن مباشرة هذه الدعوى لا تتم بمجرد الإدعاء بوقوع التقليد، وإنما تستلزم توافر مجموعة من الشروط القانونية التي يتعين إثباتها حتى تقوم الدعوى على أساس سليم وتنتج آثارها القانونية، وهو ما سيتم التطرق إليه في هذا الفرع.

أولاً: ماهية جريمة التقليد

التقليد يعني محاكاة شيء ما أو إنشاء نسخة جديدة ذات قيمة أقل مقارنة بالأصل، مع التشابه بينهما، يقصد به تحقيق منفعة نتيجة الفارق بين الشئيين.

ولا يعتبر التقليد جريمة إلا إذا إنتهك حقوقاً يحميها القانون، كما هو الحال في حقوق الملكية الفكرية مثل براءات الاختراع أو العلامات التجارية أو الرسوم والنماذج الصناعية. لذلك، يشترط الإعتبار التقليد تجاوزاً أن يكون هناك تماثل أو تقارب بين الأصل والشئ المقلد، سواء من حيث الوظيفة التي يؤديها كلا منهما أو من حيث الشكل العام والمظهر الخارجي. ولا يؤخذ بعين الإعتبار مدى إتقان التقليد أو عدمه، فالمعيار الأساسي هو أن يؤدي التقليد إلى إرباك لدى المستهلك العادي المعتاد، مما يمنعه من التمييز بين الأصل والمنتج المقلد³.

ثانياً: أركان جريمة التقليد

تقوم جريمة التقليد كغيرها من الجرائم على ثلاث أركان متمثلة في كل من الركن المادي والمعنوي والشرعي.

¹ بقدر كمال، سعاد يحيوي، دعوى التقليد آلية لحماية الغير وفق مفردات الملكية الصناعية والتجارية، المجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، جامعة معسكر، عدد 16، 2016، ص 120.

² بقدر كمال، سعاد يحيوي، المرجع نفسه، ص 119.

³ عكروم عادل الحماية الجزائية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر ضد التقليد، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية العدد 283، ص 283، 2015، الجزائر، البلدة، العدد 283.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

أ) الركن المادي

يشير الركن المادي للجريمة إلى الفعل أو الإمتناع عن الفعل الذي يظهر من خلاله وقوع الجريمة وإكتمال عناصرها. فلا يمكن أن توجد جريمة دون وجود هذا الركن، حيث إنه في غيابه لا تتعرض حقوق الأفراد أو المجتمع لأي إعتداء¹.

ففي نطاق حقوق الملكية الصناعية والتجارية، يتمثل الجانب المادي في جريمة التقليد بتقليد عنصر من عناصر الملكية الصناعية أو التجارية. ويعتد بهذا التقليد في حال كان العنصر مسجلاً لدى الجهة المختصة، حيث تحظى هذه الحقوق بالحماية القانونية بمجرد تسجيلها. كما يمكن أن يرتكب الإعتداء على هذا الحق من خلال تقليد المنتج المحمي أو استخدام الأساليب والوسائل التي تشكل موضوع هذا الحق².

ب) الركن المعنوي

لا تعد الجريمة مكتملة الأركان إلا بتوفر العنصر المعنوي، الذي يتمثل في القصد الجنائي أو سوء النية لدى مرتكب الجريمة. وبالتالي لا يمكن إعتبار فعل ما جريمة إذا لم يتضمن الركن المعنوي. ويقصد بذلك الأفعال التي تتعلق بالأشخاص الذين تعمدوا إخفاء منتج مقلد أو بيعه، أو عرضه للبيع، أو إدخاله إلى حدود الدولة. ومن هنا يتضح أن توافر عنصر القصد الجنائي يُعتبر شرطاً أساسياً لاستكمال أركان متابعة مرتكبي التقليد³.

ويتفاوت توافر الركن المعنوي في جرائم الملكية الفكرية بناء على العنصر الذي يتم الإعتداء عليه. فعلى سبيل المثال، بالنسبة لبراءة الاختراع، وبموجب المادة 61 من الأمر 03-07 الخاص ببراءات الاختراع فقد إشتراط المشرع توافر القصد الجنائي الخاص لقيام جنحة التقليد. أما في ما يتعلق بالعلامات التجارية ووفقاً للمادتين 32 و 36 من الأمر 03-06 الخاص بالعلامات التجارية، لا يشترط إثبات القصد الجنائي بل يكفي إثبات الركن المادي للجريمة، وفيما يخص التصاميم المتعلقة بالدوائر الشكلية المتكاملة، يتطلب القانون إثبات القصد الجنائي الخاص، كما ورد في المادة 38 من الأمر 03-08. أما بالنسبة لتسمية المنشأ، فيفترض وجود القصد الجنائي تلقائياً، وكذلك الأمر بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية، حيث يفترض فيها القصد الجنائي دون حاجة لإثبات صريح⁴.

¹ وليد كحول جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، كلية الحقوق، العدد 11، جامعة الجزائر 1، ص 468، 2018.

² بوخاري غنية، الحماية الجزائية لبراءة الاختراع في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص قانون الأعمال، جامعة 48 الجزائر، 2015/2017، ص 25.

³ علي حساني، براءة الاختراع إكتسابها وحمايتها القانونية بين القانون الجزائري والقانون المقارن، ط1، دار الجامعة الجديدة الجزائر، 2010، ص 172.

⁴ أنظر المواد 61 من الأمر 03/07 المتعلق ببراءة الاختراع، والمواد 32 و 36 الأمر 03_06 المتعلق بالعلامات.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

ج) الركن الشرعي

يتمثل الركن الشرعي في الطابع غير المشروع للفعل، وهو في الأساس وصف قانوني للسلوك المرتكب. ويستند في تحديد الركن الشرعي إلى قواعد قانون العقوبات، حيث يعكس حكماً قانونياً بشأن العلاقة بين الواقعة المرتكبة والمصالح التي تحميها القواعد القانونية وبناءً على ذلك، لا يجوز فرض عقوبات على أي شخص إلا إذا كان هناك نص قانوني صريح ينص على تلك العقوبة، وهو ما يعبر عنه بمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات. وقد أكد هذا المبدأ المادة الأولى من قانون العقوبات التي نصت على أنه "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون".

فعند الرجوع إلى القوانين المتعلقة بعناصر الملكية الصناعية، نجد أن التشريعات قد نصت بوضوح على الجرائم المرتبطة بها، مع تحديد عناصرها المادية والمعنوية بالإضافة إلى العقوبات المترتبة عليها. وبالتالي، يشترط أن يكون إنتهاك حقوق الملكية الصناعية والتجارية مخالفاً لما ورد في النصوص القانونية المنظمة لهذه الحقوق¹.

الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن دعوى التقليد

من خلال تحليل النصوص التشريعية المتعلقة بالملكية الصناعية، يتبين أن المشرع أقر عقوبات أصلية وأخرى تكميلية للتصدي للإنتهاكات المرتبطة بهذا المجال. وقد لوحظ تشديد المشرع للعقوبات الموجهة ضد المعتدين على براءات الاختراع والعلامات التجارية والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة. ففي هذا السياق تقرر معاقبة جريمة التقليد بالحبس لمدة تتراوح بين ستة أشهر وستين، وبغرامة مالية قدرها يتراوح بين 25,000 دج و 10,000,00 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين. وتشمل هذه العقوبات مختلف أشكال التقليد، سواء المباشر أو غير المباشر، مثل جرائم إخفاء أو بيع المنتجات المقلدة. أما في مجال الرسوم والنماذج الصناعية، فقد حددت النصوص الغرامة بمبلغ يتراوح بين 5000 دج و 15000 دج، مع إمكانية تشديد العقوبة في حالة العود لتتضمن السجن لمدة تتراوح بين شهر وستة أشهر. وبخصوص الإعتداء على تسمية المنشأ، وقد نص المشرع على عقوبة الغرامة بمبلغ يتراوح بين 2,000 دج و 20,000 دج، بالإضافة إلى الحبس من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات، أو بإحدى هاتين العقوبتين. ومن الجدير بالذكر أن الإعتداء على تسمية المنشأ يُصنف كجريمة تزوير وليس تقليداً.

وبالإضافة إلى العقوبات الأصلية، أورد القانون عقوبات تكميلية تشمل المصادرة، التي تعد إختيارية باستثناء الحالات المتعلقة بالعلامات التجارية حيث تكون إلزامية وفقاً لنص المادة 29 فقرة 2 من الأمر 06-03. كما

¹ فتيحة لعالم، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي للأعمال جامعة الجزائر 2015/2016 ص 30.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

تشمل العقوبات التكميلية الإلتلاف، وإغلاق المنشآت المخالفة، ونشر الأحكام القضائية ولصقها، فضلاً عن فرض الحرمان من ممارسة بعض الحقوق المدنية¹.

ففي قضية تتعلق بتقليد العلامات التجارية، أصدرت محكمة الجزائر في قرارها الصادر بتاريخ 9 مايو 1969 حكماً بوجود تشابه بين علامتي سليكترا وسليكتو. حيث بادرت شركة حمود بوعلام ذات المسؤولية المحدودة، صاحبة علامة سليكتو، برفع دعوى قضائية تستند إلى المحاكاة التدليسية ضد مالك مصنع مشروبات زيركا، الذي قام لاحقاً بتسجيل علامة سليكترا لتسويق مشروب غازي بنكهة التفاح. وقد قضت المحكمة بأن العلامة سليكتو سابقة في التسجيل على علامة سليكترا، مشيرة إلى أن سليكتو تعتبر علامة معروفة ومشهورة في السوق ومستخدمة منذ مدة طويلة. وأوضحت المحكمة أن المحاكاة التدليسية تعد جريمة يعاقب عليها بموجب الأمر رقم 57-66 الخاص بالعلامات التجارية (الملغى). حيث تعتبر المحاكاة التدليسية أكثر الجرائم شيوعاً في هذا المجال، وتتطلب توافر ركنين أساسيين الركن المادي والركن المعنوي. وفي المقابل، فإن جريمة التقليد لا تتطلب سوى إثبات وجود الركن المادي فقط دون الحاجة للإثبات القصد الجنائي².

المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن دعوى المنافسة الغير مشروعة

بالرجوع إلى معظم التشريعات والمبادئ العامة للمسؤولية التقصيرية، يتبين أن كل من تسبب في ضرر للغير نتيجة خطئه يكون ملزماً بالتعويض عنه، ويُعد التعويض وسيلة لجبر الضرر وتحقيق العدالة بين الأطراف. وقد إستند القضاء الجزائري إلى هذه القواعد العامة كأساس لدعوى المنافسة غير المشروعة قبل صدور أي نص خاص ينظمها³.

غير أن صدور القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية أضاف بعداً جزائياً على بعض صور المنافسة غير المشروعة، إذ أصبحت بعض الأفعال المخالفة لقواعد المنافسة تُعد جرائم يُعاقب عليها القانون، بما يضيف على الدعوى طابعاً مزدوجاً يجمع بين البعد المدني والبعد الجزائي.

وعليه، سنتطرق في المطلب الأول إلى دراسة الجزاءات المدنية المترتبة على دعوى المنافسة غير المشروعة، والمتمثلة أساساً في التعويض عن الضرر ووقف الممارسات الغير نزيهة، في حين نخصص المطلب الثاني للتطرق إلى الجزاءات الجزائية المترتبة عن دعوى المنافسة الغير مشروعة في ظل أحكام القانون 04_02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

¹ تينهنان بلحاج، أمال بن زاوي، مرجع سابق، ص 100.

² أحمد خديجي، مرجع سابق، ص 106.

³ محمود مختار بريري، قانون المعاملات التجارية، ج1، القسم3، د ط، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2010، ص206.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

المطلب الأول: الجزاءات المدنية المترتبة عن دعوى المنافسة الغير مشروعة

كما تم الإشارة سابقاً، فإنه عند توافر شروط و أركان قيام المنافسة غير المشروعة، والمتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية، يصبح من حق المتضرر من هذه المنافسة إقامة دعوى قضائية المتمثلة في دعوى المنافسة غير المشروعة ، حيث يهدف من خلالها إلى المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة هذه المنافسة التي تنتافي مع مبادئ النزاهة والأعراف التجارية. كما يمكن للمحكمة أن تقضي بوقف إستمرار الأعمال التي أدت إلى نشوءها¹.

وعليه سنتطرق للتعويض بنوعيه من خلال الفرع الأول ومن ثم نشير إلى وقف الأعمال التعسفية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: التعويض كجزاء عن أفعال المنافسة الغير مشروعة

إن معظم التشريعات لم تخصص قواعد محددة لتقدير مقدار التعويض عن أفعال المنافسة غير المشروعة، مما يستلزم العودة إلى القواعد العامة التي تنظم المسؤولية التقصيرية بوصفها الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة².

وفقاً لهذه القواعد، يتوجب على المدعي إثبات العناصر الأساسية للمنافسة غير المشروعة أمام المحكمة، والتي تشمل الخطأ، والضرر، والعلاقة السببية بينهما. ويُسمح للمدعي باستخدام جميع وسائل الإثبات المتاحة، نظراً لأن عناصر المنافسة غير المشروعة تعد من الوقائع المادية³.

وبمجرد أن يتمكن المدعي من إثبات وجود الخطأ في المحكمة، يُترك للقاضي الموضوع تقدير التعويض المناسب للضرر الذي لحق بالمدعي متبعاً القواعد العامة للتعويض. وفي حال واجه القاضي صعوبة في تحديد التعويض المناسب، يجوز له الإستعانة بخبراء متخصصين لتقديم المشورة المهنية، وإذا لم يكن ذلك ممكناً أو لم يُفض إلى تحديد دقيق لقيمة التعويض، فإن للقاضي سلطة تقدير مبلغ تعويضي جزافي يكون كافياً لتغطية الضرر وجبر الأضرار الواقعة على المدعي⁴.

ومنه تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى علاجية، إذ تهدف إلى إصلاح الضرر الناتج عن الممارسات غير المشروعة، ويتم التعويض عن هذا الضرر إما مادياً أو عينياً.

¹ علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1990، ص162.

² شهيرة بوغنجة، حمو فرحات، حماية الأسرار التجارية من المنافسة غير المشروعة، مجلة صوت القانون الصادرة عن جامعة خميس مليانة، المجلد 8، العدد 1، نوفمبر 2021، ص 48.

³ حليلة بن دريس، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، مجلة الدراسات القانونية الصادرة عن مركز البصيرة للبحوث والإستشارات والخدمات التعليمية، المجلد 10 ، العدد 21، 2014، ص50.

⁴ منية شوايدية ، مرجع سابق، ص320.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

أولاً: التعويض المادي

ينتج على مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة وإثباتها من قبل المدعي الحكم بإصلاح الضرر المادي الذي يمس صاحب الحق، وذلك بتقدير التعويض المناسب له عن كل مخسور وفوات فرصة تطبيقاً للقواعد العامة، وتعتمد المحكمة الجزائرية عموماً في تقسيم الأضرار وتقديرها على الريح الذي حرم منه صاحب الحق، والخسائر التجارية الناجمة عن تخفيض قيمة هذا الحق بسبب المنتجات الأقل جودة، ومصاريف متابعة المقلدين ومراقبتهم¹.

حيث يعود القاضي في تقدير التعويض وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، إلى قاعدة الخسارة الملحقة والريح المفقود، وذلك حسب إنخفاض رقم المبيعات للضحية من جراء فعل المنافسة غير المشروعة ويتم تقدير التعويض حسب قاعدة الخسارة الملحقة والريح المفقود².

لذا، فإن المعيار الذي ينبغي إتباعه في تقدير التعويض يعتمد على الأرباح والمكاسب التي جناها مرتكب الأفعال غير المشروعة، لا سيما فيما يتعلق بحالتي إحداث اللبس والخلط في أذهان العملاء أو تقليد العلامات التجارية، ذلك لأن الأرباح والدخل الناتجين عن هذه الأفعال غالباً ما تكون كبيرة لدرجة أنه إذا تم تطبيق القاعدة العامة لتقدير التعويض بناءً على الضرر اللاحق بالضحية فقط فلن يكون ذلك رادعاً كافياً للفاعل، بل قد يستمر ويتجراً على تكرار أفعاله غير المشروعة ما دامت قيمة التعويض أقل مما حققه من أرباح، مما يؤدي إلى فقدان التعويض لمغزاه الأساسي، حيث لا يحقق الردع المطلوب ولا يمنع المعتدي من مواصلة إنتهاك حقوق المنافسة، مما يخوله لدفع تعويض بسيط مقابل جني مكاسب كبيرة³.

كما تعدّ عملية تقدير قيمة الضرر الناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة تحدّياً ملحوظاً، حيث إن هذا التقدير يعتمد أساساً على تحديد عدد العملاء الذين تخلوا عن التعامل مع المدّعي نتيجة لهذه الأفعال، ومع ذلك فإن تحديد هؤلاء العملاء بدقة يُعدّ أمراً بالغ الصعوبة، نظراً لطبيعة هذا العنصر المتغيرة وغير القابلة للتحديد بدقة. على الرغم من هذه الإشكالية، لا يُفترض أن تشكّل هذه الصعوبة عائقاً أمام تقييم التعويضات

¹ بوبت نذير، مساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية، ترجمة أمقران عبد العزيز، المجلة القضائية، المحكمة العليا، العدد 2، 2002، ص 72.

² Jaques Azéma et Jean-Christophe Galloux , Droit de la propriété industrielle , 8ème éd , daloz , France , 2017, p 127.

³ صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2012، ص 144.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

المستحقة كون المحاكم تتمتع بسلطة تقديرية واسعة تمكنها من تحديد قيمة التعويض بالإستناد إلى المعطيات المتاحة وظروف القضية¹.

فيجوز للقاضي إتخاذ تدابير وقائية تهدف إلى منع حدوث أضرار مستقبلية، ومن بين هذه التدابير يمكن أن يشمل ذلك الأمر بمنع إستخدام إسم أو علامة تجارية معينة أو إجراء تعديلات عليهما. ومن الأمثلة على ذلك قرار مجلس قضاء بجاية الصادر بتاريخ 17 فبراير 1997، الذي قضى بإلغاء الحكم المقدم للإستئناف أمامه. وبناءً على ذلك، أصدر المجلس حكمًا جديدًا يقضي بإبطال العلامة التجارية "إيفري" الخاصة بمياه الشرب والتي كانت مستخدمة من قبل المحكوم عليه، وأكد القرار على عدم شرعية إستخدام المحكوم عليه لهذه العلامة ضمن نشاطاته التجارية، كما تم تضمينه أمرًا بإشهار نسخة من القرار في النشرة الإشهارية الإقتصادية، مع تحميل المستأنف عليه تعويض كافة المصاريف القضائية المترتبة².

والجدير بالذكر أن جميع النصوص الجزائرية المتعلقة بالملكية الصناعية أكدت على وجوب التعويض المادي عن الأضرار الناتجة عن أعمال المنافسة غير المشروعة³.

ففي المادة 29 من الأمر 06-03 على أنه إذا أثبت صاحب العلامة حدوث التقليد أو إحتتمالية إرتكابه، تقضي الجهة القضائية بمنح التعويضات المدنية⁴.

أما فيما تعلق ببراءة الإختراع جاءت المادة 58 من الأمر 07-03 على أنه: إذا أثبت المدعى إرتكاب أحد الأعمال المذكورة.. فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية ويمكنها الأمر بمنع مواصلة هذه الأعمال وإتخاذ أي إجراء آخر منصوص عليه في التشريع الساري المفعول⁵.

على غرار الأنظمة المتعلقة بالنماذج الصناعية، الرسوم، تسميات المنشأ، والتصميمات الشكلية للدوائر المتكاملة، لم يقر لها المشرع بشكل صريح ضرورة التعويض في هذه الحالات، على الرغم من تمكين أصحاب الحقوق، الجمعيات المهنية، وجمعيات حماية المستهلك من اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعويض عن الأضرار الناجمة عن أفعال المنافسة غير المشروعة. ومنه يتبين أن التعويض لا يقتصر بالضرورة على كونه مبلغًا ماليًا، فقد يأخذ أشكالًا أخرى مثل تقديم سلعة أو بضاعة أو غيرها من الأمور المماثلة، أما فيما يتعلق

¹ إلياس نصيف، المؤسسة التجارية، موسوعة الوسيط في قانون التجارة، الجزء الأول، د ط، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007، ص102.

² مبروك مقدم، مرجع سابق، ص110.

³ بن قوية مختار، الحماية القانونية للملكية الصناعية، مذكرة ماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، ص37.

⁴ الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات .

⁵ أمر رقم 07-03 مؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 جويلية 2003، يتعلق ببراءة الإختراع، ج ر ج ج ، عدد 44، صادرة في 23 جويلية 2003.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

بانقضاء حق المطالبة بالتعويض، فإن الدعوى تسقط قانونياً بمرور مدة زمنية تقدر بخمس عشرة سنة من تاريخ ارتكاب الفعل المضر¹.

ثانياً: التعويض العيني عن الضرر المعنوي

التعويض العيني يُعد من أفضل وأهم وسائل التعويض المتاحة، وذلك لأنه يضمن إلزام التاجر المُخالف بوقف أي ممارسات تتعارض مع قواعد المنافسة المشروعة. بالإضافة إلى ذلك، يفرض عليه إتخاذ الإجراءات الضرورية لإزالة الآثار السلبية التي خلفتها تلك الممارسات بهدف إعادة الأوضاع في السوق إلى حالتها الأصلية كما لو أن المخالفة لم تحدث من الأساس².

ولكي تصدر المحكمة قراراً يأمر بوقف الأعمال المنافسة غير المشروعة أو يفرض على مرتكبها إتخاذ تدابير أو احتياطات معينة، يجب أولاً أن يتقدم الشخص المتضرر من تلك الأعمال بدعوى قانونية تتعلق بالمنافسة غير المشروعة. ويتعين أن تتضمن هذه الدعوى طلباً للمحكمة بإلزام المدعى عليه بالكف عن تلك التصرفات أو دفع تعويضات عن الأضرار الناتجة عنها³.

على سبيل المثال في سياق حماية العلامات التجارية، قد يلجأ أحد التجار إلى إستخدام إسم تجاري مشابه أو مطابق لإسم منافس له في السوق. ففي مثل هذه الحالات، يتعين على المحكمة أن تتدخل إذا وجدت أن الأدلة والمعلومات المقدمة من المدعي تشير إلى احتمالية حدوث لبس أو إرتباك لدى الجمهور، و بناءً عليه يمكن للمحكمة إتخاذ إجراءات تهدف إلى معالجة هذا الوضع، مثل إصدار أمر بتعديل الإسم التجاري من خلال إدراج إسم أو رمز يتيح للآخرين التمييز بين الإسمين بسهولة. وفي حالات معينة، قد تقرر المحكمة إلغاء الإسم المشابه نهائياً لضمان حماية حقوق التاجر المتضرر وتجنب المساس بمصالح المستهلكين⁴. وتبرز الإشكالية عندما يكون الإسم التجاري مشتقاً من الإسم المدني بحيث يتشابهان إلى درجة يصعب فيها التمييز بينهما، إذ من غير المنطقي حرمان الشخص من إستخدام إسمه المدني. ومع ذلك يبقى على المحكمة واجب إيجاد حل مناسب لتسوية هذا النزاع، سواء من خلال إلزام المدعى عليه بإضافة عنصر آخر إلى الإسم التجاري، مثل كلمة إضافية أو ملاحظة تمييزية كتاريخ التأسيس أو ما شابه، وذلك لتعزيز القدرة على التفريق بين المحليين ومنع أي إلتباس محتمل⁵.

¹ بن قوية مختار، مرجع سابق، ص 37.

² عبد الرحمان قرمان، مبادئ القانون التجاري، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، مصر، 2016، ص 252.

³ سميحة القليوبي، المحل التجاري، بيع المحل التجاري ورهنه، دار النهضة، ط 4، مصر، 2000، ص 427.

⁴ علي حسن يونس، المحل التجاري، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1974، ص 164.

⁵ مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص 626.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

كما قد تقرر المحكمة، في سياق حماية القاعدة التجارية وسمعتها، إتخاذ مجموعة من التدابير القانونية، من بينها إلزام الطرف المعني بإزالة أي بيانات أو إعلانات مضللة من شأنها الإضرار بسمعة النشاط التجاري أو التشهير به، كما يمكنها أن تفرض غرامات تهديدية، سواء بصفة مؤقتة أو دائمة، تُحتسب عن كل يوم يتأخر فيه المدعى عليه عن تنفيذ إلتزاماته أو التوقف عن ممارسة الأعمال التعسفية التي تشكل منافسة غير مشروعة، وفي الحالات الأكثر خطورة، قد تصل المحكمة إلى إتخاذ إجراءات صارمة تصل إلى إصدار أمر بإغلاق المنشأة التجارية المعنية¹.

أما فيما يتعلق بحماية العلامات المميزة، قد تلجأ المحكمة إلى إلزام المدعى عليه بوقف إستخدام تسمية محددة، أو علامة مميزة، أو تصميم معين، أو حتى طريقة تغليف للمنتجات إذا تبين أن هذه الممارسات تؤدي إلى خلق تضليل أو خلط لدى الجمهور بين منتجاته ومنتجات أخرى مشابهة في الشكل أو المظهر. ويأتي تدخل المحكمة في هذه الحالة من خلال فرض تغييرات أو تعديلات تهدف إلى إزالة الإلتباس، وضمان حماية حقوق الملكية الفكرية الصادرة للطرف المتضرر، كما قد يصل تدخل المحكمة إلى إلزام المدعى عليه بإتلاف المنتجات أو الأغلفة أو الصور، وأي عناصر أخرى تتضمن تلك العلامة المميزة التي إستُخدمت بصورة غير قانونية².

ويلاحظ أن بعض الفقهاء يعتقد أن إتلاف المنتجات التي تحمل علامات تجارية مقلدة قد لا يكون الحل الأمثل، حيث يرون أن هذا الإجراء يتجاوز فكرة التعويض ويأخذ طابع العقوبة المفروضة على المدعى عليه. فبما أن الهدف الأساسي من الدعاوى القضائية هو تعويض الضرر الواقع على المدعي، يقترح هؤلاء بديلاً يتمثل في بيع هذه المنتجات بدلاً من إتلافها. ويتم ذلك بشرط إزالة العلامة المزيفة قبل عرضها للبيع، لضمان عدم وقوع أي إلتباس لدى المستهلكين، على أن تُستخدم عائدات البيع لتعويض المدعي عن الضرر الذي تعرض له³.

وفي الأخير يتضح مما سبق أن التعويض العيني يتناسب بشكل كبير مع طبيعة دعوى المنافسة غير المشروعة، حيث يتمثل أساساً في وقف الأفعال المادية التي يقوم بها المُعتدي والتي تضر بسمعة التاجر ومتجره. كما يُعتبر وسيلة فعالة تمكّن المدعي من حماية قاعدته التجارية والحفاظ على مصالحه المشروعة⁴.

¹ سميحة القليوبي ، مرجع سابق، ص303.

² زهير عباس كريم ، مبادئ القانون التجاري، التاجر، المحل التجاري و العقود التجارية ، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1995، ص354.

³ أكظم أمير الخولي، الموجز في القانون التجاري، ج1، مكتبة سيد عبد الله وهبة، القاهرة، 1970، ص376.

⁴ سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص 427.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

الفرع الثاني: وقف الأعمال الغير مشروعة

إن إيقاف العمل غير المشروع لا يعني بالضرورة إلغاء النشاط أو الحرفة بالكامل، إلا في حال كانت المنافسة المحظورة هي السبب، فالجزء المناسب للممارسات التي تشكل منافسة غير مشروعة يكون عادة بالتدخل لوضع حد لتلك الأعمال التي تخالف العرف ومبادئ النزاهة. وبناءً عليه، من الطبيعي أن تقوم المحكمة باتخاذ التدابير المناسبة لإنهاء الوضع غير القانوني وغير المشروع تأكيداً للمبدأ الفقهي الذي ينص على أن الضرر يزال¹.

فالحصول على التعويض المادي والمعنوي عن الأضرار التي لحقت بالمدعي، يجب أن يترافق مع وقف كافة الأعمال التي شكلت السبب الرئيسي للإعتداء، فاستمرار هذه الأعمال يقلل من جدوى وفعالية التعويض. كما يمكن للقاضي أن يأمر بمصادرة المنتجات التي استخدمت في ارتكاب الجائحة، ويجوز للمحكمة أن تقرر إتلاف الأختام والنماذج المرتبطة بالعلامة محل النزاع، حتى في حال صدور حكم بالبراءة².

ويجدر بالذكر أن الأمر بوقف ممارسات المنافسة غير المشروعة يجسد الطابع الوقائي الذي تتميز به دعوى المنافسة غير المشروعة، حيث يهدف إلى الحيلولة دون وقوع الضرر في المستقبل وإزالة الآثار الناتجة عن هذه الممارسات التعسفية. علاوة على ذلك، تملك المحكمة صلاحية إصدار أمر إضافي للمدعي عليه بإزالة عنصر محدد أو منع الإشهار أو إجراء تعديلات عليها في حال تبين لها أن التعديل الأول لم يكن كافياً لتحقيق إزالة كاملة للغموض أو الإلتباس الذي نشأ³.

المطلب الثاني: الجزاءات الجنائية للمنافسة الغير مشروعة

يعتبر أي فاعل إقتصادي، سواء كان فرداً طبيعياً أو شخصية اعتبارية يمارس نشاطاً إقتصادياً، ملزماً بالالتزام بالقواعد الضرورية لضمان النزاهة والشفافية في الممارسات التجارية. وفي هذا الإطار، نص المشرع الجزائري ضمن الباب الرابع من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، المحدد للقواعد المتعلقة بالممارسات التجارية، على فرض جزاءات جنائية يتم تحديدها من قبل القاضي بناءً على طبيعة المخالفة المرتكبة. وتنقسم هذه الجزاءات إلى عقوبات أصلية وأخرى تكميلية، بالإضافة إلى عقوبات خاصة تطبق في حال العود أو تكرار ارتكاب الجريمة⁴.

¹ دليلة هداهدية، هناء قماري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر، تخصص القانون الخاص، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2013 / 2014، ص 77.

² حمادي زويبير، مرجع سابق، ص 182.

³ Brigitte HESS-FALLON, Anne-Marie SIMON, Droits de affaires, 20 édition, dalloz, France, 2017, p66.

⁴ نبيلة عبدون، كريمة عيدي، أثر قانون المنافسة على مبدأ حماية المستهلك، مذكرة ماستر، قانون أعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012/2013، ص 56.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

وبناءً على ذلك، سنستعرض في هذا السياق العقوبات المقررة لخرق الأحكام الواردة في القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، والتي تتعلق بالممارسات التجارية غير النزيهة وما ينطوي عليها من عقوبات لمختلف أشكال للمنافسة غير المشروعة.

الفرع الأول: الغرامة المالية كعقوبة أصلية لأعمال المنافسة الغير مشروعة

هي الجزاء أو العقوبة المقررة على أعمال المنافسة غير المشروعة، التي نصت عليها المادة 38 من القانون رقم 04-02 على أنه : تعتبر ممارسة تجارية غير نزيهة وممارسة تعاقدية تعسفية مخالفة الأحكام المواد 26، 27، 29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار جزائري 50,000 إلى خمس ملايين دينار جزائري 50,000,00.

حيث يتضح من ذلك أن المشرع قد ألغى عقوبة الحبس كوسيلة ردعية لمواجهة أعمال المنافسة غير المشروعة، لكنه عمد إلى زيادة قيمة الغرامة المفروضة. ويبدو أن هذا التغيير يعكس قناعة المشرع بضعف فاعلية عقوبة الحبس في الحد من هذه الأعمال مقارنة بتأثير الغرامة المالية المرتفعة. فالغرامة السابقة، التي كانت تصل إلى 500 دينار جزائري، تعد مبلغًا ضئيلاً يمكن لأي عون إقتصادي سداده دون أن يكون له تأثير على ميزانيته المالية، ولا تشكل ردعاً حقيقياً بالنظر إلى الأرباح التي قد يحققها من هذه المخالفات. في المقابل، الغرامة الجديدة التي تصل إلى 50,000 دينار جزائري قد تلحق ضرراً أكبر بالعون الإقتصادي، مما يدفعه للتفكير جيداً قبل الإقدام على أي عمل غير مشروع. بإعتبار أن فرض غرامات مالية مرتفعة يعتبر أكثر فائدة للإقتصاد الوطني مقارنة بفرض عقوبة الحبس على المخالفين¹.

كما تجدر الإشارة إلى بعض العقوبات التي وقعها المشرع الجزائري في نص المادة 31 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بعقوبة الغرامة من خمسين ألف دينار 50,000 دج إلى مائة ألف دينار 100,000 دج على مخالفوا عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات².

وكذا بعقوبة غرامة من عشرة آلاف دينار 10.000 دج إلى مائة ألف دينار 100.000 دج على مخالفة عدم الإعلام بشروط البيع حسب نص المادة 32 من نفس القانون، والحكمة من تجريم ذلك هو حماية حق الزبون عامة والمستهلك خاصة، كما تعتبر الفوترة ثاني عنصر إستعمله المشرع الجزائري كوسيلة لتجسيد شفافية الممارسات التجارية كما هو مقرر في المادة 10، حيث يعاقب على عدم الفوترة بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته وفق المادة 33 من نفس القانون³.

¹ زاوي كاهنة، المنافسة غير مشروعة في الملكية الصناعية والتجارية ، أطروحة الدكتوراه ، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر، 2014/2015، ص 129.

² بوخلفال فريال ، دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2021/2022، ص 85.

³ بوخلفال فريال، المرجع نفسه، ص 86.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية المترتبة عن أعمال المنافسة الغير مشروعة

إلى جانب الجزاءات المذكورة سابقاً التي تعد أساسية في قضايا المنافسة غير المشروعة، نص المشرع في القانون 02-04 على عقوبات إضافية تُعتبر جزاءات تكميلية ضد الممارسات التجارية غير القانونية. و يعود السبب في ذلك إلى أن هذه الممارسات لا تلحق الضرر فقط بمصالح الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين، بل تمتد تأثيراتها لتطال المصالح الإقتصادية للبلاد بأسرها، مما ينعكس سلباً على الإستثمار الوطني والأجنبي. ومن هنا، تأتي أهمية هذه العقوبات التي تهدف بالأساس إلى حماية المصلحة العامة والتي سنتناولها في هذا الفرع.

أولاً: الحجز

تنص المادة 39 من القانون رقم 02-04 على أنه: يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد 26، 27، 28 من هذا القانون أي كان مكان وجودها، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي إستعملت في إرتكابها مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية.

فالحجز يُعتبر إجراء عقابي يصدره القاضي عند إثبات وجود ممارسات تجارية غير قانونية أو غير عادلة، ويهدف إلى وضع أموال المدين تحت إشراف القضاء لمنعه من التصرف بها وهذا الإجراء يتمثل في الحجز العيني الذي يحدث عندما يُلزم الشخص الذي إرتكب العمل غير المشروع بحراسة المواد المحجوزة بنفسه، خصوصاً إذا كان يمتلك مكاناً لتخزينها. أما في حال عدم إمتلاكه مكاناً مناسباً للتخزين، تتولى مسؤولية الحراسة جهات متخصصة، مثل الموظفين المؤهلين أو إدارة أملاك الدولة، التي تتولى تخزين المواد في المكان الذي يناسبها، مع تحميل المعتدي تكاليف العملية¹.

أما فيما يتعلق بالحجز الإعتباري، فهو يدور حول تحديد قيمة المواد المحجوزة، بناءً إما على السعر الذي يبيع به الشخص المخالف تلك المواد، أو وفقاً للسعر المتداول في السوق².

ثانياً: المصادرة

تعتبر المصادرة عقوبة تكميلية وجزاء ذا طابع مالي، يتمثل في إنتقال ملكية المال المصادر بشكل قسري ودون مقابل من صاحبه إلى ملكية الدولة. حيث يملك القاضي صلاحية إصدار حكم بمصادرة السلع المحجوزة، خاصة إذا كانت هذه السلع موضوع حجز عيني، كما يتم تسليم الأموال المصادرة إلى إدارة أملاك الدولة التي تتولى بيعها وفقاً للشروط المنصوص عليها في القوانين والتنظيمات السارية، أما في حالة الحجز الإعتباري فإن المصادرة تشمل قيمة الأملاك المحجوزة بالكامل أو جزءاً منها، وعندما يصدر القاضي حكماً بالمصادرة، يتم تحويل السلع المحجوزة إلى الخزينة العامة³.

¹ ناصر موسى، مرجع سابق، ص 379.

² زواوي كاهنة، مرجع سابق، ص 192.

³ زواوي كاهنة، المرجع نفسه، ص 193.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

كما تجدر الإشارة إلى أن هذه العقوبة تُفرض غالباً على المنتجات المقلدة، أو تلك التي تحمل علامات تجارية مقلدة، أو تسميات منشأ مزورة، أو التي تُستخدم فيها رسوم ونماذج صناعية مقلدة، أو تصاميم هندسية مقلدة للدوائر المتكاملة. وتشمل العقوبة أيضاً مصادرة الآلات والأدوات المستخدمة في عمليات التقليد، لمنع إستخدامها في إرتكاب جرائم أخرى، وحرمان حائز هذه الأشياء من الإستفادة منها. وهذا الأمر تم التأكيد عليه في مختلف النصوص المتعلقة بحماية حقوق الملكية الصناعية، سواء بشكل صريح أو ضمنى¹.

ففي سياق التشريعات المتعلقة بتقليد العلامات التجارية، نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 الخاص بتنظيم العلامات على ضرورة مصادرة جميع الأشياء والوسائل والأدوات التي تم إستخدامها في إرتكاب المخالفة.

أما فيما يتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، فقد حددت المادة 24 من الأمر 66-86 الخاص بالرسوم والنماذج الصناعية أنه يحق للمحكمة إصدار أمر بمصادرة الأشياء التي تنتهك الحقوق المحمية بموجب هذا الأمر، حتى في حال تبرئة المتهم. تُنقل هذه الأشياء لصالح الشخص المتضرر. كما يمكن للمحكمة، في حالات الإدانة، أن تأمر بمصادرة الأدوات المستخدمة خصيصاً في تصنيع المواد المخالفة مع تسليمها للطرف المتضرر².

ومن هنا يتبين أن المشرع لم يقتصر على فرض عقوبة المصادرة في حالتي الإدانة أو البراءة فقط، بل أضاف إليها إلزام تسليم المواد المصادرة إلى صاحب الحق الذي إنتهكت حقوقه. كما نص الأمر 03-08 المتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة على تطبيق عقوبة المصادرة.

أما فيما يتعلق ببراءات الاختراع والإنتهاكات التي يتم إرتكابها بحق أصحابها، فإن المشرع لم يقر بشكل صريح عقوبة المصادرة، بل بدلاً من ذلك منح للمحكمة سلطة تقديرية لإتخاذ أي إجراء يهدف إلى منع المعتدي من الإستمرار في ممارسة الأعمال غير المشروعة³.

وعليه يستنتج من هذا النص أن المشرع منح القاضي صلاحية الحكم بمصادرة السلع التي تُستخدم كموضوع للتشبيه، شريطة أن يتم ذلك بعد صدور قرار بالحجز على هذه المنتجات المرتبطة بأعمال المنافسة غير المشروعة، ومن خلال النصوص السابقة، يتضح أن عقوبة المصادرة تُعتبر خياراً تقديرياً للقاضي، حيث يملك الحق في إتخاذ قرار المصادرة بناءً على تقييمه لحجم الأضرار التي لحقت بالمضرور⁴.

¹ بن قوية مختار، مرجع سابق، ص 64.

² الأمر رقم 66-86 المؤرخ في 07 محرم 1386، الموافق 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية،

ج ر ج، العدد 35، الصادرة 3 ماي 1966.

³ بن قوية مختار، مرجع سابق، ص 65.

⁴ حمادي زويبير، مرجع سابق، ص 13.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

ثالثاً: نشر الحكم

إن كانت وسائل المنافسة غير المشروعة تهدف إلى إستمالة عملاء التاجر إلى محل تجاري منافس بإستخدام إدعاءات نسيء إلى شرف التاجر أو مؤهلاته أو مكانته المالية أو صفاته الشخصية أو تقلل من قيمة منتجاته، فإن المحكمة تمتلك في مثل هذه الحالات صلاحية الحكم بالتعويض، كما أُشير إلى ذلك سابقاً. بالإضافة إلى ذلك، يجوز للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم في الصحف أو إحدى المجلات على نفقة الطرف المحكوم عليه¹.

كما يهدف نشر الحكم إلى تحقيق عدة غايات، منها التشهير بالمحكوم عليه وفضح أفعاله بغرض تسليط الضوء على المخالفات المرتكبة، فضلاً عن تحذير المستهلكين من شراء السلع المرتبطة بهذه الانتهاكات لمبادئ المنافسة المشروعة، كما يُعد هذا الإجراء وسيلة لإرضاء الطرف المتضرر وتعويضه عما لحق به من أضرار نتيجة لهذه المعاملات التعسفية حيث يتم ذلك من خلال النشر الذي يوجه إنتباه الجمهور ويُبرز لهم طبيعة التصرفات المخالفة التي عاقبت عليها المحاكم، مما يُسهم في تحقيق الردع العام والحفاظ على معايير المنافسة العادلة².

كما أنه لا يجوز أن تتجاوز مدة هذه الإعلانات 15 يوماً، وهي المدة القصوى التي ترى المحكمة أنها كافية لوصول الإعلان إلى الجمهور، خاصة العملاء المعتادين على التعامل مع التاجر المدعى عليه. ومع ذلك، تحتفظ المحكمة بحقها في الأمر بإعادة لصق الإعلانات في حال تعرضها للتلف أو التمزق³. أما العقوبة، فقد تكون بغرامة أو تصل إلى السجن لمدة شهر، وذلك بناءً على خطورة الواقعة. وإذا كان مرتكب الأفعال أو المحرّض عليها هو المدعى عليه، يمكن للقاضي أن يحكم بإعادة نشر الحكم مرة أخرى وعلى نفقة المحكوم عليه⁴.

رابعا : العقوبة المقررة في حالة العود

ينص القانون 04-02 في مادته 47 على أنه في حالة إرتكاب العون الإقتصادي مخالفة أخرى مرتبطة بنشاطه خلال السنتين التاليتين لإنقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط، فإنه يمكن للقاضي، إستناداً إلى المادة 47 الفقرة الثانية من نفس القانون، أن يحكم بمنع مؤقت للعون الإقتصادي المدان من ممارسة أي نشاط مشابه لمدة لا تتجاوز عشر سنوات تماشياً مع أحكام العامة في قانون العقوبات التي تنص على منع الشخص المرتكب لجنحة أو جناية من مزاولة المهنة. بالإضافة إلى ذلك، قد يتم الحكم عليه بالحبس لفترة

¹ زهير عباس كريم، مرجع سابق، ص434.

² نعيم جميل صالح، سلامة المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها، دراسة مقارنة، د ط، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2015، ص484.

³ علي حسن يونس، مرجع سابق، ص151.

⁴ جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، ج 1، د ط ، دار النهضة العربية، مصر، 1994، ص123.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

تتراوح بين ثلاثة أشهر وخمس سنوات. كما يعتمد القاضي عند إصدار العقوبة على الوصف الأشد وفقاً لما تحدده المادة 32 من قانون العقوبات نتيجة لتكراره للمخالفة¹.

بناءً على ذلك، فقد إعتبر المشرع الجزائري حالة العود ظرفاً مشدداً للعقوبة، نظراً لأن معظم مخالفات القواعد المنظمة للممارسات التجارية تُصنّف ضمن الجنج، فإن تطبيق العود يصبح إلزامياً من قبل القاضي، وذلك إستناداً إلى نص المادة 54 مكرر 3 من قانون العقوبات. وفي هذه الحالة، تُشدّد العقوبة المفروضة على العون الإقتصادي بشكل ملحوظ².

خامساً: الحبس

تعد عقوبة السجن في جرائم الممارسات التجارية غير النزيهة عقوبة أصلية، لكنها لا تُطبّق إلا في حالة واحدة محددة، وهي عندما يكون هناك عود أي تكرار الجريمة، ففي هذه الحالة يُعاقب الجاني بالسجن لمدة تتراوح بين 3 أشهر و5 سنوات، وفقاً لما هو منصوص عليه قانونياً³.

والجدير بالذكر أن العود هو وصف قانوني يُستخدم للإشارة إلى حالة الشخص الذي سبق وأن صدر بحقه حكم نهائي بالإدانة على جريمة معينة، لكنه يعاود ارتكاب جريمة أخرى أو عدة جرائم بعد ذلك. فهذه الحالة تُعد دليلاً على عدم فعالية العقوبة السابقة، مما يستدعي تطبيق عقوبة أشد والتي تتمثل في الحبس⁴.

تجدر الإشارة إلى وجود نوعين من العود: العود العام والعود الخاص، فبالنسبة للعود العام لا يُشترط أن تكون الجريمتان الأولى والثانية متماثلتين أو متشابهتين، أما العود الخاص، فيتطلب أن يكون هناك تماثل بين الجريمتين، وهو الشرط المطبق في القضايا المتعلقة بجرائم الممارسات التجارية غير النزيهة⁵.

يتضح أن المادة 47 من القانون رقم 04-02، قبل تعديلها بموجب القانون رقم 10-06، كانت تنص على أن عقوبة الحبس في حالة العود تُعد إختيارية، حيث ورد فيها لفظ "يمكن". ولكن بعد التعديل أصبحت عقوبة الحبس في هذه الحالة إلزامية. بالإضافة إلى ذلك، تم تعديل نص المادة لزيادة الحد الأقصى للعقوبة إلى خمس سنوات، بعدما كان سنة واحدة فقط قبل التعديل⁶.

¹ كافي أحمد، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أكلي محمد أولحاج، جامعة البويرة، 2016/2017، ص72.

² نور الدين بدة، الآليات القانونية للحد من الممارسات الغير شرعية، مذكرة ماستر، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018/2019، ص41.

³ المادة 47، القانون رقم 02_04 المطبق على الممارسات التجارية.

⁴ فريد عدنان، سلطة القاضي في تقدير عقوبة العود في قانون العقوبات الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 17، العدد 1، 2017، ص 195.

⁵ أحمد خيضر عبد الله عثمان، قراءة سوسيولوجية في جرائم العود، مجلة المحكمة للدراسات الإجتماعية الصادرة عن مركز الحكمة، المجلد 3، العدد 6، 2015، ص5.

⁶ سهيلة بوزيرة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون 04-02 المعدل والمتمم، مجلة الأبحاث السياسية، جامعة محمد صديق بن يحيى، جيجل، المجلد 2، العدد 2017، ص363.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

سادسا: غلق المحل

يمثل الغلق إحدى العقوبات الإدارية الواردة في قانون الممارسات التجارية وفقاً لنص المادة 46 من القانون 10-06 المعدل والمتمم¹.

حيث يخول هذا النص للمشرع الجزائري سلطة للوالي المختص إقليمياً، بناءً على إقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، إصدار قرار بغلق المحلات التجارية. وبذلك يهدف هذا الإجراء إلى منع المؤسسة المخالفة من متابعة النشاط الذي أدى إلى إرتكاب ممارسات غير نزيهة أو محظورة أو التي من شأنها أن تضر بالمنافسة، ويتم تحديد مدة الغلق بحيث لا تتجاوز 60 يوماً، وذلك عند وقوع المخالفات المذكورة في المواد المشمولة في المادة 46².

إلا أن هذا النص لا يقدم توضيحاً دقيقاً بشأن النقطة الزمنية التي يُعتمد عليها لبداية احتساب المدد القانونية، سواء كان ذلك تاريخ صدور القرار، أو تاريخ تبليغه للطرف المعني، أو تاريخ تنفيذه. بالإضافة إلى ذلك، يغيب عن النص تبيان الطريقة المحددة لتنفيذ قرار الإغلاق، مما يثير تساؤلات حول ما إذا كان تنفيذ القرار يتم بشكل طوعي من قبل العون الإقتصادي المخاطب به، أم أنه يتم عبر إجراءات رسمية مثل تشميع أبواب المحل التجاري. و يُلاحظ أيضاً أن النص يُفرق بين إغلاق محل النشاط التجاري من الناحية المادية، وبين منع العون الإقتصادي من ممارسة نشاط تجاري يتعلق بالمحل قيد الإغلاق، وذلك تحت طائلة اعتباره مستمراً في النشاط دون وجود محل تجاري قانوني، مما يعرضه للمساءلة والعقوبات القانونية³.

كما يتضح من خلال إستقراء المادة 47 من القانون المذكور سابقاً أن قرار الغلق يمكن الطعن فيه أمام القضاء الإداري وفي حالة إلغاء القرار، يحق للمتضرر المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به أمام الجهة القضائية المختصة.

وتبيّن المادة 48 من نفس القانون أن الوالي المختص إقليمياً، يُمكنه أن يأمر، وعلى نفقة مرتكب المخالفة أو الشخص المحكوم عليه نهائياً، بنشر قراراته كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية، أو تعليقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها ومنه يُستفاد من نص هذه المادة أنها تمنح صلاحية للوالي لنشر قرار غلق المنشأة التجارية أو الصناعية في الصحافة الوطنية وتعليقه في المواقع التي يُحددها لهذا الغرض⁴.

¹ قانون رقم 10_06، مؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق 15 غشت 2010، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر ج ج، العدد 46، صادرة 18 غشت 2010، المعدل والمتمم القانون رقم 04_02.

² أرميلوس رحاب، الحماية القانونية للتاجر في إطار دعوى المنافسة غير مشروعة، مجلة صوت القانون، جامعة العقيد أحمد دارية، أدرار، المجلد 9، العدد 1، 2022، ص121.

³ أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون خاص، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016/2017، ص219.

⁴ حمادي زبير، مرجع سابق، ص26.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

وعليه يعتبر الغلق بمختلف أنواعه إجراءً تنظيميًا مستندًا إلى جملة من النصوص القانونية الصادرة عن السلطة الإدارية، ومن بين هذه النصوص القانون رقم 04-02 الذي يُحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث يُستخلص من هذه التشريعات أنّ الغلق المحل التجاري يُمثل تدبيرًا تتخذه السلطة الإدارية المختصة وفقًا للأطر القانونية، ويهدف إلى إغلاق منشأة مهنية أو تجارية بشكل مؤقت، كما يسعى هذا الإجراء لتحقيق غاية أساسية تتمثل في معاقبة الأعوان الإقتصاديين الذين يخالفون قواعد الممارسة القانونية، وذلك كجزء من إستراتيجية تهدف إلى إلزامهم بالإمتثال لقواعد القانون العام وضمان حماية النظام العام¹.

¹ جلال ياسمينه، الغلق الإداري في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد لخضر، الوادي، 2016/2017، ص10.

الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري في التشريع الجزائري

خلاصة الفصل الثاني:

ختامًا، يتضح أن دعوى المنافسة غير المشروعة تُعد آلية قانونية فعّالة لحماية المحل التجاري من مختلف الإعتداءات التي قد تطل عناصره المادية والمعنوية، وذلك بالرغم من خضوعها للقواعد العامة للمسؤولية التقصيرية وإفتقارها لتنظيم إجرائي مستقل. إذ تمكّن هذه الدعوى التاجر من المطالبة برفع الضرر والتعويض عنه متى ثبت توافر أركان المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية، مع تمتع القاضي بسلطة تقديرية واسعة في تكييف الوقائع وتقدير مدى مشروعيتها، فضلًا عن تحديد التعويض المناسب لجبر الأضرار.

ومن جهة أخرى، يُكرّس المشرّع الجزائري توجّهًا حديثًا من خلال إقرار حماية مزدوجة للمنافسة، تجمع بين الآليات المدنية والجزاءات الجزائية، لا سيما عبر تقنين وتجريم الممارسات التجارية غير المشروعة بموجب الأمر رقم 02-04 حيث يعكس هذا التوجّه إرادة تشريعية واضحة ترمي إلى ضمان شفافية المعاملات التجارية وإستقرار السوق، وتعزيز الثقة في الوسط التجاري. وعليه، فإن هذا التكامل بين الحماية المدنية والردع الجزائي من شأنه تكريس مبدأ المنافسة المشروعة، وتحقيق التوازن بين حرية ممارسة النشاط التجاري ومتطلبات حماية النظام العام الإقتصادي.

الخاتمة

الخاتمة:

من خلال دراسة موضوع حماية المحل التجاري والأعوان الإقتصاديين من أعمال المنافسة غير المشروعة، يتضح أن المنافسة في إطارها المشروع تُعد عاملاً أساسياً في تحفيز النشاط الإقتصادي وزيادة الإنتاج وتوسيع قاعدة الزبائن. غير أن خروجها عن حدود الشرعية وتحولها إلى ممارسات غير قانونية يستوجب تدخل المشرع والقضاء لحماية المحال التجارية والأعوان الإقتصاديين بشكل خاص.

ويُعد المحل التجاري وحدة إقتصادية متكاملة تضم جملة من العناصر المادية والمعنوية حسب ماورد في ظل أحكام المادة 78 من القانون التجاري الجزائري، فالعناصر المادية تشمل البضائع والآلات والمعدات، بينما تشمل العناصر المعنوية الإسم التجاري، عنصر الإتصال بالعملاء، والسمعة التجارية وغيرها من العناصر التي جاءت على سبيل المثال لا الحصر كونها عناصر غير ثابتة تتغير من وقت لآخر خاضعة لعوامل التطور التكنولوجي. وتعتبر هذه العناصر المعنوية جوهر المحل التجاري بإعتبارها مقومات أساسية في تحديد قيمة المحل التجاري وضمان إستمراريته ، إذ أن زوالها يعني زوال المحل ذاته، مما يجعلها أكثر عرضة للإعتداء.

الجدير بالذكر أن رغم أهمية المحل التجاري وعناصره، إلا إن المشرع الجزائري لم يقرر نظاماً حائياً له كوحدة خاصة بل أقر له جملة من النصوص المتفرقة التي تحمي بعض العناصر المعنوية كالأمر رقم 66_57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية. والملغى والمعوض بالأمر رقم 03/06 المتعلق بالعلامات والأمر رقم 86 - 66 المتعلق بالمرسوم والنماذج الصناعية ، والأمر رقم 73 - 14 المتعلق بحق المؤلف والذي ألغي وحل محله القانون المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة الصادر بموجب الأمر 97 - 10 المعدل بالأمر رقم 03-05 ، وكذا المرسوم التشريعي رقم 93 - 17 المتعلق بحماية الاختراعات المعدل بالأمر رقم 03-07.

ومن هذا المنطلق إذا رجعنا إلى هذه النصوص القانونية نجدها تتعرض إلى العناصر المعنوية المرتبطة بحقوق الملكية الصناعية والتجارية، وبحقوق الملكية الأدبية ، أما العناصر المعنوية الأخرى الإلزامية منها وغير الإلزامية لتكوين المحل التجاري فإن المشرع الجزائري لم يفرد لها نصوصاً خاصة تحميها في حالة التعدي عليها. وترك حمايتها إلى القواعد العامة المقررة في القانون المدني وقانون الإجراءات المدنية¹.

إلا إن المشرع الجزائري كرس حق التاجر المضرور في اللجوء إلى القضاء للمطالبة برفع دعوى المنافسة غير المشروعة ضد التاجر الذي يقوم بإستخدام الأساليب المخالفة لمبادئ النزاهة، وذلك لحماية المحل التجاري والأعوان الإقتصاديين من الممارسات التعسفية التي لايمكن حصرها في ظل التطورات الحاصلة في المجال التجاري. إلا أنه رغم أهمية هذه الدعوى، فإن المشرع لم ينظمها بشكل خاص، بل إكتفى بالإستناد إلى القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية في تنظيم هذه الدعوى المنصوص عليها في المادة 124 من القانون

¹ مقدم مبروك، مرجع سابق، ص103.

المدني الجزائري المتمثلة في وجود الخطأ والضرر والعلاقة السببية. مع مراعاة أن هذه الدعوى تتجاوز مجرد جبر الضرر لتشمل بذلك إتخاذ تدابير وقائية تهدف إلى وقف الأعمال غير المشروعة والحيلولة دون إستمرارها مستقبلاً.

إلا أنه في ظل التطورات الحاصلة في القطاع التجاري ومع صدور القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، إكتسبت دعوى المنافسة غير المشروعة طابعاً جزائياً، إلى جانب طابعها المدني، إذ لم تعد تقتصر على المطالبة بالتعويض عن الضرر إستناداً لقواعد المسؤولية التقصيرية بل أصبحت متبوعة بتوقيع جزاءات وعقوبات ردعية على مرتكبي الأفعال الغير مشروعة. كما تنقسم هذه العقوبات إلى أصلية تمثلت في الغرامة المالية كجزاء أساسي لتعويض التاجر المتضرر عن خسارته أو من ما فاتته من كسب ، إلى جانب العقوبات التكميلية كالحجز ومصادرة الممتلكات، وغلق المحل إضافة للمنع من ممارسة النشاط إلى جانب مضاعفة الغرامة وعقوبة الحبس في حالة العود بمعنى (تكرار الجريمة) مما يبرز الطابع المزدوج لهذه الدعوى بين التعويض وفرض عقوبات ردعية من شأنها الحد من هذه الأعمال .

وفي الختام وبناءً على ماسبق ذكره ، يمكن القول أن النظام القانوني الجزائري، بالرغم من عدم تخصيصه تنظيمياً مفصلاً لدعوى المنافسة غير المشروعة، إلا أنه حرص على حماية المحل التجاري والأعوان الإقتصادييين من خلال مزج آليات المسؤولية المدنية مع العقوبات الجزائية لردع التجار المخالفين للأعراف التجارية و قواعد المنافسة المشروعة ، بما يحقق التوازن بين تشجيع المنافسة المشروعة وصد أي إعتداءات تمس العون الإقتصادي أو قاعدته التجارية وحتى المستهلك وصولاً إلى العبث بإستقرار السوق الإقتصادي. وصولاً إلى ختام دراستنا، وإستناداً إلى ما تم التوصل إليه سابقاً من معطيات، تطرقنا لإستخلاص مجموعة من النتائج الجوهرية التي سننتقل إلى ذكرها على النحو الآتي:

- رغم ما يكتسبه المحل من أهمية إلا أن المشرع الجزائري أغفل تحديد مفهوم دقيق له مكتفياً بذكر عناصره المادية والمعنوية.
- أولى المشرع إهتماماً كبيراً بالعناصر المعنوية للمحل التجاري، مع تركيز خاص على عنصر الإتصال بالعملاء والسمعة التجارية وحقوق الملكية الصناعية والتجارية ، مقارنة بالعناصر المادية.
- لم يعتمد المشرع الجزائري على مبدأ حماية المحل التجاري كوحدة متكاملة، بل قام بتنظيم الحماية لكل عنصر من عناصره بشكل منفصل من خلال مجموعة من النصوص القانونية المتفرقة.
- لم يتناول المشرع الجزائري مصطلح للمنافسة الغير المشروعة، ولم يتم التطرق لتعريفها بشكل صريح في القانون التجاري ولكنه أشار إلى بعض الأفعال التي تتدرج ضمن هذا الإطار، وذلك ضمن أحكام القانون 04-02 المطبق على الممارسات التجارية ، حيث جاءت بوصف الأفعال بالممارسات غير نزيهة.
- صدور القانون رقم 04_02 أضاف على دعوى المنافسة الغير مشروعة طابع جزائي من خلال سنه لجملة من العقوبات التي تهدف إلى ردع التاجر عن تكرار الممارسات الغير المشروعة.

بناءً على النتائج المستخلصة من الدراسات السابقة في موضوعنا المتعلق بحماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة، يمكن الإنتقال إلى طرح جملة من الإقتراحات العملية التي ترمي إلى تعزيز حماية المحل التجاري .

- العمل على تطوير وتفعيل منظومة رقابية فعالة يمكنها كشف وردع مختلف أعمال المنافسة الغير المشروعة في السوق.
- تقوية المنظومة التشريعية من خلال إصدار قوانين ردعية تفرض عقوبات صارمة للحد من الممارسات التعسفية، مما يضمن الإلتزام بالقواعد القانونية والأعراف التجارية.
- إنشاء هياكل وهيئات رقابية جديدة بالتنسيق مع المنظومة الرقابية القائمة، بما يضمن ضبط السوق بشكل أكثر فعالية وحماية أوسع لنزاهة المنافسة وتعزيز ثقة المستهلك بالمنتجات المحلية.
- إعادة النظر بالنسبة للغرامة كعقوبة أصلية وإضافة الحبس من بين العقوبات الأصلية لردع الجاني عن تكرار جريمته.

قائمة المراجع و المصادر

أولا : قائمة المصادر

(أ) : النصوص القانونية

1. الأمر رقم 66-86 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية عدد 30، الصادرة في 3 ماي 1966.
2. الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-02 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015، الجريدة الرسمية عدد 71.
3. الأمر رقم 03-05 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الجريدة الرسمية العدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.
4. الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.
5. الأمر رقم 03-07 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 جويلية 2003 المتعلق ببراءة الاختراع، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.
6. الأمر رقم 03-08 المؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بحماية التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.
7. القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادرة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 18 أوت 2010، الجريدة الرسمية عدد 46.
8. القانون رقم 04-08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق لـ 14 أوت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الجريدة الرسمية عدد 52.
9. القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.
10. القانون رقم 22-13 المؤرخ في 12 جويلية 2022، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية العدد 48، المؤرخة في 17 جويلية 2022، المعدل والمتمم للقانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008.

ثانيا: قائمة المراجع باللغة العربية

(أ) الكتب العامة :

1. أحمد بالودنين، المختصر في القانون التجاري، دار بلقيس، الدار البيضاء، الجزائر، الطبعة الأولى، 2011.
2. أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1980.
3. بوشير محمد أمقران، قانون إجراءات المدنية، نظرية الدعوى، نظرية الخصومة، الإجراءات الاستثنائية، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
4. خليل أحمد حسن، قادة الوجيز في شرح قانون المدني الجزائري، الديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، 2005.
5. سليمان بودياب، مبادئ القانون التجاري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2003.
6. سمير عالية، أصول القانون التجاري، الطبعة الثانية، دار النشر، بيروت، لبنان، 1996.
7. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.
8. عادل العالي المقدادي، القانون التجاري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2007.
9. عبد الرحمن بريارة، شرح قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الطبعة الثانية، منشورات البغدادي، الجزائر، 2009.
10. عبد الرحمن قرمان، مبادئ القانون التجاري، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، مصر، 2016.
11. عبد الرزاق بودريال، الوجيز في النظرية العامة للإلتزام، دار العلوم للنشر والتوزيع، الحجار عناية، 2016.
12. عبد القادر البقيرات، مبادئ القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، الشركة التجارية، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011.
13. عز الدين ميرزا ، ناصر عبد الله العباسي، الإسم التجاري، دراسة قانونية مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2007.
14. عزيزي العكلي، قانون تجاري، الأعمال التجارية، المتجر، الشركة التجارية، الأوراق التجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.

قائمة المصادر والمراجع

15. علي البارودي، القانون التجاري، الجزء الأول، منشأة المعارف، دون طبعة، الإسكندرية، سنة 1985.
16. علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، الإسكندرية، مصر، دون طبعة، 1974.
17. عمار عمورة، العقود والمحل التجاري في القانون الجزائري، دار الخلدونية، الجزائر، 2003.
18. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، المحل التجاري والحقوق الواردة عليه، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001.
19. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، طبعة 2008.
20. محمد جلال حمزه - العمل الغير مشروع بإعتباره مصدر الإلتزام بالقواعد العامة والخاصة، دراسة مقارنة بين القانون المدني السوري والجزائري، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985.
21. محمد فريد العريني، القانون التجاري، الجزء الأول، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، دار المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 1998.
22. مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، المؤسسة التجارية، شركات تجارية، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2006.
23. مصطفى كمال طه، علي البارودي، مراد منير فهم، أساسيات القانون التجاري والقانون البحري، منشأة المعارف، مصر، بدون سنة نشر.
24. معتصم بالله الغرباني، القانون التجاري، المحل التجاري، دار الجامعة الجديدة، الأزكية، مصر، طبعة 2005.
25. مقدم مبروك، المحل التجاري، الطبعة الثانية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008.
26. مقدم مبروك، المحل التجاري، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007.
27. نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية والمحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة التاسعة، الجزائر، 2007.
28. نادية فضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، المحل التجاري والعمليات الواردة عليه، الجزء الأول والثاني، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2018.
29. نبيل الصقر، الوسيط في شرح القانون إجراءات المدنية والإدارية، دون طبعة، دار الهدى، الجزائر، 2008.

1. حسن الماحي، حماية المحل التجاري من المنافسة غير المشروعة: دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري ولائحته التنفيذية، الطبعة الأولى، دار مكتب المصرية، مصر، 2008.
2. عبد الحميد الشواربي، المنافسة غير المشروعة في القانون التجاري، منشأة المعارف، الإسكندرية، دون سنة النشر.
3. عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، براءة الاختراع ومعايير حمايتها، دار الفكر الجامعي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، 2009.
4. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في الشرح القانون المدني الجديد، نظرية الالتزام، الطبعة الثانية، دار سوره الحلبي، لبنان، 2011.
5. لويس قوجال، المطول في القانون التجاري المجلد الأول، تجار، محاكم تجارية، الملكية التجارية والصناعية، المنافسة غير المشروعة الجزء الأول، ترجمة منصور القاضي، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية مجد الدراسات والنصر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2007.
6. مصطفى صبري حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2012.

ثانيا: المذكرات و الرسائل العلمية

أ) أطروحات الدكتوراه:

1. براشمي مفتاح، منع الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، السنة الجامعية 2017-2018.
2. بوقميحة ناجية، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2013-2014.
3. حمادي زوبير، حماية الملكية الصناعية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية 2017-2018.
4. ناصر موسى، حماية المحل التجاري في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، تخصص الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، السنة الجامعية 2018-2019.

1. إلهام زعموم، حماية المحل التجاري بدعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة سطيف، السنة الجامعية 2004-2005.
2. بن قوية مختار، الحماية القانونية للملكية الصناعية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، سنة 2007.
3. حسن بنبوشتي، حماية المقاول من المنافسة غير المشروعة، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في القانون الخاص، جامعة محمد الأول، السنة الجامعية 2008-2009.
4. آمال بن زواوي، تنيهينان بلحاج، دور القضاء في حماية حقوق الملكية الفكرية، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص حقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، السنة الجامعية 2018-2019.
5. دليلة هداهدية، هناء قماري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر أكاديمي في القانون، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، السنة الجامعية 2013-2014.
6. مراد شعبان، كنزة نساارك، تمييز المنافسة غير المشروعة عن جريمة التقليد، مذكرة ماستر في الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، السنة الجامعية 2018-2019.
7. بوخلفال فريال، دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2021-2022.
8. جلال يسمينة، الغلق الإداري في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد لخضر، الوادي، السنة الجامعية 2016-2017.
9. كافي أحمد، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، السنة الجامعية 2016/2017.
10. نور الدين بدة، الآليات القانونية للحد من الممارسات التجارية غير الشرعية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، السنة الجامعية 2018/2019.
11. عبد الله بوالطين، العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، السنة الجامعية 2016/2015.
12. نبيلة عبدون، كريمة عيدي، أثر قانون المنافسة على مبدأ حماية المستهلك، مذكرة ماستر، قانون الأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012/2013.

1. أرجيلوس رحاب، الحماية القانونية للتاجر في إطار دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة صوت القانون، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، الجزائر، المجلد 9، العدد 1، 2022.
2. بقدار كمال، سعاد اليحياوي، دعوى التقليد آلية لحماية الغير وفق مفردات الملكية الصناعية والتجارية، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد 16، جامعة معسكر، 2016.
3. بلمختار سعاد، الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها، مجلة نوميروس الأكاديمية، المجلد 01، العدد 01 المركز الجامعي مغنية، الجزائر، يناير 2020.
4. بوغنجة شهرة فرحات حمو، حماية الأسرار التجارية عند المنافسة غير المشروعة، مجلة صوت القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد 8 العدد 1، نوفمبر 2021 .
5. بويت نذير، المساهمة القضاء في حماية العلامات التجارية، ترجمة أمقران عبد العزيز، المجلة القضائية، المحكمة العليا، 2002.
6. حمادي زوبير، حماية الشارات المميزة من الممارسات التجارية غير النزيهة على ضوء الأحكام التشريعية والممارسات القضائية، مقال منشور بمجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، المجلد السادس، عدد 02، 2012.
7. دغيش أحمد، المنافسة التجارية الغير مشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 3، جامعة يحيى فارس ن المدينة، 2017.
8. ريمة عبد الصمد، حماية العون الإقتصادي في إطار دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة الحوكمة والقانون الإقتصادي، كلية الحقوق جامعة باتنة، الجزائر، المجلد 2، العدد 19، 2022.
9. ريمة عبد الصمد، حماية العون الإقتصادي في إطار دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة العولمة والقانون الإقتصادي، جامعة باتنة، الجزائر، المجلد 2، العدد 2، جويلية 2022.
10. سارة عزوز، المحاكم التجارية المتخصصة خطوة نحو القضاء المتخصص في التشريع الجزائري، مجلة الباحثة للدراسات الأكاديمية، جامعة السعيد الباج، باتنة، المجلد 11، العدد 2، 2024.
11. سالم بن سلام بن حميد الفليتي، المنافسة الغير مشروعة في ضوء القانون العماني، مجلة روح القوانين، كلية الزهراء، مسقط سلطنة، عمان، العدد 89، 2020.
12. سهيلة بوزيرة، جرائم ممارسة التجارية في ظل القانون 04-02 المعدل والمتمم، مجلة الأبحاث السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، المجلد 2، العدد 3، 2017.

13. العمري صالحة ، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، مجلة فاطر السياسة والقانون، جامعة 8 ماي 1954، قالمة، الجزائر، العدد 3، جوان 2010.
14. فريد عدنان، سلطة القاضي في تقدير عقوبة العود في قانون العقوبات الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد حيدر، بسكرة، المجلد 17، العدد 1، 2017.
15. كركدان فريد، الإتصال بالعملاء عنصر في المحل التجاري، دراسة مقارنة، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، المجلد 17، العدد الأول، 2018.
16. منية شوايدية، حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة، مجلة العلوم السياسية والحقوق ، ألمانيا، مجلد 4، العدد 23، 2020.
17. مولود مباركي، شروط ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة الفقه والقانون، السودان، العدد 20، 2014.
18. نعيمة علواش، الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الخامس، الجزائر، 2008.
19. هديل محاسنة، إثارة الإلتباس كوسيلة للمنافسة غير المشروعة، دراسة في القانون الأردني، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، الصادرة عن عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، المجلد 37، العدد 17، 2010.

Bibliographie en langue Française :

رابعاً: المراجع باللغة الأجنبية:

• **Ouvrages généraux:**

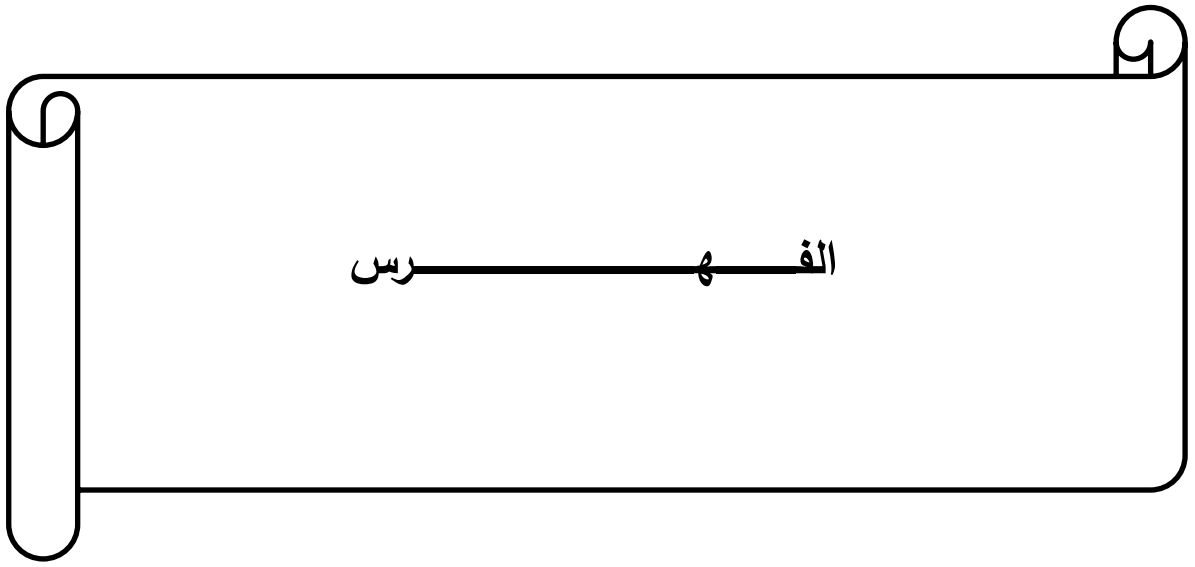
- a) Dominique Legeais , Droit commercial et des affaires , 20ème edition , Paris ,Sirey Dalloz , France , 2011.
- b) Michel Juglart Benjamin Ippolito , Cours de droit commercial , Onzième édition , Montchrestien , Paris , France , 1995.
- c) Stéphane Piedelievre , Droit commercial , acte de commerce , le fond de commerce-concurrence , consommation , 10ème édition , Cours Dalloz , France 2015.
- d) Yves Reinhard-Droit Commercial , Acte de Commerce , Commerçant Fond de Commerce , 5ème édition , 1998.
- e) Jaques Azéma et Jean-Christophe Galloux , Droit de la propriété industrielle, 8eme éd , Dalloz , France, 2017.
- f) Brigete HESS ,FALLON Anne-Marie SIMON- ,Droits de affaires -20 édition , dalloz , France , 2017.
- g) Jean Bernard Blaise, droit les affaires ,commerçant , concurrence distribution , édition Delta , Paris , France ,1999

• **Les Ouvrages Spéciaux:**

- a) Emmanuel Vergé, Georges Ripert, et Suzanne Dalligny, Répertoire de droit commercial et des sociétés ,Tome II ,Dalloz ,France.
- b) Eric Garaud, Fond de Commerce, Juris Classeur Commercial,31 mars 2005, fascicule 201 ,n° 9, 2005.

• **Jurisprudence française :**

- a)Cass Com , 05 octobre 1982, n 296, p 254.



Contenu

1	مقدمة:
7	الفصل الأول: حماية المحل التجاري من المنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري.....
8	تمهيد:
9	المبحث الأول : الإطار المفاهيمي للمحل التجاري.....
9	المطلب الأول: ماهية المحل التجاري وعناصره القانونية.....
9	الفرع الأول: تعريف المحل التجاري
11	الفرع الثاني : خصائص المحل التجاري
11	أولاً: المحل التجاري مال منقول
12	ثانيا: المحل التجاري مال معنوي
12	ثالثا : المحل مال ذو طابع تجاري.....
12	المطلب الثاني: العناصر القانونية للمحل التجاري.....
13	الفرع الأول: العناصر المادية
13	أولاً: المعدات والآلات
14	ثانيا: البضائع
15	الفرع الثاني: العناصر المعنوية.....
15	أولاً : عنصر الإتصال بالعملاء
16	ثانيا: الشهرة التجارية
17	ثالثا : الإسم التجاري
18	رابعا : العنوان التجاري.....
19	خامسا : الحق في الإيجار

سادسا : حقوق الملكية الصناعية والتجارية	20
أ) العلامة التجارية	20
ب) براءة الاختراع	21
ج) الرسوم والنماذج الصناعية	22
سابعا : حقوق الملكية الأدبية والفنية	23
ثامنا : الرخص والإجازات	23
المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي للمنافسة الغير مشروعة في التشريع الجزائري	24
المطلب الأول: ماهية المنافسة غير المشروعة وتمييزها عن المفاهيم المشابهة لها	24
الفرع الأول : مفهوم المنافسة الغير مشروعة	25
أولا: التعريف الفقهي للمنافسة الغير مشروعة	25
ثانيا: التعريف القضائي للمنافسة الغير مشروعة	27
ثالثا: التعريف التشريعي للمنافسة الغير مشروعة	27
الفرع الثاني: تمييز المنافسة المشروعة عن بعض المفاهيم الشابهة لها	28
أولا: تمييز المنافسة الغير مشروعة عن المنافسة الممنوعة	29
ثانيا: تمييز المنافسة غير المشروعة عن التقليد	30
ثالثا: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الطفيلية	31
المطلب الثاني : الطبيعة القانونية للمنافسة الغير مشروعة وصورها	32
الفرع الأول: الأسس القانونية للمنافسة الغير مشروعة	32
أولا: التعسف في إستعمال الحق كأساس للمنافسة الغير مشروعة	32
ثانيا: المسؤولية التقصيرية كأساس لقيام المنافسة الغير مشروعة	34
ثالثا: حق الملكية كأساس لقيام المنافسة الغير مشروعة	35
رابعا: موقف المشرع الجزائري من الأساس المعتمد لقيام المنافسة الغير مشروعة	36

37	الفرع الثاني : صور المنافسة الغير مشروعة
37	أولا : تشويه سمعة التاجر المنافس
39	ثانيا: الأعمال التي من شأنها إحداث الخلط واللبس
40	ثالثا: الأعمال التي من شأنها إحداث الإضطراب في مشروع المنافس أو في السوق
42	خلاصة الفصل الأول
43	الفصل الثاني: الآليات القانونية المعتمدة لحماية المحل التجاري
44	تمهيد:
45	المبحث الأول: الإطار الإجرائي لدعوى المنافسة الغير مشروعة
45	المطلب الأول: أحكام رفع دعوى المنافسة الغير مشروعة
46	الفرع الأول: شروط قيام دعوى المنافسة الغير مشروعة
46	أولا: الخطأ
48	ثانيا: الضرر
48	ثالثا: العلاقة السببية
49	الفرع الثاني : تحريك دعوى المنافسة الغير مشروعة
49	أولا: أطراف دعوى المنافسة الغير مشروعة
50	أ) النيابة العامة
50	ب) المدعي
51	ج) المدعى عليه
52	الفرع الثاني: الجهة المختصة في تحريك دعوى المنافسة الغير مشروعة
52	أولا: الإختصاص القضائي النوعي لدعوى المنافسة الغير مشروعة
53	ثانيا: الإختصاص القضائي الإقليمي للمحاكم التجارية
54	المطلب الثاني: دعوى التقليد كآلية لحماية العناصر المعنوية

55	الفرع الأول: ماهية جريمة التقليد و شروط قيامها
55	أولاً: ماهية جريمة التقليد
55	ثانياً: أركان جريمة التقليد
56	أ) الركن المادي
56	ب) الركن المعنوي
57	ج) الركن الشرعي
57	الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن دعوى التقليد
58	المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن دعوى المنافسة الغير مشروعة
59	المطلب الأول: الجزاءات المدنية المترتبة عن دعوى المنافسة الغير مشروعة
59	الفرع الأول: التعويض كجزاء عن أفعال المنافسة الغير مشروعة
60	أولاً: التعويض المادي
62	ثانياً: التعويض العيني عن الضرر المعنوي
64	الفرع الثاني: وقف الأعمال الغير مشروعة
64	المطلب الثاني: الجزاءات الجنائية للمنافسة الغير مشروعة
65	الفرع الأول: الغرامة المالية كعقوبة أصلية لأعمال المنافسة الغير مشروعة
66	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية المترتبة عن أعمال المنافسة الغير مشروعة
66	أولاً: الحجز
66	ثانياً: المصادرة
68	ثالثاً: نشر الحكم
68	رابعاً : العقوبة المقررة في حالة العود
69	خامساً: الحبس
70	سادساً: غلق المحل

72	 خلاصة الفصل الثاني
74	 الخاتمة
77	 قائمة المراجع و المصادر
86	 الفهرس
92	 الملخص:

يعد المحل التجاري من أهم الدعائم التي يركز عليها النشاط التجاري، بإعتباره مالا منقولاً معنوياً يُخصّصه التاجر لممارسة نشاطه وإستقطاب العملاء وتحقيق الربح، مما يجعله محلاً للحماية القانونية بالنظر إلى قيمته الإقتصادية ودوره الفعّال في تنشيط الحركة التجارية. وتكمن أهمية هذه الحماية في ضمان إستقرار المعاملات التجارية وصون المصالح المشروعة للتاجر، بما يحقق الثقة والإئتمان داخل الوسط التجاري.

وفي هذا الإطار، تبرز المنافسة غير المشروعة بإعتبارها من أبرز الإعتداءات التي قد تمس المحل التجاري، إذ تمثل إنحرافاً عن المبادئ القانونية والأعراف المهنية التي تحكم حرية المنافسة، من خلال ممارسات من شأنها الإضرار بالمنافس أو التأثير على نشاطه التجاري بطرق غير مشروعة. لذلك تدخل المشرّع لإقرار جملة من الآليات القانونية الكفيلة بحماية المحل التجاري من هذه التجاوزات، بما يضمن تكريس مبدأ المنافسة المشروعة وتحقيق التوازن بين حرية التجارة وضرورة إحترام القواعد القانونية والأخلاقية التي يقوم عليها النشاط الإقتصادي.

• **Abstract:**

The commercial business (trading fund) constitutes one of the fundamental pillars upon which commercial activity is based. It is regarded as an intangible movable asset that trader allocates to conduct business operations, attract clientele, and generate profit. Consequently it benefits from legal protection in view of its economic value and its essential role in stimulating commercial activity. The significance of such protection lies in ensuring the stability of commercial transactions and safeguarding the legitimate interests of traders, thereby fostering trust and credit within the commercial sphere.