

انعكاسات تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري

ملوكة برورة

جامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر

الملخص:

تعتبر ظاهرة الغش التجاري والتقليد مشكلة عالمية نشأت مع بداية التبادل التجاري في المجتمعات ونظرًا لخطورة هذه الظاهرة وتأثيرها السلبي على اقتصاديات الدول فقد دقت العديد من دول العالم ناقوس الخطر حيال هذه الظاهرة وعملت على إيجاد أفضل السبل لمكافحتها.

وقد لوحظ في الأعوام الأخيرة تنامي هذا النوع من السلع في السوق الجزائرية حيث أسهمت عدة عوامل في ذلك مثل ارتفاع أسعار بعض السلع الأصلية، طمع التجار، الانفتاح الغير مراقب على التجارة وزيادة الاستيراد، انتشار الفساد وغياب قوانين رادعة...، مما نتج عنه عدة آثار وانعكاسات على كافة الجوانب خاصة الاجتماعية والاقتصادية،

وتهدف من خلال هذه الورقة التطرق إلى واقع هذه الظاهرة في الجزائر، أهم أسبابها وآثارها الاقتصادية، بالإضافة إلى حصر جوانب الضعف في مجال مكافحتها، وكذا تقديم بعض الحلول التي يجري استخدامها دولياً.

الكلمات المفتاحية: انعكاسات، تجارة، سلع، مقلدة، تقليد، اقتصاد، الجزائر.

Abstract:

The phenomenon of commercial fraud and counterfeiting is a global problem that arose with the beginning of trade exchange in societies. Given the seriousness of this phenomenon and its negative impact on the economies of countries, many countries of the world have sounded the alarm about this phenomenon and worked to find the best ways to combat it.

In recent years, this type of commodity has been growing in the Algerian market. Several factors have contributed to this, such as the rise in the prices of some original goods, the greed of traders, the unregulated openness to trade, the increase in imports, the spread of corruption and the absence of deterrent laws. Effects and reflections on all aspects, especially social and economic,

The aim of this paper is to address the reality of this phenomenon in Algeria, its main causes and economic effects, as well as to identify weaknesses in the field of combating it, as well as to provide some solutions that are being used internationally.

Keywords: reflections, trade, goods, imitation, tradition, economy, Algeria..

تمهيد:

يلعب قطاع التجارة الخارجية في الجزائر دوراً حيوياً سواء من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي أو تلبية احتياجات الاقتصاد الأساسية من سلع استهلاكية ورأسمالية ومواد خام، ولا تخرج التجارة الخارجية في الجزائر عن النمط العام للتجارة الخارجية للدول النامية من حيث تركيز صادراتها على المحروقات وبعض المواد الأولية وبعض المنتجات الزراعية، أما فيما يخص الواردات فالملاحظ ارتفاع نسبة واردات المواد الغذائية، الآلات ومعدات النقل، ونظراً لأهمية هذا القطاع فقد أولت

السلطة الجزائرية عناية كبيرة له من خلال مجموعة من الإصلاحات الاقتصادية كان الهدف منها دخول اقتصاد السوق المبني على حرية التجارة، غير أنه صاحب ذلك العديد من الظواهر السلبية كان من بينها دخول السلع المقلدة، التي وإن كانت في صالح الفئات محدودة الدخل إلا أنها تشكل العديد من الأخطار على المستهلكين ذاتهم وعلى الاقتصاد والأمن أيضاً، ومن هنا جاء طرح إشكالية الدراسة كما يلي:

ما انعكاسات تجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري؟ هل الحلول الموضوعية من قبل السلطات الجزائرية من أجل مكافحتها تمتاز بالفعالية؟

منهجية الدراسة:

تقوم الدراسة على استعمال المنهج الوصفي لتحديد الإطار النظري لمفهوم التقليد والدول مصدر التقليد، وكذا المنهج التحليلي في تحليل الجداول والأشكال المفسرة لظاهرة التقليد في الجزائر وآثارها.

أهمية الدراسة:

تعتبر ظاهرة تقليد السلع مشكلة متفاقمة يوماً بعد يوم ليس فقط في البلدان النامية بل حتى في البلدان المتقدمة ويترتب عليها آثار وانعكاسات ضارة ليس على صحة وسلامة الإنسان والحيوان والبيئة إنما أيضاً على صعيد الاستقرار والتجارة والاقتصاد فضلاً عن إضراره بسمعة الدولة الانتمائية، لذا فهي تشكل تهديدات كبيرة على كل المستويات الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية.

خطة الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور، حيث يتعلق المحور الأول بمفهوم التقليد وأهم الدول التي تعد مصدر التقليد في العالم، المحور الثاني يتعلق بواقع ظاهرة تجارة السلع المقلدة في الجزائر، أما المحور الثالث فهو يتعلق بتحليل جوانب الضعف في سياسة الجزائر في مكافحة الظاهرة.

المحور الأول: تقليد السلع.

أولاً: بداية ظهور التقليد.

التقليد هو ظاهرة قديمة تعود لعهد الحضارة اليونانية، المصرية وخاصة الحضارة الرومانية وهناك العديد من الأمثلة والتي تم عرضها في متحف التقليد والتي تعتبر شاهدة على ذلك، مثل علامة LC Iussius المميزة للحمور في منطقة جنوب إيطاليا والتي كانت ذات شهرة كبيرة و مستحبة من طرف كبار الفرسان الرومانيين حيث قلدت هذه الأخيرة من طرف مزارعي منطقة Narbonne، كذلك علامة Fortis للمصاييح الزيتية الرومانية التي لاقت نجاحاً كبيراً آنذاك مما جعلها عرضة للتقليد حيث تم صنع نسخ شبيهة ووزعت في معظم مناطق المملكة على أنها المنتج الأصلي¹، وتجدر الإشارة هنا أن التقليد آنذاك كان يمس بالدرجة الأولى المنتجات الحرفية والفنية.²

وفي بداية الثمانينيات تطورت هذه الظاهرة تزامناً مع التطور الاقتصادي والسياسي الذي عرفهما العالم والذي مس جميع الميادين والمجالات في البعدين الاقتصادي والسياسي مثل هذا التطور الخطوة الأولى في ارتقاء هذه الظاهرة من البعد المحلي إلى البعد العالمي ومن بين هذه التطورات نذكر الارتفاع الثابت في تعاملات التجارة العالمية، الإستثمارات الدولية، التطور الواضح في آليات الاتصال في الأنظمة الحكومية في أوروبا الشرقية والوسطى خاصة بعد انهيار الإتحاد السوفياتي الذي نتج عنه تشكيل دويلات تطمح إلى تبني سياسات تسمى بها إلى التطور الاقتصادي، مبادئ العولمة وتأثيرها على

إقتصاديات الدول... إلخ، ومنذ 1980 أصبح التقليد ظاهرة ذات بعد عالمي بعدما انتقل من الأعمال الحرفية إلى الأعمال الصناعية الضخمة³.

ثانيا: تعريف مصطلح التقليد.

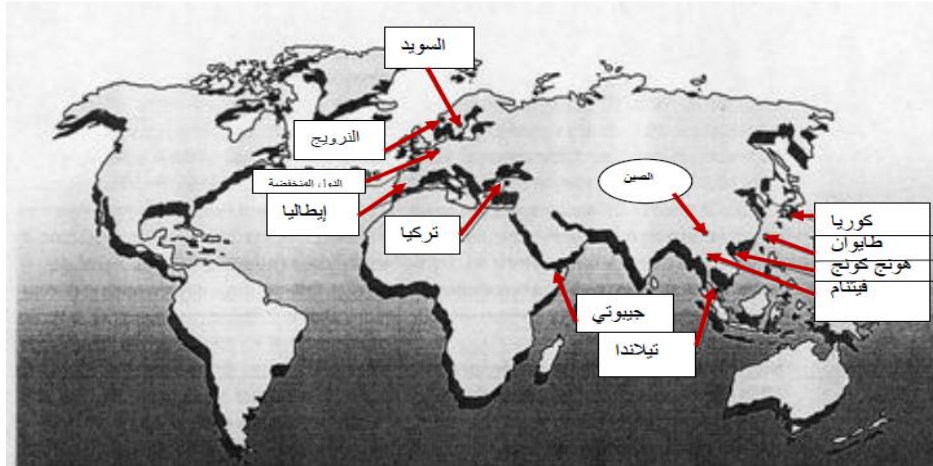
يعرف تقليد السلع على أنه:

- ما يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل و المقلد، وهو ما من شأنه أن يندفع به الجمهور⁴.
- استخدام دون وجه حق عنصر من عناصر الملكية الفكرية المحمية، ويتميز باستنساخ عناصر أساسية ومميزة للعلامة التجارية، الرسم والتصميم، ويهدف الى خلق اللبلة في ذهن المستهلك و قد يكون هناك انتهاك حتى لو كانت هناك اختلافات بسيطة حتى لو كانت بحسن نية.
- تعرف المنظمة العالمية للتجارة المنتجات المقلدة أنها: "تشمل جميع المنتجات بما في ذلك التغليف التابع لها والتي تحمل بعض الخصائص أو كلها لعلامة مسجلة والتي تمس حقوق المالك أو مالكي هذه العلامة وتلحق به أضرارا مادية أو وظيفية وهذا وفقا للمادة 51 من الاتفاق حول مزايا حقوق الملكية الفكرية⁵ .

ثالثا: أهم الدول الرائدة في مجال التقليد.

لا يمكن تحديد دولة واحدة لتحميلها مسؤولية المنتجات المقلدة فكل دول العالم و تحديدا الدول الناشئة التي لا توجد فيها قوانين لمحاربة التقليد و حماية حقوق الملكية الفكرية هي مصدر لتلك السلع. وتشير عدة تقارير أن حوالي 70 % من مصادر المنتجات المقلدة مصدرها آسيا، و 30 % حوض البحر الأبيض المتوسط وبعض دول أوروبا الوسطى و الشرقية في حين المنتج الأول للمنتجات المقلدة هي الصين، كما يبين الشكل التالي:

شكل رقم (1) النقط السوداء الإثني عشر للدول مصدر التقليد في العالم.

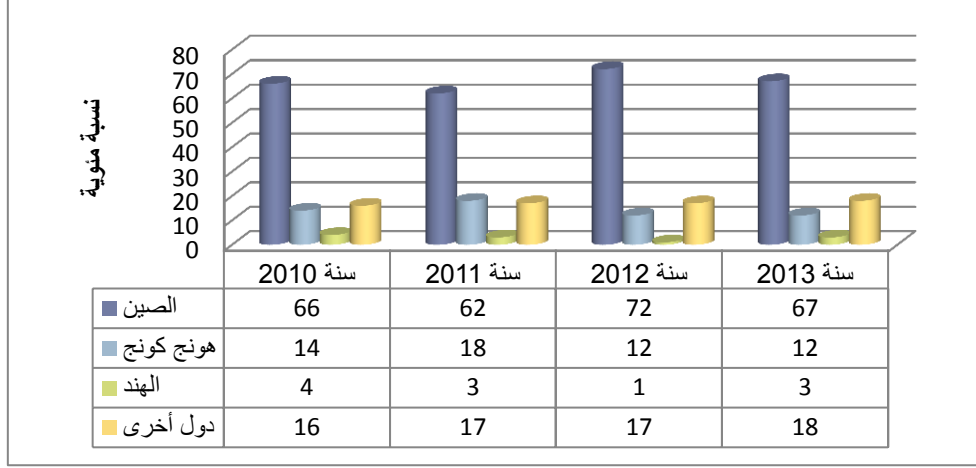


Source : Bernard Iory, **Contrefaçon DE Médicaments Et Organisations Criminelles**, Rapport D'étude, Institut International De recherche Anti- Contrefaçon De Médicaments

من خلال الشكل يتضح أن هناك إثنا عشرة نقطة سوداء للتقليد في العالم، تضم الدول الأكثر تقليدا للسلع عبر العالم، في حين أن هناك أخرى أقل نشاطا في هذا المجال، حيث تبقى الدول الآسيوية مصدر السلع المقلدة وتبقى الصين الرقم

واحد في انتاج السلع المقلدة عبر العالم متبوعة بكل من هونج كونج والهند اللتان احتلتا المرتبة الثانية والثالثة على التوالي في مجال تقليد السلع عبر العالم، كما يوضح الشكل التالي:

شكل رقم (2) الدول الآسيوية مصدر التقليد في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة: 2010-2013



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المراجع التالية:

- Homeland Priorities And Workload, **Intellectual Property Rights, Seizures Statistics Fiscal year 2013**, 2013, US, P 10.
- CBP Office Of International Trade, **Intellectual Property Rights Fiscal Year 2011 Seizure Statistics, U.S**, Customs And Border Protection U.S, Immigration And Customs Enforcement , P12.

من الشكل يتضح أن الصين هي الأولى عالميا من حيث التقليد والقرصنة، وذلك في كافة أنواع السلع والمنتجات: الدوائية، الإلكترونية، الجلدية، النسيجية... إلخ، برقم أعمال يقدر بـ 8 في المائة من إجمالي ناتجها الداخلي، أي أكثر من 500 مليار دولار، وبذلك تعد "ورشة التقليد في العالم"⁶، وكما في الشكل فقد احتلت المرتبة الأولى خلال أربع سنوات بنسبة كبيرة حيث بلغت 66%، 62%، 72%، 67% على التوالي مما يؤكد أنها امبراطورية التقليد في العالم.

أما هونج كونج فظهرت باعتبارها ثاني أكبر منتج للسلع المقلدة بعد الصين بما نسبته 14% خلال سنة 2010 لترتفع حصتها من السلع المقلدة في العام الموالي وتبلغ حوالي 18%، أما خلال السنة 2012 و 2013 فنلاحظ تراجعها إلى 12%، في حين كانت الهند ثالث أكبر دولة مصدر السلع المقلدة في العالم بعد كل الصين وهونج كونج بنسبة ضعيفة مقارنة بسابقتها حيث بلغت أكبر نسبة لها عام 2010 بحوالي 4% وأقلها 1% خلال 2012، وتنحصر الهند في تقليد برامج ومعدات الإعلام الآلي، المنسوجات والمنتجات الكيميائية بالإضافة إلى المنتجات الصيدلانية.

المحور الثاني: السلع المقلدة في الجزائر.

الجزائر كغيرها من دول العالم شهدت بروز ظاهرة السلع المقلدة والتي تتزايد من سنة لأخرى لعدة أسباب أهمها: انخفاض القدرة الشرائية وعدم الوعي بمخاطرها، رغبة التجار في الربح وانتشار السوق الموازي والفساد... إلخ، أولا: حجم السلع المقلدة في الجزائر.

في الأعوام الأخيرة لوحظ انتشار واسع لظاهرة التقليد، نظرا لتوسع استيراد المنتجات المقلدة وإعطاء حرية أوسع للمتعاملين الاقتصاديين في التجارة الخارجية، مما جعل جميع السلع والمنتجات ليست في منأى عن التعدي عليها وبيعها

بأنجس الأثمان على أنها أصلية بهدف تضليل المستهلك الذي لا يستطيع بمفرده التفرقة بين السلع الأصلية والمقلدة، والجدول التالي يوضح تطور هذه الظاهرة:

جدول رقم(1) تطور ظاهرة تقليد السلع في الجزائر خلال الفترة 2003-2013

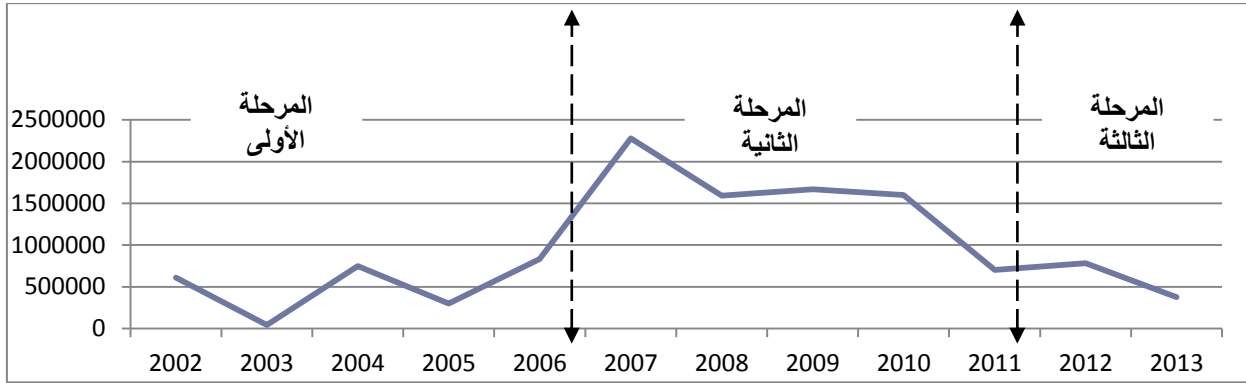
السنوات	حجم السلع المقلدة (كمية)	نسبة التغير %
2002	609.624	
2003	430.470	-29.38
2004	748.804	73.95
2005	298.102	-60.18
2006	831.786	179.02
2007	2.278.341	173.91
2008	1.594.152	-30.03
2009	1.668.457	4.66
2010	1.600.000	-4.10
2011	700.841	-56.19
2012	781.653	11.53
2013	378.208	-51.61

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

- معلومات مقدمة من مصلحة مديريات أقسام الجمارك ولاية باتنة.
- قارة ملاك، إشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر مع عرض ومقارنة تجارب: المكسيك، تونس والسنغال، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع الاقتصاد المالي، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص 138.
- Contrefaçon, Bilan 2007, 2010, 2011, 2013 , <http://www.almanach-dz.com/index> 17-06-2015 18h : 45min

حسب هذا الجدول فإن عدد المواد المقلدة انخفض من 609 ألفا عام 2002 إلى 430 ألفا خلال سنة 2003 إلى 298 ألف سنة 2005 ليصل إلى 831 ألف في سنة 2006، أما خلال عام 2007 فقد شهدت بداية ارتفاع كبير حيث قدرت بـ 2.278 مليون منتج واستمر هذا الارتفاع سنتين أخرتين لكن بوتيرة أقل بقيمة 1.594 مليون قطعة خلال سنة 2008 و1.668 مليون قطعة خلال سنة 2009، ليبدأ بعدها العدد بالتراجع حيث وصل عام 2010 حوالي 1.600 مليون منتج ثم 700 ألف منتج في العام الموالي، إثر تنفيذ 166 عملية تدخل. وخلال سنة 2013 تمكنت مصالح الأمن الوطني من احتجاز أكثر من 378 ألف منتج مقلد مقابل 781 ألف منتج في سنة 2012، والشكل التالي يوضح تطور هذه الظاهرة:

شكل رقم (3) تطور عدد السلع المقلدة المحتجزة في الجزائر خلال الفترة 2002-2013



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول (1).

من خلال هذا الشكل يتضح أن حجم المضبوطات الجمركية من السلع المقلدة تشهد تذبذبا واضحا بين الارتفاع والانخفاض ويمكن تقسيمها إلى ثلاث مراحل كما يلي:

1- المرحلة الأولى (2002-2005):

شهدت هذه المرحلة تذبذبا بين الارتفاع والانخفاض بنسب منخفضة شهدت أعلى زيادة سنة 2004 بـ 73,95 % عن السنة السابقة لها وأقلها سنة 2003 بـ 29,38 %.

2- المرحلة الثانية (2006-2010):

تعتبر هذه المرحلة فترة رواج كبيرة لتجارة السلع المقلدة بدءا من سنة 2006 بحوالي 831.786 حالة و تشهد أعلى مقدار عام 2007 بحوالي 2.278.341 حالة أي بزيادة 173,91% عن سنة 2012، ويعود الارتفاع خلال هذه السنوات لتراجع إجراءات حماية السوق الجزائرية، الذي سمح بنمو واردات السلع في الفترة بين 2001 و 2008 مستفيدا من تراجع الرسوم الجمركية من 16.04% إلى 8.8% خلال الفترة نفسها، والتي عرفت أيضاً انخفاضاً في القيمة الإدارية والحقوق الإضافية المؤقتة بالإضافة إلى زيادة التعاون بين مصالح الجمارك وأصحاب العلامات التجارية (كما سنرى لاحقا) مما مكّن المصالح المختصة من العمل بفاعلية لاحتجاز أكبر قدر من السلع المقلدة، بالإضافة إلى أن هذه الفترة شهدت تقلبات نحو الانخفاض في طلبات تسجيل العلامات التجارية، كما يبين الجدول التالي:

جدول رقم (2) عدد طلبات تسجيل العلامات التجارية في الجزائر خلال الفترة 2003-2010.

السنوات	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
مجموع الطلبات	4279	4508	5745	6128	2415	6110	5752	5629
نسبة التغير %	5.35	27.44	6.66	60.59-	153	5.85-	2.13-

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات صندوق النقد الدولي عبر الموقع: <http://www.ifm.org>.

وكما هو واضح من الجدول فإن عدد ملفات تسجيل العلامات شهد ارتفاعا ابتداء من سنة 2003 إلى غاية سنة 2005، لتشهد زيادة طفيفة عام 2006 قدرت بـ 6.66% عن السنة السابقة لها، أما خلال سنة 2007 فنلاحظ

تراجعا كبيرا قدر بـ 60.59% في عدد طلبات تسجيل العلامات التجارية مقارنة بالسنة السابقة لها، ورغم التحسن الكبير الذي عرفته سنة 2008 إلى أنها عاودت التراجع خلال السنتين التاليتين بـ 5.85- 2.13% على التوالي، وهذا ما قد يجعله سببا آخر في تفاقم ظاهرة السلع المقلدة.

3- المرحلة الثالثة (2011-2013):

بعد الارتفاع الذي شهدته في المرحلة الثانية بدأت في التراجع خلال هذه المرحلة، حيث بلغت عام 2011 حوالي 700.841 حالة أي بانخفاض قدره 56,19% عن السنة السابقة، ورغم الارتفاع البسيط عام 2012 بحوالي 11,53% إلا أنها عاودت التراجع والانخفاض خلال سنة 2013 حيث قدر عددها بـ 378.208 منتج وهو ما يعني تراجع بحوالي النصف عن سنة 2012. وهذا الانخفاض الذي شهدته المرحلة الأولى والثالثة- في رأينا وبعد المقابلة مع مسؤولين في مصلحة الجمارك- له أكثر من دلالة:

- نقص حجم السلع المقلدة المتجهة إلى الجزائر نتيجة الجهود الكبيرة لمختلف المصالح الجزائرية التي تعمل على محاربة هذه الظاهرة.
- اتباع المقلدين والمهريين لطرق أكثر حذرا أو تطورا في إدخال هذه السلع إلى الأسواق الجزائرية، مما يصعب عملية كشفها.
- توجه المستوردين لهذه السلع نحو علامات لم يقيم ملاكها بطلب الحماية الجمركية بعدما لاحظوا أن بعض العلامات صدر بشأنها تنبيه بالتقليد.

ثانيا: الآثار الاقتصادية لتجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري.

تتعدد الآثار الاقتصادية للسلع المقلدة على الجزائر من التأثير على تنافسيتها إلى الإضرار بالمنتج المحلي إلى التأثير على الاستثمار، كما قد تمتد لتشمل المساس بسياسة الدولة وسمعتها الائتمانية، كما يلي:

1- أثرها على الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة:

كانت لظاهرة التقليد ولا تزال تأثيرات سلبية على مسار انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية، وهي الخطوة المتعثرة منذ سنوات طويلة، بسبب فرض الطرف الأوروبي التعامل مع الجزائر وفق قواعد صارمة في مجال حماية الملكية الفكرية والنسب العالية للقرصنة، وتمثل النسب المقبولة على الصعيد الأوربي في 16% بالنسبة للقطاع السمعي والبصري و 26% لأشرطة الفيديو المستنسخة.⁷

2- الأثر على تنافسية الجزائر:

في تقرير أصدرته هيئة أمريكية (USTR) United States Trade Representative وهي هيئة نشطت منذ حوالي 21 سنة تهتم بمصالح التجارة العالمية، وتقوم هذه الهيئة بإصدار قائمة سنوية لبلدان تصفهم بالطلاب غير النجباء وذلك في مجال مكافحة تقليد المنتجات، فقد صنفت هذه الهيئة الجزائر في المرتبة السابعة والتاسعة خلال سنتي 2003-2004 على التوالي، لتراجع بعدها حيث أنه خلال سنتي 2009-2010، أدرجت الجزائر في المرتبة الثالثة في قائمة حمراء لإحدى عشر دولة، باعتبارها أقل مكافحة للتقليد رفقة الصين وروسيا، كما ضم التقرير كلا من: الأرجنتين، كندا، الشيلي، الهند، أندونيسيا، باكستان، تايلندا و فنزويلا.⁸

حيث اعتبر هذا التقرير أن الجزائر من بين الدول التي لا تملك آليات مراقبة مشددة على التقليد أو لا تعبر اهتماما لمكافحة التقليد الصناعي والتجاري كما اعتبرت هذه الهيئة أنه من الواجب مراقبة هذه البلدان فيما يخص تقليد السلع والمنتجات، مما يعني احتمال تعرض الجزائر لعقوبات اقتصادية تمس المنتجات التي تملك الجزائر فيها ميزة نسبية أو المنتجات الأكثر تصديرا مثل البترول، وهو ما من شأنه أن يحدث أثرا كبيرا على الاقتصاد الوطني ناهيك عن تشوه سمعتها السوقية مما يحجم من المساعدات والقروض الممنوحة لها.

3- على الاستثمار الأجنبي والمحلي:

- إن إدخال السلع دون دفع الحقوق والرسوم الجمركية المستحقة وبيعها بأثمان منخفضة مقارنة بأثمان السلع المحلية ما يؤثر على الصناعات الوطنية الناشئة ويتسبب في تعرض المؤسسات الوطنية للضرر والخسارة أو الغلق كما حدث لمجمع بي سي آر المختص في صناعة البراغبي والصنابير والسكاكين الذي خسر في ظرف 10 سنوات أكثر من 30% من حصصه في السوق بسبب التقليد، أما خسارته من حيث القيمة فقد بلغت ما بين 400 و 500 مليون دج،⁹ كما تشير بيانات رسمية أخرى إلى خروج نحو 75 مؤسسة من المنافسة بعد أن أوشكت على الإفلاس نظرا لتنامي العلامات التجارية المقلدة، في وقت تفكّر مجموعات اقتصادية أخرى لتغيير نشاطاتها،¹⁰ مما يؤدي إلى استفحال ظاهرة البطالة وما ينجم عن ذلك من استفحال الفقر وفتح المجال أمام الفساد وانتشار عدة آفات اجتماعية أخرى مثل الإحرام.

- إن نتائج تقرير مؤسسة USTR تعتبر سلبية بالنسبة لمناخ الاستثمار في الجزائر حيث سيؤدي إلى عزوف المؤسسات عن الاستثمار في الجزائر خوفا من تعرض منتجاتها للتقليد مما يؤدي إلى خسارتها، كما تؤدي إلى زعزعة الثقة في الأسواق المحلية وفي سمعة الصناعة المحلية وبيئة الاستثمار وفي الإضرار بالوكلاء التجاريين للسلع الأصلية وتراجع المؤسسات التي كانت راغبة في الاستثمار في الجزائر، كما حدث لمؤسسة المراعي السعودية التي كانت بصدد الاستثمار بالجزائر، والتي تراجعت بعد أن تبين تقليد منتجها في الجزائر¹¹، كما دفع شركات أخرى كانت تنشط في إطار القانون في مجال الهواتف النقالة على المغادرة مثل "موتورولا" و"سوني إيريكسون".

- إن اتساع ظاهرة تهريب منتجات الاتصال المقلدة يعد من الأسباب المباشرة لتأخر إطلاق الخدمات الجديدة في هذا المجال ومنها تطبيقات الدفع عن بعد لأن أغلب الهواتف المقلدة لا يمكن معرفة أرقامها التسلسلية وبالتالي لا يمكن حماية مستخدميها في حال استعمالها كوسائل للدفع، كما أن تلك التجهيزات يصعب التعامل معها من طرف أجهزة الأمن في حال سرقته بسبب تعرضها لإعادة البرمجة من طرف مختصين في السوق الموازية وإعادة طرحها للتداول.¹²

- اختلال الأسواق الرسمية نتيجة اتجاه المستهلكين نحو السلع المقلدة المنتشرة في الأسواق الموازية مما يؤثر على المؤسسات القانونية ويكلفها فقدان حصص سوقية وتفقد علاماتها التجارية ميزتها التنافسية.

ثالثا: الآثار المالية لتجارة السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري.

تتمثل الآثار المالية في مختلف الخسائر المالية التي يمكن أن تكون كإيرادات لخزينة الدولة وتتمثل في:

- خسائر كبيرة للخزينة العمومية بما يفوق 40 مليار دينار سنويا (حوالي 15 مليون دولار) حيث تكلف قطع الغيار لوحدها ما لا يقل عن 591 مليون دولار كخسائر تستنزف الخزينة العامة كل عام، فالعجز الذي تسببه

هذه التجارة غير المشروعة على الخزينة العمومية يسبب أضرارا واضحة للدولة والمجتمع، ذلك أن الدولة تصبح عاجزة جزئيا عن تنفيذ مشاريعها النافعة وبالتالي حرمان المواطنين مما كانت هذه المشاريع ستؤديه من خدمات لهم، كما تؤدي إلى عدم المساواة بين الأفراد إذ يتحمل العاملون في القطاع الرسمي الضريبة في حين لا يتحملها المهربون.

- تتسبب في زيادة الانفاق على الصحة العامة حيث يكلف المريض الواحد الخزينة العمومية حوالي 10000 دج يوميا عند الاستشفاء.¹³

- تسببت في خسائر كبيرة للديوان الوطني لحقوق المؤلف وصلت إلى 49.834.228.00 دج عام 2009،¹⁴ كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (3) خسائر الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة

السنوات	الخسائر المترتبة دج
2007	34.350.497 ,00
2008	41.907.344,20
2009	49.834.228,00

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على : المصلحة الولائية للشرطة القضائية، دور الشرطة في ميدان مكافحة التقليد. الجزائر ، فيفري 2010، متاح على الموقع <http://www.mincommerce.gov> تاريخ الإطلاع 2014-01-30 1 سا:45..

من الجدول يتضح أن خسارة الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة في تزايد وذلك تزامنا مع زيادة السلع المقلدة المحتجزة من قبل المصالح المختصة، حيث بلغت 3 ملايين دينار جزائري خلال سنة 2007 لترتفع إلى 4 ملايين خلال سنة 2008 أما خلال سنة 2009 فبلغت 4 ملايين و900 مليون دينار جزائري.

المحور الثالث: جوانب الضعف في سياسة الجزائر في محاربة تجارة السلع المقلدة وسبل دعمها.

نظرا للآثار السلبية والمخاطر الكامنة في استهلاك أو استعمال السلع المقلدة على الاقتصاد الجزائري فقد سعت الحكومة الوطنية لمحاربتها خاصة في الآونة الأخيرة بالعديد من السياسات منها فرض عقوبة من الناحية القانونية من الغرامة إلى السجن، بالإضافة إلى إعداد مجموعة من الهيئات التي تسهر على محاربتها مثل الجمارك...إلخ.

أولا: جوانب الضعف في سياسة الجزائر لمحاربة السلع المقلدة.

في ممارستها لمختلف الاستراتيجيات من أجل محاربة التقليد نلمس العديد من نقاط الضعف منها:

- رغم إصدار العديد من التشريعات والمراسيم الخاصة بالعلامة التجارية وتضخيم عقوبة التعدي عليها التي حددها القانون بالحبس أو بغرامة مالية أقصاها عشرة ملايين دينار، إلا أننا نلاحظ التنامي المتواصل لهذه الظاهرة لانتشار الفساد بين الإدارة العمومية بالإضافة إلى عدم وجود قضاة مختصين وطول فترة معالجة الملفات حيث أن القضاء الجزائري لم يصدر سوى 43 حكما فحسب ضد المقلدين والقراصنة منذ حوالي 37 سنة، من مجموع مائة متابعة قضائية جرى تحريكها ضد هؤلاء.¹⁵

- رغم تعدد الجهات والمؤسسات التي تقوم بحماية حقوق الملكية الفكرية أو تقوم بمحاربة الغش والتقليد، إلا أننا نلاحظ قلة التعاون فيما بينها، بالإضافة إلى غياب هيئة خاصة بمكافحة التقليد، أما على الجانب الدولي فلا

يتعدى الانضمام إلى بعض المعاهدات والاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية تريبس ومدريد، أو الانضمام إلى بعض المنظمات الدولية مثل الشرطة الدولية ومنظمة الجمارك العالمية.

- اتباع سياسة التركيز على محاربة التقليد بعد دخول السلع المقلدة إلى أرض الوطن في حين أن هناك سلسلة أو دورة حياة للمنتج المقلد لا بد من محاربة كل جزء فيها، بالإضافة إلى أنه في حالة احتجاز سلعا مقلدة وتوقيف صاحبها تجري عملية مصالحة بينه وبين الطرف المتضرر والتي تنتهي في الغالب بدفع قيمة الضرر فقط، مما يعني أن الأشخاص المتورطين في العملية سيطلق سراحهم مما يعني إمكانية تكرير العملية بأساليب وطرق مختلفة حتى ولو اختلفت السلع.¹⁶

- تركيزها على حماية المستهلك بإصدار العديد من القوانين في حين لم تركز على محاولة تثقيف وتوعية هذا المستهلك بمخاطر السلع المقلدة وطرق التمييز بينها، ذلك رغم اللتقيات التي تقام أحيانا من طرف وزارة التجارة أو الجمارك، بالإضافة إلى الغياب الكامل لمؤسسات المجتمع المدني خاصة جمعيات حماية المستهلك التي لا تؤدي الدور المنوط بها.

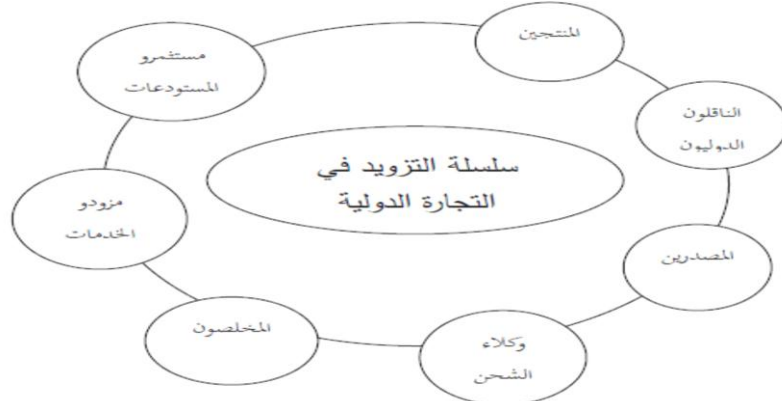
- عدم الاستعانة بالتكنولوجيا المتطورة في هذا المجال والتي يجري تطبيقها في الكثير من دول العالم خاصة في المجالات الحساسة كالأدوية والمستحضرات الطبية وقطع غيار السيارات، وكذا عدم استغلال وسائل الإعلام والأنترنت في هذا الشأن من أجل التوعية أو التشهير بالمخالفين.

- رغم صدور قرار يقضي بمحاربة الأسواق الموازية إلا أننا نلاحظ عدم التطبيق الكامل له، وكذا غياب الرقابة على نشاط العمالة الأجنبية خاصة الصينية والإفريقية التي تحترف أو تستغل في هذه التجارة.

ثانيا: سبل دعم سياسات الجزائر في محاربة السلع المقلدة.

تمر دورة حياة تسويق السلع المقلدة أو المغشوشة بسلسلة من العمليات أساسها الشركة المنتجة في بلد الإنتاج ووسيلة النقل والناقل الدولي وصولا لبلد المستورد كما يوضح ذلك الشكل التالي:

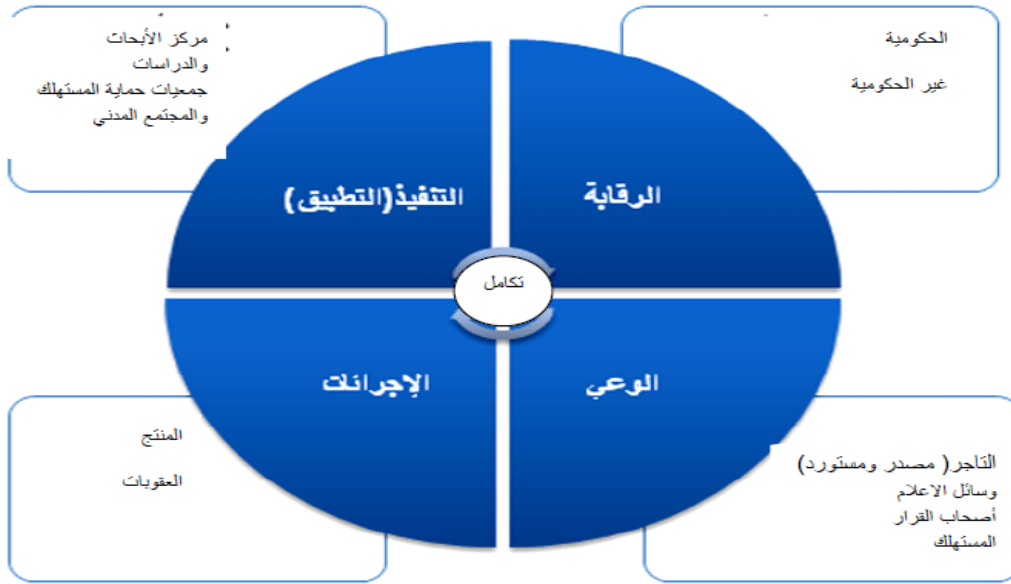
شكل رقم (4) سلسلة التوريد في التجارة الدولية.



المصدر: محمد النسور، السلطات المحلية في الدول العربية ودورها الرقابي على المحتوى الأصلي والتقليد، المنتدى العربي الثالث لمكافحة الغش التجاري والتقليد وحماية حقوق الملكية الفكرية، الجمارك السعودية، -5 مارس 2013، ص 12.

فالملاحظ من خلال الشكل تعدد عناصر هذه السلسلة من عناصر وطنية وأجنبية ويشكل مهاجمة هذه السلسلة من البداية الى النهاية إحدى أهم وسائل السيطرة على تدفق البضائع المقلدة، وهناك العديد من الحلول التي نظن أن بإمكانها المساهمة في مكافحة هذه الظاهرة أو على الأقل التقليل منها وأخرى يجري استخدامها في العديد من الدول من أجل السيطرة على سلسلة التوريد ومحاربة تقليد السلع، ومن هذه الحلول ما يسمى حلقة قمع الغش والتقليد وهي كما يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم(5) حلقة قمع تقليد السلع والجهات ذات العلاقة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

شبكة المستهلك العربي والاتحاد العربي للمستهلك، متاح عبر الموقع <http://www.arbcon.ne> تاريخ الإطلاع 18-02-2014 على الساعة 23:54د

إن التقليد هو قضية وطنية تتطلب حساساً عالياً من المسؤولية وتضافر الجهود ووضع استراتيجيات فعالة بعيدة المدى لسنوات طويلة من أجل مواجهة سلبيات وتحديات هذه الظاهرة الخطرة، حفاظاً على أداء اقتصادنا الوطني والسلامة العامة، وحماية البيئة الاستثمارية والاستهلاكية والنتائج القومي، لذا فهي ليست مسؤولية جهة بعينها إنما مسؤولية الجميع من حكومة، مؤسسات اجتماعية أو اقتصادية عامة أو خاصة، وحتى الأفراد باعتبارهم مستهلكين، فهي حلقة متكاملة وتشمل أربع سياسات رئيسية:

1- السياسة المتعلقة بمختلف الإجراءات القانونية:

وذلك من خلال زيادة إنفاذ القوانين القائمة وتعزيز العقوبات الجنائية لردع الجرمين وتشديد العقوبات لمعالجة الضرر على نحو فعال، بالإضافة إلى تشجيع الصناعات المحلية على تطبيق معايير الجودة واستخدام التكنولوجيا الحديثة في العملية الانتاجية وتعزيز الثقة بالمنتج الوطني خاصة في إطار جهود الدولة في مجال دعم الصناعات الوطنية ومنحها كافة التسهيلات للارتقاء بالمنتج الوطني والوصول به إلى العالمية وضرورة دعوة المنتجين والتجار وأصحاب العلامات التجارية لتوفير المنتجات بأسعار مناسبة ومنافسة للحد من انتشار المنتجات المقلدة.

2- السياسات المتعلقة بالرقابة:

- ونقصد بها دعم مختلف السياسات الرقابية التي تقوم بها الجهات الحكومية من وزارة التجارة، الجمارك، الأمن الوطني... إلخ، وكذا المؤسسات الغير حكومية على سلسلة التوريد خاصة الجانب المحلي منها مما يستدعي دعم هذه المؤسسات ماديا وتكنولوجيا ومعنويا بالإضافة إلى:
- تأهيل الكوادر البشرية الكافية للأجهزة الرقابية المختلفة، وتطوير قدراتهم ومهاراتهم المهنية وفقاً لأحدث الممارسات العالمية، مع توفير الإمكانيات والمحفزات اللازمة.
 - تطوير أدوات وأساليب الممارسة الرقابية وفق أفضل الممارسات العالمية لتعزيز وسائل الرقابة المختلفة.
 - تفعيل دور المختبرات المجهزة علمياً وتقنياً وبشرياً للكشف عن المكونات الضارة أو المغشوشة وخاصة في المنتجات الغذائية والدوائية.
 - تطوير آلية التصرف بالمضبوطات والمتحفظ عليه من المنتجات المقلدة والمغشوشة والفاسدة، خاصة ذات التأثير السيئ على البيئة.
 - الرقابة على المناطق الحرة في الدولة من أجل المزيد من التنسيق والرقابة على حركة المنتجات.

3- السياسات المتعلقة بالتنفيذ أو التطبيق:

- وذلك من خلال نشاط مختلف مراكز البحوث والدراسات من خلال:
- التشجيع على قيام تظاهرات وأيام وملتقيات علمية من طرف مختلف مراكز البحوث من جامعات ومعاهد ومؤسسات بحثية من أجل إثارة الرأي الوطني بمخاطر هذه الظاهرة.
 - تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وجعلها مساهمة في تحقيق التوعية والحماية للمستهلك.

4- السياسات المتعلقة بنشر الوعي:

- وهي مختلف السياسات التي تعمل على تثقيف وتوعية كل من:
- التاجر سواء كان مصدرا أو مستوردا بمخاطر هذه السلع حتى على الاقتصاد، ومنح امتيازات وحوافز للتجار الذين يعتمدون على معايير الجودة.
 - العمل على توعية وتثقيف المستهلك وجعله طرفا فاعلا في محاربة هذه السلع من خلال إقامة الورش والندوات والتوعية على مختلف المدارس والمؤسسات وحتى الأحياء، وأهمية إدراكه لمخاطرها على كافة المستويات وطرق التمييز بين المنتجات الأصلية والمقلدة.
 - استغلال وسائل الاعلام في محاربة السلع المقلدة: إذ أن الاعلام تطور على حدود أبعد من الخيال وبالذات منذ الربع الأخير من القرن 20 وأصبحت الثقافة جزءا لا يتجزأ من المنظومة الاعلامية، فهو يعمل على تكوين الرأي وتحديد الاتجاهات، وبعد الثورة الصناعية لعب دورا غاية في الأهمية وارتبط الاقتصاد بهذه المنظومة الاعلامية حتى أصبح مؤثرا في التنمية، التربية، الحياة الاجتماعية والاقتصادية عامة، ودخل دخولا سريعا ومؤثرا في تكوين الوعي الفردي والجماعي والرأي العام وأصبح هو المحدد لاتجاهات المستهلكين وذهب بعيدا لاملأ رغبات المستهلك،¹⁷ ومنه يمكن استغلال وسائل الاعلام في تثقيف المستهلك وتعريفه بمخاطر المنتجات

المقلدة من خلال نشر معلومات عن السلع الغير صالحة والمنتجات التي طالتها عمليات التقليد ومصادرها تبيين أساليب التمييز بين المنتجات الأصلية والمقلدة، كما عليها أن تنشر مختلف الأحكام الصادرة في حق المخالفين وكذا التشهير بهم من أجل ردعهم.

- الاستعانة بخدمات الأنترنت ووسائل الاتصال المختلفة: من خلال فتح مواقع لتسجيل شكاوي المستهلكين وتفاصيل البضائع التي يتضررون منها، وتقديم نصائح قانونية، مثل موقع <http://www.figclassaction.com> الذي يحوي الكثير من المعلومات القانونية في هذا المجال والتي يمكن أن تساعد المستهلكين في الحصول على مختلف المعلومات كما يقدم خدمة قانونية من خلال إمكانية رفع دعوى قضائية ضد الجهات التي تقوم الاحتيال وتقليد المنتجات، بالإضافة إلى إمكانية استخدامها في نظام إستدعاء السلع (الغير مطابقة للمواصفات والسلامة والأمان) والتي تعد وسيلة تمارس في كثير من الدول والشركات ذات السمعة الكبيرة بهدف حماية المستهلك وتكوين مصداقية بين المستهلك ومقدمي هذه السلع ويحتاج هذا النظام إلى تشريعات قوية وتقنيات عالية وفتية، ويكون السحب أحيانا بالتعاون بين الجهات المسؤولة ذات العلاقة والشركات نفسها بشكل طوعي وخصوصا في حالة عدم التعمد للغش أو إخفاء العيوب، على أن تأخذ الشركات بكل الوسائل العلمية الصحيحة خلال مراحل الإنتاج وإتباعها للمواصفات والمقاييس المعتمدة، وعندها يتم إخبار المستهلك فورا عن طريق الاتصال المباشر التليفون، الفاكس، الإيميل، أو طريق الأنترنت والجهات المرئية والمسموعة والمقروءة وغيرها داخليا وخارجيا، ويعطى المستهلك المعلومة الصحيحة وكيفية الاستبدال والإصلاح أو التعويض أو أي معلومات أخرى كفييلة بوقف الضرر بأنواعه المختلفة.¹⁸

وبما أنها حلقة متكاملة فإنه يجب على هذه الجهات التعاون فيما بينها وإقامة شراكات على المستوى الداخلي والتنسيق المستمر بين الجهات المعنية للتصدي بشكل فعال، بالإضافة إلى ضرورة التعاون الدولي من خلال:

- الاتفاق على نهج مشترك لجمع البيانات إنفاذ والتنمية الاقتصادية في إطار للإبلاغ عن الآثار الصحية والسلامة.
- أهمية تبادل المعلومات بين الدول من خلال المكاتب الإقليمية وإعداد قاعدة بيانات تضم أسماء وعناوين الجهات التي تمارس الغش والتقليد لمنع انتقال منتجاتها.
- حث الدول الأعضاء في منظمة الجمارك العالمية على وضع قوائم محددة وواضحة عن المؤسسات التي تمارس الغش التجاري أو التقليد وعناوينها وأنواع السلع والجهات التي تقوم بتسويقها في جميع أنحاء العالم.
- الضغط على الدول التي تنتج وتصدر سلع مغشوشة ومقلدة لحثها على إيقاف إنتاج وتصدير البضائع المغشوشة والمقلدة، وفرض عقوبات عليها في حالة عدم تجاوبها.
- إلزام المصانع وشركات الإنتاج بإصدار شهادات مطابقة للمواصفات العالمية المتفق عليها بحيث يعتمد على تلك الشهادات في قسم الواردات في مختلف الدول مع قيام الدول المستوردة بتحليل بيانات عشوائية للتأكد من مطابقة تلك المنتجات لما ذكر في شهادات المطابقة.

الخاتمة:

تعد جرائم الغش التجاري والتقليد والقرصنة مشكلة عالمية طويلة الأمد تظل تكبر في الحجم والتأثير الاقتصادي والاجتماعي وآثارها السلبية على صعيد الاستقرار والتجارة والاقتصاد للبلاد واضرارها بسمعة الدولة وعلى صحة وسلامة الانسان والحيوان والبيئة، الجزائر كباقي دول العالم لم تسلم من هذه الظاهرة التي تسربت مع تغيير سياستها الاقتصادية نحو الانفتاح وتحرير التبادل التجاري، لتشهد بعدها نموا من سنة لأخرى وتشمل كافة القطاعات في البلاد. أما عن أسباب هذه الظاهرة فمتعددة منها الاجتماعية التي تتعلق بسلوك المستهلك، اقتصادية تتعلق بلا أخلاقية التجار وانتشار الأسواق الموازية، تنظيمية كضعف القوانين الرادعة... ورغم تعدد الأسباب فإن الآثار وخيمة بدءا بالجانب الاجتماعي من خلال التأثير على صحة وسلامة المستهلك الجزائري، إلى الجانب الاقتصادي من حيث التأثير على سمعة الدولة في الأسواق الخارجية وتعرض الشركات الوطنية للفلاس أو تغيير النشاط، أما من الجانب المالي فقد ثبت دورها في خسارة الدولة لما يزيد عن 40 مليار دينار سنويا. ومن أجل محاربة هذه الظاهرة فقد سنت الجزائر العديد من القوانين كما حاولت تفعيل دور مختلف الهيئات الوطنية وكذا الدخول في شراكة و تعاون مع دول أو منظمات دولية، غير أنه وتحليل سياستها في مكافحة هذه الظاهرة تبين وجود الكثير من نقاط الضعف التي تعمل على تفاقم ظاهرة المتاجرة بالسلع المقلدة، مما يحتم ضرورة البحث عن حلول أخرى أكثر نجاعة وفعالية.

التهميشات:

¹ brunot patrick : la contrefaçon, coll: que sais je?,Presses Universitaires de France(PUF),1986,p 43.

² l'Union des Fabricants ,La contrefaçon, Documents émis par, Association française de lutte anti-contrefaçon, ,2008,p5.

³ brunot patrick, op cit, p44.

⁴ فرج علواني هليليل، جرائم التزييف و التزوير، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 1993، ص 17

⁵ Charles Clift , A review of statistical information on counterfeitng and piracy, Advisory Committee on Enforcement Seventh Session Geneva, November 30-December 1, 2011 WIPO/ACE/7/5,p 5.

Zachary A. Pollinger¹, Zachary A. Pollinger, Counterfeit Goods and Their Potential Financing of International Terrorism The Michigan Journal of Business, 2011, P 105.

⁷صامت آمنة، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية ، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 13، جانفي 2015، ص91.

⁸United States Trade Representative (USTR),**Country Report: Algeria**, United State, 2010, P 2.

- ⁹ التقليد جعل مجمع بي.سي.أر ينحسر إلى غاية 30 بالمائة من حصصه في السوق في ظرف 10 سنوات، نشر في يومية النهار يوم 27-11-2013 متاح على الموقع الإلكتروني <http://www.ennaharonline.com/ar/> تاريخ الإطلاع 18-02-2014 1سا:34د
- ¹⁰ كامل الشيرازي، الطحطاحة" عاصمة السلع المقلدة في الجزائر، <http://www.algeriatimes.net/> نشر بتاريخ 21 أوت 2011 تاريخ الإطلاع 28-02-2014 00سا:15د
- ¹¹ مجيد ، مجمع 'المراعي' تراجع عن الاستثمار في الجزائر بسبب تقليد منتوجه ، نشر في يومية الأنباء الجزائرية بتاريخ 01-03-2011 نقلا عن [صوت الأحرار](http://www.djazair.com) متاح على الموقع <http://www.djazair.com> تاريخ الإطلاع 28-02-2014 23سا:59د
- ¹² عبد الوهاب بوكروح ، شركتنا موتورولا وإيريكسون تغادران سوق الهاتف النقال بالجزائر نشر بيومية الأنباء الجزائرية بتاريخ 15-04-2009 مقلا عن [الشروق اليومي](#)
- ¹³ عبد الوهاب بوكروح، الدعم إلتهم 156 مليار دولار خلال 13 سنة، يومية الشروق، صفحة الحدث، العدد 4093، 31 جويلية 2013، ص 5.
- ¹⁴ المصلحة الولائية للشرطة القضائية، دور الشرطة في ميدان مكافحة التقليد. الجزائر ، فيفري 2010، متاح على الموقع <http://www.mincommerce.gov> تاريخ الإطلاع 30-01-2014 1سا:45د.
- ¹⁵ صامت آمنة، مرجع سابق، ص92
- ¹⁶ بناء على مقابلة أجريت مع مختص في مديرية أقسام الجمارك فرع باتنة.
- ¹⁷ حمود البخيتي، الاعلام و حماية المستهلك في ظل المتغيرات الاقتصادية، ندوة حماية المستهلك و الغش التجاري، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 13-17-01-2008، ص 13.
- ¹⁸ شبكة المستهلك العربي متاح على الموقع <http://www.arbcon.net> 28-02-2014 23سا:54د