

تقليد العلامات التجارية في الجزائر (حجمها واجراءات مكافحتها)

د.قارة ملاك

كلية العلوم الاقتصادية
جامعة عبد الحميد مهري
قسنطينة 2 (الجزائر)

ملخص:

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة تنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية بشكل سريع، هذه الأخيرة مست معظم القطاعات مما أثر سلبيا على المستهلك بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى الخسائر التي ألحقت بالشركات أصحاب العلامات التجارية الأصلية. يهدف هذا المقال إلى دراسة حجم ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، وأهم الإجراءات المتخذة لمكافحتها. **الكلمات المفتاحية:** العلامة التجارية، تقليد العلامة التجارية الأسواق الفوضوية، مصادر السلع المقلدة، الجمارك، الإجراءات والقوانين المحاربة للتقليد.

مقدمة:

تعد ظاهرة تقليد العلامات التجارية من أبرز الظواهر السلبية التي مست التجارة العالمية بنسب متفاوتة، هذه الأخيرة لم تقتصر على قطاع واحد، بل شملت العديد من القطاعات: كقطاع الألبسة، الأدوية، المواد الغذائية، قطاع الغيار، الأدوات الكهرومنزلية، مستحضرات التجميل، لعب الأطفال،.... الخ.

Abstract:

The world has recently witnessed the rise of the fast tendency of imitating trademarks that has an effect on almost all the sectors. Not only has it negative effects, on first and foremost, the consumer but causes colossal losses to the owners of genuine brands companies.

This article aims to study the extent of this phenomenon in Algeria and the most important measures to be taken to fight it.

Key words: trademarks, trade mark counterfeiting, chaotic markets, sources of counterfeit goods, customs, procedures and the laws of the warrior tradition.

د.قارة ملاك

هناك عدة عوامل ساعدت على تنامي هذه الظاهرة وانتشارها في معظم دول العالم بنسب متفاوتة، لعل من أبرزها:

- عولمة المبادلات التجارية العالمية؛
 - سهولة حركة السلع ورؤوس الأموال والخدمات؛
 - عولمة الاتصال؛
 - الاستحداث التكنولوجي واستخدامه في انتاج السلع المقلدة التي يصعب تمييزها عن المنتجات الأصلية، فأغلب السلع المقلدة أصبحت نسخة طبق الأصل من المنتجات الحقيقية، في حين كانت قديما تتميز برداءة جودتها وتغليفها.
- تعتبر الجزائر من بين أهم البلدان التي تعاني من ظاهرة تقليد العلامات التجارية، فحسب احصائيات منظمة USTR الأمريكية لسنة 2011، تم تصنيف هذا البلد في المرتبة الثالثة عالميا من بين البلدان المستقبلية للسلع المقلدة، بالرغم من قدم المجهودات المبذولة لمكافحة هذه الظاهرة، كالنص القانوني الذي ظهر في الجزائر سنة 1966 والذي يشير إلى التقليد.

اشكالية البحث:

- تتلخص اشكالية البحث فيمايلي: ماهي أهم الأسباب التي أدت إلى تنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر؟ وماهي الإجراءات المتخذة لمكافحتها؟ هذا ما يدفعنا إلى طرح جملة من الأسئلة تتمثل في:
- هل توجد المنتجات المقلدة في الأسواق بشكل كبير يعود إلى الإقبال الهائل عليها من طرف المستهلك؟
 - كيف يتم إدخال المنتجات المقلدة إلى الجزائر؟
 - هل توجد إجراءات صارمة متخذة لمكافحة ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر؟

فرضيات البحث:

- من أجل تغطية مختلف جوانب الموضوع قمنا بوضع الفرضيات التالية:
- نقص وعي المستهلك بخطورة المنتج المقلد أدى إلى زيادة الطلب عليه مما يشجع على زيادة عرضه.
 - هناك طرق مختلفة يستعملها مستوردو المنتجات المقلدة للتحايل على مصالح الجمارك من أجل إدخال هذه السلع عبر الحدود.
 - الإجراءات المتخذة من طرف المصالح المعنية لمحاربة التقليد تعاني من نقائص.

هدف الدراسة:

- نهدف من خلال هذه الدراسة إلى معرفة الأسباب التي أدت إلى تنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، ومدى نجاعة الإجراءات المتخذة للتقليل من حدتها، عن طريق التعرض إلى مايلي:
- جذور ظاهرة تقليد العلامات التجارية.
 - تعريف العلامة التجارية.
 - مفهوم تقليد العلامات التجارية.
 - أنواع التقليد.
 - مميزات تقليد العلامات التجارية.
 - الآثار الناجمة عن التقليد.
 - العوامل المشجعة على تنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر
 - كيفية دخول السلع المقلدة إلى الجزائر.
 - حجم ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر.
 - الإجراءات المتخذة لمكافحة هذه الظاهرة.

أهمية الدراسة:

تركز الدراسة بصورة أساسية على أهمية الموضوع، إذ لا يمكننا أن نتجاهل مدى خطورة ظاهرة تقليد العلامات التجارية على المستويين الدولي والمحلي (في الجزائر).

طريقة البحث:

اعتمدنا في انجاز هذه الدراسة على منهجين: الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي من أجل تحليل ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر وعرض مختلف المعلومات والإحصائيات المرافقة لها.

1- جذور ظاهرة تقليد العلامات التجارية:

في الواقع لا تعتبر هذه الظاهرة حديثة النشأة، بل تمتد جذورها الى أكثر من 2000 سنة ، ودليل ذلك الختم المزيف الموجود على جرة نبيذ روماني في متحف التزييف بباريس في فرنسا لعلامة نبيذ ايطالي الصنع كان ينتج في مناطق تسمى بكمبانيا (Companie) (1).

تجدر الإشارة إلى وجود في ذلك الوقت القانون الروماني كورنيليا فالسيس (La loi cornilia de falsis)، في عهد دكتاتورية كورنيليوس سنة 81 قبل الميلاد ، والذي ينص على: معاقبة التزوير، التغيير ، وتذويب الفضة والذهب (2).

في 16 ماي 1544 وضع مرسوما من قبل الملك الاسباني تشارلز كوينت (Chales Quint) ينص على عقوبة بتر يد كل شخص يقوم بالتزوير (3) .

أما في فرنسا فقد تم اصدار مرسوما في 23 جوان 1857 يعتبر التزوير جريمة يعاقب عليها، وبفضل هذا الأخير تم الاعتراف بحقوق الملكية الفكرية (4).

لقد بدأ انتشار ظاهرة التقليد مع الثورة الفرنسية التي تمخض عنها تطور حقوق الملكية الفكرية (1791- 1793) ، بالإضافة إلى ظهور الثورة الصناعية في المملكة المتحدة والتي نتج عنها بروز علامات تجارية رافقتها تقليدات لهذه العلامات (5).

ازدادت رقعة التقليد بشكل كبير في سنوات الثمانينات، بسبب عولمة التبادلات التجارية بين البلدان النامية و البلدان الغربية.

ومع تصاعد قوة اقتصاديات بلدان البريكس (الهند،الصين،البرازيل، روسيا) في سنة 2000 ، أصبح التقليد يمس مختلف القطاعات الصناعية، حيث قدر هذا الأخير بحوالي 7% من التجارة العالمية سنة 2005 (6)، فأغلب السلع المقلدة المنتشرة في العالم أي حوالي 80% من هذه الأخيرة تأتي من الصين، حيث يمثل قطاع التقليد في الصين من 15% الى 30% من الانتاج الصناعي أي حوالي 8% من الناتج الداخلي الخام و يوظف حوالي 5 ملايين عامل(7).

2- تعريف العلامات التجارية:

تم اصدار الأمر رقم: 06/03 المؤرخ في 2003/07/19 فعرف العلامة التجارية كما يلي: " العلامة هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص، الأحرف و الأرقام، و الرسومات و الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها ، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره.

3- تعريف التقليد:

هو اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية ولو أضاف إليها المقلد ألفاظا ، فالتقليد يمس كل العناصر المؤلفة للعلامة بغض النظر عن استعمالها من عدمه (8).

فعبارة (Contrefaçon) مأخوذة من كلمة لاتينية (Contrefaçere) والتي تعني إعادة الإنتاج بالتقليد.

أما في المعنى العام فهذه العبارة تعني التقليد الاحتيالي الذي يلحق أضرارا بالمالك الحقيقي للشيء المصنوع الأصلي (9).

د.قارة ملاك

وحسب التعريف المعطى من طرف (Comité National Anti Contrefaçon): "فان تقليد العلامات التجارية يعتبر بمثابة محاولة عمدية ومقصودة لغش المستهلكين وذلك عن طريق تقليد وبيع سلع تحمل علامة تجارية تشبه تماما العلامات التجارية للسلع الأصلية، لكنها تختلف في الجودة و النوعية إذ تكون ذات جودة رديئة مقارنة مع الماركات الأصلية".
ويأخذ التقليد أشكالاً مختلفة أهمها:

La copie	الاستنساخ
L'imitation	التزييف
Piratage	القرصنة
La ressemblance	التشابه

يمكن القول أن تقليد العلامات التجارية يمس السلع على مستويين:

- تقليد العلامة
- تقليد النموذج

4- أنواع تقليد العلامات التجارية:

هناك ثلاثة (03) أنواع من التقليد الخاص بالعلامات التجارية:

4-1- التقليد الكلي أو الاستنساخ (La copie):

وهو تقليد للعلامة الأصلية في كل شيء : الكلمات، الأشكال، الألوان، والأحجام،...الخ.
أي عمل نسخ طبق الأصل من العلامة الحقيقية.

4-2- التقليد الجزئي:

وهو تقليد لجزء أو عدة أجزاء من العلامة كتقليد الكلمات أو الرسومات فقط مثل : Puma و Fuma.

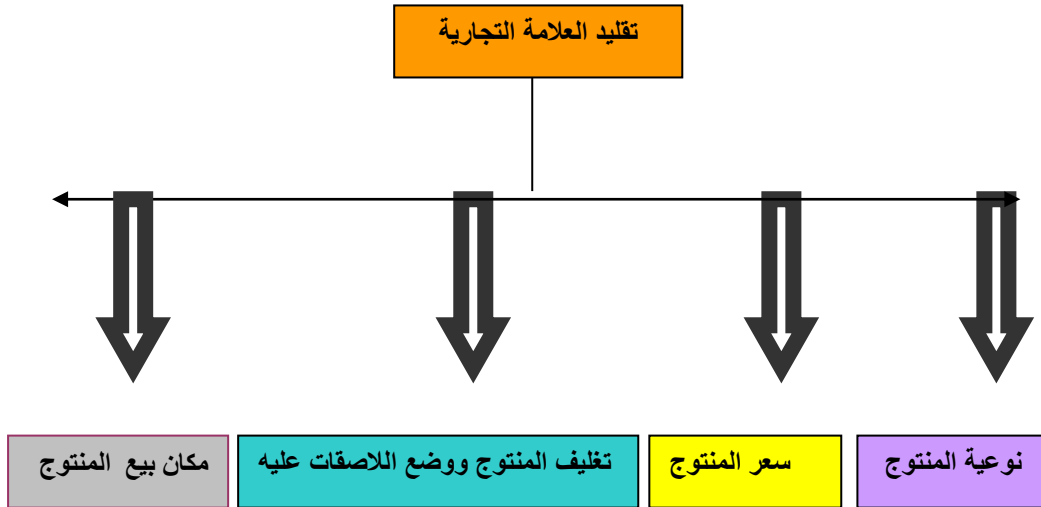
4-3- تقليد في منتجات تختلف عن المنتجات الأصلية:

أي استعمال العلامة ولكن وضعها على توضيب خاص بمنتجات التي تختلف في طبيعتها عن المنتجات التي تحمل العلامات الأصلية ، مثال : تقليد علامة ملابس (Nike) باستعمالها في لعب الأطفال.

5- مميزات:

تتجلى مميزات تقليد العلامة التجارية فيما يلي:

الشكل(1): مميزات تقليد العلامات التجارية



المخطط: من اعداد الباحثة

يمكن شرح المخطط كمايلي: (10):

- **نوعية المنتج (La qualité de produit)**: تكون نوعية المنتج المقلد في أغلب الأحيان رديئة مقارنة بالمنتجات الأصلية.
- **سعر المنتج (Le prix)**: تباع السلع المقلدة في معظم الأحيان بأسعار زهيدة مما يشجع على كثرة الاقبال عليها.
- **تغليف المنتج ووضع اللصقات عليه (L'emballage)**: يكون التغليف في معظم الأحيان مضطربا و محكما ، لكن عند قراءة اللاصقة نجد أخطاء املائية حول اسم المؤسسة ، العلامة، ... الخ .
- **مكان بيع المنتج (Le lieu de vente)**: يتم بيع المنتج المقلد في معظم الأحيان في الشوارع والأحياء الشعبية.

6- انعكاسات ظاهرة تقليد العلامات التجارية:

تخلف ظاهرة التقليد انعكاسات سلبية على:

6-1- المؤسسات:

إن انتشار السلع المقلدة يؤثر سلبا على المؤسسات المنتجة للسلع الأصلية ، إذ ينتج عن ذلك خسارة كبيرة لهذه المؤسسات على مستوى السوق بسبب المنافسة غير الشرعية للمؤسسات المقلدة لها، فأغلب الأفراد يشترون السلع منخفضة السعر بدون الأخذ بعين الاعتبار معايير جودة هذه الأخيرة. كما أن الخسارة التي تمس هذه المؤسسات تؤدي إلى ارتفاع البطالة ،فعلى سبيل المثال: خلال عشر سنوات الأخيرة قدر عدد مناصب الشغل المفقودة لدى المجموعة الأوروبية ب 100.000 منصب و 120.000 منصب في الولايات المتحدة الأمريكية. (11)

كما أن رداءة جودة المنتج المقلد يؤدي إلى:

- تشويه صورة العلامات التجارية للمنتجات الأصلية؛ فقد مس التقليد في الجزائر أهم الشركات الكبرى كالشركة الوطنية لصناعة التبغ والكبريت SNTA وشركة هنكل Henkel الألمانية لصناعة مواد التنظيف، والشركة الوطنية لإنتاج اللوالب، السكاكين والصنابير BCR.
- التأثير السلبي على مردودية المؤسسات الاستثمارية ، البحث، الإشهار و التطور التجاري.

6-2- المستهلكين:

إن المنتجات الخاصة بالتقليد تكون في أغلب الأحيان خطيرة على صحة المستهلكين (المنتجات الخاصة بالأدوية، بقطع الغيار الخاصة بالسيارات...الخ)، إذ تشير احصائيات السداسي الأول من سنة 2016 إلى ارتفاع حوادث المرور في الجزائر إلى حوالي 1084 حادث كان سببها الأول قطع الغيار المقلدة (12).

عموما تتمثل هذه الآثار في الجوانب التالية:

- الآثار السلبية على سلامة و أمان المستهلك؛
- التأثير على الحالة النفسية للمستهلك.
- بالإضافة إلى عدم قدرة المستهلك على إتباع طرق قانونية التي تسمح له باسترجاع أمواله التي خسرها جراء شراء هذا النوع من المنتجات، أو حتى التعويض على الضرر الصحي الذي قد يعاني منه هذا الأخير مدى الحياة .

6-3- على الاقتصاد المحلي وحركة التجارة العالمية:

يؤدي تنامي تقليد العلامات التجارية إلى إضعاف قطاعي: الصناعة والاستثمار، كما أن التقليد يؤثر على حركة الصادرات والواردات بين الدول فهو يفتح المجال للسوق السوداء والتهرب وإدخال البضائع المقلدة بشكل غير قانوني . كما يخلف التقليد آثارا سلبية أخرى تتمثل في:

د.قارة ملاك

- زعزعة الثقة في الأسواق المحلية، وفي سمعة الصناعة المحلية وبيئة الاستثمار، وفي الإضرار بوكلاء التجاربيين للسلع الأصلية؛
- التأثير على الخزينة العمومية بسبب التهرب الضريبي.

7- العوامل المشجعة على تنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر:

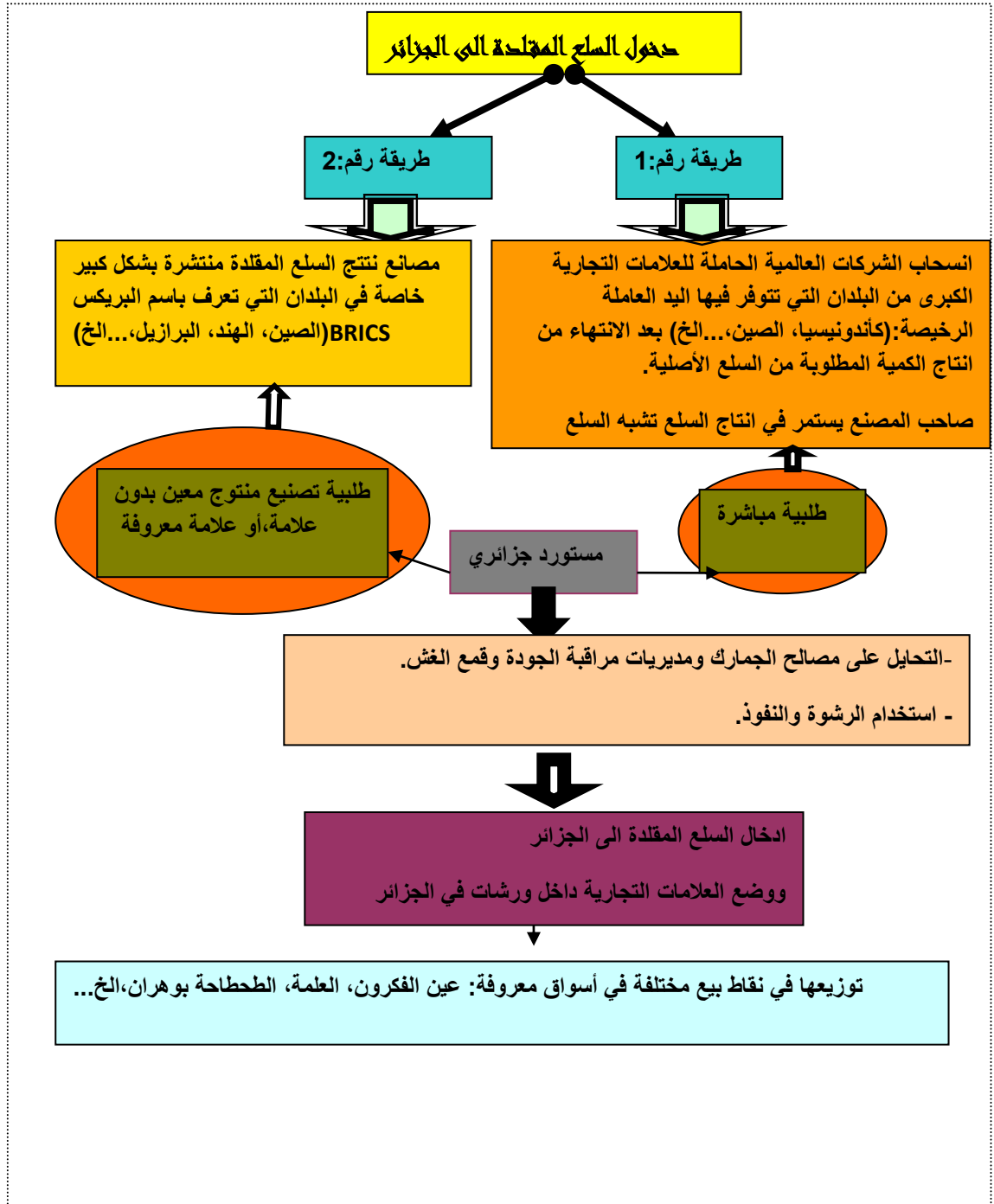
يمكن حصر هذه العوامل فيمايلي:

- عدم الدراية بالقوانين المتعلقة بحماية الملكية الثقافية وحقوق المستهلك؛
- نقص مشاركة المصالح المختصة في مكافحة الغش في توعية المستهلك؛
- نقص تأهيل الأعوان المختصين في قمع ومكافحة الغش؛
- نقص وسائل المراقبة والكشف عن المنتوجات المقلدة ، بالإضافة الى غياب المخابر المهيأة لذلك؛
- غياب التنسيق بين مختلف المصالح (الشرطة، الجمارك، الجهاز القضائي،..الخ) للبحث عن طرق مكافحة تقليد العلامات التجارية؛
- غياب الخبرة بالنسبة للمتعاملين الاقتصاديين الجدد ونقص معرفتهم بالأسواق العالمية (فأي شخص بإمكانه استيراد أي منتج)؛
- انتشار الغش وسط المنتجين المحليين الذين أصبحوا ينتجون منتجات مغشوشة ،فعلى سبيل المثال في أكتوبر 2006 ، تم القبض على شبكة في ولاية خنشلة تصنع مادة الجافيل (Javel) المغشوشة المقلدة لعلامة (Bref) التابعة لشركة (HENKEL) . (13) .
- انتشار الأسواق الفوضوية كمكان آمن لتسويق المنتوجات المقلدة؛
- الفراغ القانوني والتراخي في العمل الرقابي؛
- ضعف القدرة الشرائية للمستهلك مما يدفعه لاقتناء السلع المقلدة ؛
- البحث عن الربح السريع عن طريق تجنب مصاريف البحث، الإشهار والتسويق.

8- كيفية دخول السلع المقلدة الى الجزائر:

يمكن تلخيصها في المخطط التالي:

الشكل(2): كيفية دخول السلع المقلدة الى الجزائر



المصدر : من اعداد الباحثة بالاعتماد على :

- مداخلة بن حمادي والي ولاية برج بوعرييج ، يوم دراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية ، وزارة التجارة ، مديرية التجارة لولاية برج بوعرييج ، 2011، الجزائر.
- مقابلة أجرتها الباحثة مع مستورد جزائري للسلع المقلدة.

هناك طريقتين جد شائعتين يستعملهما المستورد الجزائري لاحضار السلع المقلدة إلى الجزائر:

الطريقة الأولى:

تقوم الشركات العالمية الحاملة للعلامات التجارية الكبرى وبهدف تقليص أعبائها إلى انتاج كميات معينة من سلعها في مصانع البلدان (كاندونيسيا، الصين، ...الخ) التي تتوفر فيها المواد الأولية الضرورية واليد العاملة الرخيصة .
لما تنتهي هذه الشركات من انتاج كمية السلع المطلوبة تنسحب من البلدان السابقة الذكر، إلا أن أصحاب المصانع يبقون ينتجون السلع بنفس الشكل و لكن بأقل جودة نظرا لاستعمالهم للمواد الأولية الأقل كلفة (انتاج سلع مقلدة).

يقوم المستورد الجزائري بتقديم طلبية مباشرة من أجل احضار هذه السلع المقلدة إلى الجزائر.

الطريقة الثانية:

يتوجه المستورد الجزائري إلى أحد مصانع البلدان التي تنتج السلع المقلدة، فمثلا هناك مكان في الصين يدعى شونكاوي يضم عدد كبير من المصانع المخصصة فقط لإنتاج السلع المقلدة، يقدم شكل السلعة المراد تصنيعها مثلا :الهاتف النقال، فيطلب الأمر حوالي ساعة فقط لصنع خمسة أو ستة أنواع متشابهة تختلف فقط في السعر نظرا للمادة المصنوعة منها.

يقوم المستورد باختيار النوع الذي يناسبه ويحدد مع صاحب المصنع حجم الطلبية، فيتم تحضير الطلبية بعد حوالي أربع (04) ساعات فقط والتي تضم عدد كبير من السلعة المطلوبة.

ما تجدر الإشارة إليه هو أن إعداد الطلبية يتم في نفس اليوم الذي قدمت فيه، وان معظم المستوردين الجزائريين لا يتكلمون اللغة الصينية ، وإنما يتم التعامل مع أصحاب المصانع بالإشارات فقط.

يتم إدخال السلع المقلدة إلى الجزائر عن طريق التحايل عبر مراكز العبور على مصالح الجمارك عن فتدخل السلع المقلدة بدون أية علامة (كأنها سلع عادية) ، ثم يقوم المستورد بوضع عليها العلامات التجارية داخل ورشات خاصة متواجدة في الجزائر.

كما أن المستورد يقوم بتقديم الرشوة أيضا من أجل إدخال السلع المقلدة التي تحمل علامات تجارية عالمية إلى الجزائر.

يتم فيما بعد توزيع السلع المقلدة في نقاط بيع معروفة ومستعدة لاستقبال الطلبيات : كأسواق العلومة، عين فكرون، تاجنانت، الطحطاحة بوهرا، الخ...

9- حجم ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر:

يعود تنامي ظاهرة تقليد العلامات التجارية المحلي أو المستورد في الجزائر إلى الانفتاح نحو الخارج وتحرير التجارة الخارجية في سنة 1991، حيث أصبح تقليد العلامات التجارية يمس جزء كبير من مختلف المنتجات كالعطور ومواد التجميل، قطع الغيار، السجائر، وحتى الأدوية. هذه المنتجات إما تصنع في الجزائر أو تستورد من الخارج.

يمثل الجدول رقم (01) نوعية السلع المغشوشة المتواجدة في الأسواق الجزائرية: خلال الفترة: 2005-2015

الجدول رقم (01) : نوعية السلع المقلدة المتواجدة في الأسواق الجزائرية الفترة (2005- 2015)

السلع المقلدة	20 05	20 06	200 7	200 8	200 9	201 0	201 1	201 2	201 3	20 14	201 5
ملابس رياضية	-	-	-	-	10, 92	86, 68	64, 02	21, 66	22	16	2.6 1
أدوات كهرومنز زلية	1	28	-	0,3 9	0,4 7	9,5 4	-	7,5 9	1,0 4	5	0,3
قطاع غير	28	28	12, 25	10, 24	0,1 2	2,3 7	-	1,1 5		6	0,1 9
خردوات	-	4	3,7 7	-	4,0 3	0,3 2	2,3 4	1,1 6			
مواد تجميل	1	18, 5	30, 86	81, 85	29, 74	-	30, 74	59, 01	70, 93	60	29, 40
أدوات كهربائية	2	19	13, 45	1,9 5	2,0 9	1,9	2,0 9	8,5 9	- 6,7 2	3,3	2
سجائر	66	-	30, 68	-	40, 75	-	-	0,8 4			
مواد غذائية	2	2,5	8,9 9	5,5 7	0,5 9	-	-	-		11	64, 41

source : -Direction générale de la surette nationale, direction de la police judiciaire, sous direction de la police scientifique et technique : Etude du phénomène de la contrefaçon et de la falsification dans les domaines industriels, janvier 2007, Alger, p13.

- Direction de lutte contre la fraude : la contrefaçon en Algérie, 2007, p4.

-Yasmine Ferrou : Contrefaçon: Quelle riposte face a la déferlante, Economia, Revue de l'économie et de la finance, N°5, Novembre 2007, p24.

- Direction générale des douanes : direction de la lutte contre la fraude : modalité d'intervention de l'administration des douanes en matière de répression de la contre façon, 2011, p22.

- Direction du renseignement douanier : sous -direction de la lutte contre la contre façon : Bilan de l'activité de la lutte contre la contre façon, 2016.

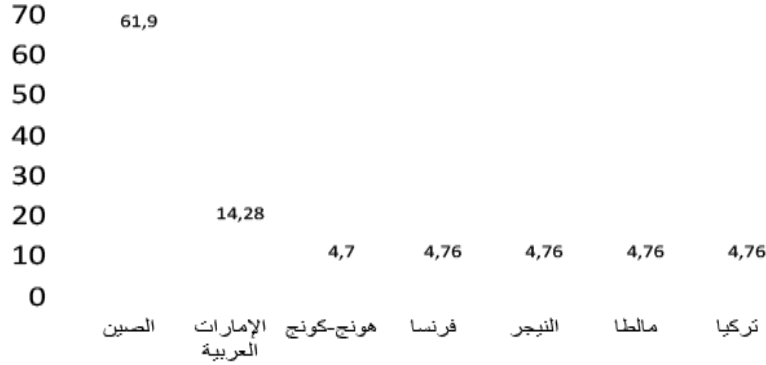
من خلال الجدول السابق نلاحظ أن تقليد العلامات التجارية مس مختلف القطاعات الاقتصادية بنسب متفاوتة في الفترة الممتدة بين 2005 و 2015. ومن بين الأنشطة التي تعرضت للتقليد بنسب كبيرة نجد : مواد التجميل والتي بقيت تحتفظ بنسب عالية من سنة 2007 إلى غاية سنة 2012 (70,93%) وقد أسفرت التقارير المخبرية عن احتواء مواد التجميل المغوشة على مادة خطيرة هي الرصاص بالإضافة الى الطباشير ومواد أخرى سامة ،ومن أهم أسماء الماركات العالمية المقلدة المتواجدة في الأسواق

د.قارة ملاك

الجزائرية: كريستين، هولي، اليزابيت، لوريال. كما نجد قطاع السجائر الذي بلغ ذروته سنة 2005 بنسبة 66% وقد وجد أن منتوج الشمة المغشوش مصنوع من فضلات الحيوانات وزيت السيارات والزجاج ، أما الملابس الرياضية فقد بلغت أعلى نسبة سنة 2012 (86,6%) ولوحظ أن المواد المصنوعة منها هذه الألبسة سببت في الحساسية والتهابات جلدية خطيرة ، في حين بلغت نسبة المواد الغذائية سنة 2015 ب(64,41%) و من بين أهم المواد التي تم تقليدها: شاي الخيمة وطماطم كاب وزيت المائدة ايليو.

تجدر الإشارة بالذكر أن معظم هذه السلع المقلدة تأتي من الخارج ، الشكل الموالي يبين أهم البلدان المنتجة للسلع المقلدة المتواجدة في الأسواق الجزائرية سنة 2009

الشكل رقم (3):البلدان المنتجة للسلع المغشوشة المتواجدة في الجزائر سنة 2009 الوحدة: %



المصدر: أحمد بلقاسم: تطبيق اتفاقية تريبس على حماية المستهلك في الوطن العربي وقصور التشريعات على محاربة التقليد الجزائر نموذجاً، كلية الحقوق والتجارة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.

- Direction générale des douanes: Modalités d'intervention en matière de lutte contre la contrefaçon, Alger, Novembre 2006, p20.

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن أكبر البلدان المنتجة للسلع المقلدة هي الصين بنسبة (61,9%) ، ثم تليها الإمارات العربية بنسبة (14,28%)، أما فرنسا وتركيا والنيجر ومالطا فيمثلون أقل نسبة (4,7%).

يمثل الجدول التالي أهم البلدان المنتجة للسلع المقلدة المتواجدة في الأسواق الجزائرية خلال الفترة: (2007-2012)

الجدول رقم (2):البلدان المنتجة للسلع المقلدة المتواجدة في الجزائر الفترة: 2007-2012 الوحدة: (%)

تقليد العلامات التجارية في الجزائر (حجمها واجراءات مكافحتها)

الصين	امارات	تركيا	ايطاليا	فرنسا	كوريا	اليابان	هونج كونج	الهند	اندونيسيا
200	47,7	8,57	-	14,3	0,2	-	-	-	-
7	1	-	-	3	3	-	-	-	-
200	64,2	-	-	7,6	-	5,71	7,6	-	7,69
8	8	-	-	9	-	-	9	-	-
200	72,7	3,03	6,0	14,2	-	-	3,0	-	-
9	2	6	8	6	-	-	3	-	-
201	94,0	0,45	2,9	1,6	-	-	0,6	-	-
0	4	8	-	7	-	-	3	-	-
201	96,4	-	3,5	-	-	-	-	-	-
1	4	6	-	-	-	-	-	-	-
201	33,5	59,1	6,9	-	1,0	-	0,6	-	-
2	2	5	6	-	4	-	6	-	-

Source:-Direction générale des douanes : direction de la lutte contre la fraude :modalité d'intervention de l'administration des douanes en matière de répression de la contre façon, Alger,2011,p22.

- Direction du renseignement douanier : sous –direction de la lutte contre la contre façon : Bilan de l'activité de la lutte contre la contre façon, Alger ,2013.p2.

نلاحظ من الجدول السابق أن الصين تحتل دائما المرتبة الأولى في انتاج السلع المقلدة المتواجدة في الأسواق الجزائرية (96,44%) سنة 2011.

كما يلاحظ ارتفاع كبير في نسبة انتاج السلع المقلدة في الامارات العربية المتحدة ، فبينما كانت سنة 2011 تقدر ب 0,45 % وصلت سنة 2012 الى 59,15%.

يمثل الجدول التالي مصدر السلع المقلدة المستوردة إلى الجزائر خلال الفترة ما بين:(2007-2015).

الجدول رقم (3): مصدر السلع المقلدة المستوردة إلى الجزائر الفترة:2007-2015
الوحدة(%)

الصين	امارات	تركيا	ايطاليا	فرنسا	كوريا	تونس	هونج كونج	اندونيسيا
2007	26,32	34,21	7,89	-	10,5	7,14	10,53	-
2008	35,71	14,28	-	14,28	7,14	2,63	7,41	7,14
2009	60,60	18,18	3,03	-	6,06	-	3,03	-
2010	75,40	2,91	2,98	0,79	-	0,67	20,63	-
2011	96,44	-	3,56	-	-	-	-	-

د.قارة ملاك

-	-	0,64	-	-	6,96	60,42	30,30	2012
		--	-	4,33	46,66	-	36,66	2013
2,86	5,72	3,22	3,22	6,45	6,45	3,22	61,29	2014
	3,4		-	-	50	5,2	32	2015

Source :-Direction générale des douanes : direction de la lutte contre la fraude, Op.Cit, p22.

-Direction du renseignement douanier, Op.Cit, p3.

- Mancef wafi : En Algérie, la turque détrône la chine : la contrefaçon change de look, quotidien d'oran, 26 février 2014.

-Fadila Ghodbane,sous directrice chargée de la lutte contre la contrefaçon à la direction générale des douanes (DGD) , 2014.

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن الصين والإمارات العربية المتحدة يحتلان المراتب الأولى في تصدير السلع المقلدة إلى الجزائر ، إذ بلغت نسبة الاستيراد من الصين سنة 2011 : 96,44% وهي نسبة جد مرتفعة وهذا ما يعني الإقبال الكبير لاستيراد السلع المقلدة من هذا البلد من قبل المستوردين الجزائريين، لتتخفف هذه النسبة سنة 2012 إلى 30,30% ، في حين ارتفعت نسبة الاستيراد من الإمارات العربية المتحدة من 2,91% سنة 2010 إلى 60,42% سنة 2012 . أما في سنة 2013 فنجد أن تركيا احتلت الصدارة بنسبة تقدر ب 46,66 % ثم تليها الصين بنسبة 36,66 % . أما في سنتي 2014 و 2015 فقد احتلت الصدارة كل من الصين بنسبة 61,29 % وإيطاليا بنسبة 50 %.

10- الإجراءات المتخذة لمكافحة هذه الظاهرة:

بهدف مكافحة تقليد العلامات التجارية في الجزائر ، قامت عدة هيئات وطنية باتخاذ الإجراءات اللازمة من أجل ذلك، نذكر من بينها:

10-1- على مستوى التشريعات والقوانين:

تعتبر الجرائد الرسمية أهم المصادر القانونية التي اهتمت بسن قوانين ومراسيم صارمة اتجاه ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر ، نذكر أهمها:

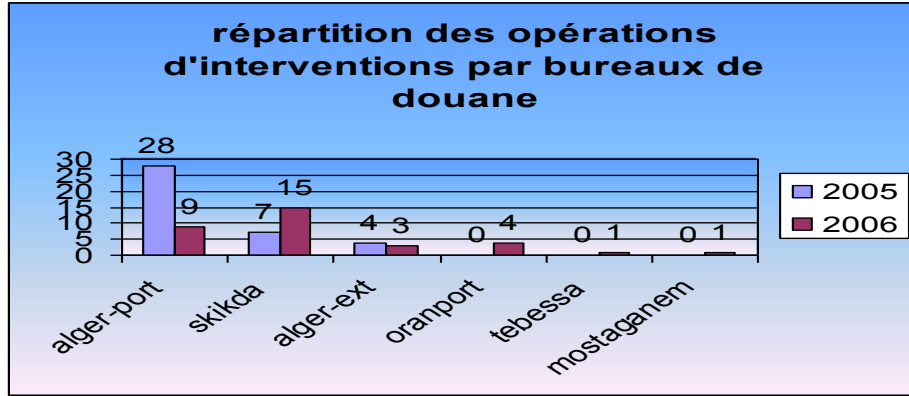
- المرسوم التشريعي رقم 93 - 17 مؤرخ في 23 جمادى الثانية عام 1414 الموافق ل 7 ديسمبر سنة 1993 المتعلق بحماية الاختراعات والمتضمن المواد: 12، 13 و 14.

أما المواد: 31 إلى 34 فقد خصت العقوبات المتعلقة بجنحة التقليد أهمها:

- الحبس من شهر واحد وستة أشهر.
- غرامة مالية تقدر من 40000 دج إلى 400000 دج.
- صدور القانون 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، حيث منعت المادة 26 منه: كل الممارسات التجارية المخالفة للأعراف التجارية النظيفة .
- المرسوم التشريعي رقم 03-09 الصادر في 29 صفر عام 1430 والموافق ل 25 فبراير سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- أما العقوبات والمخالفات المنصوص عليها في هذا التشريع فهي:
- الحبس لمدة 5 سنوات.
- غرامات مالية تتراوح ما بين 200.000 دج الى 1.000.000 دج حسب نوعية العقوبة.

- 10-2- على مستوى مصالح الجمارك:

- تقوم مصالح الجمارك بعدة تدخلات سمحت لها بحجز عدد معتبر من السلع المغشوشة عبر مختلف موانئ الجزائر مثلما يوضحه الشكل التالي:
- الشكل رقم (04): تدخلات مصالح الجمارك عبر مختلف موانئ الجزائر الفترة: 2005-2006



Source :Direction générale des douanes :Modalités d'intervention en matière de lutte contre la contrefaçon,Alger,Novembre2006, p2.

نلاحظ من خلال الشكل السابق أن مينائي الجزائر و سكيكدة يحتلان المرتبة الأولى من حيث تدخلات مصالح الجمارك وذلك خلال سنتي: 2006-2005 ، ليأتي بعدهما كل من ميناء وهران، تبسة ومستغانم.

يمثل الجدول التالي عدد التدخلات التي قامت بها مصالح الجمارك عبر مختلف المناطق الجزائري في الفترة الممتدة من 2007 الى 2012:

الجدول رقم(4): تدخلات مصالح الجمارك عبر مختلف المناطق الجزائرية الفترة:2007-2012

السنة	2007	2008	2009	2010	2011	2012
التدخلات						
ميناء الجزائر	06	07	09	58	26	47
وهران	03	-	02	-	03	-
قسنطينة	21	12	05	15	03	06
تبسة	-	-	-	01	-	-
سطيف	-	-	02	-	-	-
اليزي	-	-	02	-	-	-
عنابة	-	-	-	-	02	01

Source :-Direction générale des douanes : direction de la lutte contre la fraude, Op.Cit, p24.

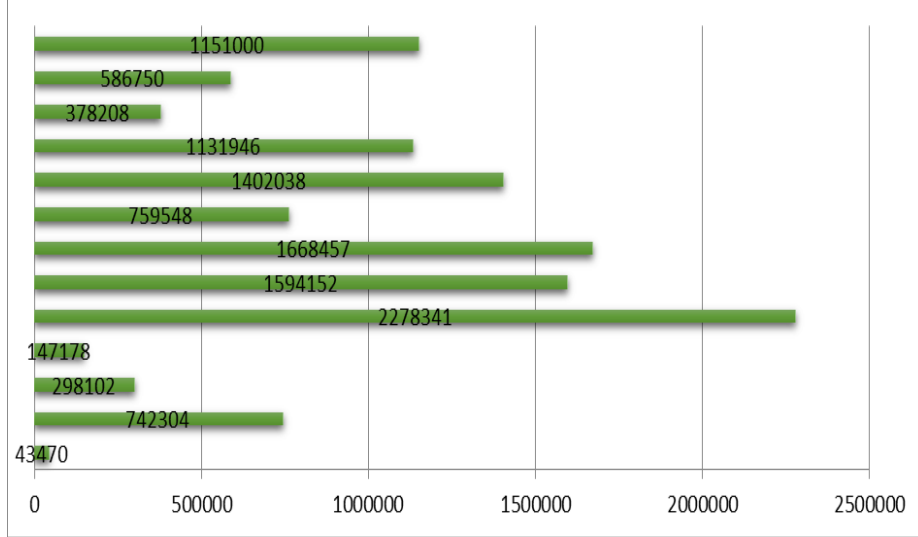
-Direction du renseignement douanier, Op.Cit, p5.

د.قارة ملاك

يتبين لنا من خلال الجدول السابق أن تدخلات مصالح الجمارك كانت بشكل كبير بميناء الجزائر ومطار قسنطينة خلال الفترة 2007-2012، مما يدل على أهمية هاتين المنطقتين في استقبال العدد الهائل من السلع المقلدة.

إن الرقابة المشددة لمصالح الجمارك المتواجدة عبر مختلف أنحاء الموانئ، مكنتها من حجز كمية معتبرة السلع المغشوشة، مثلما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم(05): كمية السلع المقلدة المحجوزة قبل مصالح الجمارك الفترة: 2003-2015 الوحدة: الآلاف



Source :-Direction générale des douanes,2006, Op.Cit, p4.

-Direction générale des douanes : direction de la lutte contre la fraude, Op.Cit, p26.

-Direction du renseignement douanier, Op.Cit, p5.

حسب الشكل رقم (05) نلاحظ أن أعلى كمية من السلع المحجوزة كانت في سنة 2007 حيث بلغت 2278341، لتتناقص هذه القيمة إلى 759548 سنة 2013، ثم ترتفع من جديد خلال سنتي 2014 و2015 لتصل إلى 1402038 و 1131946 على التوالي، وهذا ما يدل على كبر حجم ظاهرة التقليد في الجزائر بالرغم من المجهودات المبذولة من قبل مصالح الجمارك.

أما فيما يخص الإطار القانوني، فإن مديرية الجمارك قامت بتكييف قانون الجمارك الساري المفعول منذ سنة 1977، لاسيما في مجال المنازعات والتحصيل الجبائي ومكافحة التقليد والشرطة البحرية وغيرها....

كما قامت أيضا مصالح الجمارك بإبرام اتفاقيات شراكة مع أصحاب العلامات التجارية لتكثيف تبادل المعلومات في هذا المجال إعطاء تكويناً لأعوان مصالح الجمارك، نذكر أهمها: (14)

- إبرام اتفاقية يوم 05 ماي 2007 مع بريتيش أمريكا تاباكو **British American Tobacco**.

- إبرام اتفاقية يوم 18 جوان 2007 مع يونيليفر **Unilever**.

- في 11 ديسمبر 2007 قامت المديرية العامة للجمارك بإمضاء اتفاق مع شركة فيليبس

موريس (**Philip Morris**) الدولية من أجل التوسيع الأكثر في مجال تبادل المعلومات، التدريب والتنسيق لمكافحة التهريب والتزيف خاصة في منتجات السجائر.

تقليد العلامات التجارية في الجزائر (حجمها واجراءات مكافحتها)

- في 08 أكتوبر 2007 إمضاء عقد اتفاق مع شركة نستلي (Nestle) ، وفي 10 أكتوبر من نفس السنة ، تم أيضا إمضاء عقد اتفاق مع الشركة الوطنية لصناعة الحنفيات والسكاكين والمسامير (BCR) .

- خلال سنة 2012 أعطيت عدة تكوينات لأعوان الجمارك من أجل التعرف على التقنيات التي تساعد على التعرف على السلع المقلدة مثل: BIC, Colgate, HP, Bourgeois, Epson . (15).

- إنشاء موقع (rubrique contrefaçon) من قبل المديرية العامة للجمارك يهدف الى توعية المستهلك حول العلامات التجارية، الرسوم و أنواع السلع المقلدة الموجودة في الأسواق الجزائرية.

10-3-على مستوى وزارة التجارة:

في إطار محاربة تقليد العلامات التجارية ، قامت وزارة التجارة باتخاذ عدة تدابير ، نذكر من بينها: (16)

- قامت الوزارة في سنة 2004 بإنشاء مركز خاص لتدريب وتأهيل أعوان المراقبة.

- إنشاء مخبر مجهز بأجهزة حديثة الخاص بمراقبة مكونات المنتج .

- تشغيل حوالي 1500 إطار جامعي اختصاصي في ميدان المراقبة بهدف تحسين مستوى أعوان المراقبة.

- وضع برنامج يسمح بتوسيع مجال المراقبة خاصة في المناطق التي تفنقر إلى المراقبة.

- تتكفل وزارة التجارة بالشكاوي المتعلقة بالتقليد مثلما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم(5): الشكاوي المتعلقة بالتقليد المتكفل بها من قبل وزارة التجارة الفترة: 2010-2004

الشكاوي المعالجة من طرف الإدارة المركزية لوزارة التجارة		هوية مقدمي الشكاوي المتعلقة بالتقليد		طبيعة الشكاوي المتعلقة بالتقليد		مصدر المنتج موضوع الشكاوي المتعلقة بالتقليد	
عدد الشكاوي الواردة	496	صاحب العلامة نفسه أو محاماة موكل	81%	صاحب الشكاوي مصنع	52%	منتج مقلد مستورد	62%
الشكاوي المتعلقة بالتقليد	119	مصالح حكومية جزائرية أو أجنبية	10%	صاحب الشكاوي مستورد	48%	منتج مقلد محلي	33%
نسبة الشكاوي المتعلقة بالتقليد للعدد الكلي	25%	مصادر أخرى	09%	-	-	منتج مجهول المصدر	05%

- المصدر: سفيان فريش، مديرية مراقبة التجارة وقمع الغش، مداخلته تحت عنوان: دور وزارة التجارة في محاربة التقليد، يوم دراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية، وزارة التجارة، مديرية مراقبة التجارة وقمع الغش لولاية برج بوعرييج، 2011، الجزائر.

لقد تمت دراسة الشكاوي المذكورة في الجدول السابق من قبل الادارة المركزية لوزارة التجارة، وتم التحقيق في حوالي 82% منها، أما الباقي فلم يفلح في التحقيق فيه نظرا الى وجود نقائص في الشكاوي المقدمة مثل: (17)

- الشكاوي الواردة من المستورد لا يشير فيها الى أنه ممثل لعلامة المنتج الذي قام باستيراده، أو أنه لا يشير الى أنه قام ايداع أو تسجيل العلامة.
 - صاحب الشكوى يقدم شكوى خالية من أية معلومات تتعلق المتعاملين الذين قاموا بتقليد منتوجه، أو الأسواق التي يتواجد بها منتوجه.
 - شكوى تقدم من هيئة ما تعلق بعلامة صاحبها مجهول، أو أنه لا يوجد ممثل للعلامة.
- أما فيما يتعلق بنتائج التحقيق في الشكاوي المتعلقة بالتقليد خلال الفترة: 2004-2010 فقد أسفرت على مايلي: (18)

- مجموعة من الشكاوي التي تم فتح تحقيق فيها أسفرت عن حجز لمواد مقلدة، ومتابعات قضائية ضد أصحاب و موزعي هذه المنتوجات.
- مجموعة أخرى من الشكاوي لم تسفر عن إتخاذ إجراءات وذلك أن التحقيقات أسفرت عن أن:
 - أ- عدم العثور على المنتج محل الشكوى في السوق؛
 - ب- عدم العثور على الشركة المدعى عليها في العنوان المبلغ عنها فيه؛
 - ج- يتضح أثناء التحقيق بأن صاحب الشكوى لا يمتلك طلب الإيداع أو التسجيل للعلامة؛
 - د- يتضح أن هناك اختلاف بين العلامتين عكس ما يدعيه صاحب الشكوى.

4-10- على مستوى مصالح الأمن:

انشاء المخبر المركزي للشرطة العلمية، والذي كان له دورا كبيرا في اكتشاف التقليد عن طريق الخبرات التي قام باجرائها على السلع المشكوك فيها، وخلال السنوات الأخيرة (ابتداء من سنة 2008)، قام بانجاز ما يقارب 55 خبرة (19).

كما تم في شهر ديسمبر 2008 إنشاء 15 فرقة جديدة مست التقليد و لقد استفاد أيضا إطاراتها و أعوانها من تريبص تكويني متخصص.

لقد بلغ العدد الإجمالي 30 ثلاثون فرعا متخصص في مكافحة التقليد عبر التراب الوطني و التي شملت كل من أمن الولايات التالية/- الجزائر - تلمسان - وهران - تبسة - البليدة - عنابة - تيارت - قسنطينة - عين الدفلى - سيدي بلعباس - تيزي وزو - سطيف - سوق أهراس - مستغانم - ورقلة - بشار - باتنة - البيض - الوادي - أدرار - غليزان - قالمة - المسيلة - سعيدة - بجاية - برج بوعرييج - بومرداس - سكيكدة - الشلف - تيسمسيلت .

جدول رقم(6): إحصائيات المديرية العامة للأمن الوطني على مستوى التراب الوطني بالنسبة لقضايا المساس بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة
الفترة: 2007-2009

تقليد العلامات التجارية في الجزائر (حجمها واجراءات مكافحتها)

عدد المؤلفات CD- DVD-K7- OUVRAGES	الخسائر المترتبة للديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة	الأشخاص عدد المتورطين	عددالقضايا المسجلة	السنوات
98608	34.350.497,00 دج	253	228	2007
159901	41.907.344,20 دج	330	324	2008
109965	49.834.228,00 دج	372	360	2009

المصدر: المصلحة الولائية للشرطة القضائية: دور الشرطة في مكافحة التقليد، الجزائر، فيفري 2010.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن ارتفاع القضايا المسجلة والمتعلقة بمساس حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة ، إذ ارتفعت من 228 قضية سنة 2007 إلى 360 قضية سنة 2009 ومانتج عنها من خسائر مست بشكل كبير الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

الجدول رقم(7): عدد القضايا المتعلقة بتقليد قطع غيار السيارات خلال الفترة: 2007-2009

السنوات	القضايا المسجلة	عدد الأشخاص المتورطين
2007	19	58
2008	31	59
2009	18	30

المصدر: المصلحة الولائية للشرطة القضائية، نفس المرجع، ص6.

- لقد أسفرت مجهودات الشرطة القضائية اعلى حيز سنة 2008 قطع غيار السيارات مقلدة تحمل علامة طويوتا ، قدر عددها بـ 22049 قطعة.
- بالرغم من المجهودات المبذولة سواء على مستوى الجمارك أو وزارة التجارة أو مصالح الأمن، إلا أنها لم تستطع القضاء على ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، وذلك راجع إلى:
- نقص الاتفاقيات المبرمة بين مصالح الجمارك والشركات أصحاب الماركات المعروفة، مما يؤدي إلى نقص الخبرة والمعلومات لدى مصالح الجمارك.
- عدم الصرامة والجدية في تطبيق القوانين المتعلقة بالتقليد،
- نقص الحملات التحسيسية للمستهلك بخطورة المنتج المقلد يدفع بهذا الأخير إلى اقتنائه بشكل كبير بالنظر إلى سعره الزهيد.
- غياب التنسيق بين مختلف المصالح (الشرطة، الجمارك، الجهاز القضائي،..الخ) للبحث عن طرق مكافحة تقليد العلامات التجارية

الخاتمة:

يمكن القول في الأخير بأن التقليد هو مشكلة تقع على عاتق الجميع، ومحاربته يتطلب جهودا كبيرة يجب أن يتقاسمها كل من :

-المستهلك عن طريق تخليه عن منطلق البحث عن السلعة بأقل سعر دون النظر إلى جودتها وبالتالي التعااضي عن مساوئ السلعة المقلدة وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى التي تقول: نقص وعي المستهلك بخطورة المنتج المقلد أدى إلى زيادة الطلب عليه مما يشجع على زيادة عرضه.

-المستورد عن طريق تخليه عن فكرة البحث عن الربح السريع واستعمال الطرق والوسائل للتحايل على الجمارك من ادخال السلع المقلدة دون الأخذ بعين الاعتبار الأضرار التي ستلحقها هذه الأخيرة بالمستهلك والتي تؤدي في بعض الأحيان إلى موته، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية التي تقول:

هناك طرق مختلفة يستعملها مستوردو المنتجات المقلدة للتحايل على مصالح الجمارك من أجل ادخال هذه السلع عبر الحدود.

-السلطات المعنية عن طريق تظافر مجهوداتها ، والتنسيق بين مختلف مصالحها: الجمارك، الأمن، وزارة التجارة،... الخ. من أجل الوصول إلى نتائج ايجابية أكثر في محاربة التقليد، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة التي تقول: الإجراءات المتخذة من طرف المصالح المعنية لمحاربة التقليد تعاني من نقائص.

على هذا الأساس يمكن اقتراح جملة من التوصيات نذكر أهمها:

- التأكيد على أهمية التعاون الدولي لمكافحة التقليد وتكثيف تبادل المعلومات بشأنه.
- ضرورة مراقبة الأسواق من قبل السلطات المعنية بصفة دورية لمنع تداول وبيع المنتجات المقلدة.
- تكثيف البرامج التدريبية لموظفي القطاعات الحكومية المختصين بمكافحة الغش التجاري
- ضرورة تكثيف تبني حملات البرامج التوعوية للتعريف بمخاطر التقليد من أجل رفع درجة الوعي لدى المستهلك.
- وضع خطط استراتيجية هادفة لحماية حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية، والحد من ممارسة الغش التجاري والتقليد.
- تشديد الرقابة على المنتجات المقلدة خاصة في قطاع الأدوية والمواد الغذائية من أجل الحفاظ على صحة وسلامة المستهلكين.
- ضرورة تطبيق عقوبات جد صارمة على مستوردي وموزعي السلع المقلدة.
- تشديد الرقابة على السلع المستوردة من أجل التقليل من استيراد السلع المزيفة والاستفادة من تجارب البلدان الأخرى في هذا الميدان
- إنشاء لجنة لمحاربة التقليد كاللجنة الوطنية لمحاربة التقليد بفرنسا (CNAC)، تعمل في إطار النزاهة والصرامة من أجل تفعيل وتشديد القوانين واللوائح المتعلقة بمحاربة التقليد.
- ان صاحب العلامة هو الطرف المعني أكثر بحماية العلامة، وأول خطوة في سبيل ذلك هي تسجيلها.

قائمة المراجع:

- 1-G.Laval.D.Stoenes et M.Parons, La contrefaçon : peut-on arrêter cette pratique ? (www.tpelacontrefacon.blogspot.com), janvier 2009, P2.
- 2- Michel Amandry , Roman provincial Coinage : La monnaies irrégulières, BNF, volume1, 1992, France, p1 .
- 3- Gilles Perrant : La contrefaçon, article de la revue Experts, n 63, 2004, P5.
- 4- Alain Debouchony : Que sais-je ?, puf , 2006, P12 .
- 5- Monot Bleuzenn : La guerre de la contrefaçon, ed Ellipses, 2009, P36.
- 6- Pierre Delval : Le marché mondial du faux, ed Cnrs, 2010, P 15.
- 7- Detibo Rossat : La chine et la contrefaçon une langue histoire, chroniques de chine,2012, P28 .

- 8- Bernard Pochon : De la création à la contrefaçon des marques , ed puits fleuri, France,2007, P14.
- 9- Gerard Cormu : Vocabulaire juridique, ed presses universitaires de France ,1997.
- 10- Cnac et Inpi : « la contrefaçon, non merci », campagne de mobilisation nationale contre la contrefaçon, 2006, P1.
- 11- Commission des communautés européennes, 2006.
- 12- الرائد أحمد بن نارف :حوادث المرور في الجزائر، مركز تنسيق المرور ، الدرك الوطني، حصة من واقعنا، القناة الجزائرية الأرضية، 12 سبتمبر 2016.
- 13-Spa Henkel : La contrefaçon en Algérie, Colloque international sur la contrefaçon, Hotel aurasi, Alger, 15-16 janvier 2007.
- 14- قارة ملاك: اشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر مع عرض ومقارنة تجارب: المكسيك، تونس و السنغال، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص207.
- 14- Direction du renseignement douanier : sous –direction de la lutte contre la contrefaçon : Bilan de l’activité de la lutte contre la contrefaçon, Alger, 2013, p4 .
- 15-Fadila Ghodbane,sous directrice chargée de la lutte contre la contrefaçon à la direction générale des douanes (DGD) , 2014.
- 16- أحمد بلقاسم: تطبيق اتفاقية تريبس على حماية المستهلك في الوطن العربي وقصور التشريعات على محاربة التقليد الجزائر نموذجا،كلية الحقوق والتجارة، جامعة عبد الحميد بن باديس،مستغانم.
- 17- قارة ملاك ، مرجع سبق ذكره، ص.207
- 18- سفيان فريش، مديرية مراقبة التجارة وقمع الغش، مداخلتة تحت عنوان:دور وزارة التجارة في محاربة التقليد ،يوم دراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية ، وزارة التجارة، مديرية مراقبة التجارة وقمع الغش لولاية برج بوعرييج ،2011، الجزائر.
- 19 - شافعي بشير قائد الكتيبة الاقليمية للدرك الوطني: محاضرة حول جرم تقليد العلامات التجارية، برج بوعرييج، 2010.