



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مولود معمري - تيزي وزو -
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



إنشاء تطبيق لبيع منتوجات الخيزران والحلفاء
إلكترونيا QFIFAT DZ
[إنتاج حاويات عصرية من الخيزران والحلفاء]

مذكرة لنيل شهادة الماستر في إطار القرار الوزاري 1275
تخصص: قانون الأعمال

إشراف الأستاذة:

- أكسوم عيلا م رشيدة

إعداد الطالبة:

- مولا ليزا

لجنة المناقشة:

- أ.د/ إقلولي/ ولد رابح صافية، أستاذة التعليم العالي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، رئيسا
- د/ أكسوم عيلا م رشيدة، أستاذة محاضرة "أ"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو. مشرفا ومقررا
- أ. د/ شيخ ناجية، أستاذة التعليم العالي، جامعة مولود معمري تيزي وزو، ممتحنا
- د/ نعار فتيحة، أستاذة محاضرة "أ"، ممثلة حاضنة الأعمال/ دار المقاولاتية
- أ.د/ حمليل نواره، أستاذة التعليم العالي، مسؤولة دعم التكنولوجيا والإبتكار.....
- دوفان رزيقة، حرفية يدوية، ممثلة للشريك الاقتصادي.....

تاريخ المناقشة: 2024/12/05

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا بِالْحَقِّ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَاكُم بِهِ
لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ»

الآية: 152 سورة الأنعام.

شكر وتقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا المشروع وأعاني على تجاوز كل التحديات التي واجهتها خلال مسيرتي العلمية.

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان والتقدير إلى أستاذتي المشرفة، الدكتورة "أكسوم عيلام رشيدة"، على دعمها المتواصل وتوجيهاتها القيمة ووقتها الثمين الذي كرسته من أجلي والتي قدمت لي يد العون منذ بداية فكرة هذا المشروع إلى آخر لحظة.

كما لا يفوتني أن أشكر أعضاء اللجنة الموقرة على قبولهم لمناقشة مذكرة التخرج وعلى كل ملاحظاتهم البناءة.

وأخيراً، أتوجه بالشكر لكل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.

ليزا

إهداء

أهدي هذا العمل إلى أمي الغالية التي كانت دائماً مصدر إلهامي ودعمي في كل خطوة، أنا محظوظة بكونك أمي، نجاحي هو ثمرة تربيتك وتعبك.

أبي العزيز، الذي علمني قيمة الجهد والإصرار ووقف إلى جانبي في كل الظروف، أنا فخورة بكونك أبي ونجاحي هو نجاحك.

أخوتي الأعزاء "ريان وزين الدين" الذين شاركوني الحلم وساندوني في كل التحديات، أخواتي، "نجاة وداليا وأليسيا" اللواتي كانت لهن بصمة خاصة في كل إنجاز حققته، لكل واحدة منكن شكراً على وجودكن في حياتي فنجاحي هو ثمرة جهودنا المشتركة.

أستاذتي العزيزة "أكسوم عيلام رشيدة" التي كانت نوراً يهدي خطاي ويشجعني على تحقيق أحلامي، شكراً لك على كل المعرفة والدروس التي غمرتني بها، أنت مثال يحتذى به ووجودك في حياتي كان له الأثر الكبير في تشكيل مسيرتي العلمية.

إلى خالتي العزيزة، التي كانت لي دوماً مصدر حب ودعم لي، شكراً لك على وقوفك بجانبتي ودعمك المستمر، أنا أعتز بوجودك في حياتي.

إلى كل من دعا لي بالتوفيق والنجاح.

ليزا

مقدمة

تلقي الصناعات التقليدية أهمية كبيرة في المجتمع، فنجد العديد من الحرفيين الجزائريين يمارسون هذه الصناعات التقليدية، رغم عدم توفر الإمكانيات اللازمة ولكنهم لم يتخلوا عن تراث أجدادهم، ونظرًا للأهمية البالغة لهذه الحرفة التقليدية، ولتنظيمها في القانون الجزائري نجد أن المشرع الجزائري قد تطرق إلى هذه الصناعات التقليدية والحرفية من خلال الأمر رقم 01-96 الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف¹، أين تطرق إلى مفهوم الحرفي والصناعات التقليدية في مادته الخامسة، فقد عدد مجموعة من المميزات والخصائص الاقتصادية لصناعة الحرف التقليدية نظرًا لكونها تساهم في توفير الكثير من فرص العمل رغم بساطة رؤوس أموالهم، كما أنه يحقق دخل كبير من العملة الأجنبية، إضافة لإمكانيات تشخيص منتجاتها. وللتمييز بين أنواع الأنشطة الحرفية في الجزائر قام المشرع الجزائري بتصنيفها إلى ثلاثة أنواع، وهي كالتالي: الصناعة التقليدية الفنية، الصناعة التقليدية لإنتاج المواد وأخيرًا الصناعات التقليدية للخدمات.

وضع المشرع الجزائري جملة من الشروط القانونية التي يجب على الحرفي الإلتزام بها، وذلك لإكتساب صفة الحرفي، فالحرفي قبل أن يباشر مهنته لابد أن يسجل أولاً في سجل خاص يدعى سجل الصناعة التقليدية والحرف، كما يجب أن يمارس نشاط تقليدي معين، إضافة إلى ذلك يجب على الحرفي أن يثبت تأهيله لممارسة حرفة معينة وأن يمارس تلك الحرفة لحسابه الخاص.

تتنوع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، ومن بين الحرف التي نشأت منذ القدم وتطورت عبر الزمن إلى يومنا الحالي حرفة الخيزران، فلتسويق منتجات الخيزران يتطلب إجراءات قانونية يجب الإلتزام بها.

¹ - أمر رقم 01-96 مؤرخ في 10 يناير 1996، متعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر، عدد 03، الصادر بتاريخ 14 يناير 1996.

يتطلب عرض منتج مبتكر من الخيزران، سواء من خلال وضع لمسة جديدة عليه أو عرضه عبر تطبيق إلكتروني مستحدث، ضرورة حماية الفكرة القانونية المجسدة، بالإضافة إلى تحري عن مطابقته لمعايير الأمن والسلامة، ليتم بعدها الإعلان عن هذه المنتجات وإعلام المستهلك بكل التفاصيل والبيانات المتعلقة به.

ومسيرة لتزايد الطلب على المنتجات الطبيعية الآمنة على صحة المستهلك وسلامة البيئة، ثم التوجه لتبني مشروع إنشاء تطبيق لبيع منتجات الخيزران والحلفاء إلكترونياً QFIFAT قفيفة ديزاد، وإنتاج حاويات عصرية من الخيزران والحلفاء، سعياً للحفاظ على التراث الثقافي وحماية صحة المستهلك وسلامة البيئة من خلال نشر منتجات الخيزران والحلفاء في السوق سواء في الشكل التقليدي أو من خلال منتجات عصرية.

وتبعاً لذلك يتم طرح الإشكالية التالية:

- ما هي الشروط القانونية الواجب توفرها في منتجات الخيزران والحلفاء المعروضة في تطبيق قفيفة ديزاد QFIFAT DZ، وما هي مكانتها في السوق الوطنية؟

للإجابة عن هذه الإشكالية المطروحة في هذه المذكرة التي تتم في إطار القرار الوزاري 1275 يتم التعرض إلى جانبين:

الجانب النظري، يتم التطرق فيه للتنظيم القانوني للحرفة التقليدية في القانون الجزائري (الفصل الأول)، وكذا المتطلبات القانونية لتسويق وعرض منتجات الخيزران (الفصل الثاني).

أما الجانب التطبيقي، يتم التطرق لجزئين:

الجزء الأول:

- إنشاء تطبيق QFIFAT DZ قفيفة ديزاد في عرض المنتجات التقليدية من الخيزران والحلفاء (الجانب التطبيقي الأول).

الجزء الثاني:

- إنتاج منتج مبتكر قفة النزهة من الخيزران والحلفاء الحافظ لدرجة الحرارة (الجانب التطبيقي الثاني).

الفصل الأول

التنظيم القانوني للحرف التقليدية في القانون الجزائري

يتميز قطاع صناعة الحرف التقليدية بأربع خصائص اقتصادية، تكمن في كثافة العمالة وضعف الرأسمالي، وانخفاض تكلفة الدخل من العملة الأجنبية لصناعة الحرف التقليدية، بالإضافة لصعوبة تميط منتجات الصناعة التقليدية وأخيراً إمكانية تشخيص منتجات الصناعة التقليدية؛ كما تتنوع الأنشطة الحرفية في الجزائر بحيث نجدها مقسمة للصناعات التقليدية الفنية والصناعات التقليدية لإنتاج المواد وأخيرا الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات.

يقوم قطاع الصناعة التقليدية على جملة من الشروط القانونية والتي يلزم الحرفي باحترامها لاكتسابه صفة الحرفي؛ كما يترتب على ذلك عدة آثار بحيث أن المشرع الجزائري منح جملة من الحقوق التي يتمتع بها الحرفي ولكن بالمقابل فرض العديد من الالتزامات التي وجب على الحرفي احترامها؛ وأثناء مخالفته لهذه الالتزامات قد يترتب عليه جزاءات.

يتم دراسة التنظيم القانوني للحرف التقليدية في القانون الجزائري من خلال تناول مفهوم صناعة الحرف التقليدية (المبحث الأول)، ثم يتم التطرق للشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي والآثار المترتبة على ممارسة النشاط الحرفي (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم صناعة الحرف التقليدية

تمارس صناعة الحرف التقليدية من قبل كل شخص طبيعي مؤهل ومسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف، كما يتولى بنفسه مباشرة نشاطه وتسييره، بحيث يساهم قطاع صناعة الحرف التقليدية في توفير فرص العمل برأس مال صغير فقط، كما أنه يعمل على تحقيق الدخل من العملة الأجنبية بالإضافة إلى هذا نجد أن منتجات الصناعة التقليدية تتميز بقدرتها على أن تكون مشخصة مع صعوبة تمييزها.

تنقسم الأنشطة الحرفية في الجزائر إلى ثلاث ميادين، فالميدان الأول يشمل كل الصناعات التقليدية الفنية سواء كانت تزيينية أو استعمالية، أما الميدان الثاني يتمثل في الصناعات التقليدية لإنتاج المواد والذي يشمل صناعة مواد استهلاكية تكتسي طابعًا فنيًا خاصًا، أما الميدان الثالث فقد يتمثل في كل الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات سواء التي تقدم خدمات خاصة بالصيانة أو التصليح أو الترميم الفني.

يتم دراسة مفهوم صناعة الحرف التقليدية وذلك من خلال التطرق إلى تحديد مدلول صناعة الحرف التقليدية (المطلب الأول) إضافة إلى ذكر أنواع الأنشطة الحرفية في الجزائر (المطلب الثاني).

المطلب الأول

تحديد مدلول صناعة الحرف التقليدية

يتولى الحرفي بنفسه مباشرة وتسيير نشاطه الحرفي بعد تسجيله في سجل الصناعة التقليدية والحرف، كما يثبت تأهيله على ذلك حسب نص المادة 10 من الأمر رقم 01-96 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف¹، بحيث يعمل قطاع الصناعة التقليدية والحرف على توفير فرص عمل بنسبة كبيرة من اليد العاملة، إضافة إلى ذلك فنشاطه لا يتطلب رأسمال كبير، كما أنه يساهم في تحقيق الدخل من العملة الأجنبية، وغالبًا ما نجد منتجات الصناعة التقليدية تتميز بقدرتها الكبيرة على أن تكون مشخصة لكونها أعمال يدوية، كما أنها يصعب تصنيفها أو تحديد معايير ثابتة لها بسهولة.

يتم تحديد مدلول صناعة الحرف التقليدية من خلال التطرق لتعريف صناعة الحرف التقليدية (الفرع الأول)، وكذا دراسة الخصائص الاقتصادية لصناعة الحرف التقليدية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف صناعة الحرف التقليدية

ينص الأمر رقم 01-96 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف² في المادة 10 منه على تعريف الحرفي بأنه: «كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف ويمارس نشاطاً تقليدياً يثبت تأهيلاً ويتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته».

¹ - المادة 10 من الأمر رقم 01-96 متعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

² - المادة 10 من الأمر رقم 01-96 متعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع نفسه.

إكتفى المشرع الجزائري حسب هذه المادة بذكر الشخص الطبيعي فقط، ولم يذكر الشخص المعنوي، وهذا يعتبر إغفالاً من قبل المشرع الجزائري، لذلك وجب عليه إضافة عبارة الشخص المعنوي وبالتالي يصبح الحرفي «كل شخص طبيعي أو معنوي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف»¹.

تعرف صناعة الحرف التقليدية بأنها: «كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو صيانة أو تصليح أو ترميم فني، أو أداء خدمة يطفى عليها العمل اليدوي»؛ فهي تتضمن ثلاث مجالات: الصناعة التقليدية الفنية، الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد، بالإضافة إلى الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات².

الفرع الثاني

الخصائص الاقتصادية لصناعة الحرف التقليدية

يتم دراسة الخصائص الاقتصادية لصناعة الحرف التقليدية وذلك من خلال التطرق لكثافة العمالة والضعف الرأسمالي (أولاً) وكذا ارتفاع تكلفة الدخل من العملة الأجنبية للصناعة التقليدية (ثانياً) إضافة إلى التطرق لصعوبة تمييز منتجات الصناعة التقليدية (ثالثاً) وأخيراً تناول إمكانية تشخيص منتجات الصناعة التقليدية (رابعاً).

تتمتع صناعة الحرف التقليدية بعدة خصائص اقتصادية تميزها عن باقي القطاعات الأخرى وتتمثل في:

¹ - حمزة عميري وبلال عميري، النظام القانوني للحرفي، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022، ص 14.

² - فرحة زواوي صالح، الكامل في القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر الحرفي الأنشطة التجارية المنظمة، السجل التجاري، مرجع سابق، ص 516.

أولاً: كثافة العمالة والضعف الرأسمالي

يتميز قطاع صناعة الحرف التقليدية بكونه يوفر فرص عمل بنسبة كبيرة من اليد العاملة دون الاستعانة برأس مال كبير، بحيث رغم اختلاف نشاطات الصناعة التقليدية، فهي تعتمد على عمالة مكثفة، فبالنسبة للرأسمالية والعمالة، فهي متوازنة جدًا بحيث أن صناعة الحرف التقليدية يستهلك أقل رأس مال بالمقارنة مع القطاعات الإنتاجية الأخرى.

ثانياً: ارتفاع تكلفة الدخل من العملة الأجنبية للصناعة التقليدية

يشكل قطاع صناعة الحرف التقليدية دعماً في تحقيق الدخل من العملة الأجنبية، فهو مصدر للحصول على العملة الصعبة باعتباره قطاعاً يحقق قيمة مضافة عالية مقارنة بالقطاعات الصناعية الأخرى، بالإضافة إلى ذلك فالموارد المستخدمة لإنجاز الحرف أرخص من تلك التي تستخدم في إنتاج السلعة الأخرى الموجهة للتصدير¹.

ثالثاً: صعوبة تنميط منتجات الصناعة التقليدية

يكمن الهدف من تنميط منتجات الصناعة التقليدية في تحديد المعايير والمقاييس التي تجعل المنتجات متجانسة من مختلف الأبعاد الأسلوب الفني، الاستعمال، الشكل، السعر، بالإضافة إلى النوعية، ففي حالة الصناعة التقليدية قد نجد ارتباطاً إيجابياً بين التنميط والمنتجات ذات القيمة الاستعمالية.

رابعاً: إمكانية تشخيص منتجات الصناعة التقليدية

تتميز منتجات الصناعة التقليدية بقدرتها على أن تكون مشخصة وذلك راجع إلى أن العمل فيها هو عملية يدوية ويكفي طلب مواصفات معينة في منتج².

¹ - عباس أحمد وعليوة عادل، رقمنة منتجات الصناعة التقليدية، غرفة الصناعة التقليدية والحرفية، الجزائر نموذجاً، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق فندقية وسياحية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020، ص 24.

² - عباس أحمد وعليوة عادل، رقمنة منتجات الصناعة التقليدية، غرفة الصناعة التقليدية والحرفية، مرجع نفسه، ص 24.

المطلب الثاني

أنواع الأنشطة الحرفية في الجزائر

تشمل الأنشطة الحرفية في الجزائر الصناعات التقليدية الفنية وتتفرع إلى نوعين: صناعة تقليدية فنية والتي تتميز بالإبداع كما أنها تأخذ وقت طويل لصناعتها ومواد أولية ذات جودة عالية وكذا صناعة تقليدية استعمالية والغرض منها هو تلبية حاجيات ورغبات المستهلك.

إضافة إلى الصناعات التقليدية لإنتاج المواد والتي تشمل كل صناعة لمواد استهلاكية عادية، وأخيراً ميدان الصناعات التقليدية للخدمات والذي يوصف في مجمل الأنشطة الممارسة من طرف الحرفي بحيث تقدم خدمات متعلقة سواء بالصيانة أو التصليح أو الترميم الفني.

يتم التطرق لأنواع الأنشطة الحرفية في الجزائر وذلك من خلال تقسيمها إلى ثلاث ميادين، بحيث يتم الدراسة في الميدان الأول الصناعة التقليدية الفنية (الفرع الأول) والميدان الثاني الصناعة التقليدية الحرفية (الفرع الثاني)، وأخيراً التطرق للميدان الثالث المتمثل في الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الصناعة التقليدية الفنية

تتمثل الصناعة التقليدية الفنية في كل صناعة يتغلب عليها العمل اليدوي ويقوم فيها الحرفي باستعمال أدوات لصنع أشياء نفعية أو تزيينية ذات الطابع التقليدي بحيث أنها تكتسي طابعاً فنياً يسمح بنقل مهارة عريقة وتصنف إلى قسمين وهما: صناعة تقليدية تزيينية (أولاً) وصناعة تقليدية استعمالية (ثانياً).

أولاً: صناعة تقليدية تزيينية

تتميز بالإبداع الفني تتطلب مواهب فنية عالية ووقت طويل إضافة إلى مواد أولية رفيعة، لذلك كثيراً ما قد نجد أسعارها مرتفعة، بحيث تتمثل الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية التزيينية كونها تعكس مجمل المعايير المتعلقة بتقاليد وثقافات وطقوس أي بلد¹.

ثانياً: صناعة تقليدية استعمالية

تتميز الصناعة التقليدية الاستعمالية عن الصناعة التقليدية الفنية بأن الأولى قد لا تتطلب خبرة فنية عالية من الحرفي، حيث تكون عادة التصاميم الفنية لمنتجات هذا الطابع تكرر بسيط وعمل تسلسلي إضافة إلى توزيع المهام في كل مراحل الإنتاج وهذا بغض النظر عن الحرفيين الذين يقومون بإنتاج منتجات استعمالية والذين يمارسون حرفهم في منازلهم. وتكون الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية الاستعمالية في تلبية حاجة حياتهم اليومية².

يرمز للصناعة التقليدية الفنية بالرمز 1 ويتشكل من ثمانية (08) قطاعات تتمثل في:

1. المواد الغذائية.
2. العمل على الطين، الجبس، الزجاج وما يماثلهم.
3. العمل على المعادن بما في ذلك المعادن الثمينة.
4. العمل على الخشب ومشتقاته وما يماثله.
5. العمل على الصوف والمواد المماثلة.
6. العمل على القماش أو النسيج.

¹ بن زايط بلخير ودقاقره بو بكر الصديق، الحماية الإدارية للصناعة التقليدية في الجزائر، مذكرة ماستر حقوق، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2019، ص 14.

² بن زايط بلخير ودقاقره بو بكر الصديق، الحماية الإدارية للصناعة التقليدية في الجزائر، مرجع نفسه، ص 14.

7. العمل على الجلود.

8. العمل على المواد المختلفة¹.

الفرع الثاني

الصناعة التقليدية لإنتاج المواد

تعرف الصناعة التقليدية لإنتاج المواد باسم الصناعة التقليدية الحرفية النفعية الحديثة فهي كل صناعة لمواد استهلاكية عادية تكتسي طابعًا فنيًا خاصًا، بحيث أنها توجه للعائلات وللصناعة والفلاحة أيضًا، وإضافة إلى ذلك فهذه الصناعات قد تعتمد على درجة كبيرة من التخصص، كما أنها غير عاكسة الثقافة أو هوية شعب معين فهي منتشرة في كل دول العالم².

تحتوي الصناعات التقليدية لإنتاج المواد على تسعة (09) قطاعات مرقمة من 09 إلى 17، مرتبة حسب مختلف نشاطات الإنتاج الموجودة وهي كالاتي:

- 1- قطاع المناجم.
- 2- قطاع الميكانيك والكهرباء.
- 3- قطاع الحديد.
- 4- قطاع التغذية.
- 5- قطاع النسيج والجلود.
- 6- قطاع الخشب، التأثيث والخردوات والأدوات المنزلية.
- 7- قطاع الأشغال العمومية للبناء.

¹ حمزة عميري وبلال عميري، النظام القانوني للحرفي، مرجع سابق، ص 27.

² سامية رويح و فلة سرحان، دور الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي، دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة الماستر في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وتسيير سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2014، ص 40.

8- قطاع الحلي.

9- قطاع نشاطات الصناعة التقليدية لإنتاج المواد المختلفة¹.

الفرع الثالث

الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات

تتمثل الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات في مجمل الأنشطة التي يمارسها الحرفي والتي تقدم خدمة خاصة بالصيانة والتصليح أو الترميم الفني².

يحتوي هذا النوع من الصناعات التقليدية، على سبع (07) أنشطة مرقمة من 18 إلى 24، وتضم 81 نشاط وهي كالاتي:

- 1- الصيانة والتركيب والخدمة ما بعد البيع لتجهيز المعدات الصناعية المخصصة.
- 2- الأشغال الميكانيكية.
- 3- تصليح التجهيزات والمواد المستعملة.
- 4- التهيئة والصيانة والتصليح، إضافة إلى زخرفة وتزيين المباني المخصصة للاستعمالات التجارية والصناعية والسكنية.
- 5- الثقافة وصحة العائلات.
- 6- الألبسة.
- 7- أنشطة الصناعة التقليدية والحرفية للخدمات الحرفية³.

¹ - نقادي سعاد وهدار عليّة، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022، ص 25.

² - زيدان تبشيم، السياحة والحرف التقليدية وأسس التنمية المستدامة في الصحراء الجزائرية، دراسة أنثروبولوجية لواقع السياحة والحرف التقليدية بمدينة ورقلة، أطروحة دكتوراه طور ثالث في أنثروبولوجيا التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022، ص 114.

³ - نقادي سعاد وهدار عليّة، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 24.

المبحث الثاني

الشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي والآثار المترتبة

عن ممارسة النشاط الحرفي

يلتزم الحرفي باحترامه لجملة من الشروط القانونية لاكتسابه لصفة الحرفي والتي تقتصر في تسجيله في سجل الصناعة التقليدية والحرف مع ضرورة حصوله على شهادة تثبت كفاءته المهنية لممارسة نشاطه الحرفي، وذلك بصفة مستقلة ولحسابه الخاص، وعليه تحمل كامل المسؤولية المترتبة عن ممارسته لنشاطه بصفة انفرادية.

يستفيد الحرفي بالعديد من الحقوق والامتيازات سواء في مجال الضرائب أو القروض أو التموين، كما نجد أن التشريع الجزائري قد شجع مجال الأنشطة الحرفية، وذلك من خلال وضع مسابقات ومنح جوائز، كما يلزم الحرفي أثناء ممارسة نشاطه الحرفي احترامه لمقاييس النوعية الخاصة بحرفته، وأثناء توقفه عن مهنته عليه شطب اسمه من سجل الصناعة التقليدية، وعند مخالفته لهذه الالتزامات سوف تفرض عليه جزاءات متمثلة في الغرامات المالية أو الحبس وذلك حسب نوع المخالفة التي يرتكبها.

يتم التطرق إلى الشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي والآثار المترتبة عن ممارسة النشاط الحرفي وذلك من خلال ذكر الشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي (المطلب الأول) وكذا تناول الآثار المترتبة عن ممارسة النشاط الحرفي (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي

يجب على كل حرفي التسجيل لدى سجل غرفة الصناعة التقليدية والحرف حسب الإجراءات المحددة قانوناً، وبعد تسجيله يسمح له مزاوله نشاطه الحرفي في منزله مع الإستعانة بمساعدة من عائلته، فبالرجوع للمرسوم التنفيذي رقم 97-142 المحدد لشروط التسجيل في قطاع الصناعة التقليدية والحرف¹، فقد يشترط على الحرفي حصوله على شهادة معتمدة من طرف الدولة أو المؤسسة العامة للتكوين يثبت بها تأهيله بممارسة نشاطه الحرفي، وذلك بصفة مستقلة ولحسابه الخاص وليس باسم وحساب غيره، كما أنه قد يتحمل المسؤولية المترتبة عن ممارسته للنشاط الحرفي بصفة انفرادية.

يتم دراسة الشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي من خلال التطرق إلى شرط التسجيل في محل الصناعة التقليدية والحرف (الفرع الأول) وكذا التطرق لشرط توفير المؤهلات المطلوبة في النشاط الحرفي (الفرع الثاني) وأخيراً يتم تناول شرط ممارسة النشاط الحرفي بصفة مستقلة (الفرع الثالث).

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 97-142 المؤرخ في 30 أبريل 1997، محدد لشروط التسجيل في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر، العدد 27، صادر بتاريخ 04 ماي 1997.

الفرع الأول

التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرف

يجب على كل شخص طبيعي كان أو معنوي والذي يريد ممارسة نشاطًا حرفيًا أن يسجل لدى سجل غرفة الصناعة التقليدية الواقع في دائرة مقر نشاطه وذلك وفقًا للإجراءات المحددة قانونًا.

ينصب النشاط الحرفي على الحرفة التقليدية التي تعتمد بالدرجة الأولى على ممارسات يدوية، ولكن رغم ذلك فالحرفي قد يستعين أحيانًا ببعض الآلات التي تساعده على ممارسة نشاطه.

تمارس الأنشطة الحرفية إما في ورشة فردية وذلك بإمكانية استعانة الحرفي بمساعدة من عائلته، كما أنها تمارس من قبل الشخص المعنوي كشركة صناعة تقليدية وحرف، كما يمكن للحرفي أن يمارس نشاطه في منزله وذلك بعد قيامه بإجراء التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرف¹، ويجب أن يتوفر على الشروط المنصوص عليها في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 97-142 المحدد لشروط التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرف والتي ينص على أنه: «يسلم مقابل التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرف الوصل المنصوص عليه في المادة 26 من الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف²».

- بطاقة الحرفي المهنية، بالنسبة للأشخاص الطبيعيين.

- مستخرج من سجل الصناعة التقليدية والحرف بالنسبة للتعاونيات والمقاولات الحرفية.

¹ - نقادي سعاد وهدار عليّة، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 14.

² - المادة 26 من الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

- يتم إعداد البطاقة المهنية للحرفي وكذا مستخرج سجل الصناعة التقليدية والحرف إستناداً إلى قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف¹.

الفرع الثاني

توفير المؤهلات المطلوبة في النشاط الحرفي

يجب على الحرفي الراغب في ممارسة النشاط الحرفي أن يكون متحصل على التأهيل وفق ما اشترطت عليه المادة 10 من الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف²، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 97-145 المحدد للتأهيلات المهنية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف والذي نص في المادة 02 على أنه: «يستطيع كل شخص يثبت تأهيلاً مهنيًا مصدقاً بما يأتي: إلتماس صفة الحرفي، دبلوم أو شهادة تثبت كفاءته المهنية لممارسة نشاط حرفي تسلمها إياه مؤسسة عامة للتكوين أو مؤسسة تعتمد الدولة»³.

تختلف المؤهلات المطلوبة في النشاط الحرفي وذلك حسب صفة الحرفي، فالشروط المطلوبة في المعلم الحرفي أكثر صرامة من الشروط المتطلبة في الحرفي العادي، فالحرفي المعلم يقوم أيضًا بتعليم المهنة الحرفية للمتمهين، كما يشرف عليهم حتى يتحصلوا على مستوى من التكوين المهني الذي يسمح لهم بممارسة نشاطهم الحرفي بصفة مستقلة⁴.

¹ - المادة 04 من مرسوم تنفيذي رقم 97-142 محدد لشروط التسجيل في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

² - المادة 10 من الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

³ - المادة 02 من مرسوم تنفيذي رقم 97-145 مؤرخ في 30 أبريل 1997، يحدد للتأهيلات المهنية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر، العدد 27، صادر بتاريخ 04 ماي 1997، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-74 المؤرخ في 04 مارس 2004، ج.ر، عدد 13، صادر بتاريخ 07 مارس 2004.

⁴ - علي بن غانم، الوجيز في القانون التجاري وقانون الأعمال، موقع للنشر والتوزيع، الجزائر، 2002، ص ص 152-

الفرع الثالث

ممارسة النشاط الحرفي بصفة مستقلة

يجب على الحرفي أن يمارس نشاطه بصفة شخصيًا، بحيث يمكن له أن يستعين بمساعدة من أفراد عائلته، وممتهين لا يتجاوز عددهم ثلاثة أفراد وهذا بالرجوع إلى المادة 11 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعات التقليدية والحرف بنصها على أنه: «بإمكان الحرفي الفردي في ممارسته في نشاطه اللجوء لمساعدة عائلته (زوج، أصول، فروع)، ومتمهن واحد إلى ثلاثة (03) متمهين يربطهم به عقد تمهين...»¹.

يمارس الحرفي أنشطته الحرفية بصفة رئيسية كالتاجر تمامًا، إضافة إلى أنه يزاول مهنته باسمه وحسابه الخاص وليس باسم أو حساب غيره وهذا ما يجعله شبيهًا بالتاجر، كما أن الحرفي يتحمل كامل المسؤولية المترتبة عن ممارسته لنشاطه بصفة انفرادية².

المطالب الثاني

الآثار المترتبة عن ممارسة النشاط الحرفي

يمنح التشريع الجزائري للحرفي عدة امتيازات لتشجيعه على مزاولة نشاطه الحرفي، بحيث تتكفل الدولة بجميع التدابير التشجيعية سواء كان ذلك في مجال الضرائب أو القروض أو في تزويده بالمواد الأولية، كما تعمل على حماية قطاع صناعة الحرف التقليدية وترقيتها ومنح جوائز تشجيعية للحرفي، على غرار ذلك فقد يلزم هذا الأخير بممارسة النشاط الذي سجل من أجله واحترام مقاييس النوعية الخاصة بنشاطه، وأثناء توقفه عن ممارسة النشاط الحرفي عليه شطب اسمه من سجل الصناعة التقليدية والحرف وعند مخالفته لهذه الالتزامات فقد تفرض عليه عقوبات على شكل غرامات مالية أو حبس.

¹ - المادة 11 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعات التقليدية والحرف، مرجع سابق.

² - حمزة عميري وبلال عميري، النظام القانوني للحرفي، مرجع سابق، ص ص 22 - 23.

يتم دراسة الآثار المترتبة عن ممارسة النشاط الحرفي وذلك من خلال تناول حقوق والتزامات الحرفي (الفرع الأول)، ثم يتم التطرق إلى جزاء مخالفة القواعد القانونية المنظمة للنشاط الحرفي (الفرع الثاني).

الفرع الأول

حقوق والتزامات الحرفي

يتمتع الحرفي بعدة حقوق يستفيد منها سواء في مجال الضرائب أو التكوين أو التموين أو القروض (أولاً)، كما يلزم الحرفي أيضاً بعدة واجبات عليه القيام بها (ثانياً).

أولاً: حقوق الحرفي

يتم التطرق إلى حقوق الحرفي وذلك من خلال تناول الحق بالاستفادة من الامتيازات الضريبية (أ) وكذا تناول الحق في التأهيل في مختلف ميادين الصناعة التقليدية الحرفية (ب) وأخيراً التطرق إلى الحق في التقدير (ج).

أ- الحق بالاستفادة من الامتيازات الضريبية:

يستفيد الحرفي سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً في حالة ممارسته نشاطاً في مجال الصناعات التقليدية الفنية من امتيازات في مجال الضرائب والقروض والتموين والتكوين، بحيث أن الدولة قد تتكفل بجميع التدابير التشجيعية لوضع الهياكل والشبكات الخاصة والتي تساعد في تنظيمات الصناعة التقليدية والحرف وذلك بتزويدها بنفسها بالمواد الأولية والتجهيزات والأدوات، بالإضافة إلى أنها تقوم بتسهيلات للحصول على قروض مصرفية لاقتناء المواد الأولية والأدوات والتجهيزات وتمويل الإستغلال.

ب - الحق في التأهيل في مختلف ميادين الصناعة التقليدية الحرفية:

يتم تجهيز برامج الصناعة التقليدية وذلك بإدماجها في الشبكة الوطنية للتكوين المهني بهدف حماية الصناعة التقليدية الحرفية وترقيتها¹.

ج - الحق في التقدير:

أصدر المشرع الجزائري مرسوم تنفيذي رقم 97-237 يتضمن شروط منح جوائز الصناعات التقليدية والحرف وكيفيات ذلك²، في إطار تشجيع النشاط الحرفي ومن أجل ترقية المجال الإنتاجي الحرفي الوطني، بحيث تتضمن جوائز الصناعة التقليدية والحرف منح ميداليات ولوحات الشرف وجوائز مالية يحدد قيمتها الوزير المكلف بالصناعات التقليدية³.

ثانياً: التزامات الحرفي

يلزم الحرفي عند ممارسته للنشاط الحرفي بواجبات تقع على عاتقه وهذا ما نصت عليه المواد من 38 إلى 41 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف⁴ والمتمثلة في:

- يجب على الحرفي ممارسة النشاط الذي سجل من أجله وذلك حسب الأحكام والقوانين المعمول بها.
- يلتزم الحرفي احترام مقاييس النوعية الخاصة بنشاطهم.

¹ - فرحة زواوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر الحرفي، الأنشطة التجارية المنظمة، السجل التجاري، مرجع سابق، ص 517.

² - المرسوم التنفيذي رقم 97-237 المتضمن شروط منح جوائز الصناعات التقليدية والحرف وكيفيات ذلك، مرجع سابق.

³ - بوجمعة مهدية، دور وآليات الدعم الاقتصادية في ترقية الصناعات اليدوية التقليدية والفنية كقطاع اقتصادي وثقافي في الجزائر، تطبيق مقارنة الاقتصاد الثقافي، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، إبراهيم سلطان شيبوط، 2023، ص 76، 77.

⁴ - المواد من 38 إلى 41 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

- يجب على الحرفي وضع رقم تسجيله بسجل الصناعة التقليدية والحرف على جميع وثائقه التجارية.

- عند توقف الحرفي من مهنته عليه شطب إسمه من سجل الصناعة التقليدية والحرف¹.

وبالنسبة للضمان الاجتماعي للحرفيين، فاستفادة الحرفيين من التغطية الاجتماعية فهم ملزمون بأن يشتركوا في المؤسسة المكلفة بالحماية الاجتماعية لغير الأجراء (CASNOS) وذلك في أقصى مدة وهي 10 أيام من بداية نشاطه الحرفي².

الفرع الثاني

جزاء مخالفة القواعد القانونية المنظمة للنشاط الحرفي

يعاقب الحرفي بغرامات مالية عند عدم استكمال إجراءات القيد في سجل الصناعة التقليدية والحرف وفي حالة عدم تعديل البيانات الإلزامية قدرتها من 400 دج إلى 20000 دج، بالإضافة إلى ذلك، فلهيئات القضائية المختصة الحق في إصدار قرار بالغلق المؤقت للمحل الذي يتم فيه النشاط، كما أن العقوبة قد تتضاعف في حالة العود³، فبالرجوع لنص المادة 50 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف تنص على أنه : «يعاقب بغرامة من 400 دج إلى 20000 دج كل شخص طبيعي أو اعتباري لم يقيم في الآجال المحددة بموجب هذا الأمر وبالرغم من إزمائه بذلك، بطلب البطاقة المهنية للحرفي أو تسجيل نشاطه أو شطبه، وكذا تسجيل أو تغيير الإشارات في سجل الصناعة التقليدية والحرف.

¹ - نقادي سعاد وهدار عليّة، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 55.

² - شيبان آسيا، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية: حالة الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، إبراهيم سلطان شيبوط، 2009، ص 138.

³ - نقادي سعاد وهدار عليّة، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 56.

يمكن للجهة القضائية المختصة أن تقرر الغلق المؤقت للمحل المهني الذي يتم فيه النشاط موضوع المخالفة»¹.

تنص المادة 51 من القانون نفسه على أنه: «تضاعف الغرامة المنصوص عليها في المادة المذكورة أعلاه في حالة العود، إضافة إلى ذلك، يمكن للجهة القضائية المختصة أن تقرر الغلق النهائي للمحل المهني»².

يعاقب الحرفي عند استعماله دون الحق صفة الحرفي أو الحرفي المعلم أو عند وضعه لعلامات مميزة لتأهيله بغرامة مالية من 10000 دج إلى 30000 دج، كما يمكن الحكم عليه بالحبس من شهر واحد إلى 03 أشهر في حالة العود، وذلك حسب نص المادة 52 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف³.

يعاقب الحرفي عند تقديمه لمعلومات غير صحيحة بسوء نية عند التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرف بغرامة تتراوح من 5000 دج إلى 20000 دج وبالحبس من 10 أيام إلى 06 أشهر، فبالرجوع إلى المادة 53 من الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف تنص على أنه: «يعاقب على كل معلومة غير صحيحة تعطى بسوء نية قصد التسجيل بسجل الصناعة التقليدية والحرف بغرامة من 5000 دج إلى 20000 دج وبالحبس من 10 أيام إلى 06 أشهر أو بإحدى العقوبتين فقط، وفي حالة العود تضاعف العقوبات المذكورة أعلاه»⁴.

يعاقب كل شخص قد يمنع الأعوان المكلفين بمعاينة المخالفات من القيام بأداء مهامهم أو عرقلتهم⁵، فبالرجوع إلى المادة 54 من الأمر رقم 96-01 المحدد للقواعد التي

¹ - المادة 50 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

² - المادة 51 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع نفسه.

³ - المادة 52 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع نفسه.

⁴ - المادة 53 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع نفسه.

⁵ - نقادي سعاد وهدار عليّة، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 56.

تحكم الصناعة التقليدية والحرف تنص على أنه: «كل شخص يمنع الأعوان المكلفين بمعاينة مخالفات أحكام هذا الأمر، المذكورين في المادة 55 من نفس الأمر من القيام بأداء مهامهم أو يعرقلهم في ذلك، يعاقب طبقاً لأحكام قانون العقوبات»¹.

¹ - المادة 54 من الأمر رقم 96-01 المتعلق للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، مرجع سابق.

الفصل الثاني

المتطلبات القانونية لتسويق وعرض منتوجات الخيزران

يتطلب لتسويق منتوجات الخيزران سعي المنتج لإتباع الإجراءات القانونية الخاصة به من أجل حفظ مجهوده من الاعتداء عليه ولضمان الحماية القانونية لعلامته التجارية، إضافة إلى ذلك فالمشرع الجزائري قد ألزم المنتج بالقيام بالمطابقة لمنتوجاته، وذلك بهدف حماية المستهلك وهذا ما نص عليه في القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹.

كما أن عرض المنتوجات بما في ذلك منتوجات الخيزران يكون عن طريق إشهارها، فالإشهار يعتبر وسيلة تمكن للتعريف بمنتوجاته، بحيث نص المشرع الجزائري على الإشهار من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش²، فللمنتج كامل الحرية في إختيار طريقة إشهاره لمنتجاته، وذلك سواء عن طريق المواقع أو الشرائط الإعلانية أو الرسائل المتخللة أو عن طريق البريد الإلكتروني أو غيرها من التقنيات الإلكترونية، ولكن يلزم في إطار ذلك تقيده بالإشهار، بما في ذلك عدم مخالفته للنظام العام أو الآداب العامة، كما يجب أن يكون الإشهار واضح وغير غامض، إضافة إلى ذلك يلزم المشرع الجزائري المنتج بإعلام المستهلك بتقديم كل المعلومات المتعلقة بالمنتوجات الخاصة به وذلك في ظل القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³.

¹ - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، العدد 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر، العدد 35، الصادر بتاريخ 13 يونيو 2018.

² - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، العدد 05، الصادر بتاريخ 31 جانفي 1990.

³ - القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

يتم دراسة المتطلبات القانونية لتسويق وعرض منتجات الخيزران وذلك من خلال التطرق إلى المتطلبات القانونية لتسويق منتجات الخيزران (المبحث الأول)، إضافة إلى التطرق للمتطلبات القانونية لعرض منتجات الخيزران (المبحث الثاني).

المبحث الأول

المتطلبات القانونية لتسويق منتوجات الخيزران

تعتبر العلامة التجارية وسيلة للتمييز بين منتوجات أو سلع شخص طبيعي أو معنوي عن منتوجات غيره، فكل منتج يملك علامة تجارية خاصة به تساعد المستهلك على معرفة نوعية وجودة المنتج، بحيث كل شخص يرتكب جريمة الإعتداء على علامة تجارية مملوكة للغير أو تقليد أو تزوير العلامات التجارية سوف تترتب عليه عقوبات سواء بالحبس أو الغرامات المالية وذلك طبقاً للقانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية¹.

يجب أن يتوفر المنتج المعروض للبيع بما في ذلك منتوجات الخيزران على كل المواصفات والمقاييس القانونية، وأن يكون ملبي لكل الرغبات المشروعة للمستهلك سواء من حيث طبيعته وتركيبته ومميزاته وقابليته للاستعمال، ولكي تتوفر هذه المواصفات في المنتج على المنتج إتباع إجراءات قانونية للإلتزام بمطابقة منتوجاته، بما في ذلك مراقبة حسن استعمال العلامة التجارية وإجراء تحاليل واختبارات وفحوصات للمنتوجات للتحقق من المطابقة، ولتحقيق ذلك أنشأ المشرع الجزائري العديد من الأجهزة الإدارية التي تساهم في المحافظة على سلامة وصحة المستهلك، والمتمثلة في وزارة التجارة والأجهزة التابعة لها، إضافة إلى البلدية والولاية التي تسهر على مراقبة نظافة المواد الاستهلاكية المعروضة للبيع وضمان حماية المستهلكين.

يتم دراسة المتطلبات القانونية لتسويق منتوجات الخيزران وذلك من خلال التطرق إلى الحماية القانونية للعلامة التجارية (المطلب الأول) وكذا التطرق إلى إلتزام المطابقة بالمنتوج في التشريع الجزائري (المطلب الثاني).

¹ - القانون رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر، العدد 44، الصادر في 23 يوليو 2003.

المطلب الأول

الحماية القانونية للعلامة التجارية

تعرف العلامة التجارية على أنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي والتي تستعمل للتمييز بين منتجات شخص طبيعي أو معنوي عن منتجات غيره، كما حدد المشرع الجزائري أنواع جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، والمتمثلة في جرائم تقليد أو تزوير العلامات التجارية أو جرائم وضع سوء نية على منتجات علامة تجارية مملوكة للغير، وكل شخص يرتكب إحدى هذه الجرائم سوف يعاقب إما بالحبس أو بغرامة مالية أو بهاتين العقوبتين معاً.

يتم دراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية وذلك من خلال التطرق إلى التعريف القانوني للعلامة التجارية (الفرع الأول)، وكذا ذكر جرائم الاعتداء على العلامة التجارية (الفرع الثاني)، وأخيراً التطرق للجزاء المترتبة على مرتكبي جرائم الإعتداء على العلامة التجارية (الفرع الثالث).

الفرع الأول

التعريف القانوني للعلامة التجارية

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف العلامة التجارية في المادة 02 الفترة 01 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على أنها: «العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توظيفها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره»¹.

¹ - المادة 02 الفترة 01 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

كما جاء في نص المادة 03 الفقرة 01 من الأمر ذاته على أنه: «تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني»¹.

يتضح من خلال هذه التعريفات أن المشرع الجزائري لم يقتصر على استخدام العلامة التجارية على نوع واحد من المنتجات، بحيث أجاز استعمالها لكل المنتوجات سواء كانت صناعية أو تجارية أو خدماتية أو زراعية أو استخراجية².

الفرع الثاني

جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

تتمثل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية في جريمة تقليد العلامة التجارية (أولاً) وجريمة تزوير العلامة التجارية (ثانياً) إضافة إلى جريمة وضع سوء قصد على منتجات علامة تجارية مملوكة للغير (ثالثاً).

أولاً: جريمة تقليد العلامة التجارية

تناول المشرع الجزائري جريمة التقليد كأحدى صور التعدي على العلامة التجارية بحيث حدد لها الجزاء المباشر من خلال نص المادة 23 من الأمر رقم 03-06: «... فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من 2500000 دج إلى 10000000 دج أو بإحدى العقوبتين»³.

¹ - المادة 03 الفقرة 02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - حيطوم شهاب الدين وبلعيفة حمودة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، بوعريج، 2020، ص 07.

³ - المادة 23 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

كما نص المشرع الجزائري على جريمة التقليد في المادة 26 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات على أنه: «تعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستشارية لعلامة قام بها الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة...»¹.

من خلال هذا النص فإن المشرع أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد الذي يقصد به كل الأفعال والتصرفات التي تمس بمالك العلامة التجارية، فكل إستعمال غير مشروع من الغير قد يشكل جرم التقليد².

ثانياً: جريمة تزوير العلامة التجارية

يقصد بتزوير العلامة التجارية إنشاء علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية، أي اقتباسها بشكل كلي دون أي تغيير فيها، بحيث يرى بعض الفقه أن التزوير هو نقل حرفي للعلامة فتصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية³.

ثالثاً: جريمة وضع سوء قصد على منتجات علامة تجارية مملوكة للغير

يقصد بهذه الجريمة أن العلامة التجارية محل الإستعمال ليست مقلدة، بل هي علامة حقيقية يمتلكها شخص معين ويستعملها شخص آخر على منتجات أو بضائع مماثلة بدون وجه حق.

لقيام جريمة وضع سوء قصد على منتجات علامة تجارية مملوكة للغير يجب توافر الركن المادي لهذه الجريمة والتي تتمثل في وضع علامة حقيقية على البضائع والمنتجات التي تتمتع بحق إستخدام تلك العلامة بشرط أن تكون البضائع والمنتجات من نفس الصنف⁴.

¹ - المادة 26 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - داوي ونأم، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد، أحمد دراية، أدرار، 2016، ص 47-48.

³ - آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، يم للنشر والتوزيع، 2011، ص 49.

⁴ - آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، مرجع نفسه، ص 49.

فبالعودة للقانون الجزائري وخاصة المادتين 26 و32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أنه يعاقب كل الأشخاص الذين يصغون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم أي علامة تجارية من ملك لغيرهم¹.

الفرع الثالث

الجزاء المترتبة على مرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

تتمثل الجزاءات المترتبة على مرتكبي جرائم الإعتداء على العلامة التجارية في:

أولاً: العقوبات الأصلية

1- الحبس

تناول المشرع الجزائري في نص المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية على أنه: «يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين كل شخص ارتكب جنحة التقليد»².

تطرق المشرع الجزائري لعقوبات تقليد العلامات التجارية أيضا في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 47 الفقرة الثانية على أنه: «يعتبر في حالة عود، في مفهوم هذا القانون كل عون إقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة».

وتضيف الفقرة الرابعة من المادة نفسها على أنه: «فضلا عن ذلك، يمكن أن تضاف إلى هذه العقوبات، عقوبة حبس من ثلاثة (03) أشهر إلى سنة (01) واحدة»³.

¹ - المادتين 26 و32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع نفسه.

³ - القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، العدد 41، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004.

2- الغرامة المالية.

تناولت تشريعات العلامة التجارية عقوبة الغرامة المالية كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامات التجارية، بحيث تختلف قيمة الغرامة التي تصدرها هذه التشريعات وذلك حسب اختلاف الدول¹.

تطرق المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية² إلى اعتبار الغرامة من جرائم التعدي على العلامة التجارية هي عقوبة اختيارية ويتبين ذلك من خلال استخدامه لعبارة: «... أو بإحدى هاتين العقوبتين...»³، مما يعني أن المشرع الجزائري قد منح للقاضي السلطة التقديرية باختياره للعقوبة الملائمة مع الجريمة المسندة للمشتكي إليه والتي تتراوح قيمة الغرامة المالية ما بين 2500.000 دج إلى 10000.000 دج⁴.

رفع المشرع الجزائري بعد صدور القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من العقوبات المالية المتعلقة بالممارسات التجارية، حيث تنص المادة 38 من هذا القانون على أنه: «تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و27 و28 و29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5000.000 دج)»⁵.

¹ - حيطوم شهاب الدين وبلعيفة حمودة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 62.

² - المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

³ - آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص 252.

⁴ - حيطوم شهاب الدين وبلعيفة حمودة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 62.

⁵ - المادة 38 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

ثانياً: العقوبات التكميلية

يقصد بالعقوبات التكميلية كل عقوبة مرتبطة بالجريمة ذاتها، حيث نص المشرع الجزائري على فرض العقوبات التكميلية المقررة لجريمة تقليد العلامة في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات¹ والتي تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة والمصادرة والإتلاف، وشرح كل واحدة على حدة كالآتي:

1- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:

يتمثل الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة في عقوبة جوازية تستهدف غلق المؤسسة أو المحل أو الشركة الذي يستغله المقلد وشركاءه للحد من التقليد، بحيث يكون الغلق مؤقت أو نهائي حسب الأضرار الناتجة عن التقليد، إضافة إلى ذلك يكون الغلق في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية².

تناول المشرع الجزائري هذه العقوبة في المادة 46 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسة التجارية حيث نص على أنه: «يمكن للوالي المختص إقليمياً بناء على اقتراح من المدير الوطني المكلف بالتجارة أن يتخذ بواسطة قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ثلاثين (30) يوماً في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 10 و 11 و 13 و 14 و 22 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون»³.

¹ - المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017، ص 32.

³ - المادة 46 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

2- المصادرة والحجز:

أجازت المادة 36 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات¹ حجز المنتجات المقلدة أو المعلمة بعلامات تسبب أضراراً لصاحب العلامة والأشياء التي تمس بصاحب الحق ومصادرتها؛ إضافة إلى ذلك فقد يجوز بيع الأشياء المحجوزة لصاحب العلامة الأصلية مع عدم الإخلال بما يستحق من تعويض، كما أن المصادرة أمر جوازي للمحكمة، إذ لها سلطة تقديرية في هذا الخصوص، فإذا صدرت المحكمة أمر بالمصادرة قد يجوز أن تشمل هذه الأخيرة البضائع والأدوات والأشياء المستخدمة لارتكاب الجريمة، كما يمكن أن تقتصر على البعض من ذلك².

تنص المادة 44 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: «زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة في حالة خرق القواعد المنصوص عليها في المواد 10 و 11 و 21 و 22 و 23 و 24 و 25 و 27 و 28 من هذا القانون»³.

3- الإتلاف:

تأمر المحكمة بإتلاف كل المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة والأدوات المستعملة لارتكاب جريمة التقليد، بحيث تعتبر عقوبة الإتلاف عقوبة إلزامية في القانون لكونها تحمي صحة المستهلك من تناول السلع التي تحمل علامة مقلدة والتي يمكن أن تحتوي على مواد خطيرة ومضرة للمستهلك⁴.

¹ - المادة 36 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

² - حيطوم شيهاب وبلعيفة حمودة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 58-59.

³ - المادة 44 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁴ - سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 32.

المطلب الثاني

إلتزام المطابقة بالمنتوج في التشريع الجزائري

يجب على كل منتج معروض للاستهلاك تلبية الرغبات المشروعة للمستهلك وأن يتوفر فيه كل المقاييس والمواصفات القانونية المطلوبة، حيث أعطى التشريع الجزائري اهتمام كبير لهذا الأمر ويظهر ذلك من خلال إنشاء للعديد من الهيئات الإدارية التي تمارس رقابة مطابقة المنتج، عن طريق قيامها بعدة إجراءات قانونية وذلك للحفاظ على سلامة وأمن المستهلك سواء على المستوى المحلي أو الوطني.

يتم دراسة إلتزام المطابقة بالمنتوج في التشريع الجزائري وذلك من خلال التطرق إلى المفهوم القانوني للإلتزام بمطابقة المنتج (الفرع الأول)، إضافة إلى تناول الآليات المؤسسية لممارسة رقابة المنتج (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المفهوم القانوني للإلتزام بمطابقة المنتج

يتم دراسة المفهوم القانوني للإلتزام بمطابقة المنتج من خلال التطرق إلى التعريف القانوني للإلتزام بمطابقة المنتج (أولاً)، وكذا تناول وسائل تنفيذ الإلتزام بمطابقة المنتج (ثانياً) وأخيراً التطرق إلى إجراءات الإلتزام بمطابقة المنتج (ثالثاً).

أولاً: التعريف القانوني للإلتزام بمطابقة المنتج

يقصد بالإلتزام بالمطابقة توفر المنتج من جهة على المواصفات والمقاييس القانونية ومن جهة أخرى مطابقته للرغبات المشروعة للمستهلك، والتي يصعب تحديدها بدقة لكونها تقوم على الذوق والميولات الشخصية للمستهلك¹.

¹ - أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 174.

تطرق المشرع الجزائري للإلتزام بمطابقة المنتج في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من خلال نصه في المادة 11 منه على أنه: «يجب أن يلبي كل منتج معروض للإستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته، ووصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية، وتركيبته، ونسبة مقوماته اللازمة، وهويته، وكمياته، وقابليته للاستعمال، والأخطار الناجمة عن استعماله، كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه، والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليها»¹.

ثانياً: وسائل تنفيذ الإلتزام بمطابقة المنتج

أ- التقييس:

يقصد بالتقييس ذلك النشاط الخاص والذي يتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومكرر وذلك قصد تنظيم في إطار معين للعمل على مواجهة المشاكل الاجتماعية الحقيقية².

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف التقييس في ظل القانون رقم 04-04، المتعلق بالتقييس كما يلي: «التقييس هو النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين»³.

¹ - المادة 11 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، العدد 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009. (المعدل والمتمم).

² - برحايل إكرام وبوعطية عايدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون 09-03، مذكرة ماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2020، ص 23.

³ - القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس، ج.ر، العدد 47، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 جوان 2016، ج.ر، العدد 37، الصادر بتاريخ 22 جوان 2016.

نص المشرع الجزائري في المادة 03 من قانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس على الهدف من التقييس والمتمثل في:

- تحسين جودة السلع والاجتماع ونقل التكنولوجيا.
- التخفيف من العوائق التقنية للتجارة وعدم التمييز.
- احترام مبدأ الشفافية.
- تجنب الإزدواجية والتداخل في أعمال التقييس.
- التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق.
- اقتصاد الموارد وحماية البيئة.
- تحقيق الأهداف المشروعة¹.
- يعتبر التقييس وفق هذه المادة أنه خاصية تقنية تمثل منفعة عامة للاقتصاد الوطني والمستهلك².

ب- احترام المواصفات القانونية:

يجب أن تتوفر المواصفات القانونية في كل المنتوجات التي توجه للمستهلك، فبالرجوع إلى المادة 10 الفقرة 01 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ينص على أنه: «يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يصنعه للاستهلاك فيما يخص مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته».

تنص المادة 11 الفقرة 01 من نفس القانون على أنه: «يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته، وصنعه، ومنشئه

¹- المادة 03 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس، مرجع سابق.

²- الرزقي قاسمي وحسينة شرون، "هياكل التقييس في التشريع الجزائري ودورها في حماية المستهلك"، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، مخبر الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، 2021، ص 78.

ومميزاته الأساسية، وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة، وهويته وكمياته، وقابليته للإستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله...»¹.

يقع على المتدخل احترام المواصفات القانونية لكونها تعتبر من الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتوجات، منذ وقت بداية الإنتاج إلى غاية إستهلاك المنتج، بحيث لا يمكن منح شهادة المطابقة للمنتوج إلا إذا كان النوع مطابق للمواصفات القانونية، فالإلتزام بالمطابقة هو بمثابة صورة حقيقية لاحترام القواعد الأمرة المتعلقة بإحترام المواصفات القانونية².

ثالثاً: إجراءات الإلتزام بمطابقة المنتج

يعتبر الإشهاد بمطابقة المنتج آخر مرحلة تقوم بها الهيئة المكلفة بمراقبة تطبيق واحترام المقاييس المعتمدة، منذ بداية مرحلة الإنتاج إلى غاية وضع المنتج للإستهلاك، بحيث يتم تقديم الإشهاد بمطابقة المنتج للمواصفات الجزائرية عند القيام بالتأكد باحترام كافة هذه المواصفات والذي يكون بواسطة علامات وطنية للمطابقة أو عن طريق رخصة استعمال العلامات الوطنية ومنح شهادة المطابقة للمواصفات تودع العلامات الوطنية بالمركز الوطني للملكية الصناعية بحيث تكون لها صلاحيات في:

- دراسة طلبات منح الرخص.
- تنفيذ علامات تفتيش المصانع وتقييمها.
- مراقبه حسن استعمال العلامة.

¹ - المادتان 10 و 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² - برحايل إكرام وبوعطية عايدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتج في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، ص 27-28.

- إجراء التحليل والاختبارات للمواد الأخرى المعنية برخصة استعمال علامة المطابقة للمواصفات¹.

وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره على أنه: «يتمثل نشاط المخابر على الخصوص في خدمات الاختبار والتجربة والقياس والمعايرة وأخذ العينات والفحص والتعرف والتحقق والتحليل التي تسمح بالتحقق من المطابقة مع المواصفات أو اللوائح الفنية الأخرى».

نجد أيضًا المادة 06 من المرسوم ذاته تنص على أنه: «تتمثل نشاطات التفتيش في فحص تصميم منتج أو مسار أو منشأة وتحديد مطابقتها لمتطلبات خصوصية أو على أساس حكم احترافي لمتطلبات عامة»².

تنتهي صلاحية الرخصة عند إلغاء أحد المواصفات التي تخص المنتج، ويتم إشعار صاحب الرخصة بذلك، ويلزم صاحب الرخصة بتوفير نوع الإنتاج المناسب وضمن صلاحيته، وتسهيل مهمة ممثل جهاز التقييس للقيام بمهامه في تسيير العلامة³.

¹ - برحايل إكرام وبوعطية عابدة، إلترام المنتج بمطابقة المنتج في ظل القانون رقم 09-03، مرجع سابق، ص 28-29.
² - المادتان 05 و06 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 المتعلق بتقييم المطابقة، ج.ر، العدد 80، الصادر بتاريخ 11 ديسمبر 2005.

³ - طرفي أمال، التزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 09-03، مذكرة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2013، ص 28.

الفرع الثاني

الآليات المؤسسية لممارسة رقابة مطابقة المنتج

سيتم دراسة الآليات المؤسسية لممارسة رقابة مطابقة المنتج وذلك من خلال التطرق إلى وزارة التجارة والأجهزة التابعة لها (أولاً)، وكذا تناول الرقابة الممارسة من قبل الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي (ثانياً).

أولاً: وزارة التجارة والأجهزة التابعة لها

يتم التطرق إلى وزارة التجارة والأجهزة التابعة لها وذلك من خلال تناول وزارة التجارة (أ)، إضافة إلى الأجهزة التابعة لوزارة التجارة (ب).

أ- وزارة التجارة:

تعتبر وزارة التجارة الجهاز الأساسي المكلف بحماية المستهلك نتيجة المصالح التابعة لها، بحيث أنه كل مصلحة من المصالح تتكلف بنوع معين من الأنشطة وتمارسها حسب التنظيم الساري المفعول¹، فبالرجوع للمادة من 05 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المحدد لصلاحيات وزير التجارة والتي تنص على أنه: «يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك بما يأتي:

- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية بشروط وضع السلع والخدمات والإستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.
- يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامة التجارية والتسميات الأصلية، ومتابعة تنفيذها.
- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الإقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.
- يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

¹ - برحائل إكرام وبوعطية عابدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتجات في ظل القانون رقم 09-03، ص 43.

- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، ويشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختلفة في مجال الجودة.
 - يعد وينفذ استراتيجية للإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية إتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشائها¹.
 - يتصل وزير التجارة أثناء القيام بمهامه مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى بهدف تنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة جودة وصلاحية السلع والخدمات التي تعرض للمستهلك².
- ب- الأجهزة التابعة لوزارة التجارة:

يتم دراسة الأجهزة التابعة لوزارة التجارة من خلال التطرق إلى المجلس الوطني لحماية المستهلك (1)، إضافة إلى المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (2) وكذا شبكة مخابر التجارب والتحليل النوعية (3).

بالإضافة إلى الرقابة الممارسة من طرف وزارة التجارة توجد أيضًا رقابة أخرى تمارس من قبل أجهزة متخصصة والمتمثلة في:

1- المجلس الوطني لحماية المستهلك:

تنص المادة 24 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين ويقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك»³.

فهو هيئة استشارية يلحق وزير التجارة.

¹- المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المحدد لصلاحيات وزير التجارة، ج.ر، العدد 25، الصادر بتاريخ 22 ديسمبر 2002.

²- برحايل إكرام وبوعطية عابدة، إلترام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 03-09، مرجع سابق، ص 44.

³- القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

2- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم:

يتشكل المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم من أجهزة داخلية وأخرى خارجية، ويتكون المركز من مدير عام، مجلس التوجيه، لجنة علمية وتقنية¹، فبالرجوع للمرسوم التنفيذي رقم 89-147 الذي أنشئ بموجبه المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم، جاء فيه: «يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهو تحت وصاية وزير التجارة، وتتجلى أهداف هذا المركز في مجالين:

- أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.
- ثانيها يكمن في مجال الرقابة، كما يقوم بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها»².

3- شبكة مخابر التجارب والتحاليل النوعية:

تتكفل الشبكة بمختلف أنواعها بالرقابة السابقة على مختلف المنتوجات والخدمات التي يلجأ إليها المستهلك، كما تعمل على التنسيق بين المخابر التابعة للوزارات المختلفة وكذا حماية الاقتصاد الوطني، كما تعمل على حماية أمن وصحة المستهلك³.

ثانياً: الرقابة الممارسة من قبل الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي

يسهر رئيس المجلس الشعبي البلدي على تحقيق النظام والأمن العموميين والنظافة العمومية، كما يعمل في الحفاظ على سلامة الأشخاص والأملاك والسهر على نظافة المواد

¹ - برحايل إكرام وبوعطية عابدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 09-03، مرجع سابق، ص 48.

² - المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 08 أوت 1989، المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، وتنظيمه وعمله، ج.ر، العدد 33، الصادر بتاريخ 08 أوت 1989.

³ - برحايل إكرام وبوعطية عابدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 09-03، مرجع سابق، ص 51.

الإستهلاكية المعروضة للبيع، فقد تم إنشاء مكاتب للحفاظ على صحة المستهلك¹، وذلك حسب المرسوم التنفيذي رقم 87-147 المتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات².

يتعين على الوالي بصفته ممثلاً للحكومة أن يتخذ كل الإجراءات الضرورية لمنع الأضرار بشريحة المستهلكين وضمان حمايتهم، وهذا ما نصت عليه المادة 114 من القانون رقم 07-12 المتعلق بالولاية³، إضافة إلى ذلك يكمن دور الوالي في إتخاذ الإجراءات اللازمة التي تؤدي إلى إبعاد الخطر الملحق بالمستهلك كالسحب المؤقت أو النهائي للمنتوج أو إتخاذ قرار غلق المحل وسحب الرخص وهذا بناء على إقتراح من المصالح الولائية المختصة⁴.

¹ - برحاييل إكرام وبوعطية عابدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 09-03، مرجع نفسه، ص 52.
² - المرسوم التنفيذي رقم 87-147 المؤرخ في 30 جوان 1987، المتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، ج.ر، العدد 27، الصادر بتاريخ 01 جويلية 1987.
³ - المادة 114 من المرسوم التنفيذي رقم 87-147 المتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، مرجع نفسه.
⁴ - برحاييل إكرام وبوعطية عابدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 09-03، مرجع سابق، ص 53-54.

المبحث الثاني

المتطلبات القانونية لعرض منتوجات الخيزران

يلجأ المنتج الذي يملك علامة تجارية دائماً للترويج لمنتجاته قصد بيعها وتحقيق منافع وأرباح مادية، وذلك عن طريق القيام بإعلانات وإشهارات تقليدية أو إلكترونية، والتي تتم بواسطة المواقع الإلكترونية أو الشرائط الإعلانية والرسائل المتخللة أو عن طريق البريد الإلكتروني أو باستخدام محركات البحث، فلقيام بالإشهار الإلكتروني لابد أن تكون الرسالة الإشهارية محددة وواضحة وأن تسمح بتحديد الشخص الذي صممت الرسالة لصالحه، إضافة إلى ذلك يجب أن لا يكون الإشهار مخالف للنظام العام والآداب العامة، ويكون بعيداً عن الغموض والتضليل.

يلزم المشرع الجزائري كل منتجي مواد الخيزران بإعلام المستهلك بكل المعلومات التي تخص المنتوجات المعروضة للإستهلاك، على غرار باقي الفئات المتدخلة في عملية عرض المنتج للإستهلاك، وذلك بواسطة الوسم ووضع العلامات التجارية، بحيث نص على ذلك في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فبواسطة الوسم يستطيع المستهلك الوصول لكيفية استعمال المنتج ومعرفة طبيعته وكل المعلومات الخاصة به والتي تحدد للمستهلك إمكانية اقتناؤه للمنتوج أو عدم اقتناؤه.

يتم دراسة المتطلبات القانونية لعرض منتوجات الخيزران خلال التطرق للإشهار في العالم المادي والإلكتروني (المطالب الأول)، وإعلام المستهلك (المطالب الثاني).

المطلب الأول

الإشهار في العالم المادي والإلكتروني

يعتبر الإشهار وسيلة مهمة للتعريف بالمنتجات وتحفيز المستهلك على إقتناءها، بحيث تتوفر صور الإشهار الإلكتروني وذلك حسب الطريقة المتبعة لعرض المنتجات سواء عن طريق المواقع أو الشرائط الإعلانية أو الرسائل المتخللة أو إستخدام البريد الإلكتروني ومحركات البحث، ويتم ذلك بواسطة الشروط المنصوصة عليها في المادة 30 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹، والتي تقتصر في تحديد الرسالة الإشهارية بوضوح والشخص الذي صممت من أجله، إضافة إلى عدم مساسها بالنظام العام والآداب العامة، كما يجب تحديد الغرض التجاري للإشهار مع الابتعاد عن الغموض والتضليل.

يتم التطرق للإشهار في العالم المادي والإلكتروني من خلال دراسة التعريف القانوني للإشهار التقليدي والإلكتروني (الفرع الأول)، إضافة إلى تناول صور الإشهار الإلكتروني "الإعلان الإلكتروني" (الفرع الثاني)، وأخيراً يتم ذكر شروط الإشهار الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول

تعريف الإشهار التقليدي والإلكتروني

نص المشرع الجزائري على الإشهار في المادة 02 الفقرة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه: «الإشهار: جميع الإقتراحات

¹ - المادة 30 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، العدد 28، الصادر بتاريخ 16 ماي 2018.

أو الدعايات أو البيانات أو العروض والإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسانيد سمعية أو بصرية»¹.

تطرق أيضًا المشرع الجزائري إلى تعريف الإشهار في المادة 03 الفقرة 03 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: «الإشهار كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع والخدمات مهما كان المكان ووسائل الاتصال المستعملة»².

يعرف أيضًا الإشهار على أنه وسيلة للتعريف بالمنتجات وتنشيط التعاقد، إضافة إلى ذلك فهو عامل من عوامل التسويق، ومظهرًا من مظاهر المنافسة المشروعة، فالتاجر يستعمل الإشهار ليحفز المستهلك على شراء سلعته سواء كان ذلك عن طريق وسائل مرئية أو سمعية أو مكتوبة، كما يعتبر أيضًا الإشهار كوسيلة هدفها التأثير على المتلقي نفسيًا وذلك لتحقيق أهداف تجارية³.

الفرع الثاني

صور الإشهار الإلكتروني (الإعلان الإلكتروني)

تتنوع صور الإشهار الإلكتروني (الإعلان الإلكتروني) وذلك حسب الطريقة المتبعة في عرض المنتوجات وهي كالآتي:

¹ - المادة 02 الفقرة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وجمع الغش، ج.ر، العدد 05، الصادر بتاريخ 31 جانفي 1990، (المعدل والمتمم).

² - المادة 03 الفقرة 03 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³ - حلومي بلخير، "النظام القانون للإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد 10، العدد 04، 2022، ص 06.

1- المواقع Les sites:

أصبح الأنترنت يمثل ركيزة التجارة الإلكترونية بحيث يتم من خلاله صرف المنتج مما يتطلب الأمر لوضع إعلانات إلكترونية خاصة بالسلع والخدمات المراد بيعها، فالمواقع الإلكترونية في إحدى الوسائل التي يلجأ إليها المتعاقدين عبر الأنترنت من أجل عرض المنتوجات وتلقي هذه العروض عند بعد، كما يكمن دور الاعلان الإلكتروني في هذه المواقع بتقديم إرشادات على كيفية الحصول على المنتج والإجراءات التي يجب القيام بها لإقتناء وإستعمال المنتج¹.

2- الشرائط الإعلانية Bandeaux publicitaire:

تتمثل الشرائط الإعلانية في فضاء إشهاري ينحصر في جزء من صفحة من موقع الويب، يعرض الإعلان الإلكتروني في صورة شرائط إعلانية بهدف إغراء المستهلك الإلكتروني للنقر على الشريط الإعلاني بهدف الوصول للموقع التجاري الخاص بالمنتوج المروج.

3- الرسائل المتخللة Les messages interstitiels:

تتمثل الرسائل المتخللة في ظهور صفحة إشهارية على شاشة المستهلك الإلكتروني، وذلك لمدة زمنية تقل عن خمسة عشر ثوان قبل إزالة الصفحة الإعلانية التي قد تستغرق عدة دقائق².

4- البريد الإلكتروني E.mail:

يعتبر البريد الإلكتروني كوسيلة لتبادل رسائل رقمية عبر وسائل الإتصالات (شبكات حاسوبية متواصلة) من المرسل إلى المستلم، فهو إعلان يرسل عبر الإيميل E.mail إلى

¹- حلبي بلخير، "النظام القانون للإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05"، مرجع سابق، ص 06.

²- أكسوم عيلا رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 325-326.

مختلف الحسابات على الإيميل أو بشكل مستهدف بحيث يتم الإرسال للأشخاص المعنيين، أي تكون من الإعلان شخصيًا، فتكون القدرة على الاستجابة كبيرة جدًا¹.

5- الإحالة بأدوات البحث **Les référencement par des outils recherche**:

يستخدم مستعملي الأنترنت محركات البحث وذلك للحصول على عناوين المواقع الإلكترونية التجارية عن طريق إدخال كلمات مفتاحية Mots clefs، أن يعرض الموقع عدة صفحات كنتيجة للبحث الذي قام به بإستعمال الكلمات المفتاحية².

الفرع الثالث

شروط الإشهار الإلكتروني (الإعلان الإلكتروني)

نص المشرع الجزائري على شروط ممارسة الإشهار الإلكتروني وذلك بالرجوع للمادة 30 من القانون رقم 05-18، المتضمن قانون التجارة الإلكترونية³ بحيث هذه الشروط يجب أن تتوفر في كل إشهار تجاري وتتمثل في:

أولاً: أن تكون الرسالة الإشهارية محددة بوضوح.

نص على هذا الشرط المشرع الجزائري من خلال نص المادة 30 الفقرة 01 من القانون رقم 05-18، المتضمن قانون التجارة الإلكترونية على ما يلي:

«دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلب المقتضيات الآتية:

¹- مسراني أحلام وجوهري مسعودة، تأثير الإعلان الإلكتروني في سلوك المستهلك الجزائري، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2018، ص 46.

²- أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 237.

³- المادة 30 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إخبارية»¹.

يشترط المشرع الجزائري في الإشهار الإلكتروني الوضوح وعدم الغموض أي أن تكون الرسالة التجارية مكتوبة بلغة مفهومة وأن تكون الإعلانات المصاحبة لها واضحة وغير غامضة².

ثانياً: يجب أن تسمح الرسالة الإخبارية بتحديد الشخص الذي صممت الرسالة لصالحه نص المشرع الجزائري على هذا الشرط في المادة 30، البند 2 من القانون رقم 05-18 المتضمن قانون التجارة الإلكترونية على ما يلي:

«... أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لصالحه»³.

يتضمن هذا الشرط وجوب معرفة الشخص موجه الرسالة الإخبارية هو أمر مهم في جانب متلقي الرسالة الإخبارية، فمن خلالها يمكن تحديد ما إذا كانت الرسالة الإخبارية محل ثقة أو عدم ثقة، كما أن معرفة نوعية المنتج تتحدد عادة بمنتجه وسمعته التجارية⁴.

ثالثاً: ألا تمس الرسالة الإخبارية بالآداب العامة والنظام العام

نص المشرع الجزائري في البند 03، المادة 30 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ما يلي: «... ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام...»⁵؛ ويقصد بهذا الشرط عدم مساس الرسالة الإخبارية أو الإشهار الإلكتروني بالآداب العامة للمجتمع، بحيث وجب عن مصمم الإشهار الإلكتروني الإبتعاد عن استعمال صور أو مقاطع فيديو مخرقة بالحياء في المجتمع، كما يجب أن تكون الرسالة الإخبارية لا

¹ - المادة 30 الفقرة 1 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² - منير برباج، الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي بريك، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 2022، ص 1563.

³ - المادة 30 البند 02 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

⁴ - منير برباج، الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 1564.

⁵ - المادة 30 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

تمس بالمباني الاقتصادية والاجتماعية وتوجهات الدولة، فأى إشهار يخالف هذا المبدأ يعتبره مخالف للنظام العام في جانبه الإقتصادي للدولة¹.

رابعاً: ضرورة تحديد الغرض التجاري للإشهار

نص المشرع الجزائري في المادة 30 الفقرة 04 من قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ما يلي: «أن تحدد بوضوح ما إذا كان الغرض التجاري يشمل تخفيضاً أو مكافآت أو هدايا في حالة ما إذا كان هذا الغرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً»²، بالرجوع إلى نص هذه المادة فإن تحديد الغرض من الإشهار الإلكتروني سبب توجه المستهلك لإقتناء المنتج، فإذا كان الغرض من الإشهار هو إظهار التخفيضات لسعر السلع فإنه لا يمكن لمتلقي الإشهار الإحتجاج بغرض آخر في الإشهار يدفعه لإقتناء المنتج³.

خامساً: الابتعاد عن الغموض والتضليل

نص المشرع الجزائري في المادة 30 الفقرة 5 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ما يلي: «التأكد من أن جميع الشروط الواجب إستيفؤها للإستفادة من الغرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة»⁴.

بحيث يجب على المورد الإلكتروني الابتعاد عن جميع مظاهر التضليل في الإشهار المصمم للترويج لمنتوجه كأن يدعي مواصفات غير موجودة في منتوجه أو أن يضمن بأن هناك مواصفات موجودة في منتوجاته بنفس الجودة مع المنتوجات المنافسة له والواقع غير

¹ - منير برباح، الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 1564.

² - المادة 30 الفقرة 04 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ - منير برباح، الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 1564.

⁴ - المادة 30 الفقرة 5 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ذلك، إضافة أن يجب على المورد الإلكتروني الابتعاد عن الغموض في الخطاب الإشهاري الذي يترك الشك في نفسية من وجه له الإشهار¹.

المطلب الثاني

إعلام المستهلك

يتطلب على كل متدخل أن يعلم المستهلك الذي يقتني منتجاته بكل المعلومات الخاصة بالمنتج، ويتم ذلك عن طريق الوسم، حيث يتضح الدور الإعلامي للوسم في إعلام المستهلك بطبيعة المنتج وكيفية استعماله، كما يعتبر كوسيلة مهمة يستخدمها المتدخل لفت إنتباه المستهلك عن الخطر الذي قد ينجم عند استعمال المنتج وذلك لأخذ الإحتياجات اللازمة لضمان حمايته وسلامته.

يتم بالتطرق إلى إعلام المستهلك من خلال التعريف القانوني لإعلام المستهلك (الفرع الأول) ثم يتم دراسة الوسم كآلية لإعلام المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف القانوني لإعلام المستهلك

نص المشرع الجزائري في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على الإلتزام بإعلام المستهلك وذلك من خلال تخصيص فصل له بعنوان "الزامية إعلام المستهلك" في المادة 17 على أنه: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى»²، يستخلص من هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يتطرق لتعريف الإلتزام بإعلام المستهلك ولكنه نص على إلزاميته، وذلك من خلال استعمال عبارة: "يجب

¹ - منير براج، الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 1565.

² - المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

على المتدخل أن يعلم المستهلك"، كما ذكر طرفي هذا الإلتزام المتمثلان في المتدخل والمستهلك، ووسائل تنفيذه المتعلقة بالوسم أو العلامات أو أي وسيلة أخرى تصلح لإعلام المستهلك.

يمكن تعريف إعلام المستهلك بناءً على القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على أنه: «إلتزام قانوني يقع على عاتق المتدخل بتقديم كل المعلومات التي تتعلق بالمنتوجات أو الخدمات المعروضة لشخص آخر وهو المستهلك»¹.

الفرع الثاني

الوسم كآلية لإعلام المستهلك

يتم دراسته الوسم كآلية لإعلام المستهلك من خلال التطرق إلى التعريف القانوني للوسم (أولاً) ثم ذكر وظائف الوسم (ثانياً).

أولاً: التعريف القانوني للوسم

نص المشرع الجزائري من خلال المادة 02 الفقرة 04 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على تعريف الوسم على أنه: «الوسم كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها»².

يعرف الوسم حسب هذه المادة على أنه تلك المعلومات التي تتعلق بالمنتوج والضرورية لإعلام المستهلك، وقد تكون هذه المعلومات على شكل طبيعة المنتج أو صفته

¹ - زياش لمياء وبوعشة حدة، النظام القانوني لإعلام المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2016، ص 12، 15.

² - المادة 02 الفقرة 04 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

أو مكوناته أو كفاءات استعماله، كما قد تكون عبارة من بيانات مكتوبة أو علامات أو مميزات أو صور أو رموز توضع على غلاف المنتج¹، بحيث تنص المادة 08 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على أنه: «يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة»².

ثانياً: وظائف الوسم

يعتبر الوسم وسيلة مناسبة لإعلام المستهلك حول المنتجات، بحيث خصص له المشرع الجزائري القسم الثاني كاملاً من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحد الشروط والكيفية المتعلقة بإعلام المستهلك³، وللوسم وظيفتان وظيفية إعلامية ووظيفة أخرى أمنية.

يتم دراسة وظائف الوسم من خلال التطرق للوظيفة الإعلامية للوسم (أ) وكذا تناول الوظيفة الأمنية للوسم (ب).

أ- الوظيفة الإعلامية للوسم:

يتضح الدور الإعلامي للوسم في تقديمه دائماً معلومات توجي إلى إعلام المستهلك بكفاءات استعمال المنتج أو بطبيعته، وحرصاً من المشرع الجزائري على هذا الدور الإعلامي فرض قواعد وأحكام يجب إحترامها ومراعاتها لإضفاء على البيانات المتعلقة بالوسم طبيعة إعلامية حقيقية.

¹ - زياش لمياء وبوعشة حدة، النظام القانوني لإعلام المستهلك في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 52.

² - المادة 08 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، العدد 41 الصادر بتاريخ 27 جوان 2004.

³ - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2015، المحدد للشروط والكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، العدد 58، الصادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

إضافة إلى ذلك، فالوسم قد يحقق العلم للمستهلك وذلك من خلال ما يتضمنه من العناصر التي تحتوي على كل المعلومات اللازمة والخاصة بالمنتوج، هذا ما يجعل المستهلك يقرر ما إذا عليه إقتناء المنتج أو عدم إقتناؤه¹.

ب- الوظيفة الأمنية للوسم:

يتمثل الوسم في وسيلة يستخدمها المتدخل للفت إنتباه المستهلك للخطر الذي ينجم من إستعمال المنتج، لذلك لا بد أن يتضمن دائماً عبارات أو رموز تهدف لتوفير الأمن والسلامة للمستهلك، كمثال عن ذلك إستخدام عبارة "مضر بالصحة" أو "يحفظ بعيداً عن أشعة الشمس"، وهذا يعبر عن الإحتياطات التي يجب على المستهلك أخذها بعين الإعتبار في مجال أمنه²، بحيث تنص المادة 10 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «يعين على كل متدخل إحترام إلزامية أمن المنتج الذي يصنعه للإستهلاك فيما يخص:

- مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته.
- تأثير المنتج على المنتوجات الأخرى توقع إستعماله مع هذه المنتوجات.
- عرض المنتج واسمه والتعليقات المحتملة الخاصة بإستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات والمعلومات الصادرة من المنتج.
- فئات المستهلكين لخطر جسيم نتيجة إستعمال المنتج خاصة للأطفال....»³.

¹- زياش لمياء وبوعشة حدة، النظام القانوني لإعلام المستهلك في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 68.

²- زياش لمياء وبوعشة حدة، النظام القانوني لإعلام المستهلك في التشريع الجزائري، مرجع نفسه، ص 68.

³- المادة 10 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

خاتمة

نص المشرع الجزائري على تنظيم قطاع صناعة الحرف التقليدية قانوناً ويظهر ذلك من خلال التعاريف والمفاهيم القانونية التي قدمها والمتعلقة بالحرفة التقليدية.

يتميز قطاع الصناعات التقليدية بمجموعة من المميزات والخصائص الاقتصادية والتي تميزه عن باقي القطاعات الأخرى، وهذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى تقسيم هذا القطاع إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة الحرفية والمتمثلة في الصناعة التقليدية الفنية، إضافة إلى الصناعة التقليدية لإنتاج المواد وأخيراً الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات، من جهة نجد أن المشرع الجزائري ألزم الحرفي بجملة من الشروط الواجب توافرها وذلك لإكتساب مهنة الحرفي قانوناً، ومن جهة أخرى نجد أن الدولة منحت إمتيازات وحقوق للحرفي وذلك لتشجيعه وتطوير نشاطات الصناعة التقليدية وترقيته ودعمه، لذلك نجد المشرع الجزائري قد نص على ذلك في المرسوم التنفيذي رقم 97-237 المحدد لشروط منح الجوائز للصناعة التقليدية والحرف وكيفيات ذلك¹، إلا أنه ينتج عن ممارسة الأنشطة الحرفية حقوق وأحياناً تقع على عاتق الحرفي واجبات ويلزم بالقيام بها وفي حالة مخالفته لها سوف يترتب عليه جزاءات وعقوبات قانونية.

يتطلب لتسويق وعرض منتجات الخيزران متطلبات قانونية وجب الإلتزام بها، بما في ذلك حماية العلامة التجارية، والعقوبات المترتبة على مرتكبي تلك الجرائم وذلك في ظل القانون رقم 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية².

يلزم على كل من يعرض منتجاته للإستهلاك أن يوفر فيها كل المقاييس والمواصفات القانونية المطلوبة وكذا إحترام الرغبات المشروعة للمستهلك، وفي إطار ذلك خصص المشرع الجزائري هيئات إدارية متمثلة في وزارة التجارة والأجهزة التابعة لها، إضافة

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 97-237 المحدد لشروط منح الجوائز للصناعة التقليدية والحرف وكيفيات ذلك، مرجع سابق.

² - القانون رقم 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية، مرجع سابق.

للولاية والبلدية وذلك لممارسة الرقابة على مطابقة المنتوجات والسهر على حفظ أمن وصحة المستهلك.

يحتاج كل شخص مالك لعلامة تجارية أو يريد عرض منتوجاته للاستهلاك بالقيام بالإشهارات للترويج لمنتوجاته قصد تحقيق أرباح مادية، ويتم ذلك بعدة طرق سواء عن طريق المواقع أو البريد الإلكتروني أو محركات البحث... الخ، وذلك حسب شروط قانونية حيث يجب أن تكون الرسالة الإشهارية محددة بوضوح؛ وأن لا تمس النظام العام والآداب العامة وتكون بعيدة عن الغموض والتضليل، مع ضرورة تحديد الغرض التجاري للإشهار، وفي إطار ذلك على كل متدخل إعلام المستهلك بكل المعلومات الخاصة بالمنتوج الذي وضعه للاستهلاك سواء فيما يخص طبيعته وتركيبه ومميزاته وطريقة استعماله، بحيث يتم ذلك عن طريق الوسم الذي يعتبر كوسيلة مهمة لإعلام المستهلك بكل ما يخص المنتوج، والحفاظ على سلامته وأمنه.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

1. أمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، الإسكندرية، 2011.
2. علي بن غانم، الوجيز في القانون التجاري وقانون الأعمال، الجزائر، 2002.
3. فرحة زاوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر الحرفي، الأنشطة التجارية المنظمة، السجل التجاري، ابن خلدون، وهران، 2023.

ثانياً: الرسائل والمذكرات الجامعية

أ- رسائل الدكتوراه:

1. أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018.
2. بوجمعة مهدية، دور آليات الدعم الاقتصادية في ترقية الصناعات اليدوية التقليدية والفنية كقطاع اقتصادي وثقافي في الجزائر، تطبيق مقارنة الاقتصاد الثقافي، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة إبراهيم سلطان شيبوط، الجزائر 3، 2023.
3. زيدان تبشيم، السياحة والحرف وأسس التنمية المستدامة في الصحراء الجزائرية، دراسة أنثروبولوجية لواقع السياحة والحرف التقليدية بمدينة ورقلة، أطروحة دكتوراه، طور ثالث في أنثروبولوجيا التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة. 2022.

ب- مذكرات الماستر:

1. بن زايط بلخير ودقاقره بو بكر الصديق، الحماية الإدارية للصناعة التقليدية في الجزائر، مذكرة ماستر حقوق، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2019.
2. برحاييل إكرام وبوعطية عايدة، إلتزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 09-03، مذكرة ماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2020.
3. حمزة عمري وبلال عميري، النظام القانوني للحرفي، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022.
4. حيطوم شهاب الدين وبلعيفة حمودة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، 2020.
5. داوي وئام، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2016.
6. زباش لمياء وبوعشة حدة، النظام القانوني لإعلام المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية الجامعة ماي 1945، قالمة، 2016.
7. سامية روييح وفضة سرحان، دور الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي، دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة الماستر في علوم التسيير، تخصص إقتصاد وتسيير سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2014.

8. سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017.
9. شيبان آسيا، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، حالة الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، إبراهيم سلطان شبيوط، 2009.
10. طرفي أمال، إلزام المنتج بمطابقة للمنتجات في ظل القانون رقم 09-03، مذكرة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2013.
11. كياس أحمد وعليوة عادل، رقمنة منتجات الصناعة التقليدية، غرفة الصناعة التقليدية والحرفية، الجزائر نموذجًا، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق فندي وسياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2020.
12. مسراني أحلام وجوهري مسعودة، تأثير الإعلان الإلكتروني في سلوك المستهلك الجزائري، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة أكلي محند أولحاج، 2018.
13. نقادي سعاد وهدار عليّة، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022.

ثالثاً: المقالات.

1. الرزقي قاسمي وحسينة شرون، "هيئات التقييس في التشريع الجزائري، ودورها في حماية المستهلك"، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، مخبر الإجتهد القضائي، جامعة بسكرة، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، 2021، ص ص 70-87.

2. حللمي بلخير، "النظام القانوني للإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد 10، العدد 04، 2022، ص ص 215-235.

3. منير بربح، "الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي، بركة، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 2022، ص ص 1559-1568.

رابعاً: النصوص القانونية.

أ- النصوص التشريعية:

1. أمر رقم 96-01 مؤرخ في 10 يناير 1996، متعلق بالقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر، عدد 03، صادر بتاريخ 14 يناير 1996.

2. قانون رقم 03-06 مؤرخ في 19 يوليو 2003، متعلق بالعلامات، ج.ر، عدد 44، صادر في 23 يوليو 2003.

3. قانون رقم 04-04 مؤرخ في 23 جوان 2004، متعلق بالتقييس، ج.ر، عدد 41، صادر بتاريخ 27 جوان 2004، معدل ومتمم بقانون رقم 16-04 مؤرخ في 19 جوان 2016، ج.ر، عدد 37، صادر بتاريخ 22 جوان 2016. (معدل ومتمم).

4. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، عدد 41، صادر بتاريخ 27 جوان 2004. (معدل ومتمم).

5. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 23 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، عدد 15، صادر بتاريخ 08 مارس 2009. (معدل ومتمم).

6. قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، متعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، عدد 28، صادر بتاريخ 16 ماي 2018.

ب- النصوص التنفيذية:

1. المرسوم التنفيذي رقم 87-147 المؤرخ في 30 جوان 1987، المتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، ج.ر، عدد 27، الصادر بتاريخ 01 جويلية 1987.
2. المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 08 أوت 1989، المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق، وتنظيمه وعمله، ج.ر، العدد 35، الصادر بتاريخ 08 أوت 1989.
3. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، العدد 05، الصادر بتاريخ 31 جانفي 1990.
4. المرسوم التنفيذي رقم 97-142 المؤرخ في 08 يوليو 1997، المحدد لشروط التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر، العدد 45، الصادر بتاريخ 12 يوليو 1997.
5. المرسوم التنفيذي رقم 97-237 المؤرخ في 21 يوليو 1997، المحدد لشروط منح جوائز الصناعة التقليدية والحرف وكيفيات ذلك، ج.ر، العدد 97، الصادر بتاريخ 23 يوليو 1997.
6. المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المحدد لصلاحيات وزير التجارة، ج.ر، العدد 25 الصادر بتاريخ 22 ديسمبر 2002.
7. المرسوم التنفيذي رقم 97-145 المؤرخ في 30 أبريل 1997، المحدد للتأهيلات المهنية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر، العدد 27، الصادر بتاريخ 08 ماي 1997، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي، رقم 04-74، المؤرخ في 04 مارس 2004، ج.ر، العدد 13، الصادر بتاريخ 07 مارس 2004.

8. المرسوم التنفيذي رقم 05-465 مؤرخ في 06 ديسمبر 2005، متعلق بتقييم المطابقة، ج.ر، العدد 80، الصادر بتاريخ 11 ديسمبر 2005.
9. المرسوم التنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، محدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، العدد 58، الصادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

شكر وتقدير .

إهداء .

01.....	مقدمة
04.....	الفصل الأول: التنظيم القانوني للحرف التقليدية في القانون الجزائري
05.....	المبحث الأول: مفهوم صناعة الحرف التقليدية
06.....	المطلب الأول: تحديد مدلول صناعة الحرف التقليدية
06.....	الفرع الأول: تعريف صناعة الحرف التقليدية
07.....	الفرع الثاني: الخصائص الاقتصادية لصناعة الحرف التقليدية
08.....	أولاً: كثافة العمالة والضعف الرأسمالي
08.....	ثانياً: إرتفاع تكلفة الدخل من العملة الأجنبية لصناعة التقليدية
08.....	ثالثاً: صعوبة تمييز منتجات الصناعة التقليدية
08.....	رابعاً: إمكانية تشخيص منتجات الصناعة التقليدية
09.....	المطلب الثاني: أنواع الأنشطة الحرفية في الجزائر
09.....	الفرع الأول: الصناعة التقليدية الفنية
10.....	أولاً: صناعة تقليدية تزيينية
10.....	ثانياً: صناعة تقليدية استعمالية
11.....	الفرع الثاني: الصناعة التقليدية لإنتاج المواد
12.....	الفرع الثالث: الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات
المبحث الثاني:	الشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي والآثار المترتبة عن ممارسة
13.....	النشاط الحرفي
14.....	المطلب الأول: الشروط القانونية لاكتساب صفة الحرفي
15.....	الفرع الأول: التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرفي

16	الفرع الثاني: توفير المؤهلات المطلوبة في النشاط الحرفي.....
17	الفرع الثالث: ممارسة النشاط الحرف بصفة مستقلة.....
17	المطلب الثاني: الآثار المترتبة عن ممارسة النشاط الحرفي.....
18	الفرع الأول: حقوق والتزامات الحرفي.....
18	أولاً: حقوق الحرفي.....
18	أ- الحق بالاستفادة من الامتيازات الضريبية.....
19	ب- الحق في التأهيل في مختلف ميادين الصناعة التقليدية الحرفية.....
19	ج- الحق في التقدير.....
19	ثانياً: إلتزامات الحرفي.....
20	الفرع الثاني: جزاء مخالفة القواعد القانونية المنظمة للنشاط الحرفي.....
23	الفصل الثاني: المتطلبات القانونية لتسويق وعرض منتوجات الخيزران.....
25	المبحث الأول: المتطلبات القانونية لتسويق منتوجات الخيزران.....
26	المطلب الأول: الحماية القانونية للعلامة التجارية.....
26	الفرع الأول: التعريف القانوني للعلامة التجارية.....
27	الفرع الثاني: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.....
27	أولاً: جريمة تقليد العلامة التجارية.....
28	ثانياً: جريمة تزوير العلامة التجارية.....
28	ثالثاً: جريمة وضع سوء قصد على منتجات علامة تجارية مملوكة للغير.....
29	الفرع الثالث: الجزاءات المترتبة على مرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.....
29	أولاً: العقوبات الأصلية.....
29	1- الحبس.....
30	2- الغرامة المالية.....

ثانياً: العقوبات التكميلية.....	31
1- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.....	31
2- المصادرة والحجز.....	32
3- الإلتلاف.....	32
المطلب الثاني: إلتزام المطابقة بالمنتوج في التشريع الجزائري.....	33
الفرع الأول: المفهوم القانوني للإلتزام بمطابقة المنتوج.....	33
أولاً: التعريف القانوني للإلتزام بمطابقة المنتوج.....	33
ثانياً: وسائل تنفيذ الإلتزام بمطابقة المنتوج.....	34
أ- التقييس.....	34
ب- احترام المواصفات القانونية.....	35
ثالثاً: إجراءات الإلتزام بمطابقة المنتوج.....	36
الفرع الثاني: الآليات المؤسسية لممارسة رقابة مطابقة المنتوج.....	38
أولاً: وزارة التجارة والأجهزة التابعة لها.....	38
أ- وزارة التجارة.....	38
ب- الأجهزة التابعة لوزارة التجارة.....	39
1- المجلس الوطني لحماية المستهلك.....	39
2- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم.....	40
3- شبكة مخابر التجارب والتحاليل النوعية.....	40
ثانياً: الرقابة الممارسة من قبل الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.....	40
المبحث الثاني: المتطلبات القانونية لعرض منتجات الخيزران.....	42
المطلب الأول: الإشهار في العالم المادي والإلكتروني.....	43
الفرع الأول: تعريف الإشهار التقليدي والإلكتروني.....	43

44.....	الفرع الثاني: صور الإشهار الإلكتروني (الإعلان الإلكتروني)
45.....	1- المواقع: Les sites
45.....	2- الشرائط الإعلانيةBandeaux publicitaire
45.....	3- الرسائل المتخللة Les messages interstitiels
45.....	4- البريد الإلكتروني G.mail
46.....	5- الإحالة بأدوات البحث: Les référencement par des outils de recherche
46.....	الفرع الثالث: شروط الإشهار الإلكتروني (الإعلان الإلكتروني)
46.....	أولاً: أن تكون الرسالة الإشهارية محددة بوضوح
47.....	ثانياً: يجب أن تسمح الرسالة الإشهارية بتحديد الشخص الذي صممت الرسالة لصالحه ...
47.....	ثالثاً: ألا تمس الرسالة الإشهارية بالآداب العامة والنظام العام
48.....	رابعاً: ضرورة تحديد الغرض التجاري للإشهار
48.....	خامساً: الابتعاد عن الغموض والتضليل
49.....	المطلب الثاني: إعلام المستهلك
49.....	الفرع الأول: التعريف القانوني لإعلام المستهلك
50.....	الفرع الثاني: الوسم كآلية لإعلام المستهلك
50.....	أولاً: التعريف القانوني للوسم
51.....	ثانياً: وظائف الوسم
51.....	أ- الوظيفة الإعلامية للوسم
52.....	ب- الوظيفة الأمنية للوسم
54.....	الخاتمة
57.....	قائمة المصادر والمراجع
64.....	فهرس الموضوعات

ملخص:

يحظى قطاع الصناعات التقليدية بأهمية كبيرة في المجتمع، ويقصد به كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف ويمارس نشاطاً تقليدياً لنفسه، إضافة إلى إثبات تأهيله على ذلك، ويتمتع الحرفي بعدة حقوق كالامتيازات الضريبية ووضع مسابقات، ومنح جوائز على غرار ذلك، فقد يلزم بعدة واجبات عليه القيام بها كاحترامه لمقاييس النوعية الخاصة بنشاطه وممارسة النشاط المسجل من أجله، كما يجب على الحرفي أثناء توقفه عن نشاطه الحرفي شطب اسمه من سجل الصناعة التقليدية والحرف، حيث يعاقب بغرامات مالية أو حبس جراء مخالفته لتلك الالتزامات.

يتطلب لعرض وتسويق المنتجات الحرفية إجراءات قانونية على المنتج إتباعها لضمان الحماية القانونية للعلامة التجارية، حيث ألزم المشرع الجزائري المنتج بالقيام بالمطابقة لمنتجاته بهدف حماية المستهلك، ويتم عرض المنتجات عن طريق إظهارها في المواقع يشرط أن لا يخالف الإشهار للنظام العام والآداب العامة وأن يكون واضح، كما يجب على المنتج إعلام المستهلك وتقديم كل المعلومات المتعلقة بمنتجاته.

الكلمات المفتاحية: الحرف التقليدية – منتجات الخيزران – العلامة التجارية – مطابقة المنتج – المستهلك – الإشهار – إعلام المستهلك – الوسم.

Summary:

The traditional industries sector is of great importance in society, and it means every natural person registered in the register of traditional industries and crafts and who practices a traditional activity for himself, in addition to proving his qualifications for this. The craftsman enjoys several rights, such as tax privileges, setting up competitions, and granting prizes along the same lines. He may be required to do several things. Duties that he must perform, such as respecting the quality standards of his activity and practicing the activity for which he is registered, during the cessation of his craft activity, the craftsman must also delete his name from the register of traditional industry and crafts, as he will be punished with fines or imprisonment for violating these obligations.

The display and marketing of craft products requires legal procedures for the producer to follow to ensure the legal protection of the trademark, as the Algerian legislator obligated the producer to conform to his products in order to protect the consumer. Products are displayed by advertising them on websites, provided that the advertising does not violate public order and public morals and is clear, as the producer must inform the consumer and provide all information related to his products.

Keywords: Traditional crafts - bamboo products - branding - product conformity - consumer - advertising - consumer information - branding.