جامعة زيان عاشور بالجلفة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

دور تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية في تحقيق التنمية المستدامة

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

من إعداد الطالب:

- يعـــقوب رابـــح

تحت إشراف الأستاذة:

د. علي خوجة خيرة

لجنة المناقشة

أ/د فطيمة الزهراء فيرم	رئيســـا
أ/د علي خوجة خيرة	مشرفا ومقررا
أ/د خلـــدون عيـشة	ممتحنـا

الموسم الجامعي: 2021-2022

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

أولا أشكر الله الذي وفقني لإعداد هذه المذكرة

ثم أتقدم بأسمى عبارات التقدير والتشكرات إلى كل من شارك في إعداد هذا البحث المتواضع من قريب أو من بعيد

وأخصّ بالذكر الأستاذة المشرفة الدكتورة: علي خوجة خيرة

الذي تفضل بالإشراف على إعداد هذه المذكرة

كما أتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى جميع أساتذة الكلية الأفاضل الذين ساعدونا ووجهونا للوصول إلى هذا المستوى خلال سنوات الدراسة وإلى كل عمال إدارة الجامعة وزملاء الدراسة والأسرة الكريمة.

إهـــــــــــداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما

ورزقهما الصحة والسعادة والهناء

وإلى جميع أفراد عائلتي الكريمة

و إلى الأستاذ المشرف وجميع أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية

إلى جميع الأصدقاء والزملاء

وفقنا الله لما فيه الخير والصلاح

مقـــدمـــــة

مقدمة:

"إن تسميات المنشأ تضمن جودة ونوعية البضاعة المقدمة للمستهلك، فهو يكون على يقين من أن هذه المنتجات تحتوي على ميزات معينة غير موجودة في منتجات مشابهة لها".[1]

تعتبر حقوق الملكية الصناعية والتجارية مهما كان القسم الذي تنتمي إليه، من حقوق واردة على المنشآت الجديدة (براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية)، أو حقوق واردة على البيانات والسمات المميزة (علامات السلع والخدمة والأسماء التجارية والعناوين التجارية، وتسميات المنشأ من وسائل المنافسة المشروعة، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، فهي بمثابة قيمة معنوية عالية تضاف للسلع أو الخدمات التي تستفيد منها بطريقة قانونية، وترجع أهمية هذه الحقوق أساسا إلى الطابا ع الاستئثاري الذي تتميز به عن غيرها من الحقوق.

يعد هذا الطابع ركيزة أساسية ومشتركة بين مختلف الأنظمة القانونية لحقوق الملكية الصناعية نظرا لما يحمله مضمونه من تشجيع للقدرة الإبداعية والاختراعية بالنسبة لفئة الحقوق الواردة على المنشآت الجديدة، وما يوفره من تحفيز للتميز والتجرد من الطابع النوعي والعادي بالنسبة لفئة السمات المميزة للمنتجات، وذلك كله عن طريق فرضه توفير حماية قانونية لصاحب هذه الحقوق تمكنه من احتكار استغلالها لمدة قانونية، تكون قابلة للتجديد فيما يخص بعض الحقوق.

إن تسميات المنشأ، وكما يدل عليه مصطلحها، تتكون من الإسم الجغرافي لمنطقة معينة، وهذا ما يجعلها تنتمي إلى فئة البيانات الجغرافية، التي تضم مجموعة من البيانات متفاوتة المعاني والأهداف، لكنها تشترك في تمتعها بالطابع الجماعي، فهذا الإسم الجغرافي لا يمكن احتكاره من طرف شخص واحد، كما أن هذه التسميات تعد وسيلة لتمييز المنتجات ومساعدة المستهلك في تحديد اختياراته وأولوياته في عملية الشراء، ما يدخلها ضمن فئة السمات المميزة، وهذا ما أثار جدلا حول طبيعتها القانونية، فهي تجمع بين الطابع الجماعي لفئة البيانات الجغرافية، والطابع الاستئثاري لحقوق الملكية الصناعية.

لقد أقرت مختلف المؤسسات الحكومية وكذلك المؤسسات الخاصة بأهمية البعد الجغرافي في التعدادات والبيانات الاحصائية عامة والدور الهام الذي تؤديه في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إن معرفة مكان الناس والأشياء وماهيتها، وعلاقتها ببعضها يعد أمراً ضروريا لاتخاذ القرارات القائمة على الأدلة، وتدرك هذه المؤسسات على وجه الخصوص أن من شأن تكامل البيانات الإحصائية والجغرافية المكانية أن يكون مفيدا لها ولبلدانها من حيث خفض

[1] – فرحة زراوي صالح، **الكامل في القانون التجاري، الحقوق الفكرية، الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية**، إبن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2006، ص: 351.

التكلفة والوقت اللازمين لجمع البيانات، فضلا عن توفير بيانات ذات دقة وجودة عالية وتيسير معالجتها وإيصالها ونشرها، الأمر الذي يزيد من العائد من الاستثمار في جمع البيانات ونشرها إلى حد كبير.

وقد كان عنوان مذكرتنا "دور تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية في تحقيق التنمية المستدامة"

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في دراسة الدور الحقيقي الذي تلعبه تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية في تحقيق التنمية المستدامة حيث أن التنظيم القانوني لتسميات المنشأ والبيانات الجغرافية له أثر في الاقتصاد وبالتالي في التنمية المستدامة، وقد أكد المشرع في أغلب القوانين العالمية على أن التنظيم الجيد لتسميات المنشأ والبيانات الجغرافية يعزز في الاقتصاد والتنمية المستدامة.

أهداف الدراسة:

- محاولة توضيح مدى اعتبار تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية ركائز أساسية في التنمية المستدامة في دعم الجانب الاقتصادي والقانوني ومنح الحماية الوطنية لها.
- إبراز مدى اهمية تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية في الجانب الاقتصادي للدولة.
- الوقوف على واقع استخدام تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية من حيث تطوره وفعاليته في دعم الاقتصاد.

أسباب اختيار الموضوع:

يعود اختيار الموضوع لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية

فأما الأسباب الذاتية فتتمثل في:

- الميول الذاتي إلى مواضيع التنمية المستدامة وحماية المنتج وتنظيم الاقتصاد.
- انتشار التسميات المضللة والمنتجات المقلدة وعدم تركيز الدولة على الجانب الاقتصادي فيهما.

الأسباب الموضوعية:

- حداثة الموضوع باعتباره من الحقوق ومواكبتها للتطور الصناعي.

اهمية الموضوع على الصعيد الوطني والدولي وهو ما يتجلى من خلال مجموع القوانين والاتفاقيات المبرمة بشأن تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية.

إشكالية البحث:

انصب اهتمام المشرع الجزائري عند تنظيمه للإجراءات والأحكام المتعلقة بنظام تسمية المنشأ في محاولة تحقيق التوازن بين المصالح المتعارضة بين مالك التسمية والغير ومن خصائص تسمية المنشأ دورها الاقتصادي، كما اهتم بالبيانات الجغرافية وأهميتها في التنمية المستدامة.

لذلك كانت اشكاليتنا كالآتي:

كيف يمكن أن تساهم تسمية المنشأ و البيانات الجغرافية في تحقيق التنمية المستدامة؟

وللاجابة على هده الاشكالية قسمنا الخطة إلى فصلين الفصل الأول تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية

المبحث الأول: ماهية تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية المبحث الثاني: خصائص وطرق حماية البيانات الجغرافية

و الفصل الثاني دور تسمية المنشأ في التنمية المستدامة . المبحث الأول: ماهية التنمية المستدامة أهدافها وخصائصها و المبحث الثاني دور تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية في تحقيق التنمية المستدامة.

الدراسات السابقة:

بالرغم من ندرة المراجع الخاصة بتسمية المنشأ كآلية لحماية المستهلك إذ أننا نجد في جل الكتب المتخصصة للإشارة إلى تسمية المنشأ ضمن حقوق الملكية الصناعية حيث جل ما طرح كان الحماية القانونية دون التطرق لجوانبه الاخرى كتنظيم الحقوق وايجابياته الاقتصادية، إلا أن هناك من المذكرات و الرسائل التي تطرقت لتسمية المنشأ على سبيل المثال:

1) حورية درقاوي، مساهمة تسميات المنشأ في ضمان الجودة، رسالة ماجستير جامعة وهران، الجزائر، موسم 2012-2013.
2) أحلام قتاتلية، زهراء علوي، نظام تسمية المنشأ في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الموسم الجامعي 2015-2016.
3) زيان قنشوبة، النظام القانوني لتسميات المنشأ في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر جامعة زيان عاشور، الجلفة، الموسم الجامعي 2014-2015.

المنهج المتبع:

اخترت اعتماد المنهج الوصفي كونه الأنسب في البحوث القانونية والذي يتيح لي فرصة عرض أفكاري بسلاسة ووضوح وتسلسل.

خطة البحث:

اعتمدنا في بحثنا هذا على خطة ابتدأت بمقدمة عامة أين عرضنا فيها تمهيد عام للموضوع ثم اهمية واهداف الدراسة ثم اسباب اختيارنا للموضوع ثم إشكالية البحث وعرضنا الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع والمنهج المعتمد في البحث وقسمنا البحث لفصلين الفصل الاول تحت اسم تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية حيث تطرقنا فيه الى تعريف تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية وخصائصهما وطرق الحماية القانونية لهما اما في الفصل الثاني فكان بعنوان دور تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية في التنمية المستدامة حيث ذكرنا فيه ماهية التنمية المستدامة وما هي خصائصها وأهدافها ثم ذكرنا دور تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية في تحقيق التنمية المستدامة وطرق استغلالهما في تنمية الاقتصاد واخيرا خاتمة ثم قائمة المراجع المعتمدة في البحث.

الفصل الأول

تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية

تعتبر تسمية المنشأ شارة مميزة تنتمي إلى حقوق الملكية الصناعية، وهي وسيلة تميز مصدر ونشأة السلع، ومع التطورات الاقتصادية أصبحت من أهم أدوات المنافسة ولها دور هام على المستويين، حيث نجدها:

- على المستوى الاقتصادي: تقوم على تسمية المنشأ بنفس دور العلامة، فهي تشكل أداة لمنح قيمة مضافة للمنتجات المعنية بها، تضمن لها تسويقا أفضل بالمقارنة مع المنتجات المشابهة لها، مما يسمح لمنتجاتها بالحصول على مداخيل أفضل.
- على المستوى الاجتماعي: فإنه يمكن لهذه التسمية أن تلعب دورا في التنمية الاجتماعية للمناطق المعنية بها، خاصة عندما يتعلق الأمر بمناطق نائية ومهمشة حيث تلعب دوراً في استقرار سكان تلك المنطقة عن طريق توفير نشاط اقتصادي يضمن دخلا محترما.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى الأحكام القانونية التي يمكن أن تخضع لها تسميات المنشأ، وفي هذا الصدد نحاول تسليط الضوء على التسمية وتمييزها عن الحقوق المشابهة لها، إضافة إلى شروطها الموضوعية والشكلية التي يتطلبها القانون من أجل الاعتراف بها كتسمية قانونية تحظى بالحماية المخولة من خلال الأمر 76-65، وآثارها القانونية لذلك قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: ماهية تسمية المنشأ و البيانات الجغرافية.
- المبحث الثاني: خصائص وطرق حماية تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية.

المبحث الأول: ماهية تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية

في هذا المبحث نتطرق فيه إلى ثلاث مطالب المطلب الأول مفهوم تسمية المنشأ والمطلب الثاني الشروط الموضوعية لإحداث تسمية المنشأ اما المطلب الثالث فهو البيانات الجغرافية.

إن استعمال تسمية المنشأ من قبل المنتجين لتشخيص البضائع ومنحها شهرة واسعة تعتبر عملية قديمة جدا وهذا الإستعمال مرتبط بالظواهر الخاصة بالإنتاج والاتجار، لكن الإعتراف القانوني بتسمية المنشأ في الجزائر حديث نوعا ما، وعليه فإنه من الأحسن إلقاء نظرة على تسمية المنشأ، من خلال مفهوم تسمية المنشأ و البيانات الجغرافية في المطلب الأول و في المطلب الثاني.

المطلب الأول: مفهوم تسمية المنشأ

في هذا المطلب نتطرق إلى فرعين الفرع الأول تعريف تسمية المنشأ والفرع الثاني تمييز تسمية المنشأ عن البيانات المشابهة لها.

يتحقق تشخيص البضائع بفضل التسميات التي منحت لها من أجل تمييزها عن البضائع المشابهة لها، وغني عن البيان أن المستهلك مهما كان عصره ومهما كان المجتمع الذي ينتمي إليه، فإنه يمنح أهمية قصوى لمكان إنشاء المنتجات التي تعرض للبيع، ومن المنطقي أن المشتري يتمسك بهذه البيانات لأنها تضمن له الصفات المميزة للبضائع التي أنتجت في مكان معين، لكن لتجنب المخاطر الناجمة عن خلط تسميات المنشأ بالأشياء المشابهة لها[1]، كان لابد من التطرق إلى:

الفرع الأول: تعريف تسمية المنشأ

تعددت تعريفات تسمية المنشأ بتعدد الاتفاقيات الدولية وبتعدد التشريعات، لذا يجب بادئنا ذي بدء التطرق إلى:

أولا – تعريف تسمية المنشأ في الاتفاقيات الدولية:

تنوعت تعريفات تسمية المنشأ بتنوع الاتفاقيات الدولية ذات الصلة، الأمر الذي يتعين معه التعرض لها لمحاولة استنباط ما يخدم موضوع البحث.

[1] ف. زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، الحقوق الفكرية، الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، ، مرجع سبق ذكره، ص: 347.

1. تعريف تسمية المنشأ في اتفاقية لشبونة:

عرفت المادة 2 فقرة 1 من اتفاقية لشبونة بأن حماية تسمية المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي تسمية المنشأ بنصها على أنها "تعني، التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة والتي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية".[1]

وبمقتضى ذات المادة رقم 02 عمدت الاتفايقة على تعريف مصطلح يختلط كثيرا مع مصطلح تسمية المنشأ وهي بلد المنشأ بنصها "بلد المنشأ هو البلد الذي يمثل اسمه تسميه المنشأ التي اشتهر بها المنتج، أو البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي تمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج".

2. تعريف تسمية المنشأ في اتفاقية باريس:

نصت المادة الأولى من اتفاقية باريس في فقرتها الثانية على ما يلي: "... تشمل حماية الملكية الصناعية براءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة...."[2]

من خلال استقرائنا لنص المادة السالفة الذكر يتضح لنا أن اتفاقية باريس لم تعطي تعريفا واضحا لتسمية المنشأ إذ اكتفت بالإشارة إلى الحماية التي تشملها الملكية الصناعية والتي تضمنت تسمية المنشأ.

ثانيا– تعريف تسمية المنشأ في التشريعات المغاربية:

نتيجة للتداخل الجغرافي فيما بين الدول المغاربية، مما يجعل تقديم تعريف لتسمية المنشأ المعتمد في نطاق هذه المنظومة الاقتصادية والثقافية المتشابهة إلى درجة يجعل فيما بينها متعذرا، أمرا لازما، ولتبيان ما إذا كان هناك تمايز فيما بينها يتعين إعطاء تعريف لتسمية المنشأ في تلك التشريعات.

1) تعريف تسمية المنشأ في التشريع المغربي:

عرف المشرع المغربي تسمية المنشأ على أنها "التسمية الجغرافية التي تطلق على جهة أو مكان معين وفي بعض الحالات الاستثنائية تطلق على بلد تستعمل لتعيين منتوج يكون متأصلا منه وتعزى جودته أو

[1] تم إبرام اتفاقية لشبونة بتاريخ 31 أكتوبر 1958، وتم تعديلها باستوكهولم بتاريخ 14 يولوي 1967.

[2] تتعلق اتفاقية باريس بحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883، والمعدلة، الجريدة الرسمية، العدد 10 المؤرخة في 04 فبراير 1975.

سمعته أو مميزاته الاخرى بصورة حصرية أو اساسية إلى الوسط الجغرافي الذي يشتمل على عوامل بشرية وعوامل طبيعية ويكون إنتاجه وتحويله وتهيئته قد تم داخل الموقع الجغرافي المحدد.[1]

2) تعريف تسمية المنشأ في التشريع التونسي:

عرف المشرع التونسي تسمية المنشأ بذات الشكل الذي عرفت به سنة 2006 على المستوى الأوروبي، على أنها "التسمية الجغرافية لجهة ما أو جزء منها تستخدم للدلالة على المنتوج الذي نشأ داخل حدود الجهة أو بجزء منها والذي تعود نوعيته أو خصائصه كليا أو اساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية، وتشمل العوامل الطبيعية عامة المحيط الطبيعي المتأتي منه المنتوج وتشمل العوامل البشرية خاصة الخبرات الخصوصية التي امتلكها الحرفيون ويشترط في هذه الخصوصية أن تكون نابعة من أعراف عريقة وثابتة الصيت.[2]

ثالثا– تعريف تسمية المنشأ في التشريع الجزائري:

التعريف لا يبتعد كثيرا عن ذلك المعتمد في الاتفاقيات الدولية، بل هو مستوحى من صيغة ومضمونا منها عرف المشرع الجزائري تسمية المنشأ بمقتضى المادة الأولى من الأمر رقم 76-65، بنصها: "الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة، أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصراً أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية.

ويعد كذلك كإسم جغرافي الاسم الذي، دون أن يكون تابعا لبد أو منطقة، او جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، يكون متعلقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات.

- منتج (بفتح الفاء) كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خام مجهز؛
- منتج (بكسر التاء) كل مستغل لمنتجات طبيعية وكل زارع أو صانع ماهر أو صناعي.[3]

[1] القانون رقم 25/06 المتعلق بالعلامات المميزة للمنشأ والجودة للمواد الغذائية والمنتوجات الفلاحية والبحرية، الجريدة الرسمية، العدد 5639، المؤرخ في 16 يونيو 2008، صفحة 1370 إلى 1376.

[2] القانون رقم 68 لسنة 2007، المؤرخ في 27 ديسمبر 2007، المتعلق بتسمية المنشأ والمؤشرات الجغرافية وبيانات المصدر لمنتجات الصناعات التقليدية، الرائد الرسمي، العدد 104، المؤرخ في 28-31 ديسمبر 2007 ص: 4534-4540.

[3] انظر الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ، المؤرخ في 16 يونيو 1976، الجريدة الرسمية، العدد 59 المؤرخ في 23 يونيو 1976.

بمثل هذا التعريف يكون المشرع الجزائري قد اكتفى باستعارة تعريف اتفاقية لشبونة لفائدته الخاصة، وهو تعريف في مضمونة العام يقترب من التعريف المتبنى على مستوى الوحدة الأوروبية، فلقد نصت المادة 5 من النظام الأوروبي 1151-2012 عليه.

- **أمثلة لتسمية المنشأ:**

1. تسمية (هافانا) للتبغ المزروع في منطقة هافانا في كوبا؛
2. تسمية (توسكانا) لزيت الزيتون المنتج في مقاطعة توسكانا بإيطاليا؛
3. تسميه (دارجلينغ) للشاي الصيني؛
4. تسمية (روكفور) للجبنة المصنوعة في كهوف إقليم روكفور بفرنسا فإنضاج هذه الجبنة في منطقة كهوف روكفور هو الذي يعطيها مذاقها وخصائصها المعروفة.
5. تسمية (سجنان) للفخار حيث ان الطين ومواد الزينة محلية.
6. عين بسام للمياه؛[1]
7. كروم زكار؛[2]
8. كروم معسكر؛[3]
9. جبال تسالة للمياه؛[4]
10. كروم تلمسان[5]

ومن خلال ما تقدم، نستخلص خصائص تسمية المنشأ المتمثلة فيما يلي:

- هي تسمية جماعية، من حق منتجي المنطقة المعنية بها، والذين تتوفر في منتجاتهم المواصفات المحددة قانونا؛

[1] انظر المرسوم رقم 70-186 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 يتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان عين بسام، البويرة، الجريدة الرسمية، رقم 102-1970.

[2] انظر المرسوم رقم 70-187 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 يتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان كروم الزكار، الجريدة الرسمية 102-1970.

[3] انظر المرسوم رقم 70-189 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 يتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان كروم معسكر، الجريدة الرسمية 102-1970.

[4] انظر المرسوم رقم 70-191 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 يتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان جبال تسالة، الجريدة الرسمية 102-1970.

[5] انظر المرسوم رقم 70-192 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 يتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان كروم تلمسان، الجريدة الرسمية 102-1970.

- هي حق لا يزول إلا بزوال مواصفات المنتج التي جعلته مميزا، وكانت وراء إقرار التسمية.
- هي ثابتة تخص المنتجات الآتية من المنطقة المعنية، أي تعيين منتجات من نفس النوع الآتية من مناطق مختلفة أمر غير وارد وغير مشروع.[1]

الفرع الثاني: تمييز تسمية المنشأ عن البيانات المشابهة لها

إن الدور الذي تلعبه تسميات المنشأ في تمييز البضائع وتشخيصها يكاد يسبب خلطا في ذهن المستهلك العادي إذا لم تكن في حوزته المعلومات اللازمة لتمييز تسمية المنشأ عن البيانات المشابهة لها، ومن أجل إزالة اللبس والاختلاط حتى يتسنى التمييز بينهما[2] سنتناول فيما يلي تمييز تسمية المنشأ عن بعض التسميات المشابهة لها كالتالي:

- تمييز تسمية المنشأ عن العلامة التجارية والبيان التجاري.
- تمييز تسمية المنشأ عن الاسم التجاري والعنوان التجاري.
- تمييز تسمية المنشأ عن الاسم التجاري والعنوان.

أولا) تمييز تسمية المنشأ عن العلامة التجارية والبيان التجاري:

سنتطرق إلى تمييز المنشأ عن العلامة التجرية ثم نتطرق إلى البيان التجاري فيما يلي:

1. تمييز تسمية المنشأ عن العلامة التجارية:

تتميز تسمية المنشأ عن العلامة التجارية في كون الأولى[3] تنصب على إنتاج معين له علاقة ببلد أو بمنطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى يتميز بعوامل طبيعية وبشرية، من شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وهي تضمن جودة ونوعية المنتجات بما تتميز به من صفات تنفرد بها منطقة أو مكان معين.

فتسمية المنشأ إذن ترتكز على منطقة الإنتاج خاصة إذا كانت لهذه المنطقة شهرة أو خصائص معينة تعود على نوعية المنتج سواء كان منتجا زراعيا أو صناعي[4]، في حين العلامة التجارية ليست مرتبطة بمنطقة، وتتخذ اي رمز

[1] زواوي الكاهنية، **أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ**، مجلة المفكر، العدد الثاني عشر، جامعة قسطينة، ص: 429.

[2] فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، ص: 352.

[3] سمير حسين جميل الفتلاوي، **الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجزائرية، 1988 ص:254.

[4] وليد كحول، **المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري**، رسالة دكتوراه، 2014، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص: 21.

قابل للتمثيل الخطي لاسيما أسماء (الأشخاص والصور والألوان والأحرف والأرقام) تمييزا لها عما يماثلها من بضائع أو سلع أو خدمات غيره، دون أن تضمن جودة هذه السلع.[1]

ومنه يجوز أن تكون العلامة تسمية خيالية أو طريفة أو اسما عائليا أو إسما مستعارا لا علاقة لها مع مكان انتاج المنتجات، لكنه لا يجوز استعمال الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها قد يظل المستهلك، وهو ما أكد عليه المشرع الجزائري في المادة 07 من قانون العلامات بحيث استثنى من التسجيل "... الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة"، على عكس المشرع الفرنسي الذ أجاز أن تكون العلامة اسم جغرافي مثل: Mont-blanc التي استعملت كعلامة للألبسة.

علاوة على ما تينا على ذكره، تعتبر تسمية المنشأ حق جماعي يرجع إلى كافة منتجي الناحية المعنية بالأمر، لذلك لا يمكن التنازل عليه، عكس العلامة التي يجوز لمالكها التنازل عن حقه في العلامة كليا أو جزئيا وقد تكون العلامة محل رهن عن طريق رهم المحل التجاري باعتباره عنصرا من عناصره.[2]

2. تمييز تسمية المنشأ عن البيان التجاري:

البيان التجاري هو الإيضاح الذي يضعه التاجر أو الصانع على منتجاته أو بضائعه لبيانها كما وكيفا ونوعا ومصدرا، أي أنه كل إيضاح يضعه التاجر أو المنتج أو مقدم خدمة على سلعته أو خدماته، وذلك بقصد التعرف عليها من حيث العدد أو المقدار أو المقاس أو الحجم أو الكيل أو الطاقة أو الوزن أو المصدر أو طريقة الصنع والاستعمال وغيرها من البيانات التي تعرف المستهلك بتلك السلعة أو الخدمة.

والبيان التجاري لا يعتبر من حقوق الملكية الصناعية ، ولا يتمتع التاجر الذي يضع بيانا تجاريا معينا على منتجاته بحق احتكار أو حق ملكية صناعية لهذا البيان التجاري إذ لا يشكل ذلك أي ابتكار.

إن الغش في البيان التجاري يعني الاعتداء على سلامة وأمن المستهلك، وهذا يقابل الزامية استخدام العلامة على كل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني، وفقا لصراحة نص المادة الثالثة من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

[1] عبد الله الخشروم، **الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية**، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005، ص: 125.

[2] زواوي الكاهنة، أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص: 431.

وتؤدي البيانات التجارية وظيفة مشابهة للوظيفة التي تؤديها تسمية المنشأ، حيث تهدف إلى حكاية المستهلكين من الغش، إذ في تنظيم البيانات التجارية منع الغش إلى حد كبير فضلا عن تشجيع المنافسة المشروعة في التعامل الاقتصادي وتحقيق الرقابة على حقيقة السلع التي يتم تداولها في السوق.[1]

وإذا كان البيان التجاري تقريرا لحقيقة البضاعة، وحماية المستهلك من الغش، فيجب أن يكون هذا البيان مطابقا للحقيقة، وكل وضع لبيانات غير مطابقة للحقيقة يعاقب عليها القانون، فقد نصت المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري الواردة في باب الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، على أنه "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 2.000 إلى 20.000 دينار جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، سواء في نوعها أو مصدرها، وساء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها، وفي جميع الحالات فإن مرتكب المخالفة ملزم بإعادة الأرباح التي حصل عليها.

ونصت المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري على أنه "ترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليهما أعلاه قد ارتكبا بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى غير مطابقة، سواء بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليط عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم السلع أو المنتجات ولو قبل البدء في هذه العمليات، سواء بواسطة بيانات كافية ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة أو إلى مراقبة رسمية لم توجد".

إذن فعدم مطابقة البيان للحقيق فيه خداع وغش للمستهلك وتغليطه حول حقيقة السلعة سواء من حيث مكوناتها أو نوعها أو مصدرها، وذلك يشكل خطرا على صحته، ومن ثم فإن معاقبة كل من يقوم بوضع بيانات غير مطابقة للحقيق تكون على أساس الضرر الذي يلحق بالمستهلك، أي جاءت لحماية المستهلك من الأضرار الناجمة عن عدم مطابقة السلع للبيانات التي تحملها، أما حماية تسمية المنشأ من التقليد فتهدف إلى حماية المستهلك الذي يقع في خلط ولبس.[2]

[1] صلاح زين الدين، **الملكية الصناعية والتجارية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص: 466.

[2] حديدان سفيان، **جريمة التقليد التدليس للعلامات الصناعية والتجارية وعلامات الخدمات**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001، ص:51.

ثانيا: تمييز تسمية المنشأ عن الإسم التجاري والعنوان التجاري

سنتطرق في هذا الفرع إلى تمييز تسمية المنشأ عن الإسم التجاري أولا ثم نتطرق إلى تمييزها عن العنوان التجاري فيما يلي:

1. تمييز تسمية المنشأ عن الاسم التجاري:

تختلف تسمية المنشأ عن الاسم التجاري في أن الأولى تتضمن الاسم الجغرافي لبلد معين أو منطقة معينة، وهي تهدف إلى تحديد أن هذا المنتج ينشئ في منطقة معينة دون سواها، بينما لا يقصد بالاسم التجاري تمييز منتج معين عن آخر بل تمييز محل تجاري عن آخر، وهو تسمية (أو علامة) يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره وهو عنصر هام من العناصر التي يتكون منها المحل التجاري لأن المحل يعرف باسمه وبالتالي كلما اكتسب المحل التجاري سمعة تجارية فإن هذه السمعة تلازم الاسم التجاري ويستعمل الاسم التجاري للدلالة على المنشأة بوضعه على الأوراق والنشرات والإعلانات والفواتير.

ويعتبر الاسم التجاري وجوبي، أي أنه يجب على كل تاجر أن يتخذ اسما تجاريا لمحله لاعتبارات تتعلق بالنظام العام ولتنظيم المنافسة بين التجار، إضافة إلى أن الاسم التجاري يجب أن يتقيد، ولكن هذا لا يفيد بأن الاسم التجاري يتوقف وجوده على إجراء التسجيل، فالاسم التجاري يحمي دون الالتزام بإيداعه وتسجيله، وهذا ما تقضي به المادة 08 من اتفاقية باريس بشرط ألا يستعمل التاجر اسما تجاريا سبق لغيره أن أطلقه على محله، لأن ذلك من أعمال المنافسة غير المشروعة.

وملكية الاسم التجاري تعود للأسبقية في استعماله، وتقتصر حمايته على النطاق المكاني الذي يتسع له نشاطاته وتكون الحماية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة فيحق للتاجر أن يمنع غيره من اتخاذه اسما تجاريا له أو مشابها له بصورة تحدث لبسا فيهما.[1]

2. تمييز تسمية المنشأ عن العنوان التجاري:

تتميز تسمية المنشأ عن العنوان التجاري فيكون الأولى تنصب على انتاج معين في منطقة معينة بصورة منفردة ولا ينتج في منطقى أخرى أو بصورة ثانوية،[2] كما أن تسميات المنشآت الانتاجية الناتجة عن طبيعة منطقة معينة

[1] وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص: 17.

[2] فاضلي ادريس، **الملكية الصناعية في القانون الجزائري**، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص: 256.

تتميز بعوامل طبيعية أو بشرية أما العنوان التجاري أو عنوان المحل هو تسمية أو اشارة أو رمز أو عبارة مبتكرة[1] تسمح بتمييز المتجر عن غيره، ونقصد به هنا المكان الذي يزاول فيه التاجر نشاطه التجاري كما تسمح للعملاء بعدم الوقوع في لبس أو خلط بينه وبين غيره، ويوضع العنوان التجاري في العادة على لافتة فوق المحل، أو بجواره، حتى يلفت إليها العملاء، وعناصر العنوان هي الاسم المدني للشخص واسم اسرته (اللقب) فالعنوان التجاري عنصر ذاتي ينصرف إلى الشخص ليميزه عن غيره من الأشخاص، ولا يمكن أن يتصرف به للغير فهو توقيع صاحبه، وليس له قيمة مالية وليس من حقوق (الملكية الصناعية).

ومما تجدر الإشارة إليه، بأنه إذا كان المحل لا يملك إلا اسما تجاريا واحدا، فإنه يمكن أن يملك العديد من العناوين التجارية، وذلك في حالة وجود فروع للمحل الأصلي (نقاط بيع) فتحمل كل نقطة بيع عنوانا معينا، وعلى خلاف الاسم التجاري فإن العنوان التجاري يمكن أن يكون اسما أو رمزا أو رسما.

وشروط العنوان التجاري بوصفه تسمية مبتكرة هي: أن يكون جديداً، أي لم يسبق استعماله من تاجر آخر يحترف نفس النشاط، ومبتكرا أي غير شائع الاستعمال، وألا يكون مخالفا للنظام العام، وألا يؤدي إلى تضليل الجمهور، وقد يتضمن اسم إقليم جغرافي ما دام أن ذلك لا يحدث لبسا لدى الجمهور.

وحماية العنوان نسبية من حيث نوع التجارة وذلك وفقا لمكان مزاولتها فقد تتسع أو تضيق حسب ما يتمتع به المحل من شرهة وما تحدثه هذه الشهرة من لبس، ووسيلة هذه الحماية هي دعوى المنافسة غير المشروعة، وغاية هذه الدعوى هي تعويض الضرر والحكم بعدم وقوعه مستقبلا، كمنع استخدام العنوان أو اضافة بيان إليه لينتفي اللبس.

ثالثا: تمييز تسمية المنشأ عن بيانات المصدر والمؤشرات الجغرافية

سنتطرق إلى تمييز تسمية المنشأ عن بيانات المصدر أولا، ثم نتطرق إلى تمييزها عن المؤشرات الجغرافية فيما يلي:

1. تمييز تسمية المنشأ عن بيانات المصدر:

يظهر لنا من الوهلة الأولى أن هناك تقارب، بل اتحاد فيما بين المصطلحين غير أنه من الناحية الفعلية يختلفان، ذلك أن تسمية المنشأ تثبت أن المنتجات المقصودة هي منتجات ذات جودة وصفات مميزة، وتضمن أن الهيئة المختصة قامت بمراقبة نوعيتها لذا يقال أن تسمية المنشأ المراقبة تحتل قمة السلم في البيانات المميزة.[2]

[1] بن دريس حليمة، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2013-2014 ص: 114.
[2] فرحة زواوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق، ص: 358.

في حين أن بيانات المصدر يقصد بها تحديد مصدر المنتجات، أي المكان الذي تأتي منه المنتجات، والذي ليس بصفة اجبارية مكان الصنع أو الانتاج، دون ضمان صفاتها أو وجود النوعية فيها، فبلد المصدر هو الذي ترسل منه البضاعة بصفة مباشرة أي الإقليم الجمركي، حسب المادة 15 من قانون الجمارك المعدل والمتمم.[1]

لذا يمكن أن يدل بيان المصدر على ناحية غير معروفة من قبل مجموعة من التجار أو المستهلكين، بينما يختلف الأمر فيما يخص تسميات المنشأ لكونها تمنح لمنتجات معينة معروفة في الأسواق الوطنية أو الدولية نظراً لصفاتها الخاصة وميزاتها الجوهرية ومن ذلك يتبين أن تسميات المنشأ تفترض بصفة إلزامية علاقة مادية بين المنتج ومكان إنشاءه لكن هذه العلاقة غير موجودة في بيانات المصدر التي تدل في أغلب الأحيان على بلد المصدر، أي مكان التصدير.

وردت الإشارة في اتفاقية باريس إلى الحماية فيما يخص بيانات المصدر وتسميات المنشأ، حيث نصت الفقرة الثانية من المادة الأولى من اتفاقية باريس على أن (تشمل حماية الملكية الصناعية براءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة).[2]

وقد يفهم من الفقرة المشار إليها أعلاه بأن عبارتي (بيانات المصدر) و(تسميات المنشأ) عبارتان مترادفان إلا أنهما في الواقع مختلفتين، ذلك أن تسميات المنشأ تتضمن خصائص معينة تتعلق بجودة المنتج وتتعود هذه الجودة في أصلها إلى المنطقة الجغرافية التي نشأ فيها هذا المنتج، بينما بيانات المصدر لا تتضمن أية خصائص معينة تتعلق بجودة المنتج ولا المنطقة الجغرافية التي نشأ فيها هذا المنتج والتي تعود لها هذه الخصائص.

بمعنى آخر تشير تسميات المنشأ إلى وجود رابطة جودة بين المنتج ومنشئه الجغرافي وهذا يتطلب خصائص معينة للمنتج تعود بشكل أساسي إلى منشئها الجغرافي، والمتمثل بتوافر عناصر معينة تتمثل بالمناخ والتربة والأساليب التقليدية في انتاج هذا المنتج، في حين أن بيانات المصدر تشير إلى أن المنتج أنتج في مكان معين وهو المعتبر مصدر السلعة أو المنتج أي صنع في ذلك المكان.[3]

[1] أنظر المادة 15 من القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998، يعدل ويتمم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 أوت 1979 والمتضمن قانون الجمارك الجريدة الرسمية، العدد 30 المؤرخة في 24 يولوي 1979.

[2] أنظر المادة 01 فقرة 02 من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق.

[3] نظام محمود الأشقر، الملكية الفكرية ودورها في دعم البحث العلمي، ص: 16.

عرفت المادة الثانية من اتفاقية لشبونة تسميات المنشأ على أنها: "... التسمية الجغرافية لأي بلد أو اقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على احد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الاقليم أو الجهة، والذي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية".[1]

كما ان اتفاقية معاهدة مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لعام (1981) قد أشارت لتعريف بيانات المصدر بأنها مؤشرات تشير إلى دولة أو منطقة في دولة كما كان نشوء منتج معين، وعليه فإن بيانات المصدر لا تتطلب وجود خصائص جودة تربط المنتج بالمكان الذي نشأ فيه، وعليه يمكن القول بأن تسميات المنشأ تتضمن بيانات المصدر وليس العكس، حيث لا تتضمن بيانات المصدر بالضرورة تسميات المنشأ.[2]

تبعا لهذا يجوز في حالة وجود بيانات كاذبة أو مزورة أو خادعة متابعة المعنيين بالأمر أمام المحاكم بناء على دعوى المنافسة غير المشروعة[3]، فكل ما تقتضيه بيانات المصدر هو أن يكون منشأ المنتج الحامل لتلك البيانات منطقة جغرافية محددة، ومن أمثلة المصدر إيراد اسم البلد على السلعة أو إيراد عبارات مثل: "صنع في ....." "أنتج في ....." أو ' made in .....'، فعبارة "صنع في الجزائر" هي بيان يعرف المشتري أن بلد الإنتاج هو الجزائر،[4] ومن هذا يظهر جليا أنه يجب تمييز المصدر provenance عن المنشأ origine فهما مصطلحين مختلفين من الناحية اللغوية ومن الناحية القانونية وأكثر من ذلك من الناحية الجمركية، وسند هذا القول أحكام القانون 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998 الذي يعدل ويتمم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك وعلى ذلك تنص المادة 14 من هذا القانون في فقرتها الأولى على أن "بلد المنشأ بضاعة ما هو البلد الذي استخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة أو جنيت أو صنعت فيه"، بينما يعتبر بلد المصدر حسب المادة 15 المعدلة من نفس القانون "البلد الذي ترسل منه البضاعة بصفة مباشرة إلى الإقليم الجمركي"، ومن ثم يلاحظ أن الحدود الاقليمية لمكان المنشأ لها طابع سياسي، وعلى ذلك تسمح كل هذه العناصر بتمييز تسمية المنشأ عن بيان المصدر، إذ تفترض الأولى بصفة اجبارية احترم ركن النوعية عكس البيان الذي يمكن البيان الذي يمكن أن يدل على مكان ليس له أية شهرة وأية نوعية.

---

[1] انظر المادة 02 من اتفاقية لشبونة، مرجع سابق.

[2] نهاد الحسبان، **سلسة الشذرات في حماية حقوق الملكية الفكرية (دراسة مقارنة)**، الجزء الاول، دائرة المكتبة الوطنية المملكة الاردنية الهاشمية، 2017، ص: 21.

[3] فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق، ص: 359.

[4] المرجع نفسه، ص: 359.

2. تمييز تسمية المنشأ عن المؤشرات الجغرافية:

إن تسمية المنشأ هي اسم جغرافي لبلد أو منطقة معينة ينشأ أو يصنع المنتوج فيها[1] أما المؤشرات الجغرافية فقد وردت الإشارة إليها لأول مرة أثناء المناقشات التي تمت لأجل إقرار اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، وذلك فيما يتعلق بالحماية الدولية للأسماء والرموز التي تشير إلى مصدر جغرافي محدد لمنتج معين وقد شملت هذه العبارة بيانات المصدر وتسميات المنشأ والرموز في اتفاقية واحدة وتحت مسمى المؤشرات الجغرافية، حيث عرفت المادة (1/22) منها المؤشرات الجغرافية على أنها (... المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي بلد عضو، أو في منطقة أو موقع في تلك الأراضي، حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشئها الجغرافي).[2]

يفهم من التعريف المشار إليه أعلاه بأن المؤشرات الجغرافية هي تسميات المنشأ وليست بيانات المصدر إلا أن الحماية لا تقتصر على تسميات المنشأ بل تتعداها لتشمل بيانات المصدر والرموز، وهذا ما أكدته الفقرة الثانية من المادة (22) من الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) والتي تنص على أنه : "فيما يتعلق بالمؤشرات الجغرافية، تلتزم البلدان الأعضاء بتوفير الوسائل القانونية للأطراف المعنية لمنع استخدام أية وسيلة في تسمية أو عرض سلعة ما توحي بأن السلعة المعنية نشأت في منطقة جغرافية تختلف عن المنشأ الحقيقي، بأسلوب يضلل الجمهور بشأن المنشأ الجغرافي للسلعة، وأن هذا النص قد جاء مطلقا والمطلق يجري على إطلاقه ما لم يرد ما يقيده".[3]

كما عرف قانون المؤشرات الجغرافية الأردني رقم 08 لسنة 2000 المؤشر الجغرافي بأنه: " أي مؤشر يحدد منشأ منتج ببلد معين أو بمنطقة معينة من أراضيه إذا كانت نوعية المنتج أو شهرته أو خصائصه الأخرى تعود بصورة أساسية إلى ذلك المنشأ فالمؤشر الجغرافي أي علامة أو إشارة توضع على منتج معين لتشير إلى أنه ينشأ من منطقة جغرافية محددة تتميز بخصائص أو سمعة ترتبط بمكان منشئها الجغرافي..." أي أن قانون المؤشرات التجارية قد أرسى الحماية للمؤشرات بالمنع، ولعل اعتماد المزايا على منطقة الانتاج الجغرافية تبين الصلة الواضحة بين المنتج ومكان انتاجه الأصلي فالمؤشرات الجغرافية إما تكون موجودة في الطبيعة مثل: أملاح البحر الميت في الأردن

[1] زواوي الكاهنة، أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ، مرجع سابق، ص: 413.

[2] المادة 1/22 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)

[3] نهاد الحسبان، سلسة الشذرات في حماية حقوق الملكية الفكرية (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص: 27.

القطن المصري، الشاي السيلاني في سيريلانكا، الأرز الهندي في الهند، البن البرازيلي في البرازيل، أو تكون من إبداع أشخاص في بعض الدول مثل: السجاد الإيراني الشوكولاطة السويسرية، الأجبان الفرنسية.[1]

فيكفي توافر معيار واحد من المعايير المنسوبة للمنشأ الجغرافي سواء كان مزية أو خاصية أخرى في المنتج وعليه فإن تسمية المنشأ هي نوع خاص من المؤشرات الجغرافية، وكلاهما يقتضي رابطا نوعيا بين المنتج الذي يشير إليه ومكان منشأه وكلاهما يبين للمستهلك منشأ المنتج الجغرافي ومزايا أو خصائص المنتج المرتبطة بمكان منشئه والفرق الأساسي بين المفهومين، إن ذلك الرابط مع مكان المنشأ أقوى في المؤشر الجغرافي منه في تسمية المنشأ، ولابد أن تكون مزايا وخصائص المنتج المحمي باعتباره تسمية المنشأ ناجمة حصرا وأساسا عن منشئه الجغرافي ويعني ذلك عموما أن يكون المنشأ هو مصدر المواد الخام ومكان صنع المنتج، أما في حالة المؤشرات الجغرافية سمعته فقط.[2]

المطلب الثاني: الشروط الموضوعية لإحداث تسمية المنشأ

قسمنا هذا المطلب لثلاث فروع نتناول في الفرع الأول اقتران تسمية المنشأ باسم جغرافي وتبيعنه منتج بذاته اما الفرع الثاني فهو تمييز المنتجات بمواصفات مميزة ووجوب تسميتها اما الفرع الثالث ذكرنا فيه الممارسة القانونية لكل شخص طبيعي او معنوي يمارس نشاطا منتجا.

حدد المشرع الجزائري بكل دقة ووضوح الشروط الموضوعية الواجب توافرها في تسمية المنشأ وهي الشروط التي تحددها وتميزها عن غيرها من التسميات الأخرى، وهذه الشروط هي: يجب أن تقترن التسمية باسم جغرافي، وأن تعين منتجا بذاته، وأن تكون هذه المنتجات بفعل عوامل طبيعية وبشرية[3]، ووجوب مشروعيتها.

الفرع الأول: اقتران تسمية المنشأ باسم جغرافي وتعيينها لمنتج بذاته

يجب أن تقترن تسمية المنشأ باسم جغرافي إذا كانت الأسماء العامة لا تصلح أن تكون علامة أو تسمية تجارية فإنها تصلح أن تكون تسمية منشأ، بل أن تسمية المنشأ تتكون بشكل أساسي من الاسم الجغرافي وإذا كانت التسمية مختلطة مع جهات فلا يمكن اعتبارها تسمية جغرافية مميزة كالهضاب العليا فلا تصلح أن تكون تسمية جغرافية

[1] نهاد الحسبان، سلسة الشذرات في حماية حقوق الملكية الفكرية (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص: 30.

[2] نصيرة قوريش وجميلة مديوني، ملتقى دولي حول:

[3] سمير جميل حسين الفتلاوي، **الملكية الصناعية**، وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، ص: 320.

لأنها جغرافيا سلسلة ممتدة عبر عدة ولايات، وفي ذلك يجب أن تكون تسميات المنشأ مطابقة لمميزات المكان الجغرافي الذي نشأت فيه المنتجات موضوع الحماية القانونية.[1]

الفرع الثاني: تميز المنتجات بمواصفات مميزة ووجوب مشروعية التسمية:

بالإضافة إلى وجوب وجود الانتاج في منطقة معينة لكي يمكن حمايته عن طريق تسميات المنشأ، لابد أيضا أن يكون هذا الانتاج له مميزات معينة وأن تكون اساسية في الانتاج وليست ثانوية، وليست موجدة في منتجات أخرى، وأنها نادرا ما توجد في مناطق أخرى بذات الوفرة والنوعية.[2]

الفرع الثالث: كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطا منتجا في المساحة الجغرافية المقصودة:

يجوز لكل شخص طبيعي أو معنوي منتج تقديم طلب تسجيل تسمية منشأ فالقانون لم يشترط في مقدم الطلب سوى أن يكون شخصا منتجا لمنتج ما في منطقة جغرافية محددة، ذلك أن تسميات المنشأ لا تمنح إلا للمنتجات الناشئة في منطقة جغرافية معينةن وعليه فلا تقبل طلبات المنتجين في منطقة جغرافية غير التي صنعت فيها المنتجات موضوع طلب تسجيل التسمية.

إَضافة إلى ذلك اشترط المشرع جنسية مقدم طلب التسجيل بأن يكون وطنيا وهو ما ذهبت إليه المادة الخامسة من الأمر 76-65 المشار إليها سابقا وقياسا على ذلك يمنع الأجانب من تقديم طلب التسجيل نيابة عن شخص طبيعي أو معنوي جزائري، وأباح ذلك للجزائريين فقط.[3]

[1] سمير حمالي، **حماية المستهلك في ظل تشريعات الملكية الفكرية**، أطروحة دكتوراه، جامع الجزائر، كلية الحقوق 2015، ص: 74.

[2] أسامة نائل المحيسن،**الوجيز في حقوق الملكية الفكرية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ط1، ص: 90.

[3] سمير جميل حسين الفتلاوي، مرجع سابق، ص: 338.

المطلب الثالث: البيانات الجغرافية

في هذا المطلب هناك فرعيين الفرع الأول تعريف البيانات الجغرافية اما الفرع الثاني فتطرقنا فيه للعلاقة بين المنتج والمنطقة.

شهد مجتمع الجغرافية المكانية خلال العقد الماضي تغيرات جوهرية وإدراكا متزايداً لأهمية الجغرافية المكانية لدى متخذي القرار سواء في الحكومات أو مجال ألأعمال حول العالم ومن خلال الانترنت وأجهزة الاتصال المحمولة والتي تؤدي إلى أن يكون كل شخص متصل مباشرة بالمعلومات المكانية شكل يوميا حيث تأكد أن الأفراد حول العالم بدؤوا بتقدير الحاجة إلى المعلومات الجغرافية المكانية.

الفرع الأول تعريف البيانات الجغرافية

المفهوم الأساسي الذي تنطوي عليه المؤشرات الجغرافية بسيط ومألوف لأي متسوق يختار الجبن الأزرق من روكفور او الشاي الأسود من دارجيلنغ وأسماء مثل "كونياك" و"بورتو" و"هافانا" هي أمثلة معروفة لبعض الأسماء المقترنة في جميع أنحاء العالم بمنتجات ذات طبيعة وجودة معينة، ومعروفة بمنشئها الجغرافي وسماتها المرتبطة بذلك المنشأ.[1]

المؤشر الجغرافي إشارة توضع على المنتجات التي لها منشأ جغرافي محدد وصفات أو سمعة تعزى إلى ذلك المنشأ.♦

ومن الشائع أن يكون المؤشر الجغرافي عبارة عن اسم مكان منشأ السلع، مثل "جامايكا بلو مونتين" أو "دارجيلينغ"، لكن يمكن أن تشكل مؤشرا جغرافيا للأسماء غير الجغرافية مثل "فينو فيردي" أو "كافا" أو "زيت أرغان" أو الرموز المقترنة عادة بمكان ما، وفي الأساس تكتسب الإشارة صفة المؤشر الجغرافي وفقا لشروط القانون الوطني وإدراك المستهلك.[2]

[1] وعرف المادة 122 من اتفاق "تريبس" المؤشرات الجغرافية على النحو التالي:

♦ تعتبر بيانات جغرافية التي تحدد سلعة ما بمنشئها في أراضي أحد الأعضاء في منظمة التجارة العالمة أو منطقة أو موقع في تلك الأراضي، حيث تكون نوعية السلعة أو شهرتها أو سماتها الأخرى راجعة بصورة أساسية إلى منشئها الجغرافي.

[2] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:08.

وكي يطلق على هذه الإشارة اسم "مؤشر جغرافي" يجب أن تعرّف منتجا بمنشئه في مكان بعين وضافة إلى ذلك ينبغي أن تنسب أساسا مزايا المنتج أو سمعته إل مكان المنشأ، ولعل اعتماد المزايا على منطقة الإنتاج الجغرافية تبيّن الصلة بين المنتج ومكان إنتاجه الأصلي.[1]

الفرع الثاني: العلاقة بين المنتج والمنطقة

ترجع السمات الفريدة والمذاق الفريد الذي يميز الجبن "ركفورد" إلى خصائص الحليب المأخوذ من سلالات الأغنام الأصلية التي تتغذى طبقا للتقاليد السائدة، وكذلك إلى خصائص الكهوف التي يتخمر فيها الجبن والخبرات التقليدية المستخدمة في كل مرحلة من مراحل عملية تصنيع الجبن.

- **منتج معين ومنطقة معينة:**

يشير إسم "ركفورد" إلى جبن أزرق معين مصنوع في منطقة جنوب غرب فرنسا بالقرب من بلدية "ركفورد سير سولزون.

وهذا الجبن ذو قوام متجانس ومتماسك، وبه خطوط زرقاء، ويتسم بنكهة متميزة للغاية وله رائحة عفن طفيفة، ومذاق قوي وراق، وهو مصنوع من مواد خام من حليب الأغنام من سلالة "لاكون" وقبل تصفية الجبن الخام، يضاف إليه "فطر البنسيللين" من خلال ثقوب صغيرة ويترك الجبن ما لا يقل عن 14 يوما في كهوف طبيعية في سفوح المنحدرات الجبلية في المنطقة، ويستمر تخمير الجبن خارج الكهوف الطبيعية لفترة لا تقل عن 90 يوماً من تاريخ تصنيعه.

- **البيانات الجغرافية في المنتجات الزراعية:**

للمنتجات الزراعية عادة سمات مستمدة من ماكن الإنتاج ومتأثرة بعوامل محلية وجغرافية خاصة، مثل المناخ والتربة، ومن ثم فليس غريبا أن معظم المؤشرات الجغرافي في جميع أنحاء العامل تنطبق على المنتجات الزراعية والمواد الغذائية والخمور والمشروبات الروحية.[2]

ومع ذلك لا يقتصر الانتفاع بالمؤشرات الجغرافية على المنتجات الزراعية، إذ يمكن الاستعانة بها لإبراز صفات محددة في المنتج تعزى إلى عوامل بشرية يختص بها مكان منشأ تلك المنتجات، مثل مهارات التصنيع المعينة

[1] المرجع نفسه، ص: 08.

[2] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:10.

والتقاليد ومن أمثلة ذلك الصناعات الحرفية التي تعتمد عامة على الصناعة اليدوية باستخدام موارد محلية طبيعية وتتأصل عادة في تقاليد المجتمعات المحلية.

- **أمثلة عن أهمية البيانات الجغرافية في المنتج:**

1) الساعات السويسرية:

وضع تسمية "سويسرا" (أو التعبير الأكثر شيوعا صنع في سويسرا) على الساعة يعني أن الساعة صنعت في سويسرا وفقا للتقاليد والخبرات ومعايير الجودة في مجال صناعة الساعات السويسرية، التي تتمتع بشهرة واسعة في جميع أنحاء العالم، لكن ما هي المعايير المقترنة بالمؤشر الجغرافي "صنع في سويسرا" بالنسبة للساعات؟[1]

لقد نقح جزئيا مرسوم المجلس الفيدرالي الصادر في 23 ديسمبر 1971 بشأن تنظيم استخدام تسمية "سويسرا" بالنسبة للساعات في 17 يونيو 2016، بناء على طلب قطاع صناعة الساعات، وذلك من أجل تعزيز حماية المؤشر الجغرافي، ووفقا لاتحاد صناعة الساعات السويسرية المقصود من ذلك هو "ضمان رضاء المستهلك الذي يتوقع حين يشتري ساعة مصنوعة في سويسرا مطابقة الساعة لجودة وسمعة تقليد صناعة الساعات في سويسرا وأنها بالتالي صنعت في سويسرا وأنها تشتمل على قيمة إضافية عالية بفضل منشئها السويسري".

ووفقا لهذا المرسوم يمكن استخدام المؤشر الجغرافي "سويسرا" أو "سويسري" على الساعة في الحالات التالية:

- إذا جرى اعدادها التقني في سويسرا؛
- إذا كان محرك الساعة سويسري؛
- إذا قام الصانع بالتدقيق النهائي في سويسرا؛
- إذا كان ما لا يقل عن 60 في المائة من تكاليف التصنيع متكبدة في سويسرا؛

يعد محرك الساعة سويسرياً في الحالات التالية:

- إذا جرى تجميعه في سويسرا؛
- إذا جرى الاعداد التقني في سويسرا؛
- إذا خضع لتدقيق الصانع في سويسرا؛
- إذا كان ما لا يقل عن 60 في المائة من تكاليف التصنيع متكبدة في سويسرا؛

[1] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:11.

- إذا كانت مكونات الصناعة السويسرية تشكل ما لا يقل عن 50 في المائة من القيمة الإجمالية، دون أخذ تكاليف التجميع في الحسبان.

2) سيراميك (تشولوكاناس):

تنتج منطقة تشولوكاناس في مقاطعة موروبون في مدينة بيورا في البيرو نوعا فريدا من السيراميك يحمل رسميا تسمية المنشأ (تشولوكاناس) وفخار تشولوكاناس يصنع منذ عقود وهو فريد بفضل السمات الخاصة التي تميز الموارد الطبيعية الأصيلة المستخدمة مثل الطين المحلي، وبفضل التقنيات القديمة والمتوارثة المستخدمة في صناعته.[1]

وتضم المكونات الطبيعية الرئيسية لفخار تشولوكاناس الطين والرمل وأوراق المانجو إلى جانب العوامل المناخية المؤثرة، ومن أجل إعداد سيراميك تشولوكاناس، يستخرج الطين من بعض المحاجر التي تحتوي أساساً على طين أصفر وطين أسود، ويضم هذان النوعان المحددان من الطين جزيئات مقسمة وهي التي تميز قدرتهما التكوينية بل وأيضا محتواهما الحيوي المكون من أوكسيد الحديد والنفايات الحيوية، كما أن نوع الطين هو الذي يجعل السيراميك لامعاً عند صقله.

ويستخدم الحرفيون في صناعة "تشولوكاناس" تقنيات متميزة ومتوارثة عن الثقافات القديمة مثل تقنية فيكوس وتالان، وقبل الانتهاء من عملية التصنيع، تمر كل قطعة سيراميك بعشر مراحل، حيث يقوم الحرفيون بتشكيل الطين الخام بأيديهم وأرجلهم، ثم يستخدمون منصات خشبية وأحجار لتحسين الشكل، وتضاف الألوان الأولية المأخوذة من مصادر طبيية مثل أوراق النباتات وأصباغ التربة، ثم توضع القطع في الفرن وتظل مغمورة لساعات في دخان أوراق المانجو المحترقة، مما يمنح الفخار لونه الأسود المميز وفي المرحلة الأخيرة تصقل القطعة باليد بواسطة حجر أسود لإعطائها لمعانا ساطعاً.

وفي عام 2006 تقدمة رابطة صناع السيراميك بتقنية "فيكوس" والرابطة المدنية لصناع السيراميك بتقنية "تييراانكاتادا" ورابطة صناع سيراميك "تشولوكاناس" بطلب للحصول على تسمية المنشأ "تشولوكاناس" الذي تم تسجيله في عام 2008.

[1] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:12.

3) الحرير التايلندي:

يعد الحرير التايلندي المنتج في هضبة كورات في شمال شرق تايلندا مرادفاً للرقة والأناقة ومعبراً عن التقاليد المتوارثة منذ مئات السنوات.

ويصنع الحرير التايلندي من ألياف حيوانية تنتجها دودة الحرير التي تعيش في غابات التوت، وتوضع الشرنقة في محضنة، ثم تعالج في ماء مغلي حتى تنفصل خيوط الحرير عن اليرقة، وعلى عكس أنواع الحرير الأخرى الأملس أو اللامع أو المبطن، يتميز الحرير التايلندي بملمسه الخشن، المكون من خيوط غير متساوية ومعقدة إلى حد ما، مع كونه مرناً في العادة، ويتميز بلونه الذي يتباين بين الذهبي الشاحب والأخضر الشاحب ونظراً لأن لون الحرير التايلندي أصفر، فيتعين تبييضه قبل صباغته وأخيراً وليس آخرا ترجع شهرة الحرير التايلندي أساساً إلى حياكته يدوياً وفقا للطرق التقليدية.[1]

وليس هناك نوع واحد من الحرير التايلندي بل أنواع عدة ويرتبط كل نوع بمنطقة معينة في تايلند، حيث يعكس معارف مرتبطة بتربية دودة الحرير وكذلك في طريقة نسج خيوط الحرير وصباغتها وتنسج خيوط الحرير فيكل منطقة وفقا لرسومات وأشكال وألوان نمطية خاصة بكل منطقة، ومن بين أنواع الحرير التايلندي المحمية باعتبارها مؤشرات جغرافية، يمكننا ذكر حرير "لمفون بروكاد، وشونابوت ميدمي، وبراو كلاسين".

وينتج الحرير التايلندي لمفون بروكاد في مقاطعة "لمفون" في شمال البلد وهو ينسج في شكل نتوءات نمطية تنشأ عن طريق تشبيك الخيوط في بعضها البعض وتستخدم الخيوط الحريرية المجدولة بشكل مشابك ويتم إدخال خيوط حريرية إضافية في داخلها لتكوين التصميم ولكي يكتمل الشكل، يستلزم الأمر تكرار هذه العملية عدة مرات، عن طريق ادخال وإخراج الخيوط في بعضها البعض منذ البداية وحتى النهاية، ثم تكرر هذه العملية في اتجاه عكسي أي بدءا من العقدة الأخيرة وانتهاءا بالعقدة الأولى ويرجع الطابع الفريد لهذه العملية والتفاصيل المعقدة للأنماط المستخدمة إلى تاريخ طويل من المهارات والتقنيات الراسخة والمستخدمة لما يزيد على 100 عام، وكان حرير "لمفون بروكا"د التايلندي يستخدم دوما لدى الأسرة الملكية التايلندية والمحكمة الملكية في معظم المناسبات المهمة وهو يعرف في تايلند باسم "ملك الحرير".[2]

[1] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:20.

[2] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:20.

ويصنع حرير "شونابوت ميدمي" في جنوب شرق تايلند وترجع شهرته إلى عملية ربط الخيوط وصباغتها قبل نسج القماش، وإلى انماطه المعقدة وهو يستخدم أنماطاً ذات أشكال حيوانية وهندسية عن طريق استخدام الألوان بطريقة تقليدية في شبكة الخيوط.

المبحث الثاني: خصائص وطرق حماية تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية

في هذا المبحث نتطرق فيه إلى خصائص تسمية المنشأ والطرق القانونية لحمايتها حيث قسمنا المبحث إلى ثلاث مطالب المطلب الاول بعنوان تسمية المنشأ اين ذكرنا المؤشرات القانونية له، المطلب الثاني المؤشرات الجغرافية اما المطلب الثالث كان بعنوان الفرق بين المؤشر الجغرافي وتسمية المنشأ.

المطلب الأول: تسمية المنشأ

بحسب المادة 180 من القانون، فان المؤشر الجغرافي هو " كل مؤشر يهدف إلى التعريف بمنشأ منتج ما، والمنتمي إما إلى إقليم / جهة أو موقع من دلك الإقليم، حين تكون الجودة، السمعة أو إي سمة من السمات الأخرى للمنتج راجعة بالأساس إلى منشأها الجغرافي..."

علاوة على دلك، تحدد المادة 181 تسمية المنشأ ك " التسمية الجغرافية لبلد، منطقة أو أراض التي تستخدم للدلالة علي المنتج الذي ينتمي إليها، وللدلالة أيضا على أن جودته وسمعته وخصائصه الأخرى ترجع بالأساس إلى دلك المكان الجغرافي، بما في دلك العوامل الطبيعية والعوامل البشرية."

وهكذا، يستفيد كل منتجي هدا المكان من الحماية المخصصة لتسميات المنشأ بشرط احترام المعايير المرتبطة بالإنتاج.

على عكس العلامة التجارية، فان المؤشرات الجغرافية لا تتعلق بالخدمات، وخصوصا لأنها لا تحتكم إلى قواعد التزوير.

تتوفر البيانات الجغرافية و تسميات المنشأ على فوائد كبيرة للمنتجين والمستهلكين.

وفي وجود منتج تعتمد صفاته الفريدة على الأصل الجغرافي، يكون لإنشاء المؤشرات الجغرافية اثر ايجابي على المستوى الاجتماعي.

- المؤشرات الجغرافية هي أداة للتسويق: إن الاستعمال السليم سيسمح بتحويل هده الإمكانية إلى منتجات قابلة للتسويق بالأسواق الدولية.
- بالإضافة إلى دلك، يصبح للدول السائرة في طريق النمو امتيازا تنافسيا بالقطاعات كثيفة العمالة' كالزراعة أو الحرف اليدوية.

- ويمنح تنفيذ المؤشرات الجغرافية في هده القطاعات لمنتجي الدول السائرة في طريق النمو الفرصة للمتوقع على قطعة من المنتجات الزراعية والحرفية ذات الجودة العالية.
- هنالك العديد من حالات الأسماء الجغرافية المحمية بالفعل في دول المنشأ أو على وشك الاعتراف بها، ك " قهوة كولومبيا "' " زيت اركان " منتج جهة سوس ماسة درعة المغربية، " الفو كووك " الفيتنامي، " قهوة الجبل الأزرق " منتج جمايكا " الخ.
- تؤثر المؤشرات الجغرافية ايجابيا على القطاعات الاقتصادية الأخرى:

تحتوي المؤشرات الجغرافية على مميزات كبيرة مع الايجابية التي تولدها في الاقتصاد ككل (إحداث فرص الشغل، في قطاعات أخرى كالسياحة، فرملة الهجرة من الريف)' حماية البيئة، قضايا المساواة بين الجنسين، وحماية المعارف التقليدية والتنوع البيولوجي، الخ. تعتبر هده القضايا ذات أهمية استراتيجية للدول النامية.

- تؤدي المؤشرات الجغرافية إلى تفادي ظاهرة الانتقال: من بين مميزاتها نجد إن هذه الأخيرة تعرقل ظاهرة نقل الإنتاج. في الحقيقي، يمكن إنتاج المؤشرات الجغرافية فقط في منطقة محددة، مما يعطي للمنتج- بسبب المناخ أو عوامل بشرية- سمات متفردة.
- المؤشرات الجغرافية هي جماعي: خلافا لحقوق الملكية الصناعية الأخرى التي يتم إعطاءها للفرد، تمنح المؤشرات الجغرافية لكل المنتجين التابعين لمنطقة معينة والدين يحترمون دفتر تحملات محدد.
- في هدا الإطار، تملك المؤشرات الجغرافية إمكانية كبيرة فيما يخص توزيع العائدات.
- إضافة إلى ذلك، تتوفر المؤشرات الجغرافية على امتياز لكل المنتجين الصغار فيمل يتعلق بالتكلفة، كما أنها لا تشترط أي تجديد. خلافا براءات الاختراع، لا
- تملك المؤشرات الجغرافية الحق الحصري، ليس من المسموح لمنتجي زيت اركان بجهة سوس- و ليس مرغوبا- منع المنافسة مع منتجي الزيت الآخرين.
- و يقتصر الحق الممنوح من المؤشرات الجغرافية على منع منافسين خارجين عن المنطقة الجغرافية (أو أولئك ضمن المنطقة المسجلة و الذين لا يحترمون دفتر التحملات) من استعمال اسم " اركان " في منتجاتهم.

على مستوى السوق، تعتبر البيانات الجغرافية وتسميات المنشأ فرصة لتعزيز السلوك التنافسي بين المنتجين المهتمين بالاختلاف في منتجاتهم على أساس الجودة.

المطلب الثاني: المؤشرات الجغرافية

يوضح عدد من الدراسات أنه يمكن للمؤشرات الجغرافية في ظل ظروف ملائمة أن تسهم في التنمية، وبصفة عامة يرجع الحق في استخدام المؤشر الجغرافي إلى المنتجين الإقليميين ومن ثم، تعود القيمة المضافة التي يقدمها المؤشر الجغرافي لكل هؤلاء المنتجين.

ونظراً لأن المنتجات ذات المؤشرات الجغرافية تولد عائدات العلامات الراقيد، فهي تسهم في توفير فرص عمل على المستوى المحلي، مما قد يساعد في نهاية المطاف على منع الهجرة الريفية، كما أن المنتجات ذات المؤشرات الجغرافية كثيرا ما تكون ذات آثار عرضية مهمة في مجالات مثل: السياحة وفن الطهي.

وقد تمنح المؤشرات الجغرافية قيمة لمنطقة ما ليس فقط فيما يخص الوظائف والإيرادات المرتفعة، وإنما أيضا عن طريق ترويج المنطقة بأكملها، وفي هذا الصدد قد تسهم المؤشرات الجغرافية في إنشاء "علامة إقليمية".

ومع ذلك من الضروري التحذير فمجرد انشاء مؤشر جغرافي لمنتج معين لا يضمن نجاح المنطقة أو تنميتها بشكل تلقائي، فمن أجل ان تسهم المؤشرات الجغرافية في التنمية ينبغي توافر عدة ظروف في المنطقة وفي طريقة تصميم مؤشر جغرافي محدد.

وبالمثل يمكن لعض المنتجات المعرّفة بمؤشر جغرافي أن تتألف من عناصر يختص بها التراث الثقافي التقليدي في منطقة معينة أي من "أشكال التعبير الثقافي التقليدي" وينطبق ذلك بوجه خاص على المنتجات الملموسة مثل الحرف اليدوية المصنوعة باستخدام موارد طبيعية والتي تتسم بمزايا مستمدة من منشئها الجغرافي، ومن الممكن أيضا حماية بعض اشكال التعبير الثقافي مثل الأسماء والعلامات والرموز الاصلية والتقليدية باعتبارها مؤشرات جغرافية وذلك رغم عدم احتوائها على معنى جغرافي مباشر.

وتتوافق المؤشرات الجغرافية مع طبيعة المعارف التقليدية وأشكال التعبير الثقافي التقليدي في أنها تقدم الحماية التي يحتمل أن تكون غير محدودة زمنيا، طالما تم الإبقاء على العلاقة النوعية بين المنتجات ومنشئها وطالما أن المؤشر لم يقع في العمومية، وهي تعتبر حقا جماعيا حيث لا يوجد أي نص بشأن الحق في الترخيص أو التنازل، والعلاقة بين جودة المنتج ومنشئه التي تستند إليها حماية المؤشر الجغرافي تحظر نقل المؤشر الجغرافي إلى المنتجين خارج المنطقة التي جرى ترسيمها.

المطلب الثالث: الفرق بين البيانات الجغرافية والعلامة التجارية

قسمنا هذا المطلب إلى فرعين الفرع الأول تناولنا فيه الفرق بين المؤشر الجغرافي وتسمية المنشأ اما الفرع الثاني فبعنوان حماية البيانات الجغرافية.

البيانات او المؤشرات الجغرافية والعلامات التجارية هي اشارات مميزة تستخدم لتمييز السلع او الخدمات في الأسواق، وكلتاهما تقدم معلومات عن منشأ السلعة أو الخدمة وتمكن المستهلكين من الربط بين جودة معينة وسلعة أو خدمة ما.

وتبين العلامات التجارية للمستهلك مصدر السلعة أو الخدمة وتحدد سلعة أو خدمة بمنشئها في شركة معينة، وهي تساعد المستهلك على الربط بين السلعة أو الخدمة وجودة أو سمعة معينة استناداً إلى معلومات عن الشركة المسؤولة عن إنتاجها أو تقديمها.

وتحدد المؤشرات الجغرافية سلعة ما ينشئها في مكان معين، وبالاستناد إلى منشأ السلع يربط المستهلك بين السلعة وجودة وخاصية أو سمعة معينة.

وتتألف غالبا العلامة التجارية من إشارة ابداعية أو اعتباطية يمكن استخدامها من قبل صاحب العلامة التجارية أو أي شخص آخر مصرح به بالقيام بذلك، ويمكن التنازل عن العلامة التجارية أو ترخيصها لأي أحد في أي مكان في العالم لأنه تتصل بشركة بعينها لا مكان بعينه.

وعلى النقيض، تتطابق الإشارة المستخدمة للتعبير عن المؤشر الجغرافي مع اسم منشأ السلعة أو الاسم المعروفة به السلعة في ذلك المكان ويجوز لأي شخص ينتج في منطقة المنشأ المنتج المعني وفقا للمعايير المحددة، أن يستخدم المؤشر الجغرافي، ولكن نظراً إلى صلة المؤشر بمكان المنشأ، فلا يمكن التنازل عنه أو ترخيصه لشخص خارج هذا المكان أو لا ينتمي إلى مجموعة المنتجين المعتمدين.

الفرع الأول: الفرق بين المؤشر الجغرافي وتسمية المنشأ

تسميات المنشأ هي نوع خاص من المؤشرات الجغرافية والمصطلح مستخدم في اتفاقية باريس ومعرف في اتفاقية لشبونة.[1]

ووفقاً للتعريف، تتألف تسمية المنشأ من اسم مكان منشأ المنتج، لكن من المهم الإشارة إلى أن عددا من البيانات التقليدية التي لا تتكون من أسماء منشأ، وتشير مع ذلك إلى المنتج من حيث صلته بمكان معين، تحظى بالحماية باعتبارها تسميات منشأ بموجب اتفاق لشبونة (مثل جبن ريبلوشون).

وأحيانا يُحتج بأن المنتجات التي تتمتع بسمعة معينة دون اتسامها بأي جودة أخرى راجعة إلى منشئها لا تعتبر تسميات منشأ بموجب اتفاق لشبونة غير أن هذا التفسير غير مقبول عالمياً.

وتسمية المنشأ والمؤشر الجغرافي كلاهما يقتضي رابطاً نوعيا بين المنتج الذي يشير إليه ومكان منشئه وكلاهما يبيّن للمستهلك منشأ المنتج الجغرافي ومزايا أو خصائص المنتج المرتبطة بمكان منشئه، والفرق الأساسي بين المفهومين أن ذلك الرابط مع مكان المنشأ ينبغي أن تكون أقوى في حالة تسمية المنشأ، ولابد أن تكون مزايا وخصائص المنتج المحمي باعتباره تسمية منشأ ناجمة حصراً أو أساسا عن منشئه الجغرافي، ويعني ذلك عموماً أن يكون المنشأ هو مصدر المواد الخام ومكان صُنع المنتج، أما في حالة المؤشرات الجغرافية، فيكفي توافر معيار واحد من المعايير المنسوبة للمنشأ الجغرافي سواء كان مزية أو خاصية أخرى في المنتج أو سمعته فقط، كما أنه ليس من الضروري أن يتم انتاج المواد الخام أو استنباط المنتج المحمي بمؤشر جغرافي أو صنعه بالكامل في المنطقة الجغرافية المحددة.

وغالبا ما يستخدم مصطلح تسمية المنشأ في القوانين التي تنشئ حقا محددا ونظام حماية للمؤشرات الجغرافية فيما يسمى بالأنظمة الخاصة بالحماية (انظر الفصل المتعلق بكيفية الحصول على الحماية للمؤشرات الجغرافية) فالمؤشر الجغرافي مصطلح أعم لا يحدد طرقا محددة للحماية.

[1] المادة 2 من اتفاق لشبونة يعرف تسميات المنشأ على النحو الآتي:

التسمية الجغرافية لأي بلد أو اقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات التي تنشأ في ذلك البلد أو الاقليم أو الجهة، وتعود نوعيته أو خصائصه كليا أو أساسا لى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية".

الفرع الثاني: حماية البيانات الجغرافية

المؤشرات الجغرافية ليست مجرد اسم أو رمز، بل هي تجسّد سمعة لها صلة وثيقة بمناطق جغرافية متفاوتة المساحة، ممّا يضفي عليها طابعا عاطفيا، وسمعة المؤشر الجغرافي من الأصول الجماعية غير الملموسة، ويمكن إذا لم تستفد من الحماية أن تستخدم بدون قيود وتتدنى قيمتها لتضيع في نهاية المطاف.

والانتفاع دون تصريح بالمؤشرات الجغرافية يضر مستهلك السلعة ومنتجها الشرعي إذ يضلل المستهلك ويجعله يظن أنه يشتري منتجا بصفات وخصائص محددة بينما يشتري في الواقع سلعة مقلدة، ويتضرر المنتج لأنه يخسر قدرا مهما من تجارته ومن سمعة ذلك المنتج، بل قد يمنع المنتجون من استخدام المؤشر الجغرافي بأنفسهم إذا سجل مثلا باعتباره علامة تجارية فردية من جانب إحدى الشركات.

وتمكن حماية المؤشر الجغرافي من لهم الحق في استخدامه من اتخاذ التدابير اللازمة ضد الآخرين ممن يستخدمونه دون إذن ويستفيدون من شهرته دون دفع مقابل "المنتفعون بالمجان" وحماية المؤشر الجغرافي هي أيضا وسيلة لوقف تسجيل المؤشر الجغرافي باعتباره علامة تجارية من جانب الغير وللحد من مخاطر أن يصبح المؤشر الجغرافي مصطلحاً عاماً.[1]

- **ردع الانتفاع المجاني:**
- شهرة المؤشر الجغرافي هي ثمرة الجهود التي بذلها منتجون في منطقة معينة، وقد يحدث أن المنتجين الذين لا يعملون وفقا لمواصفات هذا المؤشر الجغرافي، التي تكون أحيانا تقييدية، أو الذين يكونون غير موجودين في منطقة الإنتاج المحددة يخضعون لإغراء استخدام المؤشر الجغرافي مجانا والاستفادة من شهرته، وغالبا ما يحدث هذا الاستخدام فيما يخص المنتجات متدنية الجودة.

ومن المهم لأسباب عدة أن يقوم من لديه الحق في استخدام المؤشر الجغرافي بمنع استخدامه دون تصريح، ليس فقط لتفادي خسارة الأعمال، وإنما أيضا ليضمن على المدى البعيد أن يقتصر استخدام المؤشر الجغرافي على المنتجات التي تمتلك السمات أو الخصائص التي ترجع إليها شهرته، فاستخدام المؤشر الجغرافي لمنتجات ذات جودة أقل أو مختلفة قد تؤدي على الأرجح إلى تشويه سمعته.

[1] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:31.

- **الحماية المباشرة:**

من بين خيارات حماية المؤشرات الجغرافية الحماية المباشرة في النظام القانوني المعني، وكما أوضحنا من قبل تحظى المؤشرات الجغرافية بالحماية من خلال طائفة واسعة من النهج في مختلف الأنظمة القانونية، وفي كثير من الأحيان، من خلال الجمع بين منهجين أو أكثر، وطرق الحماية المتاحة بوجه عام في مختلف الأنظمة القانونية هي الحماية بموجب القوانين من المنافسة غير المشروعة والحماية باعتبارها حقا خاصا والعلامة الجماعية أو علامة التصديق، ويمكن لأصحاب الحق أن يستخدموا الوسائل المتاحة في النظام القانوني المعني، وحين تتوفر أكثر من طريقة للحماية، فإنهم يحتاجون إلى تحديد أي خيار هو الأنسب بالنسبة لاحتياجاتهم.

فمثلا، لحماية مؤشر جغرافي في استراليا أو الصين أو الولايات المتحدة الامريكية، يمكن إيداع طلب لتسجيل علامة جماعية أو علامة تصديق مباشرة أمام مكتب العلامات التجارية المعني، ويمكن لمن يسعون للحصول على الحماية في الاتحاد الاوروبي للمؤشرات الجغرافية لمنتجات زراعية أو أغذية إيداع طلب تسجيل مؤشر جغرافي محمي أو مسمى منشأ محمي ويمكن أيضا تقديم طلب لتسجيل علامة جماعية لدى مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية.[1]

- **وقف تسجيل المؤشر الجغرافي كعلامة تجارية من جانب الغير:**

قد يسجل فرادي المنتجين أو الشركات مؤشرا جغرافيا غير محميا لسلع مطابقة أو مماثلة للسلع التي يحددها المؤشر الجغرافي، وقد يحدث ذلك على المستوى الدولي للمؤشرات الجغرافية المحمية في نظام قانوني واحد وليس في الانظمة القانونية الأخرى، وبالنسبة للأنظمة القانونية التي لا يكون المؤشر الجغرافي محميا فيها، قد يعتبر المؤشر الجغرافي إشارة مميزة قابلة للتسجيل كعلامة تجارية، وسيحصل أول من يبادر بطلب التسجيل على العلامة التجارية، مما قد يمنحه الحق في منع استخدام المؤشر الجغرافي من جانب أي شخص آخر، بمن في ذلك المنتجون الذين كانوا يستخدمونه دائما في بلد منشئهم.

- **الحد من مخاطر أن يصبح المؤشر الجغرافي مصطلحاً عاما:**

إذا لم يعد المؤشر الجغرافي مقترناً بمنتج مرتبط على نحو مميز بمنشأ جغرافي لكنه يستخدم بدلا من ذلك كاسم شائع لتسمية المنتج، يقال أنه أصبح مصطلحا عاما، وفي هذه الحالة يمكن لأي شخص استخدم المؤشر الجغرافي لتسمية نوع من المنتجات دون وجود منتج ذي منشأ جغرافي مميز وسمات أو خصائص جغرافية محددة، ولا يصبح

[1] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017، ص:37..

في الإمكان استخدام المؤشر الجغرافي كإشارة تميز منتج معين، ومن شأن حماية المؤشر الجغرافي وإنفاذ الحق الممنوح بموجب ذلك أن يسهم في الحد من مخاطر أن يصبح المؤشر الجغرافي مصطلحاً عاماً.

- ومن أمثلة المؤشرات الجغرافية التي أصبحت من المصطلحات العامة اسم "كامومبير" للجبن، إذ يمكن استخدام هذا الإسم الآن على أي نوع من أنواع الجبن كامومبير المصنوع في أي مكان في العالم.
- وعلى النقيض تسمية "كامومبير" من نورماندي هي تسمية منشأ فرنسية للجبن المنتج فقط في منطقة "نورماندي".

الفصل الثاني

دور تسمية المنشأ في التنمية المستدامة

المبحث الأول: ماهية التنمية المستدامة أهدافها وخصائصها

قسمنا هذا المبحث إلى اربعة مطالب حيث ذكرنا في المطلب الاول ماهية التنمية المستدامة ثم في المطلب الثاني تطور التنمية المستدامة المطلب الثالث ذكرنا فيه أهداف التنمية المستدامة اما المطلب الرابع فكان خصائص التنمية المستدامة.

التنمية المستدامة هي ارتقاء المجتمع والانتقال به من الوضع الثابت إلى وضع أعلى وأفضل، وهي عملية تطور إلى الأمام وتحسين مستمر شامل وجزئي وشيء ضروري ومهم لكل مجتمع إنساني، لتحقيق أهداف الناس والمجتمع وعلى رأسها تحقيق مستوى معيشة مناسب أو حياة أفضل.

المطلب الأول: ماهية التنمية المستدامة

يتكون اصطلاح التنمية المستدامة من لفظتين هما: التنمية والمستدامة، ومنه قبل أن نتطرق لمفهوم التنمية المستدامة سنتطرق إلى:

التنمية لغة: التنمية في اللغة مصدر من الفعل نمى، يقال: انميت الشيء ونميته وجعلته ناميا.

التنمية اصطلاحا: يقصد بالتنمية الازدهار والتكاثر والزيادة والرفاهية، التنمية سياق حركي يؤدي إلى الانتقال من وضع سابق غير مرض إلى وضع لاحق يستجيب بكيفية مرضية إلى حاجات وطموحات الشخص والجماعة.[1]

وكما عرفها أيضا "عاطف غيث" ان التنمية تعني التحرك العملي المخطط لمجموعة من العمليات الاجتماعية والاقتصادية، تتم من خلال ايديولوجية معينة لتحقيق التغير المستهدف، من أجل الانتقال من حالة غير مرغوب فيها إلى حالة مرغوب الوصول إليها.[2]

أما كلمة المستدامة فمأخوذة من استدامة الشيء، أي طلب دوامه واستمراريته.

ومن منطلقنا هذا يتبين أن للتنمية المستدامة عدة تعاريف واختلف باختلاف الحقب الزمنية والانتماءات الفكرية نوجزها فيما يلي:

---

[1] فتيحة قشور، عبد القادر سوفي، **دور الوقف في التنمية المستدامة**، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول دور التمويل الاسلامي غير الربحي في تحقيق التنمية المستدامة، يومي 20-21 ماي، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 2013 ص:03.

[2] قادر محمد الطاهر، **التنمية المستدامة في البلدان العربي بين النظرية والتطبيق**، مكتبة حسن العصرية، بيروت، لبنان 2013، ص: 25.

تعتبر رئيسة وزراء النرويج Groharlem Brundtlad أنها أول من استخدم مصطلح التنمية المستدامة بشكل رسمي سنة 1987 في تقرير "مستقبلنا المشترك" للتعبير عن السعي لتحقيق نوع من العدالة والمساواة بين الأجيال الحالية والمستقبلية.[1]

أما البنك الدولي فيعتبر نمط الاستدامة هو رأس المال، وعرف التنمية المستدامة بأنها: "تلك التي تهتم بتحقيق التكافؤ المتصل، الذي يضمن إتاحة نفس الفرص الحالية للأجيال القادمة وذلك بضمان ثبات رأس المال الشامل أو الزيادة المستمرة عبر الزمن".

كما أن تقرير ري ودي جانيرو حسب جدول أعمال القرن 21 عرف التنمية المستدامة بأنها: "تنمية يجب أن تحقق بطريقة توفق وتساوي في إرضاء وإشباع الحاجات المرتبطة بالتنمية والبيئة للأجيال الحاضرة والمستقبلية.[2]

أما "ج. واكمان" يرى أن مصطلح التنمية المستدامة قد وضع من أجل "توطيد العلاقة بين حاجات التنمية الاقتصادية أو تسيير سليم للبيئة، وهذا التسيير لا يكون مستداما إلا إذا كان استغلال الموارد يكون من جيل إلى أجيال، وشروط الحياة الأساسية للبشر في تحسين مستمر".[3]

كما يمكن تعريف التنمية المستدامة بعبارات تقنية على أنها منهج تنموي على المدى الطويل والذي يعظم الرفاهية الانسانية لأجيال الحاضر على أن لا تقوم هذه الأخيرة بإخلال أو دهورة رفاهية الأجيال القادمة.

وقد اختلفت تعاريف التنمية المستدامة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها:

الجانب الاجتماعي التنمية المستدامة تعني السعي إلى تحقيق استقرار النمو السكاني ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية.

الجانب البيئي: يعرف التنمية المستدامة بأنها:" استخدام الموارد الطبيعية المتجددة بطريقة لا تؤدي إلى فنائها أو تدهورها أو تناقص قدراتها بالنسبة للأجيال المقبلة مع الحفاظ على رصيد ثابت غير متناقص من الموارد الطبيعية".

الجانب الاقتصادي: إن التنمية المستدامة تركز على الإدارة المثلى للموارد للحصول على الحد الأقصى من منافع التنمية الاقتصادية شرط الحفاظ على نوعية الموارد على أن لا يقلل من الدخل الحقيقي في المستقبل، كما تعني

[1] الطاهر خامرة، **المسؤولية البيئية والاجتماعية "مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة** مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007، ص: 14.

[2] Loic Chauveau, **le développement durable**, produire pour tous, protéger la planete, petite encyclopédie, 2009, p:10.

[3] Gabriel wackerman**, Le developpement durable**, édition ellipses, Paris, 2008, p : 31.

بالنسبة للدول المتقدمة خفضا في مستوى معيشة المواطن والحد من الفقر وبشكل أشمل ضمان تنمية دخل الفرد في المستقبل ليس بأقل من الجيل الحالي.

الجانب التكنولوجي: عرف التنمية المستدامة بأنها "استخدام تكنولوجيا جديدة أنظف وأقدر على إنقاذ الموارد الطبيعية بهدف الحد من التلوث والمساعدة على تحقيق الاستقرار.[1]

واستخلاص من خلال التعاريف السابقة الذكر يمكن الوقوف على أن التنمية المستدامة ترتكز على مسألة الاستغلال الأمثل للموارد، لتلبية الحاجات الحالية، مع مراعاة الأجيال القادمة واحتياجاتهم المستقبلية ويكون هدفها الأساسي متمثلا في حماية البيئة مع التركيز على تحقيق الأبعاد الأساسية الاقتصادية، الاجتماعية التكنولوجية والبيئية.

المطلب الثاني: تطور التنمية المستدامة

قسمنا هذا المطلب إلى فرعين الفرع الأول مفهوم التنمية اما الفرع الثاني تطور التنمية.

إن استعراض تاريخ التنمية ومراحلها منذ القدم ما هو إلا اهتمام بالغ في تقديم سلسلة من المعلومات المتكاملة وسرد جميع فصولها حتى يتسنى لنا استكمال ما بدؤه أسلافنا.

الفرع الأول: مفهوم التنمية

برز مفهوم التنمية بصورة أساسية منذ الحرب العالمية الثانية، حيث لم يستعمل هذا المفهوم منذ ظهوره في عصر الاقتصادي البريطاني "آدم سميث" في الربع الأخير من القرن الثامن عشر وحتى الحرب العالمية الثانية إلا على سبيل الاستثناء، فالمصطلحان اللذان استخدما للدلالة على حدوث التطور المشار إليه في المجتمع كان التقدم المادي أو التقدم الاقتصادي، وحتى عندما ثارت مسألة تطوير بعض اقتصاديات اوروبا الشرقية في القرن التاسع عشر كانت المصطلحات المستخدمة هي التحديث او التصنيع.

فمفهوم التنمية برز بداية في علم الاقتاد حيث استخدم للدلالة على عملية إحداث مجموعة من التغيرات الجذرية في مجتمع معين، بهدف إكساب ذلك المجتمع القدرة على التطور الذاتي المستمر بمعدل يضمن التحسن المتزايد في نوعية الحياة لكل أفراده، بمعنى زيادة قدرة المجتمع على الاستجابة للمتطلبات الأساسية والحاجات

[1] حسونة عبد الغني، **الحماية القانونية للبيئة في إطار التنمية المستدامة**، مذكرة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2013، ص:24.

المتزايدة لأعضائه بالصورة التي تكفل زيادة درجات إشباع تلك الحاجات، عن طريق الترشيد المستمر لاستغلال الموارد الاقتصادية المتاحة، وحسن توزيع عائد ذلك الاستغلال.[1]

والتنمية هي عنصر أساسي للاستقرار والتطور الانساني والاجتماعي، وهي عملية تطور شامل أوجزئي مستمر وتتخذ أشكالا مختلفة تهدف إلى الرقي بالوضع الانساني إلى الاستقرار والتطور بما يتوافق مع احتياجاته وإمكانياته الاقتصادية الاجتماعية والفكرية.

الفرع الثاني: تطور التنمية

يجد المتتبع لتاريخ التنمية على الصعيد العالمي والاقليمي أنه طرأ تطور مستمر وواضح على التنمية وهذا التطور كان استجابة واقعية لطبيعة المشكلات التي تواجهها المجتمعات وانعكاسا حقيقيا للخبرات الدولية التي تراكمت عبر الزمن في هذا المجال وبشكل عام تم التمييز بين أربع مراحل رئيسية لتطور مفهوم التنمية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، وهذه المراحل هي:[2]

1. **التنمية بوصفها رديف للنمو الاقتصادي:** تميزت هذه المرحلة التي امتدت تقريبا منذ نحاية الحرب العالمية الثانية وحتى منتصف العقد السادس من القرن العشرين بالاعتماد على استراتيجية التصنيع كوسيلة لزيادة الدخل القومي وتحقيق معدلات نمو اقتصادي مرتفعة وسريعة، وقد تبنت بعض الدول استراتيجيات أخرى بديلة بعدما فشلت استراتيجية التصنيع في تحقيق التراكم الرأسمالي المطلوب، والذي يمكن أن يساعدها في التغلب على مشكلاتها الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، ومن هذه الاستراتيجيات استراتيجية المعونات الخارجية والتجارة من خلال زيادة الصادرات.
2. **التنمية وفكرة النمو والتوزيع:** غطت هذه المرحلة تقريبا الفترة من نهاية الستينات وحتى بعد منتصف العقد السابع من القرن العشرين، وبدأ مفهوم التنمية فيها يشمل أبعادا اجتماعية بعدما كان يقتصر في المرحلة السابقة على الجوانب الاقتصادية فقط، ففي منتصف السبعينات من القرن العشرين تم تعريف التنمية الاقتصادية على أنها: "مجموعة الجهود المبذولة للقضاء على الفقر وتحقيق العدالة وتوفير فرص العمل على سياق اقتصاد تام"، وأصبح تعبير إعادة التوزيع من النمو شعارا عاما ومألوفا" من خلال تطبيق استراتيجيات الحاجات الأساسية والمشاركة الشعبية في إعداد خطط التنمية وتنفيذها ومتابعتها.[3]

[1] باتر محمد علي وردم، **العالم ليس للبيع، مخاطر العولمة على التنمية المستدامة**، عمان، الألفية للنشر والتوزيع، 2003 ص ص: 140-141.

[2] مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت محمد، **التنمية المستدامة**، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2017 ص ص: 66-67.

[3] الحداد عرض، **الأوجه المكانية للتنمية الإقليمية**، دار الأندلس، الاسكندية، 1993، ص: 36.

3. **التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة:** امتدت هذه المرحلة تقريبا من منتصف السبعينات إلى منتصف الثمانينات القرن العشرين، وظهر فيها مفهوم التنمية الشاملة التي تعني تلك التنمية التي تهتم بجميع جوانب المجتمع والحياة، وتصاغ أهدافها على أساس تحسين ظروف السكان العاديين وليس من أجل زيادة معدلات النمو الاقتصادي فقط، ولكن السمة التي غلبت على هذا النوع من التنمية تمثلت في معالجة كل جانب من جوانب المجتمع بشكل مستقل عن الجوانب الأخرى ووضعت الحلول لكل مشكلة على انفراد، الأمر الذي جعل هذه التنمية غير قادرة على تحقيق الأهداف المنشودة في كثير من المجتمعات، ودفع إلى تعزيز مفهوم التنمية المتكاملة التي تعني بمختلف جوانب التنمية ضمن أطر التكامل الصناعي والمكاني، وتشمل هذه التنمية على نوع أفضل من التعليم ومستويات أعلى من الصحة والتغذية وفقر أقل وبيئة أوفر نظافة ومساواة أكبر في الفرص المتاحة وحريات فردية أكبر وحياة ثقافية أكثر ثراء.
4. **التنمية المستدامة:** منذ بداية الثمانينات من القرن الماضي بدأ العالم يصحو على ضجيج العديد من المشكلات البيئية الخطيرة التي باتت تهدد أشكال الحياة فوق كوكب الأرض، في ظل اهمال التنمية للجوانب البيئية طوال العقود الماضية، فكان لابد من إيجاد فلسفة تنموية جديدة تساعد في التغلب على هذه المشكلات وتمخضت الجهود الدولية عن مفهوم جديد للتنمية عرف بإسم التنمية المستدامة، وكان هذا المفهوم قد تبلور لأول مرة في تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية والذي يحمل عنوان "مستقبلنا المشترك" ونشر لأول مرة عام 1987، للتأكيد على أن حسابات الحاضر والمستقبل يجب أن يتم مراعاتها من خلال نشاط اقتصادي يتمتع بإرادة مستدامة من أجل تنمية مستدامة يكون من أهدافها عدم الإضرار بموارد البيئة والحفاظ على حق الأجيال القادمة من تلك الموارد.[1]

[1] أشرف محمد عاشور، **جغرافية التنمية والفقر**، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2013، ص ص: 45- 46.

المطلب الثالث: أهداف التنمية المستدامة

ترابط أهداف التنمية المستدامة فيما بينها على الرغم من أن لكل منها أهداف صغيرة ومحددة خاصة بها، بحيث تغطي التنمية المستدامة مجموعة واسعة من قضايا التنمية الاجتماعية والاقتصادية والتي تسعى إلى تحقيق مجموعة منها والتي يمكن إيجازها في ما يلي:

1) تحسين نوعية الحياة:

من خلال التعليم الجيد، والعناية الصحية والتوزيع العادل للثروة والدخول، وإقامة نظام للأمن الاجتماعي، والاهتمام بالثقافة، وإقامة علاقات إنسانية على أساس العدل والسلم والمساواة ورعاية الحقوق الأساسية وإتاحة الفرصة للمشاركة والتداول السلمي للسلطة والتحرر من العبودية للغير او الاعتماد عليهم، إضافة إلى التحرر من أسر الجهل والفقر والمرض.[1]

2) احترام البيئة الطبيعية:

التنمية المستدامة إنها ببساطة تنمية تستوعب العلاقة الحساسة بين البيئة الطبيعية والبيئة المبنية، وتعمل على تطوير هذه العلاقة لتصبح علاقة تكامل وانسجام.[2]

3) تعزيز وعي السكان بالمشكلات البيئة القائمة:

تنمية إحساسهم بالمسؤولية تجاهها، وحثهم على المشاركة الفعالة في إيجاد حلول مناسبة لها من خلال مشاركتهم في إعداد وتنفيذ ومتابعة وتقييم برامج ومشاريع التنمية المستدامة.[3]

---

[1] جامعة الملك عبد العزيز، **التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول**، الإصدار الحادي عشر، مركز الإنتاج العلمي، 1426، ص: 61.

[2] احمد عبد الفتاح ناجي، **التنمية المستدامة في المجتمع النامي في ضوء المتغيرات العالمية والمحلية الحديثة**، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2013، ص: 72.

[3] شيلي إلهام، دور **استراتيجية الجود الشاملة في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية**، دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية بسكيكدة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، في إطار مدرسة الدكتوراه تخصص علوم التسيير إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2014، ص ص: 68-69.

4) ترشيد استخدام الموارد الطبيعية:

تعمل التنمية المستدامة على تحسين نوعية حياة الإنسان لكن ليس على حساب البيئة، وذلك من خلال الحفاظ على الموارد الطبيعية، وعدم استنزافها عن طريق الاستخدام العقلاني لهذه الموارد بحيث لا يتجاوز هذا الانسجام معدلات تجددها الطبيعية، بالإضافة إلى البحث عن بدائل لهذه الموارد حتى تبقى لفترة زمنية طويلة، ولا تخلف نفايات بكميات تعجز البيئة عن امتصاصها.

5) ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع:

تسعى التنمية المستدامة توظيف التكنولوجيا الحديثة بما يخدم أهداف المجتمع من خلال توعية أفراد المجتمع بأهمية التقنيات الحديثة في المجال التنموي، وكيفية استخدامها قصد تحسين نوعية حياة المجتمع، مع ايجاد الحلول المناسبة للسيطرة على المخاطر والمشكلات البيئية الناجمة عن استخدام هذه التكنولوجيا.[1]

6) إحداث تغير مستمر ومناسب في حاجات وأولويات المجتمع:

وبطريقة تلائم امكانياته وتسمح بتحقيق التوازن الذي بواسطته يمكن تفعيل التنمية الاقتصادية والسيطرة على جميع المشكلات البيئية ووضع الحلول المناسبة لها.[2]

المطلب الرابع: خصائص التنمية المستدامة:

تتسم التنمية المستدامة بجملة من الخصائص نورد بعضا منها:

- تنمية شاملة أو متكاملة؛
- تنمية مستمرة؛
- تنمية متوازنة؛
- التنمية تجني الثمار للأجيال الحالية على حساب الأجيال القادمة؛
- التنمية الرشيدة دون سوء أو اسراف استخدام أو استغلال؛
- التنمية التي تراعي البعد البيئي في جميع مشروعاتها؛
- التنمية التي تعظم من قيمة المشاركة الشعبية أو مشاركة المواطنين في جميع مراحل العمل التنموي؛
- الرابط العضوي التام بين الاقتصاد والبيئة والمجتمع فلكل منظوره الخاص؛

[1] مراد ناصر، **التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، عدد 26 جوان 2010، ص: 33.
[2] شيلي إلهام،مرجع سابق، ص: 69.

وهناك من حدد خصائص التنمية المستدامة كالتالي:

- تختلف عن التنمية بشكل عام بكونها أشد تدخلا وأكثر تعقيدا فيما يتعلق بما هو طبيعي وما هو اجتماعي في التنمية بالإضافة إلى أن لها بعدا روحيا وثقافيا يرتبط بالبقاء على الخصوصية الحضارية للمجتمعات؛
- تتوجه أساسا إلى تلبية متطلبات واحتياجات أكثر الشرائح فقرا في المجتمع وتسعى إلى الحد من تفاقم الفقر في العالم من خلال تحقيق التوازن بين النظام البيئي والاقتصادي والاجتماعي وتحقيق الرفاهية الاجتماعية لا يمكن فصل عناصرها وقياس مؤشراتها نتيجة لتدخل الابعاد الكمية والنوعية التي تتضمنها؛
- تقوم على فكرة العدالة بين الأفراد وبين الأجيال وبين الشعوب إلى جانب الاهتمام بدور المجتمع المدني ومنظماته وجميع فئات المجتمع خاصة النساء والأطفال في الأنشطة التنموية مما يسهم في رفع مستوى معيشة أفراد المجتمع؛
- تهتم بالموارد سواء كانت بشرية أو بيئية أو اجتماعية جاهدة من خلال انشطتها على التوعية بالمحافظة عليها واستثمارها خاصة في ارتباطها بالتنمية البشرية حيث أن استمرار التنمية يتوقف على قرارات الإنسان.
- تعتبر البعد الزمني بعداً أساسيا حيث أنها تنمية طويلة المدى تعتمد على تقدير إمكانات الحاضر مع مراعاة حق الأجيال القادمة في الموارد المجتمعية المتاحة أو التي يمكن اتاحتها بالإضافة إلى قيامها على التنسيق والتكامل بين استخداماتها والموارد واتجاهات الاستثمار والشكل المؤسسي.[1]

[1] مدحت أبو نصر، ياسمين مدحت، مرجع سابق، ص: 102.

المبحث الثاني: دور تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية في التنمية المستدامة

في هذا المبحث تم التطرق الى دور تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية في التنمية المستدامة في مطلبين المطلب الاول بعنوان تسمية المنشأ في تجسيد مقتضيات التنمية المستدامة، اما المطلب الثاني فهو تنظيم الحقوق المترتبة على تسمية المنشأ.

المطلب الأول : تسمية المنشأ في تجسيد مقتضيات التنمية المستديمة[1]

في هذا المطلب تم ذكر فرعين الفرع الأول مساهمة تسمية المنشأ في التنوع البيولوجي الفرع الثاني مساهمة تسميات المنشأ في حل القضايا.

تعد تسمية المنشأ ملتقى الطرق بين الإبداعات البشرية و خيرات الطبيعة حيث تعكس تنوع المنتوجات المتعلقة بتسمية المنشأ ، التراكم المعرفي و الخبرة و عمليات التكيف للمجتمعات المحلية بيئتها منحتها إمكانيةً تطوير المصادر الجينية لإنتاج السلع مع الاحتفاظ بأشكال مختلفة من التنوع البيولوجي إبتداءا من المناظر الطبيعية إلى غاية نظم حياة الكائنات الدقيقة[2] .

الفرع الأول : مساهمة تسميات المنشأ في التنوع البيولوجي.

و عليه يمكن القول أن تسمية المنشأ تسهم في الحفاظ على التنوع البيولوجي بشكل عام و المصادر الجينية خاصة بفضل الثقافة السائدة و التنظيم الجماعي للمجتمعات المحلية لهذه المصادر ، فلا يمكن الحديث عن إستدامة التنوع البيولوجي دون خبرة أو معرفة طورتها المجتمعات المحلية ، و بفضل تسمية المنشأ يزداد الترابط بين الثقافة المحلية والمصادر الجينية مما يسهم في صون التنوع البيولوجي و تنشيطه مرة أخرى ، كما تساهم في تطوير الخبرات التقنية لإنتاج السلع المحمية بهذه التسمية و هذا ما يسع ا له البعدين البيئي والتكنولوجي للتنمية المستديمة.

[1] نجاة جدي، **الحماية القانونية للملكية الفكرية وفق مقتضيات التنمية المستديمة**، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1 يوسف بن خدة، الجزائر، 2018/2017، ص:366.

[2] – لورانس بيرارد وفليب مارشيناي: **المنتجات المحلية والدلالات الجغرافية الأخذ في الاعتبار المعرفة والتنوع الإحيائي المحلي**، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، التنوع الثقافي والتنوع الإحيائي، عدد 186 ، مركز مطبوعات اليونيسكو، 2006،مصر،ص166.

و تعتبر تسمية المنشأ ثروة وطنية جماعية غير قابلة للتملك الفردي[1] ، وهذا ما أكده القضاء الفرنسي في عدة مناسبات من بينها القرار الصادر عن محكمة الاستئناف (Angers) عندما أوضح أنه : " لا يمكن لأي منتج فرد أن يدعي ملكيته الخاصة لقيمة مالية جماعية كتسمية المنشأ التي تبقى غير قابلة للتفويت أو إكتساب ملكيتها بالتقادم" فإعطاء شهرة و سمعة عالية لمنتوجات منطقة معينة هو نتاج عمل مضني لأجيال متعددة مثلما سبقت الإشارة إليه ، و مما يجعلها غير قابلة للإستئثار الفردي[2] بها، فهي تمنح لكل المنتجين التابعين لمنطقة معينة، و في هذا الإطار تملك تسمية المنشأ إمكانية كبيرة فيما يخص توزيع عائدات منتوج منطقة معينة بشكل عادل فضلاً على أنها تمنح فرص الاستثمار للمنتجين الصغار في المناطق المحلية.

و من كل ذلك يتبين لنا الأدوار التي تقوم بها تسمية المنشأ ، فهي أداة للتنمية المحلية بإعتبارها تعبر عن هوية كل منطقة و أصالتها مما يساهم في تشجيع و تطوير المنتجات المحلية و رفع مستوى جودتها حتى يمكنها الصمود في وجه المنافسة الحادة التي تميز العلاقات التجارية الحديثة، و بذلك تصبح تسمية المنشأ بمثابة شعار هام تستعمله المنطقة برمتها و تروجه إقتصاديا و سياسيا كمعبر عن هويتها.

الفرع الثاني : مساهمة تسميات المنشأ في حل القضايا.

و زيادة على ذلك يسهم حماية تسمية المنشأ في حل العديد من القضايا و في مقدمتها قضية المساواة بين الجنسين، و استحداث فرص عمل في قطاعات عدة كتربية الأنعام والزراعة، والصناعات التقليدية والسياحة خاصة في الدول النامية التي تزخر بتنوع ثقافي وبيولوجي معتبر يمكنها من تحقيق التنمية المحلية و تحقيق الأمن الغذائي لشعوبها و كبح حركة الهجرة إلى المدن للبحث عن سبل العيش و الاسترزاق و هذا ما يصبو إليه البعد الإجتماعي للتنمية المستدامة.

و إقتصاديا وانطلاقا من الطبيعة الوظيفية التي تضطلع بها تسمية المنشأ مادام أنها موجهة لتعيين منتجات ذات مواصفات عالية الجودة بسبب منشئها الجغرافي ، يمكنها أن تضطلع بدور إقتصادي مهم على مستوى تطوير تلك المنتجات و من ثم تنمية مناطق معينة بذاتها حيث ينتج عن الحماية الملائمة لتسمية المنشأ من الوجهة

[1] – عجة الجيلاني: **العلامة التجارية خصائصها وحمايتها**، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، منشورات الزين الحقوقية، 2015 ،لبنان، ص 244.

[2] – خالد مداوي: **حقوق الملكية الصناعية في القانون الجديد رقم 97-17** ،دار القلم للطباعة و النشر و التوزيع،الطبعة الأولى، المغرب، 2005 ،ص 126.

الاقتصادية ضمان أثمنة بيع أفضل بالنسبة للمنتجين المحليين نتيجة المستوى العالي و الثابت للجودة التي يتمتع بها المنتوج[1] .

و على مستوى المنافسة تضطلع تسمية المنشأ بدور أساسي في تسويق المنتجات المعنية فهي تمنح للمنتجات ميزة خاصة لأنها بمثابة أداة للتصديق على منشئها و على المواصفات الخاصة التي تتميز بها ، و لذلك فهي تجعل تلك المنتجات تتميز بوضعية خاصة في السوق طابعها الجودة و التميز بمواصفات خاصة مطلوبة من المستهلك ، كما تضمن للمستهلكين سلع ذات جودة و خصائص معينة مما يجعلها وسيلة لإخبار المستهلك حول الخصائص التي يتمتع بها المنتوج من حيث طرق صنعه و إنتاجه و مصدره[2]، الشيء الذي يمكنه من الإختيار الواعي بين مختلف المنتجات المعروضة ، و بما يجسد حق إعلام المستهلك المكرس في قوانين الإستهلاك[3].

فضلاً عن ذلك تساهم حماية تسمية المنشأ حماية بعض صور المعارف التقليدية في ظل غياب القانون خاصة لحماية هذه المعارف متى تعلقت بسلع يرجع رواجها بصفة أساسية إلى منشئها الجغرافي ، و تم تسجيلها باعتبارها تسمية المنشأ وفقا لما أشارت إليه المادة 8 فقرة (ي) من إتفاقية التنوع البيولوجي من إقرار حماية قانونية لتلك المعارف غير أن كل هذه الإسهامات لتسمية المنشأ في تحقيق التنمية المستدامة يبقى رهين نظام قانوني رشيد يكفل لها حماية مناسبة و رهين إختيار منتجات مؤهلة للحماية بهذا النظام و آليات تسويق محكمة لهذه المنتجاتُ و وفقا لما يتيحه تنظيم المنتجين في هيكل جماعي[4].

المطلب الثاني:تنظيم الحقوق المترتبة على تسمية المنشأ دعامة هامة لتحقيق التنمية المستديمة

في هذا المطلب تم تقسيم العنوان إلى فرعين الفرع الاول الطابع الجماعي لاستغلال الحقوق المترتبة على تسمية المنشأ الفرع الثاني مضمون الحقوق المترتبة على تسميات المنشأ.

إن اعتبار تسميات المنشأ إشارات مميزة لسلع و منتوجات تتسم بشهرة واسعة نتيجة للجودة العالية نتيجة لعمل مضني لأجيال متعاقبة و أثر ذلك على دعم مختلف أبعاد التنمية المستديمة يقتضي أن تتسم-

---

[1] – فؤاد معلال: **الملكية الصناعية و التجارية دراسة في القانون المغربي و الاتفاقيات الدولية**، الطبعة الأولى، دار الآفاق المغربية للنشر و التوزيع المملكة المغربية ، 2009 ، ص668 .

[2] – فهد علابوش: **دور الملكية الصناعية في حماية المستهلك**، مذكرة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة، كلية العلوم القانونية والاقتصادية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، 2006 ،المملكة المغربية، ص 19.

[3] – عبد المنعم موسى إبراهيم : **حماية المستهلك دراسة مقارنة**، منشورات الحلبي الحقوقية،2007 ،لبنان، ص 325.

[4] – Francois Xavier KALINDA : la protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement, faculté de droit, Strasbourg, 2010، p p 340, 357.

أي هذه التسميات – بطبيعة خاصة تختلف عن سائر حقوق الملكية الفكرية الأخرى ، و تتمثل هذه السمة في الطابع الجماعي لاستغلال الحقوق المترتبة على هذه التسميات (الفرع الأول) الذي يقتضي تجرد الحقوق المترتبة عليها من الصفة الاستئثارية الأمر الذي أثر على مضمون الحقوق الواردة عليها (الفرع الثاني).

الفرع الأول : الطابع الجماعي لاستغلال الحقوق المترتبة على تسميات المنشأ.

إذا كانت تسمية المنشأ كإشارة مميزة تنتمي إلى زمرة حقوق الملكية الفكرية و ترتب من ثم حقوقا فكرية فإن هذه الحقوق تثبت لمجموعة معينة من الأشخاص الذين يمارسون نشاطهم كمنتجين في المنطقة أو الناحية الجغرافية المعينة بالتسمية، و الذين تتوافر في منتجاتهم المميزات و الخصائص المحددة في النصوص التشريعية و التنظيمية التي ترسي هذه التسمية، حيث أن إعطاء شهرة و سمعة عالية لمنتوجات منطقة معينة هو نتاج عمل مضني لأجيال متعددة برعت في استغلال العوامل الطبيعية المحلية لإضفاء مميزات خاصة على هذه المنتوجات أي أن الأمر لا يتعلق بالخلق والإبداع الفكري لهذه التسميات على غرار باقي الحقوق الفكرية الأخرى بل هي نتاج ربط بين مجهودات و عمل أجيال متعددة و علاقتهم بالمحيط الذي يتواجدون فيه بشكل يخلق لتلك المنطقة شهرة عالية ، و ينشئ لهم حقا جماعيا في استغلال هذه التسمية، أي أن هذا الحق ليس منحة من الدولة أنشأته بموجب قوانينها الوضعية، و إنما هذه القوانين كشفت عنه ونظمته ضمانا لحمايته[1].

و من هذا المنظور تعتبر تسمية المنشأ ثروة وطنية جماعية تسهم في تحقيق التنمية المستديمة بمختلف أبعادها وأهدافها خاصة ما تعلق منها بالتنمية المحلية و المساواة في الحظوظ و منع الهجرة إلى المدن الكبرى و هي بذلك – أي هذه التسميات – غير قابلة للتملك الفردي ، أو الاستئثار بها من طرف جماعة محلية أو نقابية أو أي تنظيم آخر، و هذا ما أكده القضاء الفرنسي في عدة مناسبات من بينها القرار الصادر عن محكمة الاستئناف في ANGERS عندما أوضح بأنه "لا يمكن لأي منتج فرد أن يدعي ملكيته الخاصة لقيمة مالية جماعية كتسميات المنشأ التي تبقى غير قابلة للتنازل أو اكتساب ملكيتها بالتقادم[2]".

كما أكد المشرع الجزائري هذا التوجه – أي الطابع الجماعي لاستغلال تسمية المنشأ– عند تفاديه تسمية أصحابها بالمالكين لها، و وصفهم بالمستغلين للتسمية ، و في هذا الصدد تنص الفقرة الرابعة من المادة الأولى على أنه " يقصد بالمنتجين كل مستغل لمنتجات طبيعية ، و كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط المنتج في

[1] – فؤاد معلال: المرجع السابق ، ص 676.

[2] – خالد ميداوي: المرجع السابق ، ص 126.

المساحة الجغرافية المقصودة[1]، و لما كان الحق في تسمية المنشأ حقا جماعيا متصل بمصالح المستهلك و له دخل في ضبط المنافسة وقمع الغش فإن حمايتها تعتبر من النظام العام.

هذا و أن الصفة الجماعية لاستغلال تسمية المنشأ تجعله غير قابل للتصرف فيه ولا الاستئثار به من قبل أحد المنتجين المستفيدين منه، بما في ذلك عن طريق اعتماده كعلامة و ذلك مهما كان تاريخ إيداعها و مهما كانت سمعة المنتوج الحامل لهذه العلامة، فهو مرتبط بالمنتج و بالأرض التي ينتج فيها، لذلك فهو ينتقل مع الأرض في حالة نقل استغلالها إلى الغير مادامت تستغل في إنتاج نفس المنتج.

فضلاً عن ذلك فإن الطابع الجماعي لاستغلال هذه التسمية يجعل الحق المترتب عليها يتسم بالديمومة وبالاستمرار ما دامت المنتجات الخاصة بها يستمر في إنتاجها في منطقة معينة بالمواصفات التي تتميز بها، لذلك فحتى على فرض أن بعض المنتجين المعنيين لها تخلى عن استعمالها في تسويق منتجاته، فإن ذلك لا يمنع استمرار الباقين في ذلك فلا يتصور زوالها إلاّ في حالة تخلي منتجي المنطقة المعنية عن إنتاج السلع المشمولة بالتسمية أو تغير مواصفات الإنتاج على نحو يجعله يفقد مميزاته التي كانت وراء قرار التسمية[2].

الفرع الثاني: مضمون الحقوق المترتبة عن تسمية المنشأ.

عادة ما تخول الحقوق الفكرية لصاحبها حق الاستئثار باستغلالها ، و كذا الحق في الترخيص بالاستغلال، غير أن الوضع يختلف بشأن تسمية المنشأ، حيث يضيق مضمون الحقوق المترتبة عنها نظرا للطبيعة الخاصة لتسمية المنشأ التي تفرز هيمنة و طغيان دور السلطة العامة، سواء في الاعتراف بها، أو في مراقبتها، أو في شمولها بالحماية، و كذا بسبب الطابع الجماعي لاستغلالها.

و لذلك يمكن حصر مضمون الحقوق المترتبة عليها في الحق في الاستغلال الجماعي دون غيره من الحقوق (أولا) و إن كان المشرع الجزائري قد نص حق منح الترخيص بالاستغلال بشأنها (ثانيا).

أولا : حق الاستغلال الجماعي لتسمية المنشأ :

يعتبر حق استغلال تسمية المنشأ الحق الأساسي الممنوح للمودع و، خير دليل على ذلك اهتمام المشرع الجزائري به، حيث خصص لتنظيمه أربع مواد في القانون رقم 76- 65 المتعلق بتسمية المنشأ و، ذلك في المواد

[1] – عجة الجيلاني: **العلامات التجارية خصائصها و حمايتها**، المرجع السابق ، ص 267.

[2] – فؤاد معلال: المرجع السابق ، ص 677.

من 19 إلى 22 منه التي تبين بأنه يجوز مبدئيا لكل من صدرت لصالحه شهادة تسجيل تسمية المنشأ استعمال هذه الأخيرة على منتوجاته طبقا لنظام استعمال تلك التسمية.

و الجدير بالذكر أن الاستغلال المخول لصاحب شهادة التسجيل يفتقر إلى الصفة الاستئثارية أو بالأحرى هو استئثار جماعي مقتصر على سكان تلك المنطقة المعنية بتسمية المنشأ ، حيث يجوز لأي منتج تقديم طلب لاستعمال نفس التسمية إذا كان يمارس نشاطه في المساحة الجغرافية المقصودة بشرط أن تتصف منتجاته بنفس المميزات والخصائص المحددة في النصوص التنظيمية، و ذلك راجع للطابع الجماعي المهيمن (1) على تسمية المنشأ[1] .

وفي الأخير يجب التذكير أن الطابع الجماعي ، و غير الاستئثاري لحق إستغلال تسمية المنشأ يعد أحد دعامات التنمية المستديمة ، حيث من شأنه رفع الدخل الحقيقي للسكان القرى و المجتمعات المحلية ، و تعزيز القدرات الإنتاجية لديها مما يساعد على إبطاء حركة الهجرة إلى المدن وفقا لما يقتضيه البعد الاجتماعي و المساواة بين الجيل الواحد في ظل أهداف التنمية المستديمة.

ثانيا: حق التصرف و الترخيص للغير باستغلال تسمية المنشأ .

عادة ما تمنح حقوق الملكية الفكرية لصاحبها الحق في إجراء كافة التصرفات القانونية عليها التي تكون الملكية محلا لها ، لاسيما نقلها أو التنازل عليها بعوض أو بدون عوض و كذلك الترخيص للغير باستغلالها ترخيصا إراديا.

غير أن الوضع يختلف بالنسبة لتسميات المنشأ ، حيث أن القانون يمنح المستفيد منها حق الاستغلال فقط دون التصرف فيها ، و إن كان الفقه في الجزائر قد اختلف بشأن هذه المسألة حيث يرى جانب من الفقه تمتع صاحب تسمية المنشأ بكافة أوجه التصرف المشروعة[2]، بشرط احترام القوانين المنظمة لتسمية المنشأ ها الخضوع لرقابة السلطة المتخصصة ، و الالتزام بجودة المنتوج للمستفيد من تسمية المنشأ الحق في إبرام عقود التراخيص بشأنها[3] .

[1] – رحة زراوي صالح: المرجع السابق، ص 385.

[2] – رأي كل من الأستاذ سمير جميل الفتلاوي و الأستاذ عجة الجيلالي

[3] – عجة الجيلالي: **العلامات التجارية خصائصها وحمايتها**، المرجع السابق ، ص 269.

ويستند هذا الجانب من الفقه إلى أن المشرع الجزائري ذكر عملية البيع بشكل عام في المادة 21 من قانون تسمية المنشأ و الترخيص في المادة 22 ، و أنه يجب تمييز بين بيع تسمية المنشأ من طرف الأشخاص الطبيعية أو المعنوية الخاضعين للقطاع الخاص عن تلك العملية التي تقوم بها المؤسسات التابعة للدولة، و اعتبر هذه العملية جائزة ، كما تعرض بعض أنصار هذا الرأي إلى مسألة رهن تسمية المنشأ و كانت نتيجة تحليلهم قبول عملية الرهن بصفة عامة و رفضها في حالة ما إذا كانت التسمية تابعة لمؤسسة حكومية [1].

[1] – رحة زراوي صالح: المرجع السابق، ص 386.

الخـــاتمـــة

خاتمة:

لقد حظيت تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية بتنظيم قانوني من طرف المشرع الوطني، وفي الاتفاقيات الدولية أيضا، حيث حدد مفهومهما بدقة ولاحظنا أن هذه المفاهيم جاء متوافقة مع ما هو منصوص عليه في الاتفاقيات الدولية، واستطعنا في هذه الدراسة أن نميزه عن غيره من البيانات المشابهة من خلال تبيين اوجه الاختلاف وقد ظهرت أهميتهم كعنصرين اساسيين من عناصر الملكية الصناعية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية كما نجد أن المشرع قد حدد الطبيعة القانونية لاستغلال تسمية المنشأ وذلك بتوافر مجموعة من الشروط الموضوعية والشكلية التي يجب توافرها من أجل نشوء الحق في استعمال التسمية الجغرافية وحدد الجهة المختصة قانونا في منح هذا الحق وهو المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وفي سبيل الاستفادة من تسمية المنشأ يجب على المستفيد احترام شروط تسجيل التسمية.

وحتى نضمن حماية كافية وفعالة لابد من توسيع نطاق الحماية عن طريق طلب تسجيل المؤشر لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ومن الاتفاقيات الرائدة في حماية الملكية الصناعية "اتفاقية باريس" والتي تعتبر الشريعة العامة في حماية عناصر الملكية الصناعية، وكذلك "اتفاق لشبونة" الخاص بحماية المؤشرات وتسجيلها على الصعيد الدولي وكذا "اتفاق مدريد" الخاص بقمع بيانات المصدر المضللة وأخيراً "اتفاقية تريبس" وهي أحداث اتفاقية تضمنت حماية متكاملة لجميع عناصر الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة.

النتائج المتوصل اليها:

وكنتائج لبحثنا يمكن القول أن المشرع الجزائري تمكن من وضع نظام قانوني خاص بتسمية المنشأ مبرزا أهميتها وضرورة المحافظة عليها، وإن كان قد فصل في تعريف التسمية وتبيان الشروط الموضوعية والشروط الشكلية الواجب توافرها للاعتراف بالتسمية ونوجزها في النقاط التالية:

- تنظيم الآثار المترتبة على حق الملكية في هذه التسمية، وذلك من حيث الحقوق التي تخولها التسمية لمالكها والالتزامات التي ترتبها على عاتقه.
- حرص المشرع على دعم الحقوق المترتبة على ملكية تسمية المنشأ عن طريق منع الغير من استغلالها دون موافقته.
- قرر المشرع حماية وطنية خاصة بهذه الحقوق والمتمثلة في الحماية المدنية وذلك بإعطاء مالك تسمية المنشأ الحق في التعويض عن الضرر الذي يصيبه.

- الحماية الجزائية اذ ونظرا لخطور أعمال المنافسة غير المشروعة التي تمس بتسمية المنشأ سواء بالعون الاقتصادي المنافس أو المستهلك وحتى بالاقتصاد الوطني.

الاقتراحات والتوصيات:

تصنف المؤشرات الجغرافية قانونا من عناصر الملكية الصناعية والتجارية فهي من مفردات الملكية الفكرية ولحماية هذه المؤشرات ايجابيات عديدة بالنسبة للاقتصاد والتنمية المستدامة:

- ✓ تشجيع تنوع الإنتاج (منتجات زراعية، وصناعية وحرفية)؛
- ✓ تحسين مداخيل المنتجين وتطوير قدراتهم الإنتاجية؛
- ✓ ترسيخ الإنتاج المحلي في دائرته مما ينتج عنه تنشيط المناطق المحلية؛
- ✓ محاربة الغش والاعتداءات على حقوق المنتجين؛
- ✓ عرض منتجات عالية الجودة على المستهلكين؛
- ✓ حماية المنتجات من المنافسة غير المشروعة؛

والملاحظ في الواقع أن قانون المؤشرات الجغرافية وتسمية المنشأ يبقى إلى يومنا هذا قانونا متميزا ومعقدا إذ يتبين من دراستنا أنه يعاني من مشاكل عدة تجعله من الصعب التطبيق بدليل عدم وجود منتجات مسجلة كمؤشر جغرافي باستثناء بعض المنتجات وهي قليلة جدا على الرغم من وجود الكثير من المنتجات ذات جودة ونوعية عالية فنجدها مسجلة فقط كعلامة تجارية نظرا لسهولة الاجراءات.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا) باللغة العربية:

- احمد عبد الفتاح ناجي، التنمية المستدامة في المجتمع النامي في ضوء المتغيرات العالمية والمحلية الحديثة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2013.
- أسامة نائل المحيسن،الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، 2005، ط1.
- أشرف مُحَمَّد عاشور، جغرافية التنمية والفقر، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية 2013.
- باتر مُحَمَّد علي وردم، العالم ليس للبيع، مخاطر العولمة على التنمية المستدامة عمان، الألفية للنشر والتوزيع، 2003.
- الحداد عرض، الأوجه المكانية للتنمية الإقليمية، دار الأندلس، الاسكندية، 1993.
- سمير حسين جميل الفتلاوي، الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجزائرية، 1988.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن، 2000.
- عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005.
- فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، إبن خلدون للنشر والتوزيع وهران، 2006.
- قادر مُحَمَّد الطاهر، التنمية المستدامة في البلدان العربي بين النظرية والتطبيق مكتبة حسن العصرية، بيروت لبنان 2013.
- مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت مُحَمَّد، التنمية المستدامة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة مصر، 2017.
- مراد ناصر، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر عدد 26 جوان 2010.
- نظام محمود الأشقر، الملكية الفكرية ودورها في دعم البحث العلمي.

ثانيا) باللغة الأجنبية:

- Gabriel wackerman, **Le developpement durable**, édition ellipses, Paris, 2008.
- Loic Chauveau, **le développement durable**, produire pour tous, protéger la planete, petite encyclopédie, 2009.

ثالثا) **الرسائل والمذكرات:**

- بن دريس حليمة، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2013-2014.
- حديدان سفيان، جريمة التقليد التدليسيس للعلامات الصناعية والتجارية وعلامات الخدمات، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001.
- حسونة عبد الغني، الحماية القانونية للبيئة في إطار التنمية المستدامة، مذكرة دكتوراه، جامعة مُحَّد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق 2013.
- سمير حمالي، حماية المستهلك في ظل تشريعات الملكية الفكرية، أطروحة دكتوراه، جامع الجزائر، كلية الحقوق 2015.
- شيلي إلهام، دور استراتيجية الجود الشاملة في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية بسكيكدة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، في إطار مدرسة الدكتوراه تخصص علوم التسيير إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2014.
- الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والاجتماعية "مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2007.
- نجاة جدي، الحماية القانونية للملكية الفكرية وفق مقتضيات التنمية المستديمة، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1 يوسف بن خدة، الجزائر، 2017.
- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، 2014، جامعة مُحَّد خيضر، بسكرة، 2015.

رابعا) المجلات والمؤتمرات:

- جامعة الملك عبد العزيز، التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول، الإصدار الحادي عشر، مركز الإنتاج العلمي.
- زواوي الكاهنية، أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بتسميات المنشأ، مجلة المفكر، العدد الثاني عشر، جامعة قسطينة.
- فتيحة قشور، عبد القادر سوفي، دور الوقف في التنمية المستدامة، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول دور التمويل الاسلامي غير الربحي في تحقيق التنمية المستدامة، يومي 20-21 ماي، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 2013.
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية، منشور ويب رقم 952 ، 2017.

خامسا) القوانين والمواد:

- المادة 2 من اتفاق لشبونة يعرف تسميات المنشأ.
- الفصل الثاني من القانون رقم 68 لسنة 2007، المؤرخ في 27 ديسمبر 2007 .
- اتفاقية باريس بحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883، والمعدلة الجريدة الرسمية، العدد 10 المؤرخة في 04 فبراير 1975.
- المادة 02 من ظهير شريف رقم 56-08-01 صادر في 23 ماي 2008.
- المرسوم رقم 70-186 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 .
- انظر الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ، المؤرخ في 16 يونيو 1976.
- المادة 15 من القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998.
- المادة 1/22 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس).

فهرس المحتويات

العنـــــــــوان	الصفحة
شكر وتقدير	
اهداء	
فهرس المحتويات	
مقدمة	أ.ب
اهمية الدراسة	ب
اهداف الدراسة	ب
اسباب اختيار الموضوع	ب
اشكالية البحث	ب
الدراسات السابقة	ج
المنهج المتبع	ج
خطة البحث	ج
الفصل الأول تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية	
المبحث الأول: ماهية تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية	07
المطلب الأول: مفهوم تسمية المنشأ	07
الفرع الاول: تعريف تسمية المنشأ	07
الفرع الثاني: تمييز تسمية المنشأ عن البيانات المشابهة لها	11
المطلب الثاني: الشروط الموضوعية لإحداث تسمية المنشأ	19
الفرع الاول: اقتران تسيمة المنشأ باسم جغرافي وتعيينه منتج بذاته	19
الفرع الثاني: تمييز المنتجات بمواصفات مميزة ووجوب تسميتها	20
الفرع الثالث: كل شخص طبيعي او معنوي يمارس نشاطا منتجا	20
المطلب الثالث: البيانات الجغرافية	21
الفرع الاول: تعريف البيانات الجغرافية	21
الفرع الثاني: العلاقة بين المنتج والمنطقة	22
المبحث الثاني: خصائص وطرق حماية تسمية المنشأ والبيانات	27
المطلب الأول: تسمية المنشأ	27
المطلب الثاني: المؤشرات الجغرافية	29
المطلب الثالث: الفرق بين البيانات الجغرافية والعلامة التجارية	30
الفرع الأول: الفرق بين المؤشر الجغرافي وتسمية المنشأ	31
الفرع الثاني: حماية البيانات الجغرافية	32

الفصل الثاني دور تسمية المنشأ في التنمية المستدامة	
المبحث الاول ماهية التنمية المستدامة اهدافها وخصائصها	36
المطلب الاول: ماهية التنمية المستدامة	36
المطلب الثاني: تطور التنمية المستدامة	38
الفرع الاول: مفهوم التنمية	38
الفرع الثاني: تطور التنمية	39
المطلب الثالث: اهداف التنمية المستدامة	41
المطلب الرابع: خصائص التنمية المستدامة	42
المبحث الثاني: دور تسمية المنشأ والبيانات الجغرافية في التنمية	44
المطلب الاول: تسمية المنشأ في تجسيد متقضيات التنمية	44
الفرع الأول: مساهمة تسميات المنشأ في التنوع البيولوجي	44
الفرع الثاني: مساهمة تسميات المنشأ في حل القضايا	45
المطلب الثاني: تنظيم الحقوق المترتبة على تسمية المنشأ	46
الفرع الاول: الطابع الجماعي لاستغلال الحقوق المترتبة على تسمية	47
الفرع الثاني: مضمون الحقوق المترتبة على تسمية المنشأ	48
الخاتمة	52
الاقتراحات والتوصيات	53
قائمة المراجع	55
فهرس المحتويات	58
الملخص	60

ملخص البحث:

تعتبر تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية حق من حقوق الملكية الصناعية شأنها شأن العلامة التجارية وغيرها من الحقوق الملكية الصناعية الأخرى، فهي إشارة أو ميزة تتخذ من المكان الذي صنعت فيه ميزة لتمييز السلع والمنتجات، حيث ترتبط بالبلد أو المكان الذي أنتجت فيه، مما يجعل السلع ذات مواصفات مميزة راجعة إلى البيئة الجغرافية كذلك تأثير العنصر البشري الذي ساهم في صنع السلع وكذا تشكل تسميات المنشأ أداة تنافسية في السوق بين المتعاملين الاقتصاديين مما يجعلها أكثر عرضة للجرائم المتعلقة بالملكية الصناعية أين تؤثر في المعاملات الاقتصادية والتجارية وبالتالي على التنمية المستدامة ولذلك سار المشرع الجزائري على نهج التشريعات المقارنة ووضع نظاما قانونيا خاصا بتسميات المنشأ ينظم اجراءات تسجيلها وشروط حمايتها.

الكلمات المفتاحية:

تسمية المنشأ، البيانات الجغرافية، البيئة الجغرافية.

الملخص باللغة الاجنبية

Summary:

Appellations of origin and geographical indications are considered an industrial property right like a trademark and other industrial property rights. Distinctive due to the geographical environment as well as the impact of the human element that contributed to the manufacture of goods, as well as the appellations of origin constitute a competitive tool in the market among economic dealers, which makes it more vulnerable to crimes related to industrial property where it affects economic and commercial transactions and thus on sustainable development, and therefore the Algerian legislator followed the approach of legislation Comparing and setting up a special legal system for appellations of origin regulating their registration procedures and the conditions for their protection.

Key words:

Appellation of origin - geographical indications - geographical environment.