

# مذكرة ماستر

ميدان: الحقوق والعلوم السياسية

فرع: الحقوق

تخصص: قانون أعمال

رقم: .....

إعداد الطالب(ة):

(1) قاضي نورهان

يوم: 19 ماي 2025

## الاليات القانونية لدعم المنتج الوطني

### لجنة المناقشة:

العضو 1 سقني صالح الدكتور الجامعة محمد خيضر بسكرة رئيسا

العضو 2 كليبي لحسن الدكتور الجامعة محمد خيضر بسكرة مشرفا

العضو 3 فار جميلة الدكتور الجامعة محمد خيضر بسكرة مناقشا

## إهداء

أهدي ثمرة علمي المتواضع إلى التي كانت ولا زالت تتعب معي، إلى من غمرتني  
بدعائها وحنانها، إلى نبع الحب والحنان إلى .....أمي الغالية

قدرني الله على طاعتها

إلى مثلي الأعلى في الحياة إلى من كان ولا يزال معلمي ومرشدي

وقدوتي..... أبي الحبيب

إلى زوجي الغالي أهدى هذا البحث المتواضع، تعبيراً عن شكري له؛ لوقوفه إلى  
جانبي كي أحقق طموحي العلمي ..... فشكراً كثيراً على ثقتك بنجاحي ودفعي نحو  
الأفضل

إلى إخوتي وإلى من أشد ظهري بهم في الحياة ..... والذين أشعر بالأمان صحبتهم  
أخوتي

شكر وعرّفان

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبفضله تتحقق الغايات والصلاة والسلام على أشرف

الخلق سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

أتوجه بخالص الشكر والعرّفان الى

أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور "كليبي حسن"

الذي أشرف على عملي هذا وساعدني على إنجازة

وأسأل الله أن يجازيه عن كل خير

كما اشكر جميع عائلتي

قائمة المختصرات:

باللغة العربية:

الم: المادة

ج ر: الجريدة الرسمية

ص: الصفحة

ط: طبعة

# مقدمة

## مقدمة:

في ظل التحديات الاقتصادية التي تواجهها العديد من الدول، أصبحت مسألة دعم المنتج الوطني وتعزيز الصناعات المحلية من الأولويات الأساسية التي تسعى الحكومات لتحقيقها. يأتي هذا الدعم في إطار استراتيجية شاملة تهدف إلى تحسين مستوى الإنتاج المحلي، زيادة التوظيف، وتنمية الاقتصاد الوطني بشكل عام ويُعد دعم المنتج الوطني من الركائز الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة وتعزيز السيادة الاقتصادية للدول. وفي ظل التحديات التي تفرضها العولمة والانفتاح التجاري، أصبح من الضروري أن تعتمد الدول على آليات قانونية فعّالة تحمي صناعاتها المحلية وتحفّز على الإنتاج الوطني.

تتعدد هذه الآليات بين تشريعات تحفيزية، وسياسات جمركية، واتفاقيات تجارية توازن بين الانفتاح وحماية الاقتصاد المحلي. وتلعب القوانين دوراً حاسماً في رسم إطار تنظيمي يوفر بيئة قانونية مشجعة للاستثمار والإنتاج المحلي، ويمنح الأفضلية للمنتج الوطني في الأسواق الداخلية، سواء من خلال المشتريات الحكومية أو الدعم الضريبي والمالي. كما تُعتمد آليات الرقابة ومنع الإغراق وسياسات التفضيل المحلي كأدوات قانونية لضمان قدرة المنتج الوطني على المنافسة في مواجهة المنتجات المستوردة.

لذا وجدت الجزائر نفسها أمام حتمية انتهاج نظام اقتصاد السوق كون أن العزلة لم تعد في صالحها ولا تخدم اقتصادها، فالنظام الجديد يفتح المجال لإعادة تنظيم العلاقات الاقتصادية الخارجية وكذا إنعاش السياسة الداخلية من حيث الإنتاج والتوزيع والاستهلاك الذي يكون تدخل الدولة فيه في إطار تكريس حرية السوق وسياسة العرض وطلب بالإضافة إلى تبني مبدأ المنافسة الحرة.

والجزائر، مثلها مثل باقي الدول النامية لم تتردد في مواكبة سياسات التجارة العالمية، لكنها حرصت على اتباع نهج حذر نظراً لما ينطوي عليه الانفتاح الاقتصادي من مخاطر، أبرزها احتمال اجتياح المنتجات الأجنبية للسوق المحلية. ومن هذا المنطلق، كان لزاماً عليها وضع خطة شاملة تهدف من جهة إلى الحد من هذا الغزو التجاري، ومن جهة أخرى إلى تعزيز حضورها في الأسواق العالمية، والعمل على اكتساب مكانة دولية مرموقة من حيث مستوى الإنتاج".

**1-أهمية الدراسة :** تبرز أهمية الآليات القانونية كأداة أساسية في تحقيق هذه الأهداف. فالقوانين والتشريعات تُعدّ عاملاً رئيسياً في تنظيم وحماية الأسواق المحلية من التحديات الاقتصادية العالمية، مثل تدفق السلع الأجنبية بأسعار غير تنافسية، أو الممارسات التجارية غير العادلة التي قد تضر بالصناعة الوطنية وتشمل الآليات القانونية لدعم المنتج الوطني مجموعة من القوانين التي تتنوع بين الحوافز المالية والضريبية، وحماية حقوق الملكية الفكرية، وتوفير تسهيلات للاستثمار المحلي. كما تساهم هذه التشريعات في تعزيز القدرة التنافسية للمنتجات المحلية، سواء من خلال تنظيم أسواق العمل، أو وضع معايير جودة صارمة، أو عبر توفير الحوافز للقطاعات الإنتاجية المختلفة. لذلك، تعد الآليات القانونية جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية النمو الاقتصادي المستدام، إذ تساهم في حماية حقوق المنتجين المحليين، وتشجيع الابتكار، وضمان تحقيق التنمية الاقتصادية على المدى الطويل.

ومن هنا تظهر لنا أهمية بحثنا وحثية طرحه في الوقت الراهن كونه موضوع الساعة وشاغل للحكومة الجزائرية والخبراء القانونيين والاقتصاديين، كما سيفتح المجال للتصدير خارج المحروقات وبالتالي ستعزز مكانة الجزائر في الأسواق الدولية وستزيد قوتها الاقتصادية.

ففكرة الموضوع إذن مستلهمة من الواقع الذي يعيشه السوق الجزائري يوميا، فقد أصبح من الصعب العثور على منتج جزائري مصنوع مائة بالمائة بالجزائر وان وجد فهو يعاني من التهميش والاحتقار من طرف المستهلك الجزائري الذي لا يمكن لومه بسبب انبهاره بكثرة المنتوجات الأجنبية المعروضة في الأسواق المتفاوتة من حيث السعر والجودة والمناسبة لجميع الشرائح وبالتالي أصبح امام المستهلك خيار واسع في شراء

**2-الإشكالية البحث :** ما مدى نجاعة وفعالية الآليات القانونية التي كرسها المشرع الجزائري لدعم المنتج الوطني ؟

**3-المنهج المتبع :** لإنجاز هذه الدراسة فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي : وصفي من أجل التعرف على بعض المفاهيم المرتبطة بالموضوع التي تشكل مدخلا لدراستنا وتحليلي من أجل شرح وتفسير الوقائع التي سيتم معالجتها.

4-**خطة الدراسة** : للإجابة على هذه إشكالية اتبعنا الخطة التالية : تم تقسيم بحث إلى الفصلين حيث تناول الفصل الأول ماهية المنتج الوطني، ويندرج ضمنه مبحثين تناول المبحث الأول مفهوم المنتج الوطني، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه تشجيع استهلاك المنتج الوطني.

أما الفصل الثاني فتناول الآليات القانونية لدعم المنتج الوطني حيث في المبحث الأول منه تطرقنا إلى دور السياسة الاستثمارية وضريبية في ترقية المنتج الوطني أما المبحث الثاني فنخصص لحماية خاصة المقررة للمنتج الوطني.

الفصل الأول  
ماهية المنتج الوطني

إن الاهتمام بالمنتج كان وليد نظام اقتصاد السوق، فلم نعرف للمنتج معنى أو تعريف قبل ذلك، فقد كان محل العقد في القانون المدني يعرف باسم "المال" أو "الشيء"، لكن سرعان ما عرف هذا الأخير تطورات متسارعة مواكبة للعصر الحديث الذي يتسم بكثرة المنتجات المعروضة في الأسواق، ومن ثم فرض المنتج نفسه في السوق الوطنية والدولية بالتزامن مع تحرير التجارة الخارجي. فيعد المنتج عموماً " النتيجة المستخلصة من عملية استغلال الثروات الطبيعية والمجهودات البشرية " <sup>1</sup>

كما يعتبر أيضاً حبل الوريد للنشاط التجاري المبني على البيع والشراء الذي هو أساس كل المجتمعات التي أصبحت مؤخراً مجتمعات استهلاكية بامتياز، ضف ال ذلك ان المنتج هو المحرك الدافع لنشاط التبادل التجاري، سواء على الصعيد الوطني او الدولي.

لذا ستكون انطلاقة في هذا المبحث في الغوص في مفهوم المنتج وفي كافة التعاريف والانواع التي جاء بها القانون والفقهاء في المطلب الأول، ثم سنحاول في المطلب الثاني شرح المقومات الأساسية للمنتج من خلال عناصره شكلية التي تمثل الواجهة التي تجذب المستهلك كالوسم والعلامة التجارية، وكذا عناصره الموضوعية التي هي الأهم في أي المنتج المتمثلة في الجودة والسعر هما عنصران الرئيسيان اللذان يؤثران في قوة ومكانة أي منتج في السوق.

### المبحث الأول: مفهوم المنتج الوطني

يعتبر المنتج بمثابة ثمرة ناتجة عن المجهودات التي تبذلها الدولة في إطار تحسين مستواها الانتاجي والاقتصادي ككل، كما العنصر الأهم في اشباع حاجات ورغبات المستهلك وتحقيق الرفاهية الاجتماعية التي يطمح لها، <sup>2</sup> لذا فقد كان محل الاهتمام رجال الفقه القانوني والاقتصادي على حد سواء،

كما اجمع الفقهاء الاقتصاد الرائدون في البحث عن مفهوم المنتج على رأسهم ادم سميث ودافيد ريكارد

1 -سمير خليل، إدارة الإنتاج والعمليات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان -الأردن-2010، ص 18.

2 - محمد سلطان حمو، أسس الاستراتيجيات إدارة المنتج، دار الدراية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص 13.

أن تكوين المنتج يكون من البحث الدائم عن الثروة والاستيلاء عليها والسعي وراء امتلاك كل الأشياء التي تضمن بقاء الانسان والذي لا يتحقق دون تضافر الجهود وتعاون البشر هذا ما طبقتة الحضارات القديمة كالحضارة المصرية وبلاد الرافدين، بحيث كانت السلطة الحاكمة تعتمد على العبيد للاستيلاء على الثروات وتحويلها الي المنتجات توفى بالحاجيات المطلوبة<sup>1</sup> لهذا السبب أن المنتج هو مصطلح يُستخدم للإشارة إلى أي شيء يُنتج أو يُصنع لتلبية حاجة أو رغبة معينة لدى المستهلك. لذا فمن الضروري تطرق لبعض التعاريف القانونية والفقهية تعريف المنتج المطلب الأول ثم نتطرق لي أنواع المنتج المطلب الثاني

### المطلب الأول: تعريف المنتج الوطني

لقد استلهم موضوع تعريف المنتج المرعين الوطنيين والدوليين على حد سواء، كما كان موضوع بحث الفقهاء القانونيين والاقتصاديين الذين حاولوا إيجاد تعريف جامع ومانع له مستدلين على التعاريف اللغوية والاصطلاحية فمعنى المنتج لغة هو "الشيء المثمر" أو " ثمرة الشيء" كثمار الأشجار والمواد الصادرة عن الحيوانات، فهو إذن يمثل الإخراج والظهور والزيادة أما اصطلاحاً فهو يشمل كل الأفعال المفضية الى جلب نفع أو رفع ضرر كما هو عملية تحصيل المال باتخاذ السبل المشروعة لذلك،<sup>2</sup>

فالمنتج إذن يعبر عن فكرة امتلاك الأشياء واستهلاكها وتلبية الحاجيات الضرورية للإنسان، فهو إذن مجموعة من القيم الاستعمالية.<sup>3</sup>

سنتعرف في هذا المطلب إلى مختلف التعاريف التي أشارت إلى مصطلح المنتج منها القوانين الوطنية التي هيا أساس دراستنا ثم ننقل إلى الفقه القانوني والاقتصادي.

### أولاً: تعريف المنتج الوطني في القوانين الوطنية

1- كريس هرمان، الاقتصاد المجنون - الرأسمالية والسوق اليوم- ترجمة مركز الدراسات الاشتراكية، دار النشر الكتب العربية، عمان، الأردن، 2017، ص 23 و 24

2- محمد سلطان حمو، مرجع سابق، ص 46.

3- كريس هارمان، مرجع سابق، ص 25.

تحتوي القوانين الوطنية على العديد من تعاريف للمنتج أولها القانون المدني باعتباره أب القوانين، ثم نجد له تعاريف أخرى في بعض القوانين الخاصة كقانون حماية المستهلك والمنافسة

### أ- تعريف المنتج في القانون المدني الجزائري

عرفته المادة 140 مكرر-فقرة 02 على انه: يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار<sup>1</sup>

والقانون المدني الجزائري مشتق معظم مواده من القانون الفرنسي إلا فيما يخالف مبدأ سيادة الوطنية

### ب- تعريف المنتج في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك ومنافسة

أول من استعمل مصطلح "المنتج" هو القانون رقم 89 / 02 الملغي والمتعلق بحماية المستهلك إذ نص في مادته: 13 " يحدد مفهوم المصطلحات التالية: "إنتاج، منتج، خدمات وغيرها عن طريق التنظيم". وقد تولى تعريف المنتج المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في الفقرة 02 المادة 02 التي نصت على أنه: " كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"، أما الفقرة الثالثة من هذا المرسوم فقد عرفت البضاعة بـ: « كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية».

كما عرفه المرسوم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أنه: "هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة<sup>2</sup>".

1- انظر القانون رقم 07 - 05 المؤرخ في 13 ماي 2007 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري، جريدة رسمية صادرة في 13 ماي، 2007 عدد 31.

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 25 صفر عام 1411 الموافق 15 سبتمبر سنة 1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات جريدة الرسمية الصادرة في 19 سبتمبر 1990 العدد 40

وأيضاً نجد تعريفاً آخر للمنتج في المادة 02 فقرة 11 قانون التقييس<sup>1</sup> والتي تنص أن المنتج "كل مادة أو مادة بناء أو مركب أو جهاز أو نظام أو إجراء أو وظيفة أو طريقة". نلاحظ من خلال كل هذه التعاريف أن المشرع كان يحاول في كل مرة التدقيق إيجاد تعريف<sup>2</sup> شامل للمنتج، إلى أن توصل إلى ذلك في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>2</sup> بحيث عرفه على أنه: " كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بالمقابل أو مجاناً . فالمنتج إذن حسب قوانين حماية المستهلك تشمل السلعة التي هي " كل شيء مادي"، أو خدمة التي هي كل " كل عمل مقدم غير تسليم السلعة" سواء في إطار المعاملات التجارية أو في إطار المعاملات الخيرية<sup>3</sup>.

### ج - تعريف المنتج في قانون الجمارك

يعرف المنتج في قانون الجمارك بمصطلح "البضاعة" وهو المرادف التجاري لمصطلح " المنتج " القانوني، فبالرجوع إلى التشريع الجمركي الجزائري<sup>4</sup>. نرى بأن المشرع قد وسع من مفهوم البضاعة باعتبارها محل سلوك الإجرامي للجرائم الجمركية.

فتشمل البضاعة بمفهومها العام كل المعاملات التجارية وغير تجارية وكل ما يتجر فيه أي كل ما يباع ويشترى إذ نصت المادة 5 منه فقرة ج على ما يلي: "البضاعة كل المنتوجات

1- انظر القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس، جريدة رسمية صادرة في 20 جوان 2004 عدد 41.

2- انظر القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية صادرة في 08 مارس 2009 عدد 15.

3- انظر المادة 03 من نفس القانون

4- انظر القانون رقم 79-07 المؤرخ في 31 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك الجزائري المعدل والمتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ 22 أوت 1998، جريدة رسمية صادرة في 23 أوت 1998، عدد 61 المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، جريدة رسمية صادرة في 19 فبراير، 2017 عدد 11.

والأشياء التجارية وغير التجارية وبصفة عامة جميع الأشياء القابلة للتداول والتملك. "نفهم من هذا التعريف الأخير أن المنتج هو عبارة عن كل الأشياء التي يمكن امتلاكها سواء كانت عقارات أو منقولات بشرط أن تكون قابلة للتداول سواء بالطرق التجارية المعروفة أو بطرق غير تجارية كالهبات والعطايا. وبهذا التعريف يكون المشرع الجزائري قد كرس مدلول البضاعة الذي توصل إليه القضاء الفرنسي بعد الاجتهاد في تفسير مفهوم البضاعة والذي هو: " كل الأشياء القابلة للتملك بصرف النظر عن الاستعمال المخصص لها سواء أكانت مخصصة للبيع أم لا<sup>1</sup>".

### ثانيا: تعريف المنتج في الفقه القانوني والاقتصادي

أن الفقه يعتبر ما توصلت إليه العلوم من استنتاجات وفرضيات. وفيما يخص تعريف "المنتج"، فإن المصطلح له دلالات مزدوجة، حيث يتم تناوله في الفقهين القانوني والاقتصادي. فالمنتج له جانب اقتصادي بحت، ولكنه مع مرور الوقت تم إدخال الجانب القانوني إليه بسبب الاهتمام الكبير الذي تلقاه من قبل قوانين متعددة، كما تم توضيحه سابقاً. وبالتالي، سيكون البحث موجهاً نحو تعريف المنتج في كل من الفقه القانوني والاقتصادي بشكل منفصل.

#### أ- تعريف المنتج في الفقه القانوني

لقد تعددت التعاريف الفقهية للمنتج فيعرفه بعض الفقهاء على أنه "حصيلة أو ثمرة العملية الإنتاجية، بغض النظر عن مصدرها، زراعياً كان أم صناعياً". كما يعرفه الفقيهان برنار دوبروا وكوتر فيليب " بأنه شيء أو منظمة أو فكرة أو ثمرة الإنتاج".

أما الفقيه الأرمية فكان تعريفه على النحو التالي: "إن المنتج هو منقول، سواء تعلق الأمر بمادة تم تحويلها صناعياً أم لم يتم تحويله". ويستفاد من هذه التعاريف الفقهية كلها أنها ربطت بين المنتج والمنقول بحيث أنها استثنت العقار استثناء تاماً ولم تعتبر العقار على أنه منتج<sup>2</sup>.

1- أحسن بوسقيعة ، المنازعات الجمركية ، دار هومه، الطبعة الثامنة، الجزائر 2015-2016، ص 42.

2- زهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه للنشر والتوزيع، 2009، ص 44

## ب- تعريف المنتج في الفقه الاقتصادي

يشير الفكر الاقتصادي القديم في تعريفه للمنتج على أنه نشاط إنساني يمارس طريق النشاط الزراعي بحيث قديماً تم ربط المنتج بما تنتج الأرض فقط كون أن الصناعة لم تتصور بعد، وبالتالي فالمنتج وفقاً للفكر القديم هو "ذلك النشاط الإنساني الممارس من أجل إيجاد ناتج مادي صاف<sup>1</sup>" كما هو الحال في الإنتاج الزراعي.

غير أن الفكر الاقتصادي الحديث وعلى رأسهم الفقيه الاقتصادي "آدم سميث" اعتبر المنتج "مجموعة من الجهود والنشاطات من أجل الحصول على أموال مادية أو استحداثها"<sup>2</sup>، فيشمل هذا التعريف المنتوجات الزراعية والصناعية على حد سواء.

كما ربط الفكر الاقتصادي الحديث بين المنتج وحاجات الأفراد في المجتمع إذ يرى الفقيه الاقتصادي "كوتلر" أن المنتج هو كل شيء يمكن تقديمه للسوق بغرض الاستهلاك أو الاستخدام أو الحيازة أو الإشباع لحاجة معينة، وعلى هذا الأساس يمكن تعريف المنتج على أنه "ذلك الناتج المادي الناجم عن مجموعة من الممارسات التي تؤدي إلى خلق منفعة سواء مادية أو معنوية غير مسبقة الوجود، أو زيادة منفعة موجودة سابقاً وذلك لإشباع حاجات الأفراد"<sup>3</sup>.

يمكن أن نفهم من الفقه الاقتصادي يُعتبر المنتج شيئاً تم إنشاؤه بشكل أساسي لتلبية احتياجات المستهلك، الذي يُعتبر المستفيد النهائي من هذا المنتج. المستهلك يُعد الحلقة الأخيرة في السلسلة الاقتصادية، لأنه هو الذي يقرر في النهاية ما إذا كان المنتج سيظل موجوداً في السوق أم لا. بمعنى آخر، قرار المستهلك بشراء المنتج أو عدمه يؤثر على استمرار تواجده في السوق، وبالتالي هو صاحب القرار الأخير في تحديد مصير المنتج.

## الفرع الأول: تمييز مصطلح المنتج عن مصطلحات المشابهة له

1- خبابة عبد الله وبلاطة مبارك، أساسيات في الاقتصاد العام، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر 2010، ص 39.

2- نموشي أمال، مبادئ التسويق، دار هوم، الجزائر، 2011، ص 107.

3- محمد سلطان حمو، مرجع السابق، ص 14

يتميز مصطلح "المنتج" بالشاسعة والشمولية بحيث يمكن أن تشتق منه عدة مصطلحات مشابهة له من حيث البنية اللغوية ولكنها لا تحمل نفس المعنى أو أنها تحمل معنى أضيق من معنى المنتج الواسع، لهذا سنقوم بذكر بعض المصطلحات المشابهة لمصطلح "المنتج" على سبيل المثال ال على سبيل الحصر:

### أولاً: تمييز المنتج عن الإنتاج

ويشمل النشاطات الفلاحية وتربية المواشي والصيد البحري بالإضافة إلى الصناعات التقليدية وكذا عمليات التوزيع والتسويق التي تتم على المنتجات<sup>1</sup>.

فالإنتاج بحد ذاته عبارة عن نظام يتكون من مجموعة من الأجزاء والأنشطة المتداخلة التي ترتبط ببعضها البعض بعلاقات متكاملة ومتناسقة يكون الهدف منها تحويل الثروات الطبيعية كالمواد الخام ورأس المال والثروات البشرية كطاقة العمال والمعلومات إلى منتجات نهائية<sup>2</sup>. فنظام الإنتاج إذن هو عبارة عن الصيغة الفنية والتنظيمية التي تجمع عناصر الإنتاج في مكان وزمان معين لممارسة النشاط الإنتاجي وتكوين سلع وخدمات لها قيمة نفعية للمستهلك<sup>3</sup>.

### ثانياً: تمييز المنتج عن الإنتاجية

وهي الأرباح المحققة من خلال عمليات الإنتاج المتواصلة وذلك خلال مدة معينة، فالإنتاجية عبارة عن سلسلة متواصلة من الأنشطة تبدأ من الإنتاج إلى غاية التوزيع والبيع وتحقيق الأرباح، فمصطلح "الإنتاجية" إذن أوسع من مصطلح "الإنتاج"<sup>4</sup>.

1- انظر المادة 2 من القانون 10-05 المتعلق بالمنافسة، المؤرخ في 15 أوت 2010 الصادر في الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010 المعدل للأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، جريدة رسمية صادرة في 20 يوليو 2003، عدد 43.

2- مفيدة عيسى يحيوي، المفاهيم الحديثة لإدارة الإنتاج والعمليات، نبلاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 ص 12.

3- كاسر نصر منصور، الأسس النظرية والطرائق الكمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص 33.

4- سمير خليل، المرجع السابق، ص 27.

فالإنتاجية إذن هي القيمة الحقيقية التي تتحصل عليها المؤسسة بعد خصم تكاليف الإنتاج التي أو دعتها من مواد خام ومصاريف مختلفة للتوصل للمنتج النهائي القابل للاستهلاك<sup>1</sup>.

### ثالثا: المنتج المضمون

وهو المنتج الذي لا يشكل خطرا على المستهلك في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها، بحيث يوفر مستوى حماية عالية لصحة وسلامة للمستهلك<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: أنواع المنتج الوطني

من التعاريف السابقة نستنتج أن المنتج هو كل شيء مادي سواء كان ملموس أو غير ملموس، فالمنتج يمكن أن يكون في صورة سلعة أو خدمة أو حتى فكرة أو تركيبة تجمع بين عنصرين أو أكثر من هذه العناصر المهم هو إشباع الرغبات المشروعة للمستهلك<sup>3</sup>. لكن من المتوقع ألا تلبى كل المنتجات المعروضة في السوق رغبات وأذواق كل المستهلكين، لذا فعلى المنتجين مراعاة كل الجوانب المطلوبة لإرضاء أكبر شريحة من المستهلكين، سواء أثناء مراحل الإنتاج أو حين عرض المنتج النهائي للتداول<sup>4</sup>.

هناك عدة تقسيمات للمنتجات سواء حسب طبيعتها أو حسب طريقة إنتاجها وحتى حسب طريقة استهلاكها، لذا سنتطرق في هذا الفرع إلى أهم هذه التقسيمات.

### أولا- حسب طبيعة المنتج

يعرف قانون حماية المستهلك وقمع الغش الإنتاج في مادته الثالثة - الفقرة التاسعة - على أنه: "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح

1- كاسر نصر منصور، المرجع السابق، ص 63.

2- انظر المادة 03 فقرة 12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

3- محمد سلطان محو، مرجع السابق، ص 14.

4- نصيب رجم، دراسة السوق، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 159.

والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وقبل تسويقه الأول<sup>1</sup>.

#### أ-المنتجات الطبيعية

وتشمل بالدرجة الأولى الزراعة وكل ما يندرج معها من جني الثمار وجمع المحاصيل وكذا تربية المواشي والدواجن وحتى الصيد البحري وتربية الأسماك .فالمنتج الطبيعي إذن يشمل كل الأعمال التي يقوم بها الفلاح كزراعة الأرض والعناية بها وإنتاج المحاصيل النباتية، وكذلك إنتاج العائدات الحيوانية كالحليب والصوف واللحوم والجلود وتربية الدواجن والنحل وكذلك القيام بإعداد المنتجات وطرحها في السوق<sup>2</sup>.

#### ب-المنتجات الصناعية

تشمل الصناعة كل العمليات المتعلقة بالتحويل والتركيب والتوضيب سواء كانت المواد المستعملة خام أو نصف مصنعة، فيتولد من الصناعة شيء مادي جديد متكامل، له صفات ومميزات تميزه عن غيره من الأشياء فيصبح لديه ذاتية وكيان خاص به، مثل إنتاج سيارة جديدة أو جهاز كهربائي جديد، هذا ما نقصد بالمنتج الصناعي<sup>3</sup>.

#### ج-المنتجات الرقمية

لقد تحول مفهوم المنتج من " الشيء المادي " إلى مجموعة من المعلومات والأعمال الإلكترونية، وهذا نتيجة التدفق الحر والغزير للمعلومات لما توفره التكنولوجيا الحديثة من إمكانيات متطورة خاصة بتكنولوجيات الاتصال كالأنترنيت والأقمار الصناعية التي تعتبر نتيجة حتمية للعولمة المفروضة .وبالتالي أصبحت البيئة الرقمية بيئة خصبة للنمو المنتجات الرقمية وازدهارها بحيث أزلت الحواجز الجغرافية وسمحت بانئقال المعلومات والبرامج بكل حرية وذلك بالاعتماد

1- انظر الفقرة التاسعة من المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

2- محمد السعيد محمد، " الاقتصاد الزراعي"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة 1953، ص 12.

3- يسرية عبد الجليل، حقوق حاملي براءات الاختراع ونماذج المنفعة وفقا لقانون حماية الملكية الفكرية، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر 2005ص14.

بالدرجة الأولى على الحاسب الآلي بعدما أصبحت شبكة الأنترنت ضرورة ملحة ال يمكن ألد الاستغناء عنها<sup>1</sup>.

### ثانيا- حسب طريقة الإنتاج

يقسم الفكر الاقتصادي المنتوجات حسب القطاعات الإنتاجية، فهناك قطاعات تهدف لتلبية حاجات المستهلكين وقطاعات أخرى تلبى حاجات المؤسسات<sup>2</sup>

#### أ - المنتوجات الصناعية أو المنتوجات الاستثمارية

يعتبر هذا النوع من المنتوجات من الأساسيات لمباشرة أي مشروع إنتاجي كونها تعتبر في حد ذاتها وسائل إنتاج فهي تدوم طويلا وتستعمل بصفة دائمة ومستمرة للحصول على منتوجات جديدة<sup>3</sup> نذكر منها ما يلي:

- الآلات الثقيلة : التي هي من الأموال الثابتة في المؤسسة وتدخل في الرأسمال مثل آلات النسيج في صناعة الألبسة وماكنات تكرير البترول .وانما تساعد على ذلك مثل

- الآلات البسيطة : وهي ال تدخل بصفة مباشرة في العملية الإنتاجية الرافعات و الجرارات .

- مواد التشغيل : وهي التجهيزات التي تساعد على العملية الإنتاجية مثل المكاتب، الكمبيوتر وزيوت الآلات

- المواد الأولية : وهي تلك المواد الأساسية الخام التي تصنع بها المنتوجات مثل الحديد في المنتوجات الصلبة، الصوف في المنتوجات النسيجية والقمح في المنتوجات الغذائية<sup>4</sup>.

#### ب- المنتوجات الاستهلاكية

---

1- شريف هنية، التحيات القانونية للعقد الإلكتروني، حوليات جامعة الجزائر، 1، عدد 26 نوفمبر 2014، الجزء الثاني، ص 11.

2- نموشي أمال، مرجع السابق، ص 108.

3- خبابة عبد اهلل وبلالة مبارك، مرجع السابق، ص 41.

4- نموشي أمال، مرجع سابق، ص 109.

على عكس المنتجات الاستثمارية، فإن هذا النوع من المنتجات ينتهي أثرها بعد مدة محددة من الزمن، فهي تنتج خصيصا لإشباع الحاجات اليومية للفرد في المجتمع، وتشمل المنتجات الاستهلاكية كل المنقولات المادية وحتى العقارات<sup>1</sup> فلا تقتصر فقط على المنتجات التي تنتهي من إنما تشمل المنتجات التي تدوم مع الزمن ويبقى المستهلك بحاجة إليها والتي أول استعمال، والتي تسمى بالمنتجات المعمرة كالسيارات والعقارات<sup>2</sup>.

### ثالثا: حسب طريقة الاستهلاك

تنص الفقرة الثامنة من المادة الثالثة لقانون حماية المستهلك وقمع الغش على أن "عملية وضع المنتج للاستهلاك هو مجموعة مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة"، كما تنص الفقرة العاشرة من نفس المادة أن المنتج " كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا ."

يفهم من هذين التعريفين أن الاستهلاك يمكن أن يكون عبر كل مراحل الإنتاج والتوزيع كما أن المنتجات قد تكون سلع أو خدمات.

### أ - السلع

إن السلعة تكون قابلة للمس والوزن والقياس وكذا للنقل والتخزين على عكس الخدمات التي يتم اختيارها بناء على بعد شخصي كاختيار الطبيب أو المحامي. فيعرف قانون حماية المستهلك السالف الذكر السلعة على أنها: " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا "تستنتج من هذا التعريف أن كل الأموال يمكن أن تكون محال للاستهلاك سواء كانت منقولة أو حتى

1- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص29.

2- محمد سلطان حمو، مرجع السابق، ص17.

عقارات،<sup>1</sup> وسواء كانت في إطار عملية تجارية ربحية أو في إطار عمل خيري دون مقابل .  
فبالاستناد إلى التعريف السالف الذكر أن المنتج يمكن أن يكون كل الأشياء المادية الموجودة  
في حياة الفرد دون استثناء والقابلة للاستهلاك.

#### ب - الخدمات

إن المنتج ليس بالضرورة شيء مادي ملموس بل يمكن أن يكون عمل أو مجهود مقدم  
للاستهلاك، فالفرد لا يستهلك فقط ل نما يحتاج أيضا ل لسلع المادية والخدمات .لذا هناك عدة  
تعريفات للخدمات أهمها التعريف الذي جاءت به الجمعية الأمريكية لتسويق الخدمات التي عرفتها  
على أنها "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة ."كما  
يعرفها الفقه أيضا على أنها " نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الأطراف لطرف آخر ال  
تكون ملموسة بالضرورة، وال ينتج عنها ملكية أي شيء<sup>2</sup> ."

أما القانون الجزائري فقد عرفها في قانون حماية المستهلك السالف الذكر على أنه " كل عمل  
مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة ."نفهم  
من كل هذه التعاريف السابقة أن الخدمات تشمل جميع الأداءات الاجتماعية والاقتصادية القابلة  
للتقدير نقدا<sup>3</sup> والتي يمكن تقسيمها إلى قسمين :

-**خدمات المستهلكين** : وهي الخدمات التي تهدف لإشباع الحاجات الشخصية الفرد : كالتأمين،  
العلاج والسياحة .

-**خدمات المؤسسات** : وهي الخدمات التي تهدف لتلبية حاجات العمال والموظفين و هي خدمات  
جماعية كالاستثمارات المالية والإدارية وصيانة المعدات و الآلات<sup>4</sup> . من كل هذه التقسيمات

1-محمد سلطان حمو، مرجع السابق، ص 15، 24.

2- عزوز وافية، "الجودة في المؤسسات الخدمية - مقارنة نظرية -"، حوليات جامعة الجزائر، 1 العدد 27 الجزء الأول، ص  
376.

3-بودالي محمد مرجع السابق، ص 30 .

4-عزوز وافية، مرجع السابق، ص 378.

نستنتج أن المنتج ما هو إلا أداة لتحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك من جهة، وتطوير الاقتصاد الوطني من جهة أخرى.

### المطلب الثاني: المقومات الأساسية للمنتج

المقومات الأساسية للمنتج هي مجموعة من العوامل التي تساهم في تحديد خصائص المنتج ونجاحه في السوق. تشمل هذه المقومات عدة جوانب، أولها **الجودة**، حيث يجب أن يكون المنتج ذو مواصفات متميزة تلبي احتياجات ومتطلبات العملاء. كما تلعب **التصميم** دوراً مهماً في جذب المستهلكين، إذ ينبغي أن يكون جذاباً وسهل الاستخدام. من المقومات الأساسية أيضاً **السعر** الذي يجب أن يكون متوازناً مع الجودة ومع الأسعار المنافسة في السوق، مما يعزز القدرة التنافسية للمنتج. **التوزيع** يعد من العوامل الحيوية أيضاً؛ حيث يجب أن يكون المنتج متاحاً بسهولة في الأسواق المستهدفة أخيراً.

لذا فعلى المنتج يعرف تمام المعرفة نموذج المنتج المطلوب في السوق وكذا الخصائص الأساسية له، إضافة إلى العروض التي تهم المستهلك أكثر من المستهلك نفسه<sup>1</sup>.

فيجب على المنتج أن يتحكم في المظهر الخارجي للمنتج كغلافه الخارجي وعلامته التجارية مع الحرص على إعلام المستهلك بمضمون المنتج عن طريق تدوين كل المعلومات المتعلقة به سواء على الغلاف الخارجي أو على ورقة ملحقة به.

كما يجب أن يتحكم المنتج أيضاً في جوهر المنتج بضبط مكوناته والتأكد من جودته ونوعيته التي يجب أن تضاوي المستوى العالمي في الإنتاج، مع التركيز في إعطاء السعر الملائم له ولنسبة جودته، مع مراعاة سعر السوق بالنسبة للمنتجات المماثلة<sup>2</sup>.

1- نصيب رجم، إدارة التوزيع، إدارة أنظمة التوزيع، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 144.

2- محمد سلطان حمو، مرجع سابق، ص 15.

وتكون هذه الأمور بمثابة التزامات على عاتق المنتج يفرضها القانون على شكل احترام عناصر شكلية تظهر على الشكل الخارجي للمنتج (الفرع الأول) ، وعناصر موضوعية يجب مراعاتها خلال عملية الإنتاج وقبل وضع المنتج للاستهلاك (الفرع الثاني) .

### الفرع الأول: عناصر شكلية

بعد أن انتقلت الجزائر من الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد الحر، ازداد تدفق المنتجات الأجنبية المتعددة الأوصاف والمصادر<sup>1</sup>، مما أُلزم المهنيين عموماً على احترام الحد الأدنى من الشروط الشكلية الواجب توفرها في المظهر الخارجي للمنتج. فالشكل الخارجي للمنتج يؤثر في قرار الشراء بشكل كبير ويزيد من قيمة المنتج في السوق وفي مواجهة المستهلكين. لذا نجد أن المشرع أعطى طابع قانوني للغلاف الخارجي عن طريق وضع ضوابط قانونية لتغليف المنتجات عن طريق الوسم والعالمة التجارية اللذان يشكلان مع الغلاف الخارجي للمنتج.

### أولاً-الوسم

أن مصطلح الوسم يعتبر مصطلح اقتصادي قبل أن يكون مصطلح قانوني، فيعرف الوسم في الفقه الاقتصادي على أنه: "مجموع المعلومات التي يزود بها المستهلك أو المستعمل الصناعي والمثبتة على غالف المنتج موضحاً له نوعية المنتج وشكله وجودته وكيفية استعماله وفترة الاستعمال"<sup>2</sup>.

أما في الفقه القانوني، فيعتبر الوسم من المصطلحات الجديدة والدخيلة عليه كونه الزال مصطلح غامض في المجال القانوني إلى غاية صدور القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش التي تولت مهمة التعريف بالوسم.

1- ماني عبد الحق، الحماية القانونية لالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر - بسكرة- السنة الجامعية 2015-2016 ، ص 18.

2- ماني عبد الحق، مرجع سابق، ص 35.

ولكن بالرغم من هذا نجد بعض التعريفات الفقهية للوسم، فيعرفه البعض على أنه "جملة من البيانات التي تحدد محتوى المنتج"، كما يعرفه البعض الآخر على أنه "مجموعة من البيانات والتنبيهات الإلزامية الواجب إظهارها على المنتج المعروض للبيع واللصيقة به<sup>1</sup>".

عرفه المرسوم 90 - 39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، "الوسم هو جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتج ما، والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يوافق منتجاً ما أو خدمة أو يرتبط بهما<sup>2</sup>".

كما نصت المادة 17 من نفس القانون في مضمونها على إلزامية إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج بواسطة الوسم مع ضرورة تحرير بياناته وكل الشروط المتعلقة بضمان المنتج طريقة استعماله باللغة العربية أساساً وعلى سبيل الإضافة بلغة أو عدة لغات أخرى لتسهيل الفهم على المستهلك. كما جاء في فحوى مادة 18 من نفس القانون<sup>3</sup>.

وهذا الحرص القانوني الشديد على الوسم يدل على أهمية هذا الأخير في حماية المستهلك وإعلامه التي يمكن أن نلخصها في النقاط التالية :

- يعتبر الوسم أكبر ضمان لسلامة المستهلك من كل خطر قد يخلفه أي منتج بعد استعماله.
- يمكن الوسم من إزالة الفوارق بين المستهلك والمهني وذلك بتمكين المستهلك من إدراك كل المعلومات المتعلقة بالمنتج .

1- ماني عبد الحق، مرجع سابق، ص 37.

2- المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية صادرة في 31 جانفي 1990، عدد 05.

3 -انظر نص المادتين 17 و18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

- الوسم وسيلة الطالع المستهلك على خصائص المنتج قبل اقتنائه وكذا معرفة المنتجات الملائمة لصحته وقدرته الشرائية وهذا يدخل ضمن ركن الرضا في العقود عامة وعقد الاستهلاك خاصة .

- الوسم هو وسيلة اتصال بين المنتج و المستهلك كون أن بيانات الوسم تكون مكتوبة مما يجعلها ثابتة ودائمة مع تواجد المنتج في السوق<sup>1</sup>.

### ثانياً- علامة التجارية

العلامة التجارية هي مصطلح يُستخدم للإشارة إلى اسم، رمز، تصميم، أو مزيج من هذه العناصر التي تميز منتجاً أو خدمة عن منتجات أو خدمات أخرى في السوق. هي عبارة عن هوية مميزة للشركة أو المنتج، وتساعد المستهلكين في التعرف عليه وتمييزه عن غيره من المنافسين.

### أ- نشأة العلامة التجارية

لقد تطور مفهوم العلامة مع تطور الصناعة عبر العصور، فالعالمية ظهرت قبل ظهور الكتابة بحيث كان يلجأ للرموز للتعبير عن بعض المنتجات كوضع عالمة على الماشية لتمييزها عن غيرها كما تظهر في الرسوم الفرعونية القديمة . أما الظهور الحقيقي والتميز للعالمية كان خلال الثورة الصناعية في بداية القرن التاسع عشر أين ظهرت المنتجات الصناعية الحديثة وحلت محل المنتجات البدائية القديمة، وبالتالي كان من الضروري الاعتماد على العلامة لتمييز المنتجات عن بعضها البعض إيصالها للمستهلك<sup>2</sup>.

فتعتبر العلامة التجارية العنصر الأساسي لنجاح أي منتج، فهي جزء من التصميم الخارجي الذي يكون من جهة مطابق لطبيعة المنتج ونوعيته ويراعي أيضا رغبات ومتطلبات المستهلكين،

1- ماني عبد الحق، مرجع سابق، ص 43.

2- حاجي كريمة، استراتيجية توقع العلامة في محيط تنافسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية - تخصص تسويق - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2015-2016، ص 92 و93.

ومن جهة أخرى يجب أن يكون مطابقا للمعايير والمقاييس القانونية والدولية. فالمستهلك يهتم بالمظهر الخارجي للمنتج أكثر من اهتمامه بتركيبته ومحتواه، ويقصد بالتصميم الخارجي للمنتج كل من الشكل واللون وحجم الغلاف أو أي رمز أو رسم مهما كان. فالتصميم الخارجي للمنتج أول ما تقع عليه عين المستهلك ويعتبر من الدوافع الرئيسية لعملية الشراء وإبرام عقد الاستهلاك لذا لديه عدة مزايا نذكر منها ما يلي:

- تسهيل تعرف المستهلك على المنتج الذي يريده فيتكون لديه الولاء لمنتج معين وذلك من خلال التعرف على شكله الخارجي.

- تمكين المنتج من تمييز منتجاته عن باقي المنتجات المنافسة عن طريق تبني شكل يختلف عن تلك الموجودة في السوق .

- كما يمكن للمنتج أيضا طرح منتج جديد في السوق حتى ولو كان محتواه يشبه المنتجات الأخرى فالجدة بالنسبة للمستهلك تكمن أساسا في الشكل الخارجي قبل كل شيء<sup>1</sup>.

### ج - الحماية القانونية للعلامة التجارية

عطى المشرع الجزائري تعريفا قانونيا للعالمية وذلك من خلال نص الفقرة الأولى من المادة الثانية للأمر رقم 03-06 المتعلق بالعالمات والتي اعتبرها " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات والصور والأشكال المميزة للسلع أو توضعها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن خدمات غيره<sup>2</sup>."

1- نعيمة خالدي، صياغة وتنفيذ استراتيجية الرعاية لتحسين صورة العلامة التجارية للمنتجات الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص تسويق وإدارة أعمال المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بعلج - الشلف - السنة الجامعية 2016-2017، ص 78.

2- انظر الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعالمات، جريدة رسمية صادرة في 23 جويلية 2003،

نلاحظ أن هذا التعريف لا يختلف كثيرا عن التعاريف الاقتصادية والفقهية للعلامة إلا أنه ميز بين الشخص الطبيعي والمعنوي كون العلامة يمكن أن تمثل شخص بمفرده كما يمكن أن تمثل مؤسسة خاصة أو عمومية على حد سواء واكتساب الحق في العلامة التجارية يكون بتسجيلها لدى الجهات المخولة قانونا هذا ما يمنحها الحماية القانونية القبلية أي قبل التعدي عليها، كما يكفل الوسائل القانونية أخرى التي تحمي العلامة في حالة وقوع التعدي فعال<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: عناصر الموضوعية

كما هو معروف ومعمول به، تأتي العناصر الموضوعية بعد استيفاء العناصر الشكلية، إذ أنها تأتي بعد انجذاب المستهلك للشكل الخارجي للمنتج، فهي إذن النقطة الفاصلة في اتخاذ قرار الشراء من عدمه، وبالتالي فإن العناصر الموضوعية أكثر أهمية من وجهة نظر المستهلك. فتتجلى العناصر الموضوعية للمنتج في قدرته التنافسية في السوق والتي تكتمل في اتحاد عنصرين مهمين هما: الجودة والسعر المعقول،<sup>2</sup>

فالمستهلك يبحث عن المنتج الذي يرضيه من حيث الجودة والسعر معا

### أولا- الجودة

إن جودة المنتج تعتمد على توافر خصائص وعوامل متعددة وتتباين باختلاف أنواعها وبطرق استخدامها والأغراض التي تستعمل من أجلها، فمنها ما هو مادي يمكن تحديده وقياسه،

1- انظر المادة 5 من نفس الأمر

2- موهوبي كمال، البعد الاقتصادي الاتفاق الشراكة بين الجزائر والمجموعة الأوروبية، أطروحة لنيل شهادة في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون- الجزائر- السنة الجامعية 2011-2012، ص 34.

ومنها ما هو معنوي يعتمد على تقييمه من طرف المستهلك، كما تستنتج أيضا من الجهود المبذولة من طرف المنتجين باستخدام أساليب وطرق أفضل لضبط الجودة والتقليل من عيوب المنتج<sup>1</sup>. ومفهوم الجودة إن المنتج الذي يتمتع بالجودة والنوعية هو المنتج الذي يناسب الاستعمال الذي أعد من أجله، إذ أن القانون لم ينص صراحة على عالمات الجودة ولكن الفقه سار على استنتاجها من كل رسالة مختصرة موجهة إلى جمهور المستهلكين<sup>2</sup>.

### ثانيا- السعر

يعتبر السعر العنصر الثاني والأهم من العناصر الموضوعية المحددة للمنتج، كونه يهيم العون الاقتصادي والمستهلك في آن واحد فكل منهما يبحث عن تحقيق مصلحته، فالعون الاقتصادي يبحث عن تحقيق أرباح من وراء منتوجه عن طريق تسويقه بسعر يضاهاه تكلفة إنتاجه مع هامش ربح معتبر، أما المستهلك فيبحث عن السعر المعقول الذي يناسب قدراته الشرائية.

ومفهوم السعر إن تحديد السعر من أصعب القرارات التي تواجه الأعوان الاقتصاديين لأنه يجب الأخذ بعين الاعتبار القدرة الشرائية للمستهلك من جهة، وتحقيق أرباح للمؤسسة الاقتصادية التي يسيرها من جهة أخرى، لذا فقد حظي السعر باهتمام كبير من طرف الباحثين سواء الاقتصاديين أو القانونيين. فيعرف الباحثين الاقتصاديين السعر على أنه "القيمة المحددة للمنافع التي يتحصل عليها الفرد من السلع والخدمات"، كما هو "تعبير عن قيمة السلعة أو الخدمة أو لكليهما لكل من البائع والمشتري"<sup>3</sup>.

### المبحث الثاني: تشجيع استهلاك المنتج الوطني

تشجيع استهلاك المنتج الوطني يعد خطوة أساسية لتعزيز الاقتصاد المحلي وتحقيق التنمية المستدامة. من خلال دعم المنتجات المحلية، يمكن تقليل الاعتماد على الواردات، مما يساهم

1- محمد سلطان حمو، مرجع سابق، ص 21.

2- بودالي محمد، مرجع سابق، ص 57.

3- بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، الورثة للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 1999، ص 162.

في تقليص العجز التجاري وتعزيز الاستقلالية الاقتصادية. إضافة إلى ذلك، يعزز استهلاك المنتج الوطني من استدامة الصناعات المحلية، حيث يفتح المجال أمام الشركات المحلية للنمو والتوسع، مما يخلق فرص عمل جديدة ويزيد من التنافسية في السوق. كما أن دعم المنتجات المحلية يساهم في تحسين جودة هذه المنتجات من خلال تحفيز الابتكار والبحث والتطوير. علاوة على ذلك، فإن استهلاك المنتج الوطني يعزز الشعور بالتضامن الاجتماعي، حيث يشعر المواطنون أنهم يساهمون في دعم الاقتصاد الوطني ورفاهية المجتمع.

### المطلب الأول: إستراتيجية التسويق لتشجيع استهلاك المنتج الوطني

لابد من إتباع إستراتيجية تسويقية ذكية لدعم المنتج المحلي لتشجيع المستهلك الجزائري على استهلاك المنتجات الوطنية بدل المنتجات الأجنبية وهذا ما سنتطرق إليه في الفرع الأول، أما الفرع الثاني فنخصصه لدراسة سلوك المستهلك الجزائري اتجاه المنتج المحلي

### الفرع الأول: التسويق كألية لدعم المنتج الوطني

للتسويق دور مهم جدا في دعم المنتج الوطني، فالدول الصناعية الكبرى تعتمد عليه كألية مهمة لتوزيع منتوجاتها وتصديرها.

### أولا- مفهوم التسويق

هناك عدة تعاريف للتسويق تختلف بين الاقتصاديين والقانونيين نذكر منها ما يلي:

- **عند الفقه الاقتصادي:** تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق سنة 2003 بأنه عملية تنظيمية تتطوي على تخطيط وتنفيذ ورقابة نشاطات مدروسة في مجالات تكوين تسعير، ترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات من خلال عمليات التبادل التي من شأنها خدمة أهداف المؤسسة والفرد<sup>1</sup>.

1- حميد الطائي، بشير لعلاف، مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل، مكتبة اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص06.

كما يعرف التسويق بأنه عملية التخطيط والتنفيذ الخاصة وب تسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لتوفير التبادل الذي يشبع احتياجات العملاء ويحقق أهداف المنظمات، وهذا معناه<sup>1</sup> :

- التسويق هو عبارة عن وظائف غايتها تسهيل عمليات تبادل السلع والخدمات.

- التسويق عملية تخطيطية تبدأ بدراسة السوق ثم تحدد احتياجات المستهلك وهو عملية دائمة ومستمرة .

- التسويق عملية تبادلية تهدف إلى تحقيق مصالح متبادلة بين طرفي التبادل.

- التسويق عملية إدارية وتنظيمية وتوجيهية ورقابية.

وهناك من يعرف التسويق تعريفا بسيطا بأنه نشاط إنساني موجه لإشباع الحاجات والرغبات من خلال عمليات التبادل<sup>2</sup>.

فالتسويق في الفقه الاقتصادي هو عبارة عن آليات اقتصادية اجتماعية، هدفها تحقيق رغبات وحاجيات الأفراد والمؤسسات من خلال خلق الطلب وتبادل السلع والخدمات.

-**التعريف القانوني للتسويق**: عرف المشرع الجزائري التسويق بأنه مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة أو نقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا، ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات<sup>3</sup>.

---

1- نيفين حسني شمت التسويق الدولي والإلكتروني، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010 ص 08، انظر كذلك زكريا عزام، عبد الباسط حسونة، مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط 2، 2009، ص28.

2- زكرياء عزام وآخرون، المرجع السابق، ص 29.

3- الم 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39 المؤرخ في 30يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05سنة 1990.

ومن هذا التعريف نستنتج أن المشرع اعتبر التسويق مجموعة من العمليات تنتهي بنقل ملكية المنتج إلى المستهلك.

بعد التعرف على المفهوم التقليدي للتسويق البد لنا من التطرق إلى مفهوم التسويق الإلكتروني الذي ظهر نتيجة لظهور الرقمنة والتطور التكنولوجي والإلكتروني الكبير .

- حيث عرف التسويق الإلكتروني بأنه تكنولوجيا التغيير التي أحدثت تحولات جوهرية في مسار التسويق وفلسفة تطبيقاته<sup>1</sup>.

### ثانياً- المزيج التسويقي

يتعلق المزيج التسويقي بمجموعة من السياسات المتعلقة بالمنتج، السعر، التوزيع، والترويج، والتي تهدف إلى تكييف الخطة التجارية للشركة مع احتياجات المستهلكين وتحدد الاختيارات التي يجب القيام بها بالنسبة لكل واحد من هذه المتغيرات الأربعة<sup>2</sup>.

أ- **المنتج**: هي جوهر عناصر المزيج التسويقي، فبدونه ال وجود للتسويق أصال، وتعتمد باقي عناصر المزيج التسويقي على المنتج، ويمكن تعريف المنتج بمعناه الشامل أنه مجموع المنافع التي يتحصل عليها المستهلك لإشباع حاجاته، وهذه المنافع تشمل المنافع المادية مثل: الخصائص المكونة للسلعة والمنافع النفسية كحب التفاخر أو التسلية<sup>3</sup>.

ب- **السعر**: من الثابت أن السعر هو المقابل الذي يدفعه المشتري مقابل حصوله على سلعة معينة لتلبية احتياجاته ورغباته. فالسعر هو التعبير النقدي لقيمة السلعة في وقت ومكان معين والعنصر الوحيد الذي يمثل إيرادات المؤسسة فباقي عناصر المزيج لتسويقي هي مصدر تكلفة

1- محمد عبده حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 02، 2013، ص394.

2- بن خليفة مريم، التسويق الإلكتروني وآليات حماية المستهلك، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف02، 2015، 2016، ص46.

3- تورشاد، نظام المعلومات وفعالية الجهاز المالي والمصرفي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران 02، محمد بن أحمد، 2014-2015، 70.

يجب تغطيتها ويرتبط سعر المنتج بجودته وقدرته على أداء الغرض الذي أنتج من أجله ويجب أن يكون السعر في متناول الزبون ويغطي تكلفة الإنتاج ومستوى الربح تحت ضغط شديد من قبل المتنافسين<sup>1</sup>، أما التسعير فهو فن ترجمة القيمة في وقت معين ومكان معين للسلع والخدمات المعروضة إلى قيمة نقدية وفقا للعملة المتداولة في المجتمع<sup>2</sup>.

**ج- الترويج:** يعتبر الترويج بصفة عامة أنه كافة أنواع الاتصالات التي يقوم بها البائع العالم المشتريين الحاليين والمتوقعين بالمنتج (السلعة). والعمل على إقناعهم وكسب رضاهم اتجاه السلعة والقيام بشرائها<sup>3</sup>، فالترويج إذن هو إعلام الجمهور المستهدف (موزعين وباعة، مستهلكين) بوجود السلعة في الأسواق وخصائصها ومزاياها ومحاولة إقناعهم بشرائها واستخدامها وتفضيلها على منتجات المؤسسات المنافسة<sup>4</sup>. وللترويج أربع أدوات رئيسية هي الإعلان، المحفزات، العالقات العامة والبيع الشخصي<sup>5</sup>.

**د- التوزيع:** لا معنى لمنتج متميز ومبتكر بالنسبة للمستهلك إلا إذا قدم في المكان والوقت المناسبين، فهو يقوم على تحقيق المنفعة المكانية والزمانية للسلعة، أنه عملية إيصال المنتجات من المنتج إلى المستهلك باستخدام قنوات التوزيع المختلفة<sup>6</sup>.

1- تورشاد، المرجع السابق، ص 70، 71.

2- رماس محمد أمين، سياسة التسويق الدولي للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر في ظل التكنولوجيات الحديثة-دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015، 2016، ص 64.

3- نيفين حسين شمت، المرجع السابق، ص 85.

4- إبراهيم الفقي، أسرار التسويق الاستراتيجي، إبداع للنشر والتوزيع، قلوب للإعلام والنشر، القاهرة، 2009 ص 126.

5- إبراهيم الفقي، المرجع السابق، ص 127.

6- تورشاد، المرجع السابق، ص 72.

ولقد مكن التسويق الإلكتروني الشركات والمنظمات من توزيع وبيع منتجاتها على مستوى الأسواق العالمية، من خلال استخدام وسائل إلكترونية هذا ما يقضي على المسافات بين المنتج والمستهلك.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: تأثير سلوك المستهلك الجزائري على المنتج الوطني

أصبح المستهلك الرقم الصعب في المعادلة التسويقية، فهو المعيار الذي يحكم على جودة المنتجات من عدمها، كما له القرار الأخير في عملية الشراء من عدمها، فالمنتج أوال وأخيرا يجب أن يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك، ويلعب هذا الأخير دورا أساسيا في ظهور منافسة غير عادلة بين المنتج الوطني والمنتج الأجنبي.

### أولا-تعريف سلوك المستهلك

عرف سلوك المستهلك بعدة تعاريف نذكر منها ما يلي: فالسلوك الاستهلاكي هو ذلك التصرف الذي يقوم به المستهلك في البحث أو شراء أو استخدام السلع والخدمات أو الأفكار والخبرات التي يتوقع منها أن تشبع رغباته وحاجاته، وذلك حسب الإمكانيات الشرائية المتاحة لكل مستهلك.<sup>2</sup>

### ثانيا: الاعتناء بإشهار وبتغليف المنتجات الجزائرية

يلعب الإشهار دورا كبيرا في التأثير على المستهلك الجزائري في اقتناء المنتج الوطني عوض المنتج الأجنبي المستورد إضافة إلى ذلك فإن التغليف الملفت للانتباه والجذاب يزيد من قيمة المنتج الوطني.

1- بن خليفة مريم، المرجع السابق، ص 55.

2- وسى سويدان، التسويق المعاصر، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط 01، 2012، ص 138.

## 1- دور الإشهار في تشجيع المستهلك الجزائري على اقتناء المنتج الوطني

أ- مفهوم الإشهار التجاري: من الصعوبة وضع تعريف جامع مانع لمفهوم الإشهار التجاري، من طرف الباحثين في مجال العلوم الاقتصادية (التجارية والتسويق) وباحثي القانون.

-تعريف الفقه الاقتصادي: عرفته جمعية التسويق الأمريكية: بأنه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسالة الإشهارية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلعة أو خدمات، أو من أجل استمالته إلى التقبل الطيب للأفكار أو الأشخاص أو المنشآت المعلن عنها<sup>1</sup>

-الفقه القانوني: عرف الفقه القانوني الإشهار بأنه كل نشرة يقوم بها المحترف من أجل التعريف بمنتج أو خدمة معينة من خلال مدحها وإبراز محاسنها، من أجل التأثير المقبول على الجمهور المتلقي، إقناعه باقتناء المنتجات والخدمات محل الإشهار<sup>2</sup>.

-تعريف المشرع الجزائري: لقد أورد المشرع الجزائري العديد من التعاريف حول الإشهار التجاري، إلا أننا سنكتفي بالتعريف الذي أورده المشرع بموجب القانون رقم 04-02، حيث عرفه بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج أو بيع السلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة<sup>3</sup>".

## 2- دور التعبئة والتغليف في تشجيع استهلاك المنتج الوطني

تعد التعبئة والتغليف جزءا من السياسة التسويقية، والتي تهدف إلى جلب اهتمام وإثارة فضول المستهلك.

1- محمد فريد الصحن، الإعلان، الدار الجامعية، مصر، 2013، ص12

2- Jean calais, Auloy et Franck Steinmetz, Droit de la consommation, 6 émeéd, précis Dalloz, Paris, 2003, p123.

3- المادة 03 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 سنة 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46 سنة 2010.

أ- مفهوم التعبئة والتغليف: عرفت التعبئة بأنها: "العملية التي بمقتضاها يتم تجهيز المنتج وتقديمه وفقا لرغبات المتلقي ووضعه في حيز يحتويه ويحافظ عليه بكامل قواه الأدائية طوال عمره الافتراضي"<sup>1</sup>، أي أن التعبئة هي العملية التي من خلالها يتم المحافظة على المنتج إلى غاية نهاية فترة استهلاكه.

أما التغليف فهو جميع النشاطات المتعلقة بتصميم وإنتاج حافظات وأغلفة السلع<sup>2</sup> أي أن التغليف هو العملية الترويجية للمنتج.

ب- أهمية التعبئة والتغليف: إن التعبئة والتغليف إجراء ضروري لحماية المنتج من أي خطر يصيب المستهلك، كما يعد وسيلة لإعلام المستهلك بخصائص المنتج، كما له أهمية تسويقية كبيرة لاهتمامه بدراسة الحجم والوزن الذي يجب أن تكون عليه السلعة داخل الغلاف<sup>3</sup>.

فالتغليف أحد أهم العناصر تأثيرا على سلوك المستهلك، لأنه يساعد على إحداث تصور رائع عن المنتج في ذهن المستهلك.

لذلك يجب الاعتناء بتغليف وتعبئة المنتجات الجزائرية، تعبئة وتغليفها ملفتا للانتباه نظرا للدور الكبير الذي يلعبه في زيادة قيمة المنتج وسببا مهما في نجاحه، فهو يعمل على التعريف بمحتوى المنتج وفهم الرسالة التي توجهها المؤسسة المصدرة، ألن ما يجذب المستهلك هو الغلاف أكثر من المنتج نفسه.<sup>4</sup>

1- محمد حافظ حجازي، التسويق، دار الوفاء، الإسكندرية، ط 01، 2005، ص 121.

2- قدور بن نافلة، نبيلة دحمان زياتي، دور الغلاف والتبئين للتر ويج للمنتجات وحماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك - دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين- ، Al-Riyada For Business Economica , January , vol 03 N° 01 , 2017 , P 10.

3- بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار التجاري، الكاذب أو المضلل، مذكرة تخرج ماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف02، ص 44.

4- قزوت لامية، منافسة المنتج الأجنبي للمنتج الجزائري في ظل اقتصاد السوق، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر -1-، 2013-2014، ص 185.

## المطلب الثاني: أفضلية المنتج الوطني في الصفقات العمومية والقروض الاستهلاكية

استخدم المشرع الجزائري تفضيل المنتج الوطني في الصفقات العمومية والقروض الاستهلاكية كأداة لتشجيع المنتج الوطني، من خلال منحه ميزة الأفضلية في الصفقات العمومية، ومنح القروض الاستهلاكية للمنتجات الوطنية، لذلك سنتطرق إلى أولوية المنتج الوطني في مجال الصفقات العمومية في الفرع الأول، ثم سنتطرق في الفرع الثاني إلى أفضلية المنتج الوطني في قروض الاستهلاك.

### الفرع الأول: أفضلية المنتج الوطني في مجال الصفقات العمومية

عرفها المشرع الجزائري بأنها عقد مكتوب في مفهوم التشريع المعمول بها، تبرم بين متعاملين اقتصاديين وفقا للشروط المنصوص عليها في المرسوم المتعلق بالصفقات العمومية لتلبية حاجات المصلحة المتعاقدة في مجال الأشغال، اللوازم والخدمات والدراسات.<sup>1</sup>

وعليه فالصفقة العمومية هي عقد مكتوب تبرم بين طرفين أحدهما شخص عام، ويكون هذا العقد بعوض والهدف من هذه الصفقة هو تحقيق الصالح العام في مجالات الأشغال، اللوازم والخدمات. وتعد الصفقات العمومية وسيلة مهمة تعتمد عليها الإدارة العمومية المتعددة لتنفيذ سياسة الدولة الاقتصادية والاجتماعية، كما تعتبر أسلوب لحصول السلطة العامة على محتاجه في العديد من المجالات.<sup>2</sup>

### أولا- هامش الأفضلية بالنسبة للمنتج الوطني

خصص المرسوم الرئاسي 15- 247 فصال بكامله لترقية الإنتاج الوطني والأداة الوطنية وهو القسم السابع، والملاحظ أن المشرع الجزائري يحاول إحداث نوع من التوازن بين مبادئ

1- المرسوم الرئاسي رقم 15- 247 المؤرخ في 16 ديسمبر 2015، يتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتقويضات المرفق العام، ج ر عدد 50، لسنة 2015.

2- عبد العالي سمير، الصفقات العمومية والتنمية، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، المغرب، ط 01، 2010، ص 03.

المنافسة الحرة والنزاهة وعلى رأسها مبدأ المساواة، وحماية المنتج الوطني حيث منح للمنتج الوطني أولوية في الصفقات هي هامش الأفضلية.

وبالرجوع للمرسوم الرئاسي 15-247، نجد أن المشرع قد سار على نهج القوانين السابقة حيث يمنح هامش أفضلية بنسبة 25% للمنتجات ذات المنشأ الجزائري و/أو المؤسسات الخاضعة للقانون الجزائري بشرط حيازة أغلبية رأسمالها من قبل جزائريين مقيمين، ويستفاد من هذا الهامش جميع أنواع الصفقات العمومية<sup>1</sup>.

### ثانيا- تدابير تطبيق أفضلية المنتج الوطني

وضع المرسوم الرئاسي آليات لتفعيل أفضلية المنتج الوطني في مجال الصفقات العمومية من خال إلزام المصلحة المتعاقدة بما يلي:

#### أ- قصر الدعوة على المنافسة بين المتعاملين الوطنيين:

إذا كان بإمكان الإنتاج الوطني أو أداة الإنتاج الوطني القدرة على الاستجابة لحاجات المصلحة المتعاقدة، في هذه الحالة ألزم المرسوم الرئاسي المتعلق بالصفقات العمومية، المصالح المتعاقدة بإصدار دعوة للمنافسة وطنية، مع احترام الاستثناءات الموجودة في هذا المرسوم بطبيعة الحال<sup>2</sup>. وهذا معناه تخصيص الصفقات العمومية للمتعاملين الوطنيين كأصل عام والسوق الوطنية، إلا إذا تعذر ذلك وأصبح من الضروري اللجوء إلى المنافسة الدولية<sup>3</sup>.

#### ب- وضع تدابير تمنع استعمال المنتج الأجنبي:

1- الم 83 من المرسوم الرئاسي 15-247، المرجع السابق.

2- الم 85 من المرسوم، 15-247 المرجع السابق.

3- عبد الغني بولكور، عن أولوية المنتج ذو المنشأ الوطني والمؤسسات الوطنية في مجال الصفقات العمومية، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 05، ديسمبر 2017، ص 194.

لا يؤثر الإجراء المتبع في الإعلان عن المنافسة وطنية كانت أو دولية في سياسة الحماية المخصصة للمنتج الوطني، وهذا تماشيا مع سياسة الدولة الاقتصادية الساعية لتخفيض فاتورة الاستيراد<sup>1</sup>.

وبالرجوع لأحكام المرسوم الرئاسي 15-247، نجد أن المشرع قد ألزم المصالح المتعاقدة أن تدرج في دفتر الشروط تدابير ال تسمح باللجوء للمنتج المستورد إلا إذا كان المنتج المحلي الذي يعادله غير متوفر أو كانت نوعيته غير مطابقة للمعايير التقنية المطلوبة، بالإضافة إلى ذلك عدم السماح للمصالح المتعاقدة اللجوء للمناولة الأجنبية إلا إذا لم يكن في استطاعة المؤسسات الخاضعة للقانون الجزائري تلبية حاجياتها<sup>2</sup>.

إضافة إلى ذلك ألزم المشرع المتعاملون الأجانب المستفيدين من هامش الأفضلية باستعمال المواد والخدمات المنتجة محليا وفي المقابل ألزم المصالح المتعاقدة بمراقبة تنفيذ هذا الالتزام من قبل المتعاملين الأجانب<sup>3</sup>.

فعندما تصدر المصلحة المتعاقدة دعوة للمنافسة سواء وطنية أو دولية فيجب عليها<sup>4</sup>:  
- إعطاء الأفضلية للاندماج في الاقتصاد الوطني وأهمية الحصص أو المنتوجات التي تكون محل مناولة أو اقتناء في السوق الجزائرية.

- تضمين دفتر الشروط أحكاما تسمح بضمان تكوين ونقل المعرفة المتعلقة بموضوع الصفقة . وهذا من أجل منحها الأفضلية عند التقييم الخاص بالعروض، واستفادتها من الهامش المقدر بـ 25% للمنتج الوطني.

1- عبد الغني بولكور، المرجع نفسه، ص194

2- الفقرة الأخيرة من الم 85 من نفس المرسوم.

3- الم 129 من نفس المرسوم.

4- الم 38، 85 من نفس المرسوم.

مما سبق نخلص إلى أن الصفقات العمومية تلعب دورا كبيرا في توجيه الاقتصاد الوطني وتنميته تبعا للسياسة المعتمدة من طرف أجهزة الدولة، فهي تمكنها من تطوير إمكانياتها الذاتية والتقنية وتساعد على الرفع من مستوى جودة منتوجاتها، وجلب آلات ومعدات تتماشى ومتطلبات السرعة والدقة والاقتصاد في النفقات<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: أفضلية المنتج الوطني في مجال القروض استهلاكية

يعتبر القرض الاستهلاكي آلية وطنية تقوم على تشجيع حصول العائلات على القروض الاستهلاكية الموجهة للسلع المركبة أو المنتجة محليا<sup>2</sup>، ويقتصر منح القروض الاستهلاكية على المنتج الوطني دون غيره، وهذا في سبيل إنعاش الاقتصاد الوطني من خلال تشجيع استهلاك المنتج الوطني.

### أولا: ماهية القروض استهلاكية

**1-التعريف الفقهي :** اختلف الفقه القانوني والاقتصادي في تعريف القرض الاستهلاكي كل حسب المعيار الذي ارتكز عليه. فالفقه القانوني عرف القرض الاستهلاكي بأنه التزام البنك بدفع مبلغ نقدي للعميل أو الشخص يعينه هذا الأخير، أي أن يضع البنك فعال المبلغ تحت تصرف العميل لاستعماله للغرض المتفق عليه ويكون للبنك مراقبة كيفية استخدام القرض والتأكد من عدم خروجه من هذا الغرض، فإذا خرج العميل عن الغرض المتفق عليه بمنح للبنك الحق في مطالبة العميل يرد القرض فورا وفسخ العقد لمخالفة العميل تعهده الذي كان محل اعتبار في العقد وهذا هو قرض الاستهلاك<sup>3</sup>.

1- عبد العالي سمير، الصفقات العمومية والتنمية، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، المغرب، ط 01، 2010، ص63.

2- سلطانة كباهم، المسؤولية المدنية للبنك في تمليه القرض الاستهلاكي، أطروحة دكتوراه في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2017-2016، ص 12.

3- علي جمال الدين عوض، عمليات البنوك في الوجهة القانونية، دراسة للقضاء المصري وتشريعات البلاد العربية، المكتبة القانونية، مصر، 1993، ص 541.

ما الفقه الاقتصادي فاعتبر أن القروض الاستهلاكية هي تلك الممنوحة لفئات مجتمعية معينة الهدف منها هو الحصول على سلع الاستهلاك الشخصي أو لنفقات معينة، لا يستطيع المفترض دفع تكاليفها بنفسه<sup>1</sup>.

**2-التعريف التشريعي :** تناول المشرع الجزائري مفهوم القرض الاستهلاكي في أكثر من قانون كما يلي:

**-القانون المدني:** عرفه بأنه عقد يلتزم به المقرض أن ينتقل إلى المقرض مبلغ من النقود أو أي شيء آخر على أن يرد إليه المقرض آخر عند نهاية القرض نظيره من النوع والقدر والصحة<sup>2</sup> وإذا كانت الوديعة مبلغا من النقود أو أي شيء آخر مما يستهلك وكان المودع لديه مآذونا في استعماله اعتبر العقد القرض<sup>3</sup>.

**-القانون حماية المستهلك وقمع الغش:** عرف هذا القانون القرض الاستهلاكي بأنه كل عملية بيع للسلع أو الخدمات يكون فيها الدفع مقسطا أو مؤجلا أو مجزأ<sup>4</sup> وهذا تعريف الم 03 - 20 من هذا القانون. فالملاحظ أن التشريع الجزائري تضمن تعاريف مختلفة للقرض الاستهلاكي اختلفت باختلاف الجانب الذي ينظمه النص القانوني الذي تضمن التعريف. إلا أن المشرع الجزائري قدم تعريف للقرض الاستهلاكي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 15 - 114فه بأنه كل بيع لسلعة يكون الدفع فيه، على أقساط مؤجلا أو مجزأ، وهذا وفقا لنص المادة 02 من هذا المرسوم<sup>5</sup>.

## ثانيا: نطاق تطبيق القرض الاستهلاكي

1- صالح إبراهيم شحاته، ضوابط منح الائتمان من منظور قانوني ومصرفي، دار النهضة العربية، ط، 01 مصر، 2009، ص 115.

2- الم 450 من الأمر رقم 75 - 58 المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر، عدد 44، المؤرخة في 26-06-2005.

3- الم 598 من القانون المدني.

4- قانون رقم 09-03، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

5- مرسوم تنفيذي رقم 15-114 مؤرخ في 12 ماي 2015، يتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج ر عدد 24 لسنة 2015.

كما سبق القول بأن المشرع الجزائري وخالفا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش قد حصر مجال القرض الاستهلاكي في السلع دون الخدمات. وبالرجوع لنص الم 04 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 والتي جاءت في الفصل الثاني المعنون بـ "تأهيل المؤسسات والمنتجات"، نجد أنها حددت المتعاملين الذين تكون منتجاتهم مؤهلة للقرض الاستهلاكي هم الذين :

- يمارسون نشاط إنتاج على الإقليم الوطني .

- ينتجون أو يركبون سلعا موجهة للبيع إلى الخواص.<sup>1</sup>

ومن خلال استقرار هذه المادة يظهر لنا جليا حصر المشرع نطاق تطبيق القرض الاستهلاكي على منتوجات مصنعة في الجزائر أو مركبة في الجزائر، والحكمة من ذلك هي تشجيع المنتج الوطني.

ولم يتوقف المشرع عند هذا الحد وإنما حصر كذلك المستفيدين من القرض الاستهلاكي بالمواطنين المقيمين دون سواهم، وهذا لمساعدة المواطنين المقيمين على تلبية احتياجاتهم من جهة ودفعهم إلى اقتناء المنتوجات الوطنية دون المنتوجات الأجنبية من جهة أخرى. فرغبة المشرع واضحة من خلال سعيه إلى تقوية تنافسية المنتج الأجنبية في السوق ودفع المواطن الاقتناء المنتوجات الجزائرية دون المستوردة.

1-الم 4 من المرسوم تنفيذي رقم 15-114، المرجع السابق.

الفصل الثاني  
الآليات القانونية لدعم المنتج الوطني

إن تأهيل المنتج الوطني وتشجيعه على لإنتاج منتجات قادرة على المنافسة في الساحتين الوطنية والدولية، ولا يتم ذلك إلا من خلال الاستفادة من الاستثمار الأجنبي المباشر عن طريق خلق السلطات الجزائرية لمناخ استثماري ملائم جذاب لرؤوس الأموال الأجنبية هذا من جهة، ومن جهة أخرى وضع سياسة ضريبية في صالح الصادرات من خلال الإعفاءات والتخفيضات الضريبية على الصادرات وفي المقابل فرض ضرائب على الواردات وهذا ما سنتطرق إليه في المبحث الأول. أما المبحث الثاني فنخصصه حماية خاصة المقررة للمنتج الوطني الذي هو مجموعة من التدابير القانونية والاقتصادية التي تضعها الدولة بهدف الحفاظ على الإنتاج المحلي من المنافسة الخارجية، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد الوطني، وخلق فرص العمل، وزيادة استقرار السوق المحلي. تشمل الحماية الخاصة للمنتج الوطني عدة آليات من شأنها توفير الحماية للمصانع الوطنية من المنافسة غير العادلة وتعزيز قدرتها على النمو والتوسع.

### **المبحث الأول: دور السياسة الاستثمارية وضريبية في ترقية منتج الوطني**

يعد الاستثمار الأجنبي المباشر من أهم وسائل ترقية المنتج الوطني من خلال استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية، والاستفادة من مزايا الاستثمار الأجنبي المباشر الكثيرة على رأسها نقل التكنولوجيا، وذلك من خلال مجموعة من الحوافز تتنوع بين ضمانات قانونية مالية، إضافة إلى مزايا ضريبية وجمركية تمنحها الدولة إلغاء رؤوس الأموال الأجنبية، هذا ما سنتطرق إليه في المطلب الأول، أم المطلب الثاني سنتناول فيه دور السياسة الضريبية الهام جدا في تشجيع المنتج الوطني من خلال فرض قيود على الواردات من جهة وتشجيع القطاعات المنتجة والمصدرة من جهة أخرى من خلال مزايا ضريبية، تتنوع بين الإعفاءات الدائمة والمؤقتة والتخفيضات الضريبية.

### **المطلب الأول: تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر وأثره في ترقية المنتج الوطني**

تعددت التعاريف حول الاستثمار الأجنبي بين الفقه الاقتصادي والقانوني، حيث لم نجد تعريفا جامعاً لاستثمار الأجنبي المباشر لدى كمال من الفكرين، فالإطار العام لاستثمار في الفكر

الاقتصادي الوضعي هو العمل على زيادة تكوين الأصول الرأسمالية بغض النظر عن الكيفية التي تتم بها الزيادة سواء من حيث مشروعية النشاط أو جدواه الاقتصادية<sup>1</sup>

ويمكن القول إن الاستثمار يعني توظيف المال أو الجهد في نشاط اقتصادي مشروع بقصد تحقيق عوائد اقتصادية واجتماعية في الحال أو المآل<sup>2</sup>

أما المشرع الجزائري فلم يتطرق إلى مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر في مختلف القوانين، إلى غاية صدور الأمر 01-03 المتعلق بتطوير الاستثمار، بموجب الم 02 منه، ثم قانون الاستثمار 16-09<sup>3</sup> المتعلق بترقية الاستثمار عن طريق نص الم 02 منه كما يلي: "يقصد بالاستثمار في مفهوم هذا القانون ما يأتي:

1- اقتناء أصول تدرج في إطار استحداث نشاطات جديدة، وتوزيع قدرات الإنتاج و/أو إعادة التأهيل .

2- المساهمات في رأس مال الشركة."

ما يلاحظ على تعريف المشرع الجزائري أنه لم يقدم تعريف لاستثمار وإنما قدم الصور، التي يمكن أن يكون عليها الاستثمار وهي: إما إنشاء مشروع جديد لم يكن موجودا من قبل المساهمة في رأس مال شركة موجودة.

1- أحمد عبد الموجود محمد عبد اللطيف، تحديات الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي "دراسة تحليلية"، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 85.

2- عادل عبد الفضيل عيد، الاحتياط ضد مخاطر الاستثمار في المصارف الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط، 01، 2001، ص 57.

3- قانون رقم 16-09 الصادر في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، ج ر عدد 46، لسنة 2016.

وبمقارنة نصي المادتين 02 من الأمر 03-01 والقانون 16-09 نجد أن هذا الأخير قد حذف بعض المصطلحات كـ "إعادة الهيكلة"، كما انه قام بتعويض رأس المال المؤسسة برأس مال الشركة، وقام بحذف الفقرة الأخيرة من المادة 02 من الأمر 03-01.

حيث ركز الفقه القانوني على انتقال رؤوس الأموال كوسيلة للاستثمار من جهة والسيطرة على إدارة المشروع الاستثماري من جهة أخرى.

ويعود السبب في الاختلاف في التعاريف إلى كون الاستثمار ليس بالواقعة الاقتصادية أو القانونية المحددة والثابتة التي يمكن حصرها، وهذا يعود إلى العوامل التي تؤثر في الاستثمار من عوامل اجتماعية، اقتصادية، سياسية وتكنولوجية، بالإضافة إلى طبيعة الاستثمار وتطوره<sup>1</sup> ونظرا أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر سعى المشرع الجزائري إلى القيام بإصلاحات في قوانين الاستثمار (الفرع الأول)، بالإضافة إلى منحه العديد من الحوافز للمستثمرين الأجانب (الفرع الثاني) وهذا بغرض تشجيع وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

### الفرع الأول: إصلاحات قوانين استثمار في الجزائر

قوانين الاستثمار في الجزائر قد شهدت عدة إصلاحات في السنوات الأخيرة، بهدف جذب الاستثمارات الأجنبية وتحفيز النمو الاقتصادي. الحكومة الجزائرية حاولت تحسين بيئة الأعمال من خلال تحديث الإطار التشريعي وتقديم تسهيلات للمستثمرين المحليين والأجانب.

خلال هذه الفترة تبنت الجزائر إصلاحات اقتصادية شاملة، بسبب أزمة البترول سنة 1986، مما أدى إلى ارتفاع المديونية الخارجية للجزائر، فكان لزاما على الدولة أن تقوم بإصلاحات في مختلف القطاعات من بينها قطاع الاستثمارات.

1- بوسته جمال، النظام القانوني للاستثمارات الأجنبية المباشرة في الجزائر على ضوء اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 01، 2017-2016، ص 17.

### أولاً- القانون رقم 88-25 المتعلق بتوجيه الاستثمارات الاقتصادية الخاصة الوطنية<sup>1</sup>

كان هذا القانون موجه أساساً للاقتصاد الوطني واعترف بأولويته وهذا حسب نص الم 01 منه صراحة على أن تطبيق أحكام هذا القانون تسري على مؤسسة تجارية خاضعة للقانون الخاص، يكون رأسمالها مملوكاً كلية لأشخاص طبيعيين أو معنويين ذوي جنسية جزائرية.

وبالرجوع للم 03 نجدها منحت امتيازات جبائية وتخفيضات مالية تقرها قوانين المالية و/أو التنظيم المعمول، إضافة لتسهيلات خاصة بالتمويل، بالإضافة إلى امتيازات إضافية للنشاطات الأولوية المقامة في المناطق المحرومة .

لكن ما يلاحظ على هذا القانون تهميشه للاستثمار الأجنبي على الرغم من تحول الدولة للنظام الرأسمالي، كذلك استمرار احتكار الدولة للقطاعات التي تعتبرها الحكومة إستراتيجية<sup>2</sup> وبالتالي منع الاستثمار الوطني والأجنبي الاستثمار فيها على حد سواء .

### ثانياً-قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض<sup>3</sup>

نظراً لعدم نجاح قوانين 12 يناير في استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية، كان البد على المشرع أن يصدر قانون خاص بالاستثمار يتماشى ومبادئ اقتصاد السوق، إلا أنه نظم قطاع الاستثمار بموجب مادة واحدة في قانون النقد والقرض 90-10 هي المادة 183.

حيث نصت الم 183 على أنه: "يرخص لغير المقيمين بتحويل رؤوس الأموال إلى الجزائر لتمويل أية نشاطات اقتصادية غير مخصصة صراحة للدولة أو للمؤسسات المتفرعة عنها أو

1- قانون 88-25 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1408 الموافق لـ 12 يوليو سنة 1988، يتعلق بتوجيه الاستثمارات الاقتصادية الخاصة الوطنية، ج. ر، عدد 28، 1988.

2- أنظر المادة 05 من القانون 88-25، المرجع نفسه

3- قانون 90-10 مؤرخ في 18 أبريل، 1990، يتعلق بالنقد والقرض، ج.ر، عدد 16، لسنة 1990.

ألي شخص مشار إليه صراحة بموجب نص قانوني .يحدد مجلس النقد والقرض بموجب نظام يصدره كيفية إجراء هذه التمويلات مع مراعاة حاجات الاقتصاد الوطني...."

من خلال استقراء نص المادة نستنتج ما يلي :

1-وسع المشرع لأول ولأول مرة مجال الاستثمار الأجنبي ليشمل بذلك كل النشاطات الاقتصادية إلا ما كان مخصص صراحة للدولة أو فروعها، وهو ما يفهم منه الحد من تدخل الدولة في مجال الاستثمار .

2-أعطى الحرية للمستثمر بتحويل رؤوس الأموال بعد تأشيرة بنك الجزائر في مدة 60 يوما من تقديم الطلب إلى بنك الجزائر<sup>1</sup>.وعليه نستنتج أن هذا القانون قد أتى بضمانتين هامتين هما :  
ضمانة حرية الاستثمار وضمانة حرية تحويل رؤوس الأموال.

الفرع الثاني: آليات دعم المنتج الوطني من خلال استقطاب رؤوس أموال الأجنبية

دعم المنتج الوطني من خلال استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية يُعد أحد الاستراتيجيات الهامة لتعزيز الاقتصاد المحلي وتحقيق التنمية المستدامة. يمكن تحقيق ذلك من خلال عدة آليات، كما يلي:

أولاً-الضمانات الممنوحة للمستثمر الأجنبي

حسب الاقتصاديين فإن الضمان هو تعهد حاصل من الدولة أو الجماعات العامة بالاستجابة إلى حسن تطبيق مشروع ما بالاشتراك مع المتعهد أو بالتزام معه<sup>2</sup>،

1- انظر المواد 184، 185، 186 من القانون 90-10، مرجع سابق، كذلك أنظر المواد 07 و08 من النظام 90-03 يحدد شروط تحويل رؤوس الأموال إلى الجزائر لتمويل النشاطات الاقتصادية وإعادة تحويلها إلى الخارج، مؤرخ في 08 سبتمبر 1990، ج.ر عدد 45 لسنة 1990.

2- عمر مصطفى جبر اسماعيل، ضمانات الاستثمار في الفقه الإسلامي وتطبيقاتها المعاصرة، درا النفائس في الفقه الإسلامي وتطبيقاتها المعاصرة، دار النفائس، ط01، الأردن، 2010، ص 27.

أما قانونا فهو الوسائل الكفيلة بتحقيق أمان قانوني لمن تقدم له لكي يقدم على العمل وهو ضامن لنتأجه<sup>1</sup>.

**1- الضمانات القانونية :** يقصد بالضمانات التشريعية مجموعة الضمانات المنصوص عليها في القانون الوطني للدولة المضيفة للاستثمار أي بموجب تشريعاتها الداخلية<sup>2</sup>. ونص المشرع على هذه الضمانات في الفصل الرابع من قانون ترقية الاستثمار 16-09 تحت عنوان "الضمانات الممنوحة لاستثمارات" وهذه الضمانات تتمثل في ضمان مبدأ حرية الاستثمار، وضمن عدم التمييز بين المستثمر الوطني والأجنبي، وأخيرا ضمان الاستقرار التشريعي ( مبدأ الثبات التشريعي).

**أ-ضمان مبدأ حرية الاستثمار:** يجمع فقهاء القانون الدولي للاستثمار على قياس حركة الاستثمار من خلال جملة من المؤشرات تختلف بين مؤشرات تنظيمية وأخرى مالية<sup>3</sup>، فالمؤشرات التنظيمية تنحصر في تخلي الدولة عن تدخلها في المجال الاستثماري، فعوض أن تكون دولة متدخلة تكون دولة ضابطة وذلك من خلال تخليها عن نظام التصريح المسبق إلى نظام التسجيل كما سنرى الحقا، أما المؤشرات المالية فهي تتعلق بمدى حرية رأس المال الأجنبي، توقف الدولة عن ممارسة الاحتكار.

1- عبد هلا عبد الكريم عبد هلا، ضمانات الاستثمار في الدولة العربية- دراسة قانونية مقارنة ألهم التشريعات العزلة والمعاهدات الدولية مع الإشارة إلى منظمة التجارة العالمية ودورها في هذا المجال، دار الثقافة، ط01، عمان، 2008، ص 23.

2- لعماري وليد، الحوافز والحوافز القانونية للاستثمار الأجنبي في الجزائر، مذكرة ماجستير في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 01، 2011-2010، ص 15.

3- عجة الجيلالي، الكامل في القانون الجزائري للاستثمار- الأنشطة المادية وقطاع المحروقات، دار الخلدونية، الجزائر، ص 575.

وبالرجوع إلى أحكام دستور 2020 فإن مبدأ حرية الاستثمار مبدأ دستوري، ولم تعد حرية الاستثمار مسألة نصوص قانونية وتنظيمية فقط، وهذا ما يعتبر ضماناً كبيرة لتحفيز الاستثمارات الأجنبية وهذا ما نصت عليه الم 43 من الدستور الجديد<sup>1</sup>.

### ب-ضمان الاستقرار التشريعي (الثبات التشريعي):

نصت عليه الم 22 من القانون 09-16 وهي نفس الم 15 من الأمر 03-01 أي حافظ المشرع على نفس الصياغة، فاستقرار القانون الذي ينظم الاستثمار له أهمية كبيرة في جذب المستثمر الأجنبي، ذلك أن المستثمر يولي أهمية كبيرة للنظام القانوني الذي يحكم استثماره وما إذا كان يتماشى مع مصالحه أوال، وعليه فإن اتجاهه للاستثمار في بلد ما يتوقف على النظام القانوني الذي يحكم الاستثمار في ذلك الوقت، ومدى استقراره، لذلك فالجزائر وعلى غرار باقي الدول عملت على إزالة مخاوف المستثمر الأجنبي عن طريق قانون الاستثمار مبدأ استقرار القانون المطبق<sup>2</sup>.

### ج-ضمان مبدأ المساواة في المعاملة: عدم التمييز بين المستثمر الوطني والمستثمر

الأجنبي: نصت على هذه الضمانة المادة 21 من قانون ترقية الاستثمار 09-16 حيث نص المشرع صراحة على المساواة في المعاملة بين المستثمرين الأجانب والوطنيين كذلك بالرجوع لنص المادة 01 من نفس القانون نجد أن المشرع نص على عدم التمييز في المعاملة بطريقة غير مباشرة، حيث حدد نطاق تطبيق هذا القانون على الاستثمارات الوطنية والأجنبية المنجزة في النشاطات الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات.

### ثانياً-الضمانات المالية

1- الم 43: حرية الاستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون"، انظر دستور، 28-11-1996 المعدل بالقانون رقم 16-01 المؤرخ في 06-03-2016  
2- لعمرى وليد، المرجع السابق، ص 17 .

إن سياسة تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر بشكل يلبي احتياجات السوق الجزائري المتزايدة، ويأخذ في اعتباره متطلبات الاستثمارات المستقبلية وقواعد القدرة التنافسية والمنافسة على المستوى الدولي.

**1-ضمان تحويل رؤوس الأموال وعائداتها :** نصت على هذه الضمانة المادة 25 من القانون 09-16، إن هذا المبدأ مكرس في معظم تشريعات البلدان النامية، والهدف منه هو تشجيع المستثمر الأجنبي الذي يولي لمصلحته المالية عناية خاصة نظرا لنظام عدم التحويل الذي يميز اقتصاديات هذه الدول والذي يشكل عائقا أمام الاستثمار الأجنبي<sup>1</sup>.

ويعتبر هذا الضمان من أهم الضمانات والتحفيزات لأن عدم السماح بالتحويل يعد نوعا من المصادرة المحدودة<sup>2</sup>، فالمستثمر الأجنبي قبل قيامه بإجراء أي عملية استثمارية في دولة ما فهو يتأكد أو ال من مدى توافر الضمانات المالية للدولة المضيفة لاستثمارات من حرية في تحويل أصل الاستثمار وعوائده، فما الفائدة إذا من الأرباح إن لم يكن بمقدور المستثمر تحويلها، وبالتالي فإن إعاقة هذه الضمانة يعد عقبة في جذب رأس المال الأجنبي<sup>3</sup>.

**2-ضمان التعويض عند نزع الملكية :** يقصد بنزع الملكية عموما تصرفات من السلطة، وتتم نزع الملكية بالطرق العامة يترتب عنها نقل الملكية من القطاع الخاص إلى القطاع العام<sup>4</sup> التالية : التأميم، الاستيلاء، المصادرة، نزع الملكية للمنفعة العامة.

وبالرجوع للقانون 09-16 نجد أن المشرع قد نص على نزع الملكية للمنفعة العامة بموجب المادة 23 منه: "زيادة على القواعد التي تحكم نزع الملكية، ال يمكن أن تكون الاستثمارات المنجزة

1- عبيوط محند شريف، الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري، دار هومة، 2012، ص 84 .

2- عبد اللاوي خديجة، النظام القانوني للاستثمار الأجنبي في الجزائر وفي فرنسا، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه في العلوم، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2018-2017، ص 176.

3- دريد السامرائي : الاستثمار الأجنبي -المعوقات والضمانات القانونية-مركز دراسات الوحدة العربية، ط01، بيروت، 2006، ص 191.

4- عبيوط محند وعلي، المرجع السابق، ص 263.

موضوع استيلاء، لا في الحالات المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يترتب على هذا الاستيلاء ونزع الملكية تعويض عادل ومنصف.<sup>1</sup>

**أولاً:** البد من تحقيق المنفعة العامة، وهذا الشرط نصت عليه المادة 677 من القانون المدني، كما أن المشرع خصص قانوناً يتضمن نزع الملكية من أجل المنفعة العامة وهو القانون 19-11. ويكون نزع الملكية من أجل المنفعة العامة يكون من أجل المشاريع المتعلقة بتنفيذ أدوات التعمير، والأعمال التي تتعلق بالتهيئة العمرانية، كذلك بالأعمال المرتبطة بالتخطيط لإنشاء تجهيزات جماعية أو منشآت أو أعمال كبرى<sup>1</sup>.

**ثانياً:** التعويض: نصت عليه الم 23 من القانون 16-09 والحكمة من هذا الإجراء هو إضفاء الشرعية على نزع الملكية، ويكون هذا التعويض تعويض يستفيد منه المستثمر، وال يكون نزع الملكية إجراء مشروعاً إلا إذا اقترن بتعويض تقدمه الدولة للمستثمر المعني ويشترط في التعويض حسب نص المادة 23 من قانون ترقية الاستثمار أن يكون عادلاً ومنصفاً<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: دور السياسة الضريبية في ترقية المنتج الوطني

دور السياسة الضريبية في ترقية المنتج الوطني يتجسد في تعزيز القدرة التنافسية للمنتجات المحلية وتحفيز القطاع الصناعي والتجاري. من خلال وضع سياسات ضريبية محفزة، يمكن للحكومة أن تساهم في دعم الشركات الوطنية وتوفير بيئة مناسبة للاستثمار في الإنتاج المحلي.

1- الم 2 من القانون 19-11 سالف الذكر

2- Dupay pierre-marie, Radi Yannick, le droit de l'exportation direct et indirect, en droit international des investissements et de l'arbitrage transnational, sous directions Leben Charles, A. Pedone, Paris, 2015, P 409.

وذلك عن طريق القيود الضريبية على الواردات الأجنبية والتي سنتطرق إليها في الفرع الأول، ثم الامتيازات الضريبية الممنوحة للصادرات الوطنية في الفرع الثاني.

**الفرع الأول: السياسة الضريبية وأثر القيود الضريبية على الواردات في ترقية المنتج الوطني**  
إن السياسة الضريبية لها دور مزدوج تشجيع المنتج الوطني من خلال الامتيازات الضريبية وتشجيعه من خلال القيود على الواردات.

### أولاً: مفهوم السياسة الضريبية

تتمتع الدولة بسلطة السيادة والتوجه والإشراف فهي تسعى من خلال فرض الضريبة إلى تحقيق الموارد المالية اللازمة وتشجيع الصناعات المحلية، إضافة إلى خلق القاعدة الاقتصادية والصناعية والإنتاجية والاستهلاكية التي تتلاءم والسياسة المالية للدولة<sup>1</sup>.

**1- مفهوم السياسة الضريبية :** إن السياسة الضريبية هي البحث في الظواهر الضريبية وتحليل أوجه النشاط المالي، حيث تهدف إلى تكييف وتحديد حجم الإيرادات الكافية لتغطية احتياجات الاقتصاد الوطني<sup>2</sup>.

بأنها مجموع التدابير ذات الطابع الضريبي تتخذ من أجل التحصيل الضريبي الذي يهدف إلى تغطية النفقات العمومية والتأثير على الوضع الاقتصادي<sup>3</sup>.

**2- أهداف السياسة الضريبية :** تعمل الدولة على تحقيق مجموعة من الأهداف عبر السياسة الضريبية

1- عبد الناصر نور، نائل حسن عدس، عليان الشريف، الضرائب ومحاسبتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط02، عمان الأردن، 2003، ص 07.

2- رضا خالصي، النظام الجزائري الحديث -جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين-، دار هومة، ج 01، ط03، ص 2012.

3- عبد المجيد قدي، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية، دراسة تحليلية تقييمية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط02، 2005، ص 139.

أ- الأهداف الاقتصادية: تعتبر الأهداف الاقتصادية من أهم أهداف السياسة الضريبية، ومن أهم هذه الأهداف ما يلي :

1- تحقيق النمو الاقتصادي : ويكون ذلك من خلال منح تسهيلات ضريبية للأنشطة الاقتصادية التي ترغب الدولة في تميمها.

2- تحقيق الاستقرار الاقتصادي : والمقصود به هو استخدام الضريبة كوسيلة لتحقيق هذا الاستقرار وأن ال يكون هناك ال تضخم ولا انكماش في الاقتصاد<sup>1</sup> ، ويكون ذلك من خلال استخدام الدولة لآليات تسمح من خلالها بفرض الضريبة مع ضمان عدم تجاوزها للطاقة الضريبية للمجتمع .

3- توجيه الاستهلاك : ويظهر ذلك من خلال فرض ضريبة منخفضة على بعض المنتجات مما يزيد الطلب عليها، والعكس صحيح، تمكن استخدام الضريبة كوسيلة لخفض الطلب على منتج معين وذلك بفرض ضرائب مرتفعة عليها، وعليه فالضريبة أثر مباشر على تشجيع استهلاك منتجات معينة دون أخرى.

4- تشجيع الاستثمار : بنوعيه المحلي أو الأجنبي وذلك من خلال المزايا الضريبية التي تمنحها الدولة كوسيلة لتشجيع الاستثمار ، خصوصا في المناطق الخاصة والمناطق التي تتطلب تميمها دعما من الدولة، بالإضافة إلى مناطق الجنوب والهضاب العليا، فالضرائب توجه الاستثمار في هاته المناطق من خلال الإعفاءات والتخفيضات المقدمة، وعليه نقول إن السياسة الضريبية تعمل على توجيه الاستثمارات إلى المناطق المراد ترقيتها.

5- تشجيع المنتج الوطني : وهو ما يهمننا في موضوعنا، فالسياسة الضريبية تعمل على تشجيع المنتج الوطني من خلال استفادة هذا الأخير وفي مختلف قطاعات النشاط من إعفاءات ضريبية دائمة أو مؤقتة، فالدولة تمنح إعفاءات ضريبية لصالح القطاعات المنتجة والمصدرة وبالتالي تساعد على تفادي الازدواج الضريبي إضافة إلى مساعدتها في التمويل لأنها بذلك تجنبها

1- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات- دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 2010، ص 12.

التمويل الخارجي، وفي المقابل يفرض المشرع ضرائب على الواردات، وهو بذلك يضرب عصفورين بحجر واحد، فهو يعمل على إحلال الواردات من جهة، وتشجيع الصادرات من جهة أخرى .

6- تشجيع تنافسية المنتج الوطني : ويظهر ذلك من خلال الإعفاءات الضريبية على التصدير، مما يقلل التكلفة وبالتالي ضمان تنافسية المؤسسات الوطنية والمنتج المحلي من الخارج.

### ثانيا: أثر القيود الضريبية على الواردات أجنبية في ترقية المنتج الوطني

الضرائب تعد إحدى أدوات السياسة المالية التي تستخدمها الدولة لتوفير مصادر دخل للخرينة العامة. كما تمثل وسيلة هامة لتحفيز الإنتاج المحلي، حيث تستخدم الدولة الضرائب كألية لفرض قيود على الواردات، مما يتيح الفرصة للمنتجات المحلية. وتعتمد هذه السياسة على فرض ضرائب تشمل الرسم على رقم الأعمال، الرسوم الضريبية والشبه ضريبية، بالإضافة إلى الإتاوة.

#### 1- الرسم على رقم الأعمال : يشمل الرسم على رقم الأعمال الرسوم التالية :

والجدير بالذكر قبل التطرق إلى الرسوم التي يشملها الرسم على رقم الأعمال، أنه هناك فرق بين الرسم والضريبة، أهم هاته الفروق، أن هاته الأخيرة تمنح جبرا ودون مقابل للصالح العام، في حين الرسم يدفع مقابل خدمة تقدمها الدولة أو المصالح المعنية لأفراد، لذلك فإن الرسم يكون بمقابل<sup>1</sup>.

---

1- \* الضريبة: هي فريضة مالية يدفعها الأفراد جبرا إلى الدولة بصفة نهائية ودون مقابل مباشر لصالح هؤلاء الأفراد، بغر النفقات العامة.

والضريبة هي "فريضة مالية يدفعها الفرد جبرا للدولة أو إحدى الهيآت العامة المحلية، بصورة نهائية مساهمة منه في التكاليف والأعباء العامة، دون أن يعود عليه نفع خاص مقابل دفع الضريبة، أنظر: محمد محرز، اقتصاديات الجباية والضرائب، درا هومة، الجزائر، ط 04، 2008، ص 14.

## أ- الرسم على القيمة المضافة " TVA ":

نشأ هذا الرسم بموجب المادة 65 من القانون رقم 90-136

ولقد حدد المشرع معدل الرسم على القيمة المضافة بـ 19%،<sup>2</sup> وهو المعدل العادي، في حين يحدد المعدل المخفض للرسم على القيمة المضافة بـ 9%.<sup>3</sup>

## ب- الرسم الداخلي على الاستهلاك:

يؤسس الرسم الداخلي على الاستهلاك من حصة ثابتة، ومعدل نسبي يتراوح بين 10% و 20%<sup>4</sup>، حيث تحدد الحصة الثابتة بالنظر إلى الوزن أو الكمية، ويفرض هذا الرسم على منتجات الجعة والتبغ والكبريت. إضافة إلى ذلك تخضع إلى الرسم الداخلي على الاستهلاك بنسبة تتراوح بين 10% و 30% و 60%، المنتجات الفاخرة كالمسلمون 30%، كيوي، كافيار، وسيا ارت للتخييم من نوع كارافان (متحركة ذاتيا) 60%،<sup>5</sup> وغيرها من السلع التي تعتبر فاخرة.

## 2- الرسوم الضريبية وشبه الضريبية : وتشمل هذه الرسوم في ما يلي :

أ- الرسم على الأطر المطاطية الجديدة المستوردة: نظمه المشرع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 18-65،<sup>6</sup> وهذا الرسم ال يدرج في وعاء حساب الرسم على القيمة المضافة، وحدد الرسم كالاتي :

- 1- قانون رقم 90-36 المؤرخ في 31 ديسمبر 1990 يتضمن قانون المالية لسنة 1995، ج ر عدد 57.
- 2- الم 26 من قانون المالية لسنة 2017، القانون رقم 16-14 المؤرخ في 28 ديسمبر 2016، المتضمن لقانون المالية لسنة 2017، ج ر عدد 77.
- 3- الم 23 معدلة بالمادة 30 من قانون المالية لسنة 2018، انظر قانون الرسوم على رقم الأعمال، المديرية العامة للضرائب، سترة 2020، ص 11.
- 4- الم 25 من قانون الرسوم على رقم الأعمال، المعدلة بالمادة 43 من قانون المالية لسنة 2020، والمعدلة بالمادة 41 من القانون رقم 20-16 الموافق ل 31 ديسمبر 2020، يتضمن قانون المالية لسنة 2021، ج ر عدد 83 لسنة 2020.
- 5- الم 25 من قانون الرسوم على رقم الأعمال، المرجع نفسه.
- 6- مرسوم تنفيذي رقم 18-65 المؤرخ في 13/02/2018، تحدد كمييات اقتطاع وإعادة دفع الرسم على الأطر المطاطية الجديدة المستوردة، ج ر عدد 10.

-750 دج على كل إطار مخصص للسيارات الثقيلة .

-450 دج على إطار مخصص للسيارات الخفيفة.

ب- الرسم المرور على الكحول والخمور والمشروبات الروحية: يطبق هذا الرسم على كل المشروبات الروحية بأنواعها والتي تضمنها نص الم 47 من قانون الضرائب غير المباشرة<sup>1</sup>، كما حددت الم 48 من نفس القانون المنتوجات الكحولية التي يطبق عليها رسم المرور وهي المنتوجات التي أساسها الكحول ذات طابع البحت وال يمكن شربها والواردة في قائمة معدة بطريقة نظامية.

ج- الرسم الخاص على آلات الاستقبال والبث الإذاعي والتلفزي: يطبق هذا الرسم على أجهزة البث الإذاعي والتلفزي وتوابعها المستوردة، ويتراوح الرسم بين 50 دج، و1000 دج تختلف باختلاف نوع الجهاز وطاقة استهلاك التيار الكهربائي<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: الامتيازات الضريبية على الصادرات الوطنية

هدف تشجيع الصادرات من المنتج المحلي وضمان منافسة المنتج الأجنبي .والمقصود بالامتيازات الضريبية هي نظام يتمثل في مجموعة من الإجراءات والتدابير التي تتبعها الدولة في إطار السياسة المالية بهدف جذب الاستثمارات وزيادة الصادرات، وخلق مناصب الشغل وتنمية مناطق يراد ترقيتها<sup>3</sup>،

### أولاً: التسهيلات الضريبية

#### منح المشرع الجزائري معاملة خاصة للصادرات الجزائرية

1- أمر رقم 76-104 المؤرخ في 12-09-1976 يتضمن قانون الضرائب غير المباشرة المعدل والمتمم، المديرية العامة للضرائب لسنة 2021.

2- الم 485 مكرر من قانون الضرائب غير المباشرة، المرجع نفسه.

3- محمد بوظلعة، نسيم بوكحيل، التوجيه نحو سياسة التحفيز الجبائي لتوسيع الوعاء الضريبي بالإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد 03، جوان 2015، ص 92.

## 1-الإعفاءات المقررة في قانون الضريبة المباشرة والرسوم المماثلة :

تضمن هذا القانون مجموعة من الامتيازات التي تستفيد منها الصادرات الوطنية نلخصها كما يلي:

### أ-الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات:

حيث أقر المشرع إعفاء دائم لعمليات تصدير السلع أي عمليات البيع الموجهة للتصدير، إضافة إلى عمليات تأدية الخدمات الموجهة للتصدير والمدرة للعملة الصعبة، ويمنح هذا الإعفاء بالنظر لرقم الأعمال المحقق بالعملة الصعبة إذا توافر شرطين<sup>1</sup>:

- أن يقدم المصدر وثيقة تثبت دفع الإيرادات لدى بنك مستوطن بالجزائر إلى المصالح الجبائية المختصة.

- لا تستفيد من الإعفاء الدائم عمليات النقل البري والجوي والبحري وإعادة التأمين والبنوك ومتعاملي الهاتف النقال.

### ب-الإعفاء من الرسم على النشاط المهني:

لا يدخل ضمن رقم الأعمال المعتمد كقاعدة للرسم، ويشمل مبالغ عمليات البيع أو النقل أو السمسرة المتعلقة بالمواد والسلع الموجهة للتصدير<sup>2</sup>. أي استبعاد حساب الرسم على النشاط المهني عند حساب رقم الأعمال الذي يشمل جميع عمليات البيع التي تدخل في إطار النشاط الذي يختص به المكلف بالضريبة. ويظهر جليا استعمال المشرع هذا الإعفاء كألية تشجيعية واضحة للمنتج الوطني عند تصديره إلى الخارج.

## ثانيا: الإعفاءات الضريبية الممنوحة في بعض القطاعات

1- الم 138 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، نشرة سنة 2020، المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية.

2- الم 220 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة.

منح المشرع الجزائري مختلف قطاعات الاقتصاد -خارج قطاع المحروقات- مجموعة من الإعفاءات والتخفيضات الضريبية حسب القطاع المستفيد نلخصها كما يلي:

### 1-قطاع الفلاحة :

استفاد هذا القطاع بإعفاءات ضريبية شملت أرباح الشركات، والضريبة على الدخل الإجمالي، وكذا الرسم على القيمة المضافة.

#### أ-في مجال الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات:

تستفيد من إعفاء دائم في مجال الضريبة على أرباح الشركات! صناديق التعاون الفلاحي لفائدة العمليات البنكية والتأمين والمحقة مع شركائها فقط .

- التعاونيات الفلاحية للتمويل والشراء وكذا الاتحادات المستفيدة من الاعتماد تسلمه المصالح المؤهلة التابعة لوزارة الفالحة.

-الشركات التعاونية لإنتاج، تحويل، حفظ وبيع المنتوجات الفلاحية وكذلك اتحاداتها المعتمدة.

#### ب-في مجال الإعفاء من الضريبة على الدخل الإجمالي:

ويعفى من الضريبة على الدخل الإجمالي<sup>2</sup>: الإيرادات الناتجة عن زراعة الحبوب والبقول الجافة والتمور .

-وتعفى من الضريبة على الدخل الإجمالي لمدة 10 عشر سنوات، الإيرادات الناتجة عن الأنشطة الفلاحية وأنشطة تربية الحيوانات الممارسة في الأراضي المستصلحة حديثا وفي المناطق الجبلية .

1- الم 138 من قانون الضرائب المباشرة والرسم المماثلة، المرجع السابق.

2- الم 36 من قانون الضرائب المباشرة والرسم المماثلة.

- وتستفيد من إعفاء الرسم من الضريبة على الدخل الإجمالي، المداخل المحققة في النشاطات المتعلقة بالحليب الطبيعي الموجه للاستهلاك على حالته.

## 2-قطاع التجارة :

قطاع التجارة هو أيضا استفاد من إعفاءات ضريبية مختلفة تتطرق إليها كما يلي:

في مجال الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات :على مبلغ الإيرادات المحققة من قبل الفرق والأجهزة الممارسة للنشاط المسرحي .

-الإعفاءات لمدة ثالث سنوات من تاريخ الشروع في الاستغلال للمشاريع المؤهلة للاستفادة من إعانة الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب أو الصندوق الوطني لدعم القرض المصغر، أو الصندوق الوطني للتأمين على البطالة، وتحدد هاته الفترة إلى ستة 06 سنوات إذا كانت النشاطات الممارسة في مناطق يجب ترقيتها وتمدد فترة الإعفاء هذه بسنتين 02 في حال تعهد المستثمر بتوظيف ثلاثة عمال على الأقل لفترة غير محدودة.

-كما يستفيد من الإعفاء التام المبيعات المحققة في محلات التجزئة المنفصلة عن مؤسستها الرئيسية .

- المداخل المحققة من النشاطات المتعلقة بالحليب الطبيعي الموجه للاستهلاك على حالته .  
-عمليات التصدير المدرة للعملة الصعبة<sup>1</sup>.

## المبحث الثاني: حماية الخاصة المقررة للمنتج الوطني

الحماية الخاصة المقررة للمنتج الوطني تُعدّ من التدابير التي تتخذها الدولة لدعم وتشجيع الإنتاج المحلي، وحمايته من المنافسة غير العادلة أو المفردة القادمة من الخارج. الهدف الأساسي منها هو تعزيز الاقتصاد الوطني، الحفاظ على مناصب الشغل، وتمكين المؤسسات المحلية من النمو والتطور في بيئة تنافسية متوازنة.

1- الم 36 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة.

هو أنه لم تكن هناك نصوص قانونية خاصة تتكفل بحماية المنتج الوطني باستثناء القواعد العامة المعروفة التي يتضمنها القانون المدني والتي تكفل حماية " للشيء المبيع " محل عقد البيع خاصة، ولكن هذه الحماية ال تكفي وحدها لتحقيق الحماية المرجوة وتعد حماية ناقصة بحاجة لنصوص خاصة تدعمها، كما أنها لا تغطي كافة المنتجات المتواجدة في السوق والتي أصبحت في تزايد مستمر مع الدخول في النظام الاقتصادي الجديد والانفتاح على التجارة الخارجية، بل أكثر من ذلك فقد ظهرت أنواع جديدة من المنتجات مع التطور التكنولوجي الحديث كالمنتجات الرقمية بحيث أصبحت القواعد العامة للقانون المدني عاجزة عن توفير الحماية اللازمة، ومن هنا كانت الضرورة الملحة لسن نصوص قانونية جديدة تتماشى مع الأوضاع الجديدة<sup>1</sup>. فظهرت قوانين ونصوص تشريعية وتنظيمية تهتم بحماية المنتج الوطني أغلبها مستوحاة من الاتفاقيات الدولية لعل أهمها القوانين الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية خاصة فيما يتعلق بجانب الملكية الصناعية بحيث تشكل براءة الاختراع أفضل آلية لحماية المنتجات المبتكرة والمخترعة حديثا والتي سنتناولها بالتفصيل في المطلب الأول.

كما تعتبر أيضا حماية المنتج من صميم قوانين حماية المستهلك وقمع الغش باعتبار المنتج محل عقد الاستهلاك والتوصل لتحقيق حماية وتطرقنا لهذا الجانب من الحماية للمنتج الوطني في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: براءات الاختراع كآلية لحماية المنتج الوطني

يعتبر المنتج، مهما كان نوعه، نتيجة ابتكار ما لشخص أو مجموعة من الأشخاص، يكون الهدف منه تنمية الاقتصاد الوطني وتطويره. بحيث يتم استغلال هذا الابتكار الناتج عن مجهود فكري معمق في المجال التجاري والصناعي لتحقيق أرباح وفوائد والوصول إلى مستوى عال من الإنتاج والتكنولوجيا العلمية. لهذا السبب خص القانون، سواء على المستوى الدولي أو الداخلي، الاختراعات التي تكون السبب في ظهور منتجات جديدة في الأسواق بحماية خاصة، كون

1- قزوت لامية، منافسة المنتج الأجنبية للمنتج الجزائري في ظل اقتصاد السوق، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر -1-، 2013-2014، ص 256.

المنتج مهما كان بسيطاً يكون ناتجاً عن فكرة تطورت إلى ابتكار ثم تحولت إلى اختراع وبعد التسويق يكون منتجاً قابلاً للاستهلاك. وتتجلى هذه الحماية المكرسة قانوناً للمنتجات المبتكرة في حق من حقوق الملكية الفكرية يسمى "براءة الاختراع" التي تعد رخصة حماية يمنحها المشرع لمخترع منتج جديد تخول له الملكية التامة للاختراع، كما تمنحه الحرية الكاملة الاستغلال والتصرف فيه دون غيره طوال مدة الحماية المكفولة قانوناً<sup>1</sup>.

كما تعرف أيضاً على أنها: "شهادة أو سند تمنحه جهات مختصة في الدولة لمخترع منتج جديد بحيث يكون لديه الحق في استغلاله واستثماره"<sup>2</sup>.

اكتساب المنتج الوطني لبراءة الاختراع سنتناوله في الفرع الأول وكيفية حماية المنتج عن طريق براءة الاختراع وهذا سنتطرق إليه في الفرع الثاني.

### الفرع الأول: اكتساب المنتج الوطني لبراءة الاختراع

اكتساب المنتج الوطني لبراءة اختراع يُعد خطوة مهمة لحماية الابتكار وتعزيز الاقتصاد الوطني ونجد الجزائر تسير دائماً على خطى المنظمة العالمية للتجارة، وفي هذا الصدد وبغية منها في حماية منتجها الوطني أصدرت أمراً خاصاً ببراءات الاختراع الذي يكسب كل المنتج الوطني جديد براءة اختراع وبالتالي يخوله كل الحقوق التي تمنحها هذه الأخيرة بعد استيفاء شروط واجراءات معينة.

### أولاً-الحقوق التي تخولها براءة الاختراع

1- يسرية عبد الجليل، حقوق حاملي براءات الاختراع ونماذج المنفعة وفقاً لقانون حماية الملكية الفكرية، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر 2005، ص 13.

2- علي محمد وفتاحي محمد، " مفهوم براءة الاختراع وآليات حمايتها في التشريع الجزائري (دراسة مقارنة) "، مجلة الحقيقة، العدد 38، جامعة أدرار، جامعة أدرار 2013، ص 3.

تعتبر براءة الاختراع وثيقة تسلم لحماية الاختراع وهي تحمي بواسطتها الاختراعات القابلة للتطبيق صناعيا دون غيرها والتي يمكن أن تتضمن منتوجا جديدا أو طريقة استعمال، لذا يكون الحق في الاستفادة من منها ملكا لصاحب الاختراع لوحده دون منازع<sup>1</sup>.

#### أ-أنواع الاختراعات المستفيدة من براءة الاختراع:

حتى تمنح براءة الاختراع وتنتج آثارها كحقوق يستفيد منها حاملها، لابد أولا من وجود اختراع جديد تحميه هذه البراءة، وهي كل ما ينتج عن نشاط اختراعي جديد وقابل للتطبيق الصناعي، لهذا السبب نجد أن المادة 03 من قانون براءات الاختراع حصر الاختراع في المنتج أو الطريقة دون غير ذلك حتى لا يختلط الأمر بالنسبة لطالبي براءة الاختراع، كما يحفز ذلك على ابتكار منتجات وطرق قابلة للتطبيق الصناعي أي تكون قابلة للاستخدام والصنع في أي نوع من الصناعات وسواء كانت حديثة أم تقليدية<sup>2</sup>

#### ب-الحقوق الاستثنائية لصاحب الاختراع:

يتمتع صاحب الاختراع بحقوق حصرية لا يستفيد منها غيره هذا ما يسمى بالحقوق الاستثنائية، وهذه الحقوق مكفولة بقوة القانون لصاحب الاختراع بحكم إيتائه بشيء جديد ومبتكر للوجود يفيد في ترقية المنتج الوطني وتطوير الاقتصاد، إن نجد المادة 10 من قانون براءات الاختراع تنص صراحة أن حق براءة الاختراع ملك لصاحب الاختراع وحده دون منازع وإذا اشترك شخصان أو أكثر في إنجاز الاختراع تصبح بالضرورة براءة الاختراع حقا مشتركا بينهم بحكم شراكتهم في الاختراع نفسه. وحتى إن كان الاختراع عبارة عن خدمة مقدمة خلال تنفيذ عقد يتضمن مهمة اختراعية، فإنه يصبح لصاحب هذه الخدمة امتلاك حق الاختراع وحصول براءة

1- انظر المواد، 03 و10 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع المؤرخ في 19 جويلية 2003، جريدة رسمية صادرة في 23 جويلية 2003، عدد 44.

2- انظر المواد 03،06 من نفس الأمر.

اختراع عليه وبالتالي التمتع بكافة الحقوق الاستثنائية التي تخولها هذه الأخيرة بشرط تخلي الهيئة المستخدمة عن حقها في الاختراع<sup>1</sup>.

### ثانيا- شروط وإجراءات الحصول على براءة اختراع

نظرا لحساسية براءة الاختراع وأهميتها في تحقيق الحماية للمنتج الوطني وتنمية الاقتصاد، خصها المشرع بشروط اجراءات مميزة لا تتشابه مع واجراءات أخرى، وذلك للحصول عليها والتمتع بالحقوق التي تخولها وكذا اكتساب الحماية المثلى للمخترع والاختراع نفسه في آن واحد. كما يمكن أن نسمي شروط الاستفادة بالشروط الموضوعية والإجراءات بالشروط الشكلية.

#### أ- شروط الاستفادة من براءة الاختراع:

لكي تمنح براءة الاختراع لأي اختراع جديدة البد أن تتوفر فيه بعض المقومات التي تسمح له بالحصول عليها فليس كل ابتكار جديد جدير بأن تمنح له براءة اختراع، لذا تتطلب حضور شروط معينة تتعلق بموضوع الاختراع، أو شروط أهلية الاختراع للحصول على البراءة، كما سماها المشرع في قانون براءات الاختراع وهي: شرط الجودة، شرط قابلية الاختراع للاستغلال الصناعي وأخير شرط مشروعية الاختراع.

#### 1- الجودة

تعتبر الجودة في الاختراع الجديد احتوائه على عناصر مستحدثة غير مسبوقه تأتي بفائدة جديدة للمجتمع وتحقق تطوره الصناعي وتشبع حاجاته الاقتصادية، لهذا السبب فإن شرط الجودة مطلوب في غالبية القوانين المعاصرة لمنح براءة الاختراع، فالبد أن يضيف الاختراع شيئا جديدا حتى يستحق البراءة<sup>2</sup>

1- انظر المواد 10 و 17 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع.

2- فرحات حمو، التنظيم التشريعي لحقوق الملكية الصناعية ودوره في التنمية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة وهران، السنة الجامعية 2011-2012، ص 81

## 2- القابلية للاستغلال الصناعي

لكي ينتج الاختراع الآثار المرجوة منه، البد أن يكون قابلا للاستغلال الصناعي حتى الفوائد وإلا سيصبح دون جدوى. الاقتصادية الاجتماعية المتوخاة من خلاله، ويعتبر الاختراع قابلا للتطبيق الصناعي إذا كان موضوعه قابلا للصنع أو الاستخدام في أي نوع من الصناعة<sup>1</sup>.

## 3- المشروعية

تعد المشروعية شرطا جوهريا لعدم تخلف أحد أركان العقد في القواعد العامة والتصرفات القانونية عامة، وبما أن براءة الاختراع تعد تصرف قانوني قبل كل شيء فالبد أن يكون موضوعها مشروعاً أي غير مخالف للنظام العام والآداب العامة. فيمنع منعاً باتاً منح البراءة ألي اختراع كان محله أو سببه مخالفا للنظام العام والآداب العامة كالاختراعات الماسة بأمن واستقرار الدولة والتي تلحق أضرارا جسيمة بالبيئة وصحة الإنسان والحيوان والنبات كالمواد المخدرة والمسرطنة وأجهزة تزوير النقود وغيرها من المنتجات المحظورة<sup>2</sup>. لذا نجد أن المشرع الجزائري أكد على هذا في الفقرة الأخيرة من المادة 08 للأمر المتعلق ببراءات الاختراع بحيث صرح بعدم إمكانية الحصول على براءة الاختراع بالنسبة للاختراعات التي يكون استغلالها على الإقليم الجزائري مضرا بصحة وحياة الأشخاص والحيوانات أو مضرا بحفظ النباتات أو يشكل خطرا جسيما على حماية البيئة،

## ب- إجراءات الحصول على براءة الاختراع

إن الحماية القانونية لأي ابتكار يحتاج بطبيعة الحال اتباع إجراءات قانونية معينة للحصول على الحماية المتمثلة في براءة الاختراع، فتوفر الشروط الموضوعية وحدها في الاختراع لا تكفي، لذا البد من تدعيمها بشروط شكلية تحدد الإطار القانوني والشرعي لهذه البراءة. وحسب قانون

1- انظر المادة 06 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع.

2- يسرية عبد الجليل، مرجع سابق، ص 19.

براءات الاختراع الجزائري، تمر إجراءات الحصول على براءة الاختراع بثلاث مراحل أساسية: الإيداع، الفحص والإصدار.

### 1- الإيداع

يتجلى الإيداع أو "إيداع طلب البراءة" في إلزامية تقديم طلب للمصالح المختصة لذلك بغرض الحصول على براءة الاختراع وهي أول خطوة أو إجراء أو مبادرة يقوم بها المخترع لإضفاء الحماية القانونية على اختراعه، وهذا عمال بنص المادة 20 من الأمر المتعلق ببراءات الاختراع التي أكدت بصيغة الوجوب على إلزامية تقديم طلب كتابي صريح من أجل الحصول على براءة الاختراع إلى المصلحة المختصة<sup>1</sup> والتي يقصد بها "المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية INAPI". ويتكفل بتقديم هذا الطلب المخترع نفسه إذا كان شخصا طبيعيا أو بوكيل منه أو من خلفه القانوني، أما إذا كان المخترع شخصا معنويا فيتم تقديم الطلب ممن يملك الصفة القانونية لتمثيله<sup>2</sup>.

### 2- الفحص

تتمثل هذه المرحلة في فحص الاختراع ذاته والتبين من مدى جدته وقابليته لاستغلال الصناعي أي الفحص هنا يكون من الناحية الموضوعية، إضافة إلى الفحص الدقيق لطلب البراءة والوثائق المرفقة به والفحص هنا يكون من الناحية الشكلية، فتهدف مرحلة الفحص هذه إلى التأكد من مدى صالحية الاختراع للحصول على البراءة شكالا وموضوعا<sup>3</sup>.

### 3- الإصدار

تعد هذه المرحلة الأخيرة وتتزامن مع الموافقة على منح براءة الاختراع لطالبتها، فإذا توفرت جميع الشروط المشار إليها الموضوعية عامة والشكلية خاصة، يباشر مدير المعهد الوطني

1- انظر المادة 20 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع.

2- علي محمد وفتاحي محمد، مرجع سابق، ص 5.

3- عسالي عبد الكريم، حماية الاختراعات في القانون الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية 2004-2005، ص 67.

الجزائري للملكية الصناعية بتسليم البراءات بحسب تاريخ إيداع الملفات، ويتم منح البراءة باسم صاحب الطلب أو وكيله أو ورثته، وعليه تسلم المصلحة المختصة لمقدم الطلب شهادة تثبت صحة الطلب تتمثل في " براءة اختراع" مفروقة بنسخة من وصف الاختراع والمطالب والرسومات المرفقة بعد التأكد من مطابقتها للأصل<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: كيفية حماية المنتج عن طريق براءة اختراع

تهدف القوانين الحديثة لحماية حقوق الملكية الصناعية عامة وحماية الحقوق الناتجة عن اكتساب براءة الاختراع خاصة على إحداث التوازن في العالقات الاقتصادية الراهنة التي تستدعي حماية الاختراعات وحقوقها الاستثنائية من جهة، ومن جهة أخرى عدم حرمان المجتمع من التمتع بما تأتيه هذه الاختراعات من تطور وتقدم صناعي وتكنولوجي وما تحققه المنتوجات الجديدة من رفاهية ورفق ورخاء للمستهلكين، مما يؤدي إلى تفعيل مقومات التنمية الاقتصادية الشاملة . هذا ما أدى بأغلب التشريعات إلى الاستعانة بآليات الحماية المعروفة في الفقه القانوني والتي تنقسم إلى نوعين: حماية مدنية وحماية جزائية.

### أولاً: طرق حماية براءة اختراع

الغاية من إنشاء نظام قانوني لحماية براءة الاختراع هي تنظيم المنافسة بشكل يضمن احترام الحقوق الممنوحة للمخترع، ومنع التعدي عليها من خلال الالتزام بالإطار القانوني الذي يحدد حدود استخدامها.

وان قانون الجزائري كرس نظام حماية مزدوجة تتمثل في المتابعة المدنية للمعتدي على هذه الحقوق متى سبب ضرراً لصاحبه، ومتابعة جزائية عندما يشكل ذلك التعدي جريمة يعاقب عليها القانون.

1- عسالي عبد الكريم، مرجع سابق، ص 115.

### أ- الحماية المدنية

تعتبر الحماية المدنية حق من الحقوق التي يتمتع بها مالك براءة الاختراع، فإذا وقع ضرر أدى إلى إعاقة الاستغلال الأمثل لحقوقه الاستثنائية منح له القانون الحق في رفع دعوى قضائية على أساس المنافسة غير المشروعة طبقاً للمادة 58 من الأمر المتضمن براءات الاختراع،<sup>1</sup> أو حتى طبقاً للقواعد العامة للقانون المدني ووفقاً لأحكام المادة 124 منه.

### ب- الحماية الجنائية

تشكل الحماية الجنائية أقصى حماية لبراءة الاختراع والحقوق التي تخولها لمالكها ويكون ذلك عندما يشكل الاعتداء عليها جريمة يعاقب عليها القانون، ولعل جريمة التقليد هي أكثر الجرائم المنتشرة والماسة ببراءة الاختراع بحيث أصبحت الأسواق الحالية تعج بالمنتجات المقلدة وأصبح المستهلك لا يفرق بين المنتج الأصلي والمقلد بل وقد يكون المنتج المقلد يضاهي الأصلي في السعر، هذا ما يعد إجحاف في حق صاحب البراءة ويعطيه الحق في متابعة المقلد جزائياً وهذا ما صرحت به المادة 61 من الأمر المتضمن براءات الاختراع.<sup>2</sup>

### ثانياً- آثار حماية براءة الاختراع

مع التسارع الكبير في وتيرة التقدم التكنولوجي والاقتصادي في السنوات الأخيرة، لم تعد براءة الاختراع مجرد وسيلة لحماية المنتجات الوطنية، بل تجاوزت ذلك لتصبح أداة استراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية، وتشجيع الابتكار، ودعم التوسع في الإنتاج والتصنيع. لذا، فإن حماية براءات

1- تنص المادة 58 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع على أن: " يعتبر مساساً بالحقوق الناجمة عن براءة الاختراع كل عمل من الأعمال المنصوص عليها في المادة 11 يتم بدون موافقة صاحب البراءة."

2- محمد علي فتاحي محمد، مرجع سابق، ص 12.

الاختراع ينبغي أن تُفهم على أنها ركيزة أساسية تسهم في دفع عجلة التنمية والنمو الاقتصادي، وليس فقط كوسيلة لحماية الحقوق الفكرية للمُخترعين

#### أ- أثر حماية براءة الاختراع على تحقيق التنمية الاقتصادية

فكرة حماية براءة الاختراع نابعة من مبدأ أخلاقي نبيل وهو نسب الفكر والإبداع لصاحبه، سواء كان فرداً أو مؤسسة، خاصة إذا تعلق الأمر بأعمال البحث والتطوير التي تدر أرباحاً طائلة على الاقتصاد الوطني، وبالتالي فإن جميع الدول الصناعية أو التي تسعى لتنمية صناعاتها تحرص أشد الحرص على إقامة نظام حمائي متين لبراءات الاختراع إدراكاً أتم الإدراك للآثار الإيجابية الهائلة الناجمة عن ذلك<sup>1</sup>.

#### ب- أثر حماية براءة الاختراع على دعم المنتج الوطني

فوجود نظام براءات اختراع فعال يشجع الروح الإبداعية لدى المنتجين ويزيد من ارتياحهم في نشر وتطبيق اختراعاتهم، كما يؤدي إلى منافسة نزيهة مشروعة هدفها زيادة جودة المنتج الوطني والتقليل من تكلفة إنتاجه وسعره، فحماية البراءة تؤدي بصاحبها إلى التشجيع لترويج وتسويق منتوجه الجديد والمخترع وتحمل مخاطر ذلك بما سيضمن تحصله في النهاية على عائدات استغلال اختراعه وإنتاجه وتسويقه وفقاً لنظام براءات الاختراع<sup>2</sup>.

ونستنتج أن حماية براءة اختراع أداة فعالة تمكن المؤسسات المنتجة من صون ابتكاراتها من أي انتهاك محتمل من قبل مؤسسات أخرى، مما يمنح منتجاتها نوعاً من الحصانة في مواجهة المنافسين. هذا الإجراء يسهم في الحفاظ على الحصة السوقية للمؤسسة ويعزز من موقع منتجاتها.

1- عمار طهرات، فعالية حماية حقوق الملكية الفكرية في الجزائر ودورها في تطوير بيئة الاستثمار الأجنبي المباشر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - قسم العلوم الاقتصادية - جامعة وهران، السنة الجامعية - 2012 2013، ص 28.

2- رحمانى أسماء، دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، السنة الجامعية 2008-2009، ص 87.

## المطلب الثاني: حماية المنتج الوطني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش

يعتبر قانون حماية المستهلك وقمع الغش أفضل مجال لحماية المنتج الوطني باعتبار أن المنتج نفسه هو محل عقد الاستهلاك، إذ يشترط في محل عقد الاستهلاك أن يكون موجودا وقت انعقاد العقد كونه يتعلق بالالتزام بالتسليم، وباعتبار أن محل عقد الاستهلاك هو المنتج الذي يكون على شكل سلعة أو خدمة، فوجوده ضروري أثناء انعقاد العقد كونه ركن أساسي من أركانه وإلا فإن العقد يصبح باطلا بطلانا مطلقا<sup>1</sup>.

يُعد تحقيق سلامة المنتج استجابة أساسية لتلبية المتطلبات المشروعة للمستهلك. وانطلاقاً من هذه الأهمية، سنتناول في الفرع الأول مضمون الالتزام بضمان السلامة، والمسؤولية التي تقع على عاتق المنتج لتحقيق هذا الهدف، إضافة إلى مختلف أنواع الرقابة المطبقة لضمان سلامة المنتج. ثم ننتقل في الفرع الثاني إلى استعراض الإجراءات الرقابية التي تقوم بها الهيئات المختصة، والصلاحيات الممنوحة لها لمراقبة مدى مطابقة المنتوجات المعروضة لمعايير السلامة، إلى جانب العقوبات التي تفرضها هذه الجهات في حال ثبوت عدم مطابقة أحد المنتوجات لشروط السلامة.

### الفرع الأول: إلزامية سلامة المنتج

يُعد الالتزام بسلامة المنتج التزاماً أصيلاً يقع حصرياً على عاتق المنتج، ويهدف بالدرجة الأولى إلى ضمان أمن وسلامة المستهلك. ويتطلب هذا الالتزام أن يكون المنتج خالياً من أية مخاطر قد تهدد صحة المستهلك أو سلامته، سواء أثناء استخدامه العادي أو في ظروف معقولة متوقعة. وبذلك، يُلزم المنتج بضمان وصول المنتج إلى المستهلك النهائي دون أن يُسبب له أي ضرر مباشر أو غير مباشر.

1- فيلالي على، الالتزامات مرجع السابق، ص 223.

والالتزام بالسلامة لا يمكن اعتباره التزام ببذل عناية فقط، وإنما يعتبره معظم الفقه التزم بتحقيق نتيجة، لهذا السبب يتعين إثبات مسؤولية المنتج فال يكفي إثبات الضرر الذي أصاب المستهلك وإنما يتعين إقامة الدليل على أن ذلك الضرر راجع لعيب في الصنع<sup>1</sup>. فالالتزام بالسلامة إذن "هو عبارة عن سيطرة فعلية على كل عناصر المنتج التي يمكن أن تسبب ضررا للمستهلك من السلعة أو الخدمة"<sup>2</sup>.

### أولاً: مسؤولية المنتج في تحقيق سلامة المنتج

تعتبر مسؤولية المنتج نمط جديد من أنماط المسؤولية مقارنة بتقسيمات المسؤولية التقليدية إلى عقدية وتقديرية، جاء هذا النوع الجديد من المسؤولية ضمن المادة 140 مكرر والتي تعتبر قفزة نوعية في نظام المسؤولية في القانون المدني الجزائري، إذ جاءت في إطار تعديل 2005 والتي تنص على: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر عالقة تعاقدية"<sup>3</sup>.

### ثانياً: الرقابة على سلامة المنتج

فتعرف الرقابة على أنها خضوع شيء معين لسلطة هيئة أو جهاز يحدده القانون من أجل البحث والتحري والكشف عن الحقائق وفقاً للقانون.

والرقابة عن سلامة المنتوجات قد تكون إجبارية خاصة في بعض المنتوجات الحساسة كالأدوية مثال تباشرها السلطات التابعة للدولة خدمة للمصلحة العامة، كما يمكن أن تكون الرقابة اختيارية يلجأ إليها المنتجون إضفاء المصادقية والثقة على منتوجاتهم قبل عرضها في السوق<sup>4</sup>.

1- عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2005 ص52.

2- مواقي بناني أحمد، "الالتزام بضمان السلامة المفهوم، (المضمون، أساس المسؤولية)"، مجلة الفكر، العدد العاشر، 2018، ص 417.

3- أنظر المادة 140 مكرر من القانون المدني.

4- سي يوسف زهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه للنشر والتوزيع 2009، ص174.

## الفرع الثاني: إجراءات الحماية من المنتجات المعيبة

وتتجلى هذه الإجراءات في ممارسة الرقابة من طرف المنتج نفسه ومن طرف الأشخاص المؤهلين لها الذي تطرقنا إليهم بالتفصيل، والذين خول لهم القانون اتخاذ التدابير الضرورية في حالة المنتجات المعيبة. فيمكن لأعوان قمع الغش بتعدد صفاتهم ومؤهلاتهم أن يقوموا بكافة التدابير التحفظية لضمان صحة وسلامة المستهلك<sup>1</sup>، كما يكون على المنتج تغطية العيوب الموجودة في منتوجه المعروض في السوق<sup>2</sup>.

وعلى هذا الأساس سنتطرق أولاً للحماية المدنية التي يقوم بها المنتج بنفسه والحماية الإدارية التي يقوم بها أعوان قمع الغش، ثم ننتقل إلى الحماية الجنائية بالتطرق لمختلف الجرائم التي تشكلها المنتجات المعيبة وكذا العقوبات المقررة لها.

### أولاً: الحماية المدنية والإدارية

تعد الحماية المدنية والإدارية أقل حماية يمكن أن توفرها الدولة للمنتج الوطني وللمستهلك على حد سواء، غير أن الحماية المدنية تكون عندما يربط المنتج والمستهلك عقد استهلاك، يلتزم المنتج بأداء الضمانات التي يفرضها القانون المدني في مجال عقود البيع باعتبار أن عقد الاستهلاك هو عقد بيع لسلعة أو خدمة في الأساس بحيث يرتب نفس آثاره القانونية<sup>3</sup>،

### أ- الإجراءات التي يقوم بها المنتج

نجد القواعد الخاصة بالضمان المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش وفي التنظيمات المنظمة له، قد سارت على نفس نهج الضمان المنصوص عليه في القواعد العامة بحيث تلزم المحترف مهما كانت صفته بإصلاح الضرر الذي يصيب الأشخاص والمالك بسبب العيب الموجود في منتوجه، كما يكون مسؤولاً عن العيوب الموجودة أثناء تسليم السلعة أو تأدية

1- انظر المادة 53 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

2- انظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

3- فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان- 2012، ص19.

الخدمة في إطار تنفيذ الضمان<sup>1</sup>. وعليه يلتزم المتدخل خلال فترة الضمان المحددة، في حالة ظهور عيب بتنفيذ الضمان تنفيذاً عينياً بالطرق الثلاث التالية لا غيرها: بإرجاع ثمن المنتج، باستبداله بمنتج آخر أو بتصليح المنتج نفسه، ويبطل كل شرط في عقد الاستهلاك يخالف الالتزام بالضمان القانوني<sup>2</sup>.

**1-الإصلاح :** يتجسد الإصلاح فعلياً بإزالة العطب الموجود في المنتج سواء في تصنيعه أو في تصميمه، فيتحمل بذلك المنتج مصاريف الإصلاح بما في ذلك قطع الغيار اللازمة لعودته إلى طبيعته الأصلية، إضافة إلى اليد العاملة اللازمة لذلك وكذا مصاريف النقل<sup>3</sup>.

**2-الاستبدال :** يتوجب على المنتج استبدال المنتج المعيب بآخر سليم إذا بلغ العيب درجة خطيرة تجعله غير صالح للاستعمال كلياً أو جزئياً رغم إصلاحه، ويكون ذلك في أجل أقصاه 30 يوم من تاريخ تصريح لمستهلك بوجود عيب<sup>4</sup>.

**3-إرجاع الثمن :** إذا تعذر على المنتج إصلاح المنتج المعيب أو استبداله، فإنه يجب عليه أن يرد ثمنه دون تأخير وفقاً للشروط التالية:

-يرد جزء من الثمن، إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً وفضل المستهلك الاحتفاظ به.

---

1- انظر المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، جريدة رسمية صادرة في 19 سبتمبر 1990، عدد 40، وكذا المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، جريدة رسمية صادرة في 02 أكتوبر 2013، عدد 49.

2- انظر المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، وكذا المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، وكذا المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

3- بودالي محمد، مرجع سابق، ص 374.

4- انظر المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، وكذا المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

-يرد الثمن كاملا، إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كليا، في هذه الحالة يرد له المستهلك المنتج المعيب<sup>1</sup>.

وفي حالة عدم الاتفاق بين المنتج والمستهلك، يكون أمام هذا الأخير دعويين قضائيتين الاسترجاع ثمن المنتج المعيب: دعوى الفسخ يتخلص بمقتضاها من المنتج المعيب ويسترجع ثمنه، ودعوى إنقاص الثمن يطلب بمقتضاه المستهلك إعادة التوازن بين المنتج المعيب وبين ثمنه أي المطالبة باسترجاع جزء من الثمن فقط مع الإبقاء على المنتج المعيب<sup>2</sup>.

### ب-الإجراءات التي تقوم بها الجهات المختصة

تمثل الإجراءات التي تقوم بها الجهات المختصة بمثابة حماية وقائية يجسدها أعوان الرقابة وذلك في ظل الدفاع عن المنتج الوطني الذي يفرضه الانفتاح الاقتصادي، وتبعاً لذلك، منحت السلطات الجزائرية صلاحيات واسعة لهؤلاء خاصة فيما يتعلق بالمنتجات الواردة عبر الحدود الوطنية فبإمكانهم حجز المنتج ومنع جمركته<sup>3</sup>.

**1-التدابير الإدارية المؤقتة :** تتمثل التدابير الإدارية المؤقتة في تلك التدابير التي تتخذ في مدة زمنية محدودة كحالة استثنائية وذلك في انتظار التأكد من سلامة المنتج المشكوك في سالمته بعد عرضه للتحاليل والاختبارات اللازمة، أو في حالة وجود خطر عابر يتعين توخي الحذر منه كأوبئة مثال، وتتجلى هذه التدابير في اتخاذ واحد من الإجراءات الثلاثة كما يلي:

-رفض الدخول المؤقت للمنتج المعيب او الدخول المشروط

1- انظر المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المرجع السابق.

2- قونان كهينة، الالتزام بالسالمة من أضرار المنتجات الخطيرة - دراسة مقارنة، - أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية 2016 - 2017، ص 77.

3- انظر المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

-السحب المؤقت للمنتج المعيب

-إيداع المنتج المعيب

-إعادة مطابقة المنتج المعيب.<sup>1</sup>

**2-التدابير الإدارية النهائية:** تتخذ التدابير الإدارية النهائية في حالة ثبوت عدم مطابقة وسالمة المنتج وعدم صلاحيته للاستهلاك، فتهدف هذه التدابير إلى التخلص من المنتج المعيب عندما تكون التحريات قد أسفرت على خطر المنتج على المستهلك، وتطبق هذه التدابير النهائية بصفة متعاقبة أي كلما استحال تطبيق تدبير نهائي يتم المرور للتدبير الموالي كما سيتم بيانه<sup>2</sup>.

-رفض الدخول النهائي للمنتج المعيب

-تغيير مقصد المنتج المعيب

-حجز المنتج المعيب

-إتلاف المنتج المعيب.<sup>3</sup>

**ثانيا: الحماية الجنائية**

تعد الحماية الجنائية أقصى أنواع الحماية وأشدّها سواء للمنتج الوطني أو للمستهلك، لذا تحرص الدولة على ضمان إطار حمائي أساسه الشريعة العامة الجنائية والتي هي قانون العقوبات إضافة إلى الحماية الخاصة التي جاء بها قانون حماية المستهلك وقمع الغش مع التنظيمات المنظمة له. ففكرة تجريم الأفعال الماسة بصحة وسالمة المستهلك والمؤثرة على استقرار الاقتصاد

---

1- انظر المادة 54 و59 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدلة والمتممة بموجب القانون 18-09 وكذا المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2005، الذي يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، جريدة رسمية صادرة في 11 ديسمبر 2005، عدد 8.

2- انظر المادة 56 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق

3- انظر المادة 61، 61، 61 مكرر و62 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدلة والمتممة بموجب القانون 18-09 السالف الذكر.

الوطني نابعة من مطلب جماهيري فرضه الرأي العام استنكارا لما أصبحت تشكله المنتوجات من خطر يهدد الصحة العمومية واستقرار وأمن المجتمع وكذا النظام العام للدولة<sup>1</sup>.

### أ- الجرائم المتعلقة بعدم سلامة المنتج

تتعدد الجرائم المتعلقة بعدم سلامة المنتج، غير أن ما يهمنا هو عدم خرق المنتج المعروض للاستهلاك للمواصفات القانونية المعتمدة وكذا عدم إحباط الرغبات المشروعة للمستهلك<sup>2</sup>، لهذا السبب تعد جرمي الغش والخداع أكثر الجرائم مساسا بالمنتوجات إثر وجود عيب فيها كما أن أكثر المشاكل التي تهدد صحة وسلامة المستهلك هي استهلاكه لمنتوجات مغشوشة أو فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات المطلوبة والتي كان ينتظرها عند استهلاكه للمنتوج<sup>3</sup>.

**1- جريمة الغش :** فيعرف الفقه جريمة الغش على أنها: "كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة أو خواص المواد المستعملة في صناعة المنتج أو في تركيبه أو التقليل من فائدتها أو بإدخال الجاني تغييرات عليها"، وال تهمة الوسيلة المستعملة والتي لجأ إليها الجاني الارتكاب فعلته، فقد يقوم باستبدال مادة ذات قيمة بمادة أخرى أقل منها قيمة وفعالية، أو بانقاص بعض المواد المهمة في تركيبة المنتج أو إضافة مادة أخرى لا فائدة منها لزيادة الكمية إضافة الماء للحليب مثال، وغير ذلك من الأفعال التي يلجأ إليها الغشاشون من أجل زيادة الربح غير المشروع، وقد يكون الغش بفعل يد الجاني كما أسلفنا، وقد يكون بفعل أسباب خارجية عن يد المنتج ولكن ناتجة عن تقصيره وإهماله كفساد المنتوجات لسوء حفظها وتخزينها<sup>4</sup>. وتتكون جريمة الغش على ركنين هوما ركن المادي و ركن المعنوي.

1- بودالي محمد، مرجع سابق، ص 434.

2- فتاك علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2007، ص 514.

3- بوديسة مصطفى، حماية المستهلك من أخطار المنتوجات الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1 السنة الجامعية 2014 - 2015، ص 75.

4- عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 66.

-**الركن المادي:** يتجسد في مجموعة من الأفعال التي يقوم بها المنتج أو المتدخل التي تتعلق بعرض منتوجات فاسدة للاستهلاك واستعمال مواد مغشوشة في تصنيع المنتوجات، هذه الأفعال ذكرتها المادة 431 المعدلة من قانون العقوبات<sup>1</sup>.

ونستنتج ان الركن المادي لجريمة الغش هو تلاعب في المنتوجات الغير الصالحة وتقديمها للاستهلاك او بيعها مع العلم انها مغشوشة وغير قابلة للاستهلاك.

-**الركن المعنوي:** إن جريمة الغش من الجرائم العمدية الوقتية التي يشترط فيها القصد الجنائي لقيامها، فال بد من علم المنتج أو المتدخل أن منتوجه معيب أو فاسد أو غير صالح للاستهلاك ومع ذلك تعمد عرضه للتداول والاستهلاك. فيتعين إذن توفر نية الغش وقت وقوع الفعل، إذ يعد المنتج مرتكبا لجريمة الغش منذ علمه بالعيب والفساد الذي يشوب منتوجه، فمع التطور التكنولوجي والعلمي الحديث من الصعب تصور جهل أي منتج أو محترف أو متدخل بحقيقة العيوب الموجودة في المنتوجات المروجة لتقدم التقنيات الكاشفة لكل عيب أو خلل<sup>2</sup>.

**2-جريمة الخداع:** هناك الكثير من يخلط بين جريمتي الغش والخداع نظرا للتقارب الشديد بينهما، ولإزالة اللبس يمكن القول إن جريمة الغش تقع عند التغيير في المنتج نفسه، بينما جريمة الخداع تكون في الوسائل المستعملة لتضليل المستهلك وتزييف الحقيقة دون المساس بطبيعة المنتج. فتتشابه جريمة الخداع إلى حد كبير مع جريمة النصب والاحتيال، فكالهما يقوم على استعمال مناورات تدليسيه للتأثير على إرادة الضحية، إلا أنهما يختلفان من حيث الهدف فالهدف من جريمة النصب والاحتيال هو الاستلاء على مال الغير، بينما الهدف من جريمة الخداع هو إبرام صفقة

1- انظر نص المادة 43 من قانون العقوبات المعدلة سنة 2015 إضافة إلى المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

2- عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 67.

تجارية لتحقيق أرباح ومكاسب غير مشروعة، فقد يكفي مجرد الكذب لتحقيق جريمة الخداع، بينما يطلب الأمر أكثر من ذلك لتحقيق جريمة النصب والاحتيال.

هناك الكثير من يخلط بين جريمتي الغش والخداع نظرا للتقارب الشديد بينهما، ولإزالة اللبس يمكن القول إن جريمة الغش تقع عند التغيير في المنتج نفسه، بينما جريمة الخداع تكون في الوسائل المستعملة لتضليل المستهلك وتزييف الحقيقة دون المساس بطبيعة المنتج. فتتشابه جريمة الخداع إلى حد كبير مع جريمة النصب والاحتيال، فكالهما يقوم على استعمال مناورات تدليسيه للتأثير على إرادة الضحية، إلا أنهما يختلفان من حيث الهدف فالهدف من جريمة النصب والاحتيال هو الاستلاء على مال الغير، بينما الهدف من جريمة الخداع هو إبرام صفقة.

تجارية لتحقيق أرباح ومكاسب غير مشروعة، فقد يكفي مجرد الكذب لتحقيق جريمة الخداع، بينما يطلب الأمر أكثر من ذلك لتحقيق جريمة النصب والاحتيال<sup>1</sup>. وجريمة الخداع تقوم على ركنين أساسيين هما ركن المادي وركن معنوي.

**-الركن المادي:** إن الركن المادي لجريمة الخداع يتمثل في الأفعال المادية التي تؤثر على إرادة المستهلك وتدفعه إلى اتخاذ قرار اقتناء المنتج إذ أنه يقع فريسة مجموعة من الخدع والمناورات قد تتعلق بطبيعة المنتج ومواصفاته الجوهرية، مصدره، كميته ومكوناته أو الآثار التي ستنتج عن استعماله. ولقد حددت المادة 429 المعدلة من قانون العقوبات الأشياء التي يقع عليها الخداع بدقة كطبيعة المنتج أو في صفاته الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لهذا المنتج، في نوع المنتج ومصدره وفي الكمية المسلمة أو في هويتها<sup>2</sup>.

1- بوديسة مصطفى، مرجع سابق، ص 73.

2- انظر نص المادة 429 من قانون العقوبات المعدلة سنة 2015 إضافة إلى المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم

-**الركن المعنوي:** تعتبر جريمة الخداع أيضا من الجرائم العمدية التي تتطلب توفر القصد الجنائي المتكون من العلم والإرادة، فعلى كل منتج أو متدخل التأكد من سلامة منتوجاته وصحة إعلاناته فمجرد وجود بيانات على المنتج من شأنها خلق لبس في ذهن المستهلك يكفي لإثبات وجود نية الخداع، كما تثبت أيضا عدم قيام المنتج بالرقابة اللازمة على منتوجاته والتي تقع على عاتقه وحده<sup>1</sup>.

---

1- بوديسة مصطفى، مرجع سابق، ص 76.

خاتمة

## خاتمة

أن دعم المنتج الوطني لا يمكن أن يتحقق بفعالية دون وجود إطار قانوني متكامل ومتوازن يُنظّم هذا الدعم ويضمن استمراريته. فالآليات القانونية، سواء كانت تشريعية أو تنظيمية أو رقابية، تمثل الدعامة الأساسية التي تركز عليها السياسات الاقتصادية الهادفة إلى تعزيز الإنتاج المحلي، حماية الصناعات الوطنية، وتحقيق الاكتفاء الذاتي. كما تساهم هذه الآليات في خلق بيئة تنافسية عادلة، تشجع على الابتكار وتحسين الجودة، مما يزيد من قدرة المنتج الوطني على الصمود في وجه المنافسة الأجنبية. وعليه، فإن تطوير هذه المنظومة القانونية وتكييفها مع المتغيرات الاقتصادية والتجارية أصبح ضرورة ملحة لتحقيق التنمية المستدامة ودعم الاقتصاد الوطني على المدى الطويل.

فالوصول إلى تصدير منتج جزائري مهما كانت الوجهة المستهدفة، يعني أنه أصبح يتمتع بجودة عالية تضاهي المنتجات المعروضة في الأسواق العالمية، هذا ما سيؤدي حتماً إلى رفع الأسعار لتغطية التكاليف الناتجة عن الجودة، لذا يجب العمل على التوفيق بين الحصول على الجودة المطلوبة وتغطية تكاليفها من أجل رفع القدرة التنافسية للمنتج الوطني. لذا سعت الجزائر إلى تحقيق الموازنة بين الجودة والسعر كون أن القوى الإنتاجية للدولة يجب أن تسير في نفس اتجاه الصرف والعملة الوطنية، فكلما زادت نسبة الإنتاج الوطني من حيث الكمية والنوعية يرتفع معها سعر المنتج الوطني في الأسواق الدولية وتزيد قيمته،

وبعد التطرق إلى مختلف الآليات القانونية لدعم المنتج الوطني وصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يعد تحسين تغليف المنتجات الجزائرية عاملاً جوهرياً في تعزيز جاذبيتها وزيادة قيمتها التسويقية، إذ لا يقتصر دور الغلاف على حماية المنتج من التلف، خاصة أثناء التصدير، بل يتعدى ذلك ليكون وسيلة فعّالة للتواصل مع المستهلك. فالتغليف الجذاب يعكس هوية المؤسسة المنتجة، ويوصل رسالتها بشكل بصري واضح، كما يساهم بشكل كبير في جذب الانتباه وخلق انطباع أولي إيجابي لدى الزبون، الأمر الذي يجعل منه عنصراً حاسماً في نجاح العملية التسويقية.

- أصبح من الضروري تكثيف الجهود في مجال الإشهار، خصوصاً عبر القنوات الفضائية الجزائرية التي شهدت نمواً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، نظراً لدورها الفعّال في الوصول إلى جمهور واسع. وقد أثبتت التجارب الدولية، خاصة في الدول الغربية، أن الإشهار يعد من أنجح الوسائل في الترويج للمنتجات على المستوى العالمي، مما يجعله أداة استراتيجية لا غنى عنها لدعم المنتج الوطني وتعزيز حضوره في الأسواق الداخلية والخارجية.

- إن منح الأفضلية للمنتج الوطني في الصفقات العمومية وفي الاستفادة من القروض الاستهلاكية يُعد من الآليات الفعّالة لتشجيع استهلاكه وتعزيز مكانته في السوق، حيث يمنحه هذا التمييز قدرة تنافسية أكبر في مواجهة المنتجات الأجنبية، ويدعم بذلك الاقتصاد المحلي من خلال تحفيز الطلب على الإنتاج الوطني.

- تقتضي حماية المنتج الوطني تعبئة جهود مختلف الهيئات والمؤسسات ذات الصلة ووضعها في خدمته، من خلال توفير جملة من التسهيلات والدعم المباشر للمنتجين المحليين، الأمر الذي يُعزز قدرتهم على تطوير منتجاتهم ومواجهة التحديات التي تفرضها المنافسة، سواء داخل السوق الوطنية أو في الأسواق الخارجية.

#### الاقتراحات:

- إعادة نظر في القوانين المنظمة للاقتصاد الوطني، تلك المرتبطة بالعلامات التجارية، والوسم، وحماية المستهلك، والمنافسة.

- إعداد استراتيجية تسويقية متطورة تُواكب المعايير المعتمدة في الدول الأجنبية، بهدف التأثير الإيجابي على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري، وتشجيع المؤسسات الوطنية على اعتماد خطط تسويقية فعّالة لتعزيز الترويج للمنتج المحلي.

- لمنظومة الجمركية بهدف جعلها أكثر شفافية ومرونة، باعتبارها عنصراً محورياً في عمليات الاستيراد والتصدير والمبادلات التجارية بشكل عام.

## قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

### 1- النصوص القانونية

أ- القوانين

- 1- القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس، جريدة رسمية صادرة في 20 جوان 2004، عدد 41.
- 2- القانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 لسنة 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46 لسنة 2010.
- 3- القانون رقم 04-17 المؤرخ في 16 فيفري 2017، جريدة رسمية صادرة في 19 فيفري 2017، عدد 11.
- 4- قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة الصادر عن وزارة المالية - المديرية العامة للضرائب - نشرة 2019.
- 5- قانون الرسم على رقم الأعمال، المديرية العامة للضرائب، نشرة 2019.
- 6- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جريدة رسمية صادرة في 08 مارس 2009، عدد 15.
- 7- القانون رقم 05-10 المؤرخ في 15 أوت 2010 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية صادرة في 18 أوت 2010، عدد 46، المعدل للأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 الصادر في الجريدة الرسمية عدد 43 المؤرخة في 20 يوليو المعدل والمتمم بالقانون 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، جريدة رسمية صادرة في 02 جويلية 2003، عدد 36.
- 8- القانون رقم 01-16 المؤرخ في 06 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري جريدة رسمية صادرة 07 مارس 2016، عدد 14.

9- القانون رقم 16-09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، جريدة رسمية صادرة في 03 أوت 2016، عدد 46.

10- القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018 الذي يعدل ويتم القانون 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية صادرة في 13 جوان 2018، عدد 35.

11- القانون رقم 20-16 المؤرخ في في 31 ديسمبر 2020، المتضمن قانون المالية لسنة 2021، جريدة رسمية عدد 83 لسنة 2020.

12- القانون رقم 79-07 المؤرخ في لقانون رقم 79-07 المؤرخ في 31 جويلية 1997 المتضمن قانون الجمارك الجزائري المعدل والمتمم بالقانون رقم 98-10 المؤرخ 22 أوت 1998، جريدة رسمية صادرة في 23 أوت 1998، عدد 61، المعدل والمتمم كذلك بموجب القانون 17 - 04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، جريدة رسمية صادرة في 19 فيفري 2017، عدد 11.

13- القانون رقم 88-25 المؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1408 الموافق لـ 12 يوليو سنة 1988، يتعلق بتوجيه الاستثمارات الاقتصادية الخاصة الوطنية، جريدة رسمية، عدد 28، 1988.

14- القانون رقم 90-03 المؤرخ في 08 سبتمبر 1990 المتعلق بشروط كيفية تحويل رؤوس الأموال إلى الجزائر لتمويل النشاطات الاقتصادية وإعادة تحويلها إلى الخارج ومداخلها، جريدة رسمية صادرة في 24 أكتوبر 1990، عدد 45، لسنة 1990.

15- القانون رقم 90-10 المؤرخ في 18 أفريل 1990، يتعلق بالنقد والقرض، جريدة رسمية الصادر بتاريخ 18 أبريل، 1990، عدد 16، لسنة 1990.

16- القانون رقم 90-36 المؤرخ في 31 ديسمبر 1990 يتضمن قانون المالية لسنة 1995، جريدة رسمية، عدد 57.

17- القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998، جريدة رسمية صادرة في 23 أوت 1998، عدد 61.

18-القانون رقم القانون رقم 16-14 المؤرخ في 28 ديسمبر 2016، المتضمن لقانون المالية لسنة 2017، ج ر عدد 77.

#### ب-الأوامر

1-الأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 لسنة 2003، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان، 2008، ج ر عدد 36 لسنة 2008.

2- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية صادرة في 23 جويلية 2003، عدد 44.

3-الأمر رقم 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع المؤرخ في 19 جويلية 2003، جريدة رسمية صادرة في 23 جويلية 2003، عدد 44.

4-الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10 في 20 جوان 2005، ج. ر عدد 44.

5-الأمر رقم 76-104 المؤرخ في 09 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الضرائب غير المباشرة المعدل والمتمم.

#### ج-المراسيم التنفيذية

1-المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المؤرخ في 16 سبتمبر 2005 المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، جريدة رسمية صادرة في 26 سبتمبر 2015، عدد 50.

2- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، جريدة رسمية صادرة في 11 ديسمبر 2005، عدد 80.

3- المرسوم التنفيذي رقم 13 - 327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، جريدة رسمية صادرة في 02 أكتوبر 2013، عدد 49.

- 4- مرسوم تنفيذي رقم 18- 65 المؤرخ في 13 فيفري 2018 تحدد كفاءات اقتطاع وإعادة دفع الرسم على الأطر المطاطية الجديدة المستوردة، جريدة رسمية عدد 10.
- 5- مرسوم تنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015 يتعلق بشروط وكفاءات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، جريدة رسمية عدد 24.
- 6- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01- 315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، جريدة رسمية صادرة في 31 جانفي 1990، عدد 05.
- 7- المرسوم التنفيذي رقم 90- 266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، جريدة رسمية صادرة في 19 سبتمبر 1990، عدد 40.

## ثانيا: قائمة المراجع

### 1- اللغة العربية

#### أ- الكتب:

- 1- براهيم الفقي، أسرار التسويق الاستراتيجي، إبداع للنشر والتوزيع، قلوب للإعلام والنشر، القاهرة، 2009.
- 2- أحسن بوسقيعة، المنازعات الجمركية، تصنيف الجرائم ومعاينتها-المتابعة والجزاء -، دار هومة، الجزائر، ط02، 2001.
- 3- أحمد عبد الموجود محمد عبد اللطيف، تحديات الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي "دراسة تحليلية"، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر 2010.
- 4- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن - دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2006.
- 5- حميد الطائي، بشير لعلاف، مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل، مكتبة اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

- 6- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات - دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 03، 2010.
- 7- خباية عبد الله وبلاطة مبارك، أساسيات في الاقتصاد العام، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر 2010.
- 8- دريد السامرائي، الاستثمار الأجنبي - المعوقات والضمانات القانونية - مركز دراسات الوحدة العربية، ط 01، بيروت 2006.
- 9- رضا خالصي، النظام الجزائري الحديث - جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، دار الهومة، ج 01، ط 03، 2012.
- 10- زكرياء عزام، عبد الباسط حسونة، مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط 2، 2009.
- 11- سمير خليل، إدارة الإنتاج والعمليات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن 2010.
- 12- سي يوسف زهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه للنشر والتوزيع 2009.
- 13- عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكري الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر 2005.
- 14- عادل عبد الفضيل عيد، الاحتياط ضد مخاطر الاستثمار في المصارف الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط 2001.
- 15- عبد الناصر نور، نائل حسن عدس، عليان الشريف، الضرائب ومحاسبتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، ط 02، 2003.
- 16- عجة الجيلالي، الكامل في القانون الجزائري لاستثمار - الأنشطة المادية وقطاع المحروقات، دار الخلدونية، الجزائر، 2000.

17- عمر مصطفى جبر اسماعيل، ضمانات الاستثمار في الفقه الإسلامي وتطبيقاتها المعاصرة، دار النفائس في الفقه الإسلامي وتطبيقاتها المعاصرة، دار النفائس، ط01، الأردن، 2010.

18- عيبوط محند وعلي، الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري، دار هومة، 2012.

19- فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان- 2012.

20- فتاك علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سالمة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2007 .

21- فيلاي علي، الالتزامات - النظرية العامة للعقد - موفم للنشر - الجزائر 2012.

22- قدور بن نافلة، نبيلة دحمان زناتي، دور الغلاف والتبيين للترويج للمنتجات وحماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك - دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين.

23- كاسر نصر منصور، الأسس النظرية والطرائق الكمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2009.

24- كريس هرمان، الاقتصاد المجنون - الرأسمالية والسوق اليوم- ترجمة مركز الدراسات الاشتراكية، دار النشر الكتب العربية، عمان، الأردن، 2017.

25- محمد سلطان حمو، أسس واستراتيجيات إدارة المنتج، دار الدراية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015.

26- محمد أحمد أبو سيد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، منشورات محمد علي بيضون، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان 2004.

27- مفيدة عيسى يحيى، المفاهيم الحديثة لإدارة الإنتاج والعمليات، نبلاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

28- محمد حافظ حجازي، التسويق، دار الوفاء، الإسكندرية، ط 01، 2005.

29- نصيب رجم، دراسة السوق، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.

30- نموشي أمال، مبادئ التسويق، دار هومه - الجزائر - 2011.

31- نيفين حسني شمت التسويق الدولي والإلكتروني، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010.

32- يسرية عبد الجليل، حقوق حاملي براءات الاختراع ونماذج المنفعة وفقا لقانون حماية الملكية الفكرية، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر 2005.

### ب- رسائل ومذكرات جامعية

#### - أطروحات دكتوراه

1- بوسنة جمال، النظام القانوني للاستثمارات الأجنبية المباشرة في الجزائر على ضوء اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، رسالة دكتوراه LMD ، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 01، 2016-2017.

2- تورشاد، نظام المعلومات وفعالية الجهاز المالي والمصرفي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران 02، محمد بن أحمد، 2014-2015.

3- حاجي كريمة، استراتيجية توقع العالمية في محيط تنافسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2015 -2016.

4- رماس محمد أمين، سياسة التسويق الدولي للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر في ظل التكنولوجيات الحديثة -دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر - أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، 2015-2016.

5- سلطانة كياهم، المسؤولية المدنية للبنك في تمليه لا قرض الاستهلاكي، أطروحة دكتوراه في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016 -2017.

6- عمار طهرات، فعالية حماية حقوق الملكية الفكرية في الجزائر ودورها في تطوير بيئة الاستثمار الأجنبي المباشر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم

الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، السنة الجامعية - 2012، 2013.

7- عبد اللاوي خديجة، النظام القانوني لاستثمار الأجنبي في الجزائر وفي فرنسا، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه في العلوم، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بالقايد تلمسان، 2017، 2018.

8- فرحات حمو، التنظيم التشريعي لحقوق الملكية الصناعية ودوره في التنمية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة وهران، السنة الجامعية 2011-2012.

9- قونان كهينة، الالتزام بالسالمة من أضرار المنتجات الخطيرة - دراسة مقارنة -، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية 2016 - 2017.

10- قدي عبد المجيد، إدارة الجودة الشاملة وتحقيق تنافسية المؤسسة في ظل التحولات الاقتصادية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، السنة الجامعية 2011-2010.

11- ماني عبد الحق، الحماية القانونية لالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر - بسكرة -، السنة الجامعية 2015 - 2016.

12- موهوبي كمال، البعد الاقتصادي للاتفاق الشراكة بين الجزائر والمجموعة الأوروبية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون - الجزائر - السنة الجامعية 2011-2012.

#### -مذكرات ماجستير

1- رحماني أسماء، دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، السنة الجامعية 2008 - 2009.

2- لعماري وليد، الحوافز والحوافز القانونية للاستثمار الأجنبي في الجزائر، مذكرة ماجستير في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 01، 2010-2011.

3- قزوت لامية، منافسة المنتج الأجنبي للمنتج الجزائري في ظل اقتصاد السوق، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر -1-، 2013-2014.

4- بوديسة مصطفى، حماية المستهلك من أخطار المنتجات الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية 2014 - 2015.

5- لعماري وليد، الحوافز والحوافز القانونية للاستثمار الأجنبي في الجزائر، مذكرة ماجستير في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 01، 2011-2010.

6- بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار التجاري، الكاذب أو المضلل، مذكرة تخرج ماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 02.

### ج-المقالات

1- سي يوسف زهية حورية، رقابة المنتجات المستوردة، آلية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغت، العدد، 11 جانفي 2017،

2- شريف هنية، "التحيات القانونية للعقد الإلكتروني"، حوليات جامعة الجزائر 1، الجزء الثاني، عدد 26 نوفمبر 2014.

3- عزوز وافية، "الجودة في المؤسسات الخدمية - مقارنة نظرية -"، حوليات جامعة الجزائر 1، الجزء الأول، العدد 27.

4- علي محمد وفتاحي محمد، " مفهوم براءة الاختراع وآليات حمايتها في التشريع الجزائري (دراسة مقارنة)"، مجلة الحقيقة، العدد 38، جامعة أدرار 2013.

5- موقاي بناني أحمد، " الالتزام بضمان السلامة (المفهوم، المضمون، أساس المسؤولية)" ،  
مجلة الفكر، العدد العاشر، 2018.

6- محمد السعيد محمد، "الاقتصاد الزراعي"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر 1953.

7- محمد بوطالعة، سليم بوكحيل، التوجيه نحو سياسة التحفيز الجبائي لتوسيع الوعاء الضريبي  
بالإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد 03، جوان 2015

## 2- باللغة الفرنسية

1- Dupay pierre-marie, Radi Yannick, le droit de l'exportation direct et indirect, en droit international des investissements et de l'arbitrage transnational, sous directions Leben Charles, A. Pédonne, Paris, 2015.

2- Jean calais, Auloy et Franck Steinmetz, Droit de la consommation, 6 émeéd, précis Dalloz, Paris, 2003.

## الفهرس

1.....	مقدمة:
4.....	الفصل الأول: ماهية المنتج الوطني
4.....	المبحث الأول: مفهوم المنتج الوطني
5.....	المطلب الأول: تعريف المنتج الوطني
9.....	الفرع الأول: تمييز مصطلح المنتج عن مصطلحات المشابهة له
11.....	الفرع الثاني: أنواع المنتج الوطني
16.....	المطلب الثاني: المقومات الأساسية للمنتج
17.....	الفرع الأول: عناصر شكلية
21.....	الفرع الثاني: عناصر الموضوعية
22.....	المبحث الثاني: تشجيع استهلاك المنتج الوطني
23.....	المطلب الأول: إستراتيجية التسويق لتشجيع استهلاك المنتج الوطني
23.....	الفرع الأول: التسويق كألية لدعم المنتج الوطني
27.....	الفرع الثاني: تأثير سلوك المستهلك الجزائري على المنتج الوطني
30.....	المطلب الثاني: أفضلية المنتج الوطني في الصفقات العمومية والقروض الاستهلاكية
30.....	الفرع الأول: أفضلية المنتج الوطني في مجال الصفقات العمومية
33.....	الفرع الثاني: أفضلية المنتج الوطني في مجال القروض استهلاكية
34.....	الفصل الثاني: الآليات القانونية لدعم المنتج الوطني
34.....	المبحث الأول: دور السياسة الاستثمارية وضريبية في ترقية منتج الوطني
34.....	المطلب الأول: تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر وأثره في ترقية المنتج الوطني
36.....	الفرع الأول: إصلاحات قوانين استثمار في الجزائر
38.....	الفرع الثاني: آليات دعم المنتج الوطني من خلال استقطاب رؤوس أموال الأجنبية
42.....	المطلب الثاني: دور السياسة الضريبية في ترقية المنتج الوطني

43.....	الفرع الأول: السياسة الضريبية وأثر القيود الضريبية على الواردات في ترقية المنتج الوطني
47.....	الفرع الثاني: الامتيازات الضريبية على الصادرات الوطنية
50.....	المبحث الثاني: حماية الخاصة المقررة للمنتج الوطني
51.....	المطلب الأول: براءات الاختراع كآلية لحماية المنتج الوطني
52.....	الفرع الأول: اكتساب المنتج الوطني لبراءة الاختراع
57.....	الفرع الثاني: كيفية حماية المنتج عن طريق براءة اختراع
60.....	المطلب الثاني: حماية المنتج الوطني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش
60.....	الفرع الأول: إلزامية سلامة المنتج
62.....	الفرع الثاني: إجراءات الحماية من المنتجات المعيبة
4.....	خاتمة
4.....	قائمة المصادر والمراجع

## الملخص:

تُعد الآليات القانونية من أهم الوسائل التي تعتمد عليها الدول لدعم المنتج الوطني وتعزيز مكانته في السوق المحلي والدولي، وذلك من خلال سنّ تشريعات تُحفّز الاستثمار والإنتاج المحلي، مثل الإعفاءات الضريبية وتسهيلات الاستيراد للمواد الأولية، إلى جانب فرض رسوم جمركية على المنتجات الأجنبية لحماية الصناعة الوطنية. كما تشمل هذه الآليات إعطاء الأفضلية للمنتج المحلي في الصفقات العمومية، وتشجيع المستهلك على اقتنائه عبر وضع علامات الجودة و"صنع في الوطن". وتُسهم قوانين دعم البحث العلمي وحماية الملكية الفكرية في تطوير المنتجات المحلية ورفع تنافسيتها. ورغم فعالية هذه التدابير، إلا أنها تواجه تحديات في التطبيق والمراقبة، ما يستدعي تفعيلها بفعالية لضمان تحقيق التنمية الاقتصادية وتعزيز الاستقلالية الإنتاجية.

## Abstract:

Legal mechanisms are among the most important tools adopted by countries to support national products and strengthen their position in both local and international markets. These mechanisms include enacting laws that encourage local investment and production, such as tax exemptions and import facilitation for raw materials, in addition to imposing tariffs on foreign products to protect domestic industries. They also involve giving priority to national products in public procurement and promoting their consumption through quality labels and "Made in [Country]" tags. Furthermore, legislation that supports scientific research and protects intellectual property contributes to the development and competitiveness of local products. Despite their effectiveness, these measures often face challenges in implementation and oversight, highlighting the need for stronger enforcement to ensure economic development and production self-sufficiency.