

# دور الوسائل غير الاعتيادية في حماية المستهلك

الدكتورة

**فاطمة جلال عبد الله**

مدرس القانون المدني

كلية الحقوق، جامعة عين شمس - مصر



## دور الوسائل غير الاعتيادية في حماية المستهلك

فاطمة جلال عبد الله

قسم القانون المدني، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.

البريد الإلكتروني: Dr.Fatmagalal.law@law.asu.edu.eg

### ملخص البحث:

علي الرغم من حرص المشرع على وضع قواعد تحمي المستهلك غير المهني في تعاملاته مع المنتجين والمصنعين المهنيين، والتي تتضمن الكثير من الضمانات في قانون حماية المستهلك. إلا أنه يعيها أن العبء الرئيسي للدفاع عن هذه الضمانات يقع على المستهلك، الذي قرر القانون هذه الحماية أصلاً لضعفه، وإن دعمه في ذلك جزئياً جهاز حماية المستهلك المصري.

كما أن قدرة المستهلك قد تخلو من القدر المطلوب من الكفاءة في دفاعه عن حقوقه، خاصة، أن كان الإضرار بالمستهلك يرجع إلى مرحلة سابقة على مرحلة تعامله على السلعة أو الخدمة مثل ارتفاع الأسعار الناتج عن احتكار أحد المنتجين لتصنيع هذه السلعة، أو كانت العلامات التجارية للسلعة أو الخدمة التي يسعى المستهلك إلى استهلاكها مشابهة لعلامات أخرى بشكل يصعب معه تمييزها عن بعضها البعض.

لذا اتجهت الأنظار مؤخراً إلى نشر الوعي بأهمية الحماية التي توفرها القوانين الأخرى للمستهلك، باعتبارها وسائل غير اعتيادية لتدعيم هذه الحماية. وعلى رأس هذه القوانين قانون حماية حقوق الملكية الفكرية وكذلك قانون حماية المنافسة.

فحماية المستهلك ليست الهدف الأساسي من الحماية التي تضيفها هذه القوانين، فالأول يهدف إلى حماية أصحاب حقوق الملكية الفكرية، بينما يهدف الثاني إلى توفير حماية للمتنافسين خاصة صغارهم، أي حماية المنافسة الحرة في المجتمع. إلا أن هذه القوانين في ذات الوقت تقدم حماية عارضة للمستهلك في بعض الجوانب، التي تضيفي فيها حماية علي المستهلك تفوق ما يقدمه قانون حماية المستهلك ذاته.

خاصة مع السلطات الخاصة الممنوحة لبعض القائمين علي تنفيذها كجهاز حماية المنافسة الذي يملك إبطال الاتفاقات المخالفة و الإحالة إلي المحاكمة وغيرها من السلطات الحاسمة، و التي لا

يملكها جهاز حماية المستهلك، بحيث يكون أكثر فاعلية للمستهلك أن يلجأ مباشرة لجهاز حماية المنافسة، بدلاً من جهاز حماية المستهلك.

كذلك إذا شكّل سبب الإضرار بالمستهلك اعتداءً علي أحد حقوق الملكية الفكرية، فإن ملاحقة المعتدي في هذه الحالة لا تقتصر علي المستهلك المضرور وعلى جهاز حماية المستهلك، بل يضاف إليهم، الأجهزة المعنية برقابة حقوق الملكية الفكرية، وكذلك أصحاب حقوق الملكية الفكرية المحمية كأصحاب براءات الاختراع والعلامات التجارية المعتدي عليها، وهؤلاء عادة ما ينتموا للمجتمع المهني أي لمجتمع المصنعين والمنتجين الأكثر قوة وخبرة وقدرة في الدفاع عن حقوقهم من المستهلك الفرد.

**الكلمات المفتاحية:** المستهلك، حقوق الملكية الفكرية، حماية المنافسة، العلامات التجارية، المؤشرات الجغرافية.

## The role unusual means in consumer protection

Fatma Galal Abdullah

Department of civil law, Faculty of Law, Ain Shams University, Cairo, Egypt.

E-mail: Dr.Fatmagalal.law@law.asu.edu.eg

### Abstract:

Despite the legislator set rules that protect the non-professional consumer in his dealings with professional producers and manufacturers, and despite the importance of these guarantees mentioned in the Consumer Protection Law. However, it is defected by the fact that the main burden of defending these guarantees falls on the consumer, who the protective law was originally enacted, because of his weakness, although partially supported in this by the Egyptian Consumer Protection Agency.

Also, the ability of the consumer may lack the required efficiency in defending his rights, especially if the harm is related to a stage prior to the stage of his dealing in the needed commodity or service, such as the high prices resulting from the monopoly acts by one of the producers or manufacturers of this commodity, or imitation of products holding protected trademarks of the commodity Or the service that the consumer seeks to consume in a way make it so difficult to distinguish them from each other.

Therefore, attention has recently turned to spreading awareness of the importance of protection provided by other laws to the consumer, and on top of these laws is the Law on the Protection of Intellectual Property Rights as well as the Law on the Protection of Competition. So that the defense of consumer protection is not limited to him and the consumer protection agency, but added to them, on the one hand, the agencies concerned with the control of intellectual property rights, as well as the owners of protected intellectual property rights such as the owners of infringed patents and trademarks, and these usually belong to the professional community i.e. The community of manufacturers and producers. Accordingly, there are more powerful, experienced and able to defend their rights from than individual consumer.

In addition to them, on the other hand, the Competition Protection Authority, and its intervention to invalidate the prohibited agreements and criminal referral helps in strengthening the efforts of the Competition Protection Authority in defending basic consumer rights, namely the right to a fair price and the right to free choice.

**Keywords:** Consumer, Intellectual Property Rights, Protection Of Competition, Trademarks, Geographical Indications.

### المقدمة

لطالما حرص المشرع سواء على المستوى الوطني أو الدولي على وضع قواعد تحكم علاقة المستهلك غير المهني وتعاملاته مع المنتجين والمصنعين المهنيين، وذلك لمظنه ضعف هذا المستهلك أمام المهني الذي يفترض فيه أنه أكثر مهارة ووعيا وقوة.<sup>(١)</sup>

والشائع أن حماية المستهلك حماية تستمد مباشرة من تطبيق الضمانات التي توفرها قواعد قانون حماية المستهلك، وفي حاله انتهاك هذه الضمانات، يقع على المستهلك، الذي قرر القانون هذه الحماية أصلا بسبب ضعفه، العبء الرئيسي لمنع الاعتداء على حقوقه وإن دعمه في ذلك، جزئيا جهاز حماية المستهلك المصري.

إلا أن قدرة المستهلك قد تخلو من القدر المطلوب من الكفاءة في دفاعه عن حقوقه، خاصة، إن كان الإضرار بالمستهلك يرجع إلى مرحلة سابقة على مرحلة تعامله على السلعة أو الخدمة مثل ارتفاع الأسعار الناتج عن احتكار أحد المنتجين لتصنيع هذه السلعة، أو كانت العلامات التجارية للسلعة أو الخدمة التي يسعى المستهلك إلى استهلاكها متشابهة مع علامات أخرى بشكل يصعب معه تمييزها عن بعضها البعض.

لذا اتجهت الأنظار مؤخرا إلى نشر الوعي بأهمية الحماية التي توفرها القوانين الأخرى للمستهلك، باعتبارها وسائل غير اعتيادية لحماية المستهلك. وعلى رأس هذه القوانين قانون حماية حقوق الملكية الفكرية وكذلك قانون حماية المنافسة.

فحماية المستهلك ليست الهدف الأساسي من الحماية التي تضمنها هذه القوانين، فالأول يهدف إلى حماية أصحاب حقوق الملكية الفكرية، بينما يهدف الثاني إلى توفير حماية للمتنافسين خاصة صغارهم، من الأضرار التي قد تصيبهم من الممارسات الاحتكارية الضارة التي يمارسها كبار المنافسين لهم، والتي تنتهي في الغالب بخروج هذه الشركات الصغيرة من السوق، مما يؤدي في النهاية إلى الإضرار بالاقتصاد القومي فهذه القوانين الأساسية هو حماية المنافسة الحرة في المجتمع. إلا أن هذه القوانين في ذات الوقت تقدم حماية عارضة للمستهلك في بعض الجوانب، التي تضمني فيها حماية للمستهلك تفوق ما يقدمه له، قانون حماية المستهلك.

(١) منى بنت موسى على الحماية المدنية للمستهلك في المرحلة السابقة على العقد ٢٠٠٨، ص ١٦.

ففي إطار حرص المشرع على حماية حقوق الملكية الفكرية وضمن الحماية لأصحاب براءات الاختراع، المؤشرات الجغرافية، والتصميمات وغيرها من الحقوق المحمية، قدم قانون حماية حقوق الملكية الفكرية حماية إضافية للمستهلك تتمثل في منع المنتجات المقلدة أو المزورة أو تلك التي تحمل بيانات مضللة، أو بيانات توحي بوجود حق ملكية فكرية محمي على خلاف الواقع. هذه الحماية وإن وجدت جزئياً، في قواعد حماية المستهلك إلا أن وجودها في قانون الملكية الفكرية، يضاعف الجهات القائمة على تطبيق هذه الحماية فلا يقتصر الدفاع ضدها على المستهلك الفرد، وجهاز حماية المستهلك، بل يضاف إليهم الأجهزة المعنية برقابة حقوق الملكية الفكرية، وكذلك أصحاب حقوق الملكية الفكرية المحمية كأصحاب براءات الاختراع والعلامات التجارية المعتدي عليها، وهؤلاء عادة ما ينتموا للمجتمع المهني أي لمجتمع المصنعين والمنتجين الأكثر قوة وخبرة وقدرة في الدفاع عن حقوقهم من المستهلك الفرد.

وتجدر الإشارة أيضاً أن هذا الدور الداعم متبادل، فكما سنري يمكن تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية من خلال جهاز حماية المستهلك، والمستهلك الفرد ذاته.

كذلك فإن قواعد حماية المنافسة الحرة بالإضافة إلى دورها في توفير مناخ سهل قيام المشروعات الصغيرة والحفاظ على المشروعات القائمة، تخدم المستهلكين تماماً كما تخدم صغار المتنافسين حيث يساهم هذا القانون، في تشجيع المنتجين لتوفير أفضل المنتجات بأقل الأسعار، وحظر الممارسات الاحتكارية التي تتضمن التمييز السعري والاتفاقيات السرية والاجبار على الالتزامات غير المرتبطة... الخ.

كذلك فإن السلطة الواسعة لجهاز حماية المنافسة وما يملكه من التدخل لأبطال الاتفاقات المحظورة والإحالة الجنائية يساعد في تدعيم مجهودات جهاز حماية المنافسة في الدفاع عن حقوق المستهلك الأساسية كالحق في السعر العادل، والحق في الاختيار الحر.

### مشكلة البحث

علي الرغم من الأثر الهام لكل من قانوني حماية حقوق الملكية الفكرية وحماية المنافسة السابق ايضاحه، إلا اننا نجد تجاهل عربي للكتابات الفقهية في هذا الشأن أدى لندرتها. مما يؤثر علي الحماية المقدمة للمستهلك، فلا المستهلك يعلم بإمكانية استغلاله للضمانات التي تقدمها القوانين الأخرى



فيتقدم بشكواه إلي الأجهزة المختصة عنها، ولا نري ترابطا قويا بين الأجهزة الرقابية المكلفة بتطبيق هذه، رغم اشتراكها في العديد من مواطن الحماية.

وذلك على العكس من الكتابات الغربية التي ركزت علي أثر هذه القوانين في حماية المستهلك، فنجد الكتابات الأمريكية تقرر بأنه علي الرغم من تعدد الأدوار التي يلعبها قانون منع الممارسات الاحتكارية إلا أن أهمها هو حماية المستهلك و صغار المنافسين.<sup>(١)</sup> ذلك أن الأثر الضار للممارسات الاحتكارية لا يقتصر على الاقتصاد القومي، بل أن الإضرار بالاقتصاد القومي يعد أثرا غير مباشر لهذه الممارسات. ويكمن الأثر المباشر لها في الإضرار بالأشخاص المنافسة وكذلك المستهلكين.

وقد توصل البعض إلي ذلك عن طريق تحليل أحكام القضاء الأمريكي *collecting and analyzing recent cases*<sup>(٢)</sup> وما استقرت عليه المحكمة العليا الأمريكية بأن قانون شرمان وهو أول القوانين الأمريكية لمنع الممارسات الاحتكارية، ما هو طريقة لحماية المستهلك “*consumer welfare prescription*”<sup>(٣)</sup> وذلك في قضية *Reiter v. Sonotone Corp.*

كما أشار تقرير وزارة العدل الأمريكية *department of justice* كلا من الدعاوي المدنية التي ترفعها لجنة التجارة الفيدرالية وكذلك دعوي الأفراد هما وسيلتين فعاليتين لكلا من حماية المنافسة وحماية المستهلك من اضرار الممارسات الاحتكارية.<sup>(٤)</sup> وتحققان ما يمكن تسميته بالردع الأمثل *optimal deterrence*<sup>(٥)</sup>.

---

(١) John B. Kirkwood, The Essence of Antitrust: Protecting Consumers and Small Suppliers from Anticompetitive Conduct, *Fordham Law Review*, 2013, Volume 81 Issue 5, p. 2425 .

(٢) John B. Kirkwood & Robert H. Lande, The Fundamental Goal of Antitrust: Protecting Consumers, Not Increasing Efficiency, *84 NOTRE DAME Law Review*, 2008, 191.

(٣) *Reiter v. Sonotone Corp.*, 442 US 330 - 1979 - Supreme Court.

(٤) Antitrust Enforcement and the Consumer, a report prepared by the U.S. Department of Justice Washington, DC, p.4.

(٥) C.Douglas Floyd, Antitrust Victims without Antitrust Remedies, *Minnesota Law Review*, 1997, p.5

واخيرا حرصت منظمة حماية حقوق الملكية الفكرية WIPO على إيضاح الدور الفعال لقواعد حماية الملكية الفكرية وبخاصة الملكية الصناعية في حماية المستهلك وإعداد إصدارات بحثية حول هذا الدور، حيث أكدت دور قواعد حماية الملكية الفكرية الصناعية في حماية المستهلك the role on industrial property rights in the protection of consumers<sup>(١)</sup>.

وتقدم هذه الدراسة محاولة لإيضاح أثر قواعد حماية الملكية الفكرية علي حماية حقوق المستهلك و منع تعرضه للمنتجات رديئة الجودة و عالية السعر، وكذلك محاولة مناقشة اثر التصرف الضار بالمنافسة علي حقوق المستهلك باعتباره المتحمل النهائي للعديد من أضرار الممارسات الاحتكارية التي تمرر له "damage" "passing on" حيث يكون المستهلك هو المتلقي النهائي لهذا الضرر عبر سلسلة التوزيع supply chain<sup>(٢)</sup>.

### تقسيم البحث:

نحاول في هذا البحث دراسة الوسائل غير الاعتيادية لحماية المستهلك حيث نخصص الجزء الأول من البحث لدراسة ماهية هذه الوسائل وكذلك أسباب الاهتمام بهذه الوسائل واتساع مفهوم المستهلك المحمي بواسطتها. بينما نتناول في الجزء الثاني دور قواعد حماية حقوق الملكية الفكرية في حماية حقوق المستهلك. واخيرا نتناول في الجزء الثالث دور قواعد حماية المنافسة في حماية حقوق المستهلك. وعلي ذلك يمكن تقسيم البحث على النحو التالي:

الفصل الأول: الحاجة للوسائل غير الاعتيادية لحماية المستهلك.

الفصل الثاني: دور الملكية الفكرية في حماية المستهلك.

الفصل الثالث: دور حماية المنافسة في حفظ حقوق المستهلك الأساسية.

---

(١) WIPO, the role on industrial property rights in the protection of consumers, WIPO Publications, 1983.

(٢) mily Clark, Mat Hughes and David Wirth, Study on the conditions of claims for damages in case of infringement of EC competition rules, August 2004, p.4.

(٣) COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER, Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 19.12.2005, COM (2005) 672 final, p7,8.

## الفصل الأول:

### الحاجة للوسائل غير الاعتيادية لحماية المستهلك

عند الحديث عن حماية المستهلك فإن التركيز يكون على الضمانات التي وفرها له قانون حماية المستهلك، إلا أنه عادة ما تكون هذه الحماية ضعيفة الفاعلية لسببين الأول أن القائم الأول علي الدفاع عن أي اعتداء على هذه الضمانات هو المستهلك، والذي وضعت أصلا لحمايته من ضعفه، في تعامله مع المهني المحترف. والثاني أن الاضرار بالمستهلك قد يرجع إلى مرحلة سابقة على مرحلة تعامله على السلعة أو الخدمة مثل ارتفاع الأسعار الناتج عن احتكار أحد المنتجين لتصنيع هذه السلعة، أو كانت المنتجات الرديئة التي تحمل تقليدا أو تزوير العلامة تجارية محمية.

وسوف نتناول فيما يلي أنواع الوسائل غير الاعتيادية التي توفر ضمانات إضافية لحماية المستهلك وفاعليه دورها. وأخيرا نتناول اتساع مفهوم المستهلك المحمي بالوسائل غير الاعتيادية. وعلي ذلك يمكن تقسيم هذا الفصل على النحو التالي:

المبحث الأول: ضمانات حماية المستهلك.

المبحث الثاني: اختلاف مفهوم المستهلك المحمي.

## المبحث الأول:

### ضمانات حماية المستهلك

سوف نخصص هذا المبحث لمناقشة كلا من الوسائل غير الاعتيادية التي توفر ضمانات إضافية لحماية المستهلك وكذلك ناقش فاعلية دور المستهلك في تفعيل الضمانات القانونية، مقارنة بالقائمين على تفعيل الضمانات غير الاعتيادية والتي توفر أيضا حماية للمستهلك سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وعلي ذلك يمكن تقسيم هذا المبحث على النحو التالي:

المطلب الأول: وسائل الحماية غير الاعتيادية للمستهلك.

المطلب الثاني: فاعلية دور المستهلك في تفعيل الضمانات القانونية.

**المطلب الأول:****وسائل الحماية غير الاعتيادية للمستهلك**

الحقيقة أنه من الملموس في الواقع العملي عدم الفاعلية الكاملة لقواعد قانون حماية المستهلك، فهذه القواعد، تحتاج إلي كافة الوسائل التي تدعمها علي أرض الواقع سواء كانت هذه الوسائل وقائية تمنع الاعتداء علي حق المستهلك قبل تعرضه للتعامل، أو كانت وسائل علاجية تكفل معاقبة المخطف و تعويض المستهلك المضرور. ففي دراسة مدي اقتناع المستهلكين بالحماية المقدمة لهم من قانون حماية المستهلك، ذهب أكثر من ٩٢٪ من المستهلكين المستقضي رأيهم إلى أن الحماية المقدمة للمستهلك بواسطة قانون حماية المستهلك هي حماية غير كافية بينما قررت نسبة من ٧٪ فقط منهم أن الحماية كافية.<sup>(١)</sup>

ويمكن تقسيم الوسائل غير الاعتيادية لحماية المستهلك لجزئين: الأول هو حماية قواعد الملكية الفكرية للمستهلك والثاني حماية قواعد منع الممارسات الاحتكارية للمستهلك. وعلي ذلك ينقسم هذا المطلب إلي فرعين علي النحو التالي:

الفرع الأول: دور قانون حماية الملكية الفكرية في حماية المستهلك.

الفرع الثاني: دور قانون منع الممارسات الاحتكارية في حماية المستهلك.

**الفرع الأول:****دور قانون حماية الملكية الفكرية في حماية المستهلك.**

تهدف قواعد حماية حقوق الملكية الفكرية، إلى حماية مبدعي الأشكال المختلفة من المنتجات الذهنية، بشكل رئيسي. كمنع الاعتداء علي براءات الاختراعات وبراءات نماذج المنفعة، والعلامات التجارية وكذلك المؤشرات الجغرافية، وبالتالي فإنها لا تهدف إلى حماية المستهلك بصورة مباشرة وأساسية. إلا أن هذه الحماية تؤدي إلى منع الأضرار بحقوق المستهلك، بصورة أكثر فاعلية، ومن ذلك ما يلي:

أولاً: ما تملكه الدولة، ممثلة في مكتب براءات الاختراع في الترخيص الاجباري لبعض براءات الاختراع المتصلة ببعض المنتجات الضرورية للمستهلك، وذلك سواء لتعسف صاحب براءة الاختراع،

(١) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حمايه المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجاربه،

أو لوجود نقص كمي، أو نقص جودة وارتفاع أسعار هذه المنتجات، وعلى رأس هذه المنتجات الأدوية الضرورية. والتركيز على استخدام الترخيص كوسيلة لحماية المستهلك أكثر من التركيز على نتائج الترخيص الإجباري الاقتصادية يجعل منه أحد أهم وسائل تحكم الدولة في السوق.<sup>(١)</sup>

ثانياً: وإن كان الهدف الأساسي هو حماية حقوق الملكية الفكرية، إلا أن المشرع قد نظم في هذا القانون حظر البيانات التجارية المضللة ولو لم تكن متصلة بشكل مباشر باعتداء على أحد حقوق الملكية الفكرية المحمية مثل اسم المنتج أو المصنع وعناصر المنتج. ويوفر هذا الحظر دور رقابي مزدوج من جانب جهاز حماية المنافسة بالإضافة للأجهزة القائمة على تنفيذ قانون حماية الملكية الفكرية وهو ما يحقق وبلا شك مصلحة المستهلك بصورة أفضل.

ثالثاً: تكفل قواعد الملكية الفكرية حماية وقائية للمستهلك من المنتجات المقلدة أو المضللة والتي لا يقتصر ضررها على عدم الحصول على الجودة المناسبة، بل قد يصل إلى حد الأضرار الصحي بالمستهلك وأن يلقي حتفه وذلك على النحو التالي:

- فمنع تقليد المنتجات، وما يصاحبه ذلك من تدني جودة المنتجات المقلدة، يؤثر على ما يحصل عليه المستهلك من منتج متناسب الجودة مع ما يدفعه المستهلك.
  - كذلك فإن منع ادعاء الحصول على براءة اختراع، بإثبات ذلك على المنتج بالمخالفة للحقيقة يمنع التأثير المضلل على المستهلك أثناء الاختيار والمفاضلة بين البدائل المتنوعة للمنتجات والخدمات محل التعامل.
  - كما أنه بلا شك يؤدي استخدام العلامات التجارية المضللة، وأن لم تكن كاذبة إلى التأثير السلبي على المستهلك، وبالتالي حصول علي قائدة أقل من المتوقع فمن يشتري منتج اعتماداً على علامته التجارية غالباً ما يكون ولائه لشراء هذا المنتج نابع من جودته مقارنة بسعر المنتج.
- فيتم تضليل المستهلك بهدف شراء ذات المنتج بوضع ماركة تختلط بعلامة تجارية محمية، ولكنها صيغت بصورة تدفع المستهلك غير المهني إلى اتخاذ قرار خاطئ بشراء هذا المنتج.

---

(١) ولا نقصد بذلك تجاهل الدولة للمصلحة الاقتصادية للمنتجين والمصنعين وأصحاب براءات الاختراع الآخرين بل يجب أن توازن الدولة بين المصالح المعبرة، قبل اتخاذها لاي قرار.

• وأخيرا فإن ما ينطبق على تضليل المستهلك في حالة العلامة التجارية المضللة ينطبق عليه في حالة المؤشر الجغرافي المضلل. فعلي سبيل المثال لو ان أسعار الكيلو من السمن المتاح لجمهور المستهلكين ٥٠ جنيها للكيلو. فإن السمن الهولندي وما يحمله من جودة ومذاق متميز يستدعي بيعه بثلاثة أو أربعة أضعاف هذا المبلغ وقد أصبح ارتباط السمن بهولندا كبلد منشأ أحد المؤشرات الجغرافية التي يعتمد عليها المستهلك للتمييز بين السمن متوسط الجودة والسمن الأكثر تميزا. وبالتالي فإن الإشارة على علبه المنتج بأن السمن المباع هو السمن الهولندي نسبة إلى اسم الشركة المصنعة " الهولندي " يحمل قدرا من تضليل المستهلك ودفعه إلى اتخاذ قرار خاطئ بشراء منتج متوسط الجودة بأضعاف سعره باعتباره هولنديا.

وبالتالي فإن قواعد قانون حماية حقوق الملكية الفكرية وأن لم تهدف مباشرة - في معظم قواعدها - إلى حماية المستهلك، إلا أنها تقوم بدورها في تدعيم حقه باتخاذ القرار الصحيح قبل الاقدام علي الحصول علي المنتج او الخدمة.

والحقيقة أن حماية المستهلك من التزييف والتقليد تعد من أهم الأدوات التي يتمني المستهلك توفيرها من قبل الدولة ففي دراسة لتوضيح أهم الحقوق التي يتطلع المستهلكين إلى توفيرها ذهبت نسبة ١٥ ٪ من العينة من المستهلكين المستقصي رأيهم إلى أن أهم وسائل حمايتهم هي الحماية من الغش التجاري بينما وصلت نسبة من يركزون علي ضرورة الحصول علي السلعة او الهدف بالجودة المناسبة إلى ٦١ ٪.<sup>(١)</sup> ولعل ذلك ما دفع بعض الفقه إلى القول بأنه لولا الحماية الدولية الوثيقة للعلامات التجارية، وانفاذ القوانين لمكافحة اعمال التقليد والقرصنة لضلل التقليد المستهلكون و تخوفوا من شراء المنتجات والخدمات<sup>(٢)</sup>

(١) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حماية المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجاريه، مجلد ٧ عدد ٤، ١٩٩٥، ص ٧٩.

(٢) ايمن احمد محمد، اثر حمايه الملكية الفكرية على تشجيع الاستثمار، ورقه مقدمه في مؤتمر العلمي القانون والاستثمار، كلية الحقوق جامعه طنطا، ابريل ٢٠١٥، ص ٤.

## الفرع الثاني:

### دور قانون منع الممارسات الاحتكارية في حماية المستهلك.

تهدف قواعد منع الممارسات الاحتكارية، إلى حماية المنافسة الحرة بين المنتجين والمصنعين في السوق، بشكل رئيسي. وبالتالي فإنها لا تهدف إلى حماية المستهلك بصورة مباشرة وأساسية. فالحماية التي يوفرها قانون حماية المنافسة، ترتبط مباشرة بمنع الاعتداء على المنافسة الحرة حيث يمنع القانون الممارسات التجارية الضارة بالمنافسة والتي تهدف إلى تحقيق قدر من السيطرة لمرتكبيها، إلا أن هذه الحماية تؤدي إلى منع الأضرار بحقوق المستهلك، بصورة أكثر فاعلية، حيث تكفل قواعد حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية حماية وقائية للمستهلك من الاعتداء على حقوقه الأساسية وكذلك حماية من إجباره على التعامل لا يرغب في اتمامه وذلك على النحو التالي:

• تناولت قوانين حماية المستهلك النص على كفالة حقوق المستهلك الأساسية والتي اوردتها المادة ٢ من قانون حماية المستهلك المصري حيث نصت حفظ حرية ممارسة النشاط الاقتصادي بما لا يخل بحقوق المستهلك الأساسية، ومنها "الحق في الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات والسعر العادل التنافسي الذي تحدده آليات السوق.

والحقيقة أن المستهلك يشعر بهذا الضعف الناتج عن وجود بعض القواعد النظرية التي، وأن نصت على حقوقه إلا إنها غير مصحوبة بتفاصيل تكفل تنفيذ هذه الحقوق على أرض الواقع وضمن عدم الاعتداء عليها وبالتالي عدم الاعتداء على حق المستهلك. ففي دراسة أجريت على عدد كبير من المستهلكين راي أكثر من ٥٠٪ منهم أن قصور الحماية التي تكفلها القوانين للمستهلك ترجع إلى ثلاثة اسباب اهمها عدم الاهتمام بالتسعير الجبري. ثم قدر المستهلكون أن الأسباب التالية لذلك في الأهمية هي عدم تغطيه القانون لتفاصيل تنفيذ الحقوق والضمانات الخاصة بالمستهلك بالإضافة الى وجود بعض الغموض احيانا في القانون.<sup>(١)</sup>

(١) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حماية المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجارية،

• ورغم أهمية هذه الحقوق للمستهلك إلا أنه لظالما احتاجت القواعد المنظمة لها إلي وسائل مساعدة تدعم الضمانات النظرية التي لا يمكن حقيقة كفالتها بواسطة قانون حماية المستهلك. فالحقوق الأساسية للمستهلك والتي تمثل أهم حقوقه كالحق في الاختيار الحر و الحق في الحصول علي السلع و الخدمات بسعر عادل، تظل من الحقوق النظرية التي ينص عليها قانون حماية المستهلك دون توفير آليه حقيقة لحمايتها حيث تظل أسعار السلع و الخدمات خاضعة لنظرية العرض و الطلب و كذلك لتحكم الموردين بغض النظر عن عدالة هذا السعر و تكافئه مع جودة المنتج او السلعة، كما يبقى السوق محكوما بالممارسات التجارية التي قد تحد او تقلل من تعدد الموردين و تقضي علي الاختيار الحر لدي المستهلك و تجبره علي التعامل مع المورد المحتكر. وهنا يأتي دور قانون حماية المنافسة الذي قد يمثل أداة فعالة لتحقيق مصالح المستهلك بحماية حقوقه الأساسية.

ذلك أنه وإن كان الغالبية من مستهلكي السلع والخدمات لم يسمعو بما يسمى بقانون منع الممارسات الاحتكارية فإنه يساهم عند تفعيله - وكما يري البعض - في توفير ملايين على المستهلكين متمثلة في الأسعار الزائدة التي يتحملها المستهلك نتيجة الممارسات الضارة.<sup>(١)</sup> فالممارسات غير الشرعية تعد السبب الرئيسي في التهاب أسعار المواد الاستهلاكية<sup>(٢)</sup> فالمنافسة نفيذ المستهلك بأسعار أقل ومنتجات أفضل.<sup>(٣)</sup>

• كذلك فإن مواد قانون حماية المنافسة توفر حماية للمستهلك من بعض الموردين أو منتجين - متي توافرت لهم صفة السيطرة - حيث يترتب علي ممارستهم الإضرار بالمنافسة والمستهلك معا. ومن ذلك الفقرة د من المادة ٨ التي تنص على أنه يحظر على من تكون له السيطرة على سوق معينه القيام بأي مما يأتي ..... تعليق إبرام عقد أو اتفاق خاص بمنتج على شرط قبول التزامات أو منتجات تكون

(١) Antitrust Enforcement and the Consumer, a report prepared by the U.S. Department of Justice Washington, DC, p.2 .

(٢) عقيلة خرباشاوي، دور المستهلك في حماية المستهلك، دراسات اقتصادية، العدد ١٩، يوليو ٢٠١١، ص ١٢٩ .

(٣) Antitrust Enforcement and the Consumer, op.cit., p.3.



بطبيعتها أو بموجب الاستخدام التجاري لها غير مرتبطة بالمنتج محل الاتفاق أو التعاقد أو التعامل الأصلي".

ف نجد جهاز حماية المستهلك تطبيقاً لذلك وبالتعاون مع جهاز حماية المنافسة يمنع مثل هذه الممارسات، حيث منع ربط التقديم لطالب في مدرسة معينه بما تقدمه المدرسة من خدمات غير تعليمية ك شراء الزي المدرسي من المدرسة.

### المطلب الثاني:

#### فاعلية دور المستهلك في تفعيل الضمانات القانونية

إن مهمة حماية المستهلك ومراقبة الأسواق لا تقع فقط على عاتق مؤسسات الدولة بل يتحمل المستهلك قسطاً كبيراً منها. ذلك أن الدفاع عن حقوقه يقتضي تدخله شخصياً. والحقيقة أن قدرة المستهلك في تعاملاته الشخصية تخلو من القدر المطلوب من الكفاءة في دفاعه عن الضمانات التي تحمي حقوقه أثناء اجراء هذه المعاملات.

خاصة، إن كان الإضرار بالمستهلك يرجع إلي مرحلة سابقة علي مرحلة تعامله علي السلعة او الخدمة مثل ارتفاع الأسعار الناتج عن احتكار أحد المنتجين لتصنيع هذه السلعة، أو كانت العلامات التجارية للسلعة أو الخدمة التي يسعى المستهلك إلي استهلاكها متشابه بشكل يصعب معه تمييزها عن بعضها البعض. وسوف نتناول تفصيل ما سبق في فرعين علي النحو التالي:

الفرع الأول: المستهلك كقائم اول بحماية حقوقه.

الفرع الثاني: الحماية العارضة اكثر كفاءة في حماية المستهلك.

## الفرع الأول:

## المستهلك كقائم أول بحماية حقوقه

إن مهمة حماية المستهلك ومراقبة الأسواق لا تقع فقط على عاتق مؤسسات الدولة، بل هي مسؤولية تتقاسمها جميع القطاعات، ويتحمل المستهلك قسطا كبيرا منها.<sup>(١)</sup> ذلك أن الدفاع عن حقوقه يقتضي تدخله شخصيا بالإبلاغ والشكوى ضد ما تعرضت له حقوقه من انتهاك

والحقيقة أن قدرة المستهلك في تعاملاته الشخصية تخلو من القدر المطلوب من الكفاءة في دفاعه عن الضمانات التي تحمي حقوقه أثناء اجراء هذه المعاملات و ذلك للأسباب التالية :

١ - عدم منطقية اضطلاع المستهلك بالعبء الرئيسي للدفاع عن حقوقه التي أوردها قانون حماية المستهلك، ذلك أن المبررات التي دعت إلى اصدار هذا القانون تجتمع حول فكرة ضعف المستهلك من عدة جوانب في مواجهة المهني المحترف.

٢ - أن دفاع المستهلك عن حقوقه، يفترض أنه يتحلى بثقافة استهلاكية معقولة تمكنه من معرفة ما يمثل انتهاكا لحقوقه وهو ما لا يحقق غالبا في المستهلك البسيط.

فمشكلة المستهلك وحمايته في الدول النامية تأخذ بعدا قانونيا يتمثل في عدم المعرفة القانونية من جانب المستهلك لحقوقه وكذلك عدم معرفه الطرق القانونية للحصول على هذه الحقوق أو الدفاع عنها عند التعامل المضر بحقوقه بالإضافة الى بطء اجراءات التقاضي. وكذلك وجود ثغرات في بعض القوانين يستغلها بعض المنتجين والموزعين عند قيامه للغش والتدليس.<sup>(٢)</sup>

كما أن لمشكلة ضعف حمايته المستهلك بعدا فنيا يتمثل في عدم قدره المستهلك العادي على استيعاب المعلومات الفنية للعديد من السلع الحديثة وبالتالي عدم القدرة علي معرفة وجود العيب من أساسه.

٣ - كما يعد من أهم أسباب عدم فاعلية الحماية المقدمة للمستهلك، سلبية المستهلك وتسامحه حتي في حالة تيقنه من اعتداء المنتج علي حقوقه التي كفلها القانون في دراسة أجريت على المستهلكين لمعرفة دور المستهلك في عدم فاعلية الحماية المقدمة كانت أعلي النسب لأخطاء المستهلك والتي

(١) عقيلة خرباشاوي، دور المستهلك في حماية المستهلك، دراسات اقتصادية، العدد ١٩، يوليو ٢٠١١، ص ١٣٠.

(٢) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حمايه المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجارية،

مجلد ٧ عدد ٤، ١٩٩٥، ص ٦٨.

تؤدي مباشرة إلى قصور الحماية المكفولة لهم، خطأ التسامح كصفه سائدة وكذلك التقصير في الحصول المستهلك على حقوقه.<sup>(١)</sup>

٤ - ضعف التعويضات في حالة الانتهاكات الفردية لحقوق المستهلك مما يدفع بالمستهلك إلى السلبية في الدفاع عن حقوقه.

٥ - احتكار الشركات والمؤسسات العملاقة لتقديم سلع وخدمات أساسية لا غنى، للمستهلك عنها، ونظر لحاجة المستهلك الشديدة لهذه السلع والخدمات، فإن هذه الشركات التي تتولى تقديمها تستغل هذه الحاجة لفرض شروطها على المستخدم<sup>(٢)</sup> ومن هذه الشروط الأسعار التي لا تكافئ ما يحصل عليه المستهلك من منفعة. فعلي الرغم من أن قانون حماية حقوق المستهلك، قد حرص على النص على عدالة الأسعار باعتبارها من الحقوق الأساسية للمستهلك، إلا أنه لم يوفر آليه حقيقية للحفاظ على هذا الحق و تحقيقه على أرض الواقع. حيث وردت اليات السيطرة على الأسعار في السوق قوانين اخري كقانون حماية المنافسة.

### الفرع الثاني:

#### الحماية العارضة أكثر كفاءة في حماية المستهلك.

علي العكس من الضمانات التي يوفرها قانون حماية المستهلك والتي تلقي العبء الأكبر في التمسك بهذا الضمانات على المستهلك وهو الطرف الأكثر ضعفاً وإن ساعده جهاز حماية المستهلك و جمعيات حماية المستهلك. إلا أن ضعف العائد من التمسك بهذه الحقوق بالإضافة إلى طول هذه الإجراءات يجعل المستهلك يفضل عدم التحرك الإيجابي في اكثر الحالات و علي العكس من ذلك نجد الحماية التي توفرها الوسائل غير الاعتيادية أكثر فاعلية للأسباب التالية:

أولاً: سواء بالنسبة للحماية التي يوفرها قانون حماية حقوق الملكية الصناعية أو التي يقدمها قانون منع الممارسات الاحتكارية فإن المدافع عن تطبيق الضمانات الواردة بهذه القوانين اشخاص أكثر قوه في

(١) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حماية المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجارية، مجلد ٧ عدد ٤، ١٩٩٥، ص ٩٨.

(٢) جمال زكي إسماعيل، حماية المستهلك في عقود الإذعان: دراسة مقارنة في القانون المدني المصري والبحريني، مجلة الاجتهاد للدرابا القانونية والاقتصادية، مج ٨، ع ١٩، ٢٠١٩، ص ٢٦.

الغالب عن المستهلك العادي حيث عادة ما يكون المتمسك بهذه الضمانات هو في الأصل أحد أعضاء المجتمع المهني الأكثر قدرة على الدافع عن حقوقه، وهو ما يجعل الضمانات الواردة في هذه القوانين أكثر فاعلية في حماية المستهلك ولو كان ذلك بصورة غير مباشرة.

ثانياً: الدور الإيجابي للمضروور المباشر من الاعتداء علي حق الملكية أو الممارسة الاحتكارية يشجع هيئات المراقبة والمتابعة لتقوم بدور لا يمكن انكاره في تنفيذ الضمانات التي أوردها القانون ونجد ذلك واضحاً في قوة القرارات التي يتخذها جهاز منع الممارسات الاحتكارية.

رابعاً: أن الوسائل غير الاعتيادية توفر المزيد من الدعم لجهاز حماية المستهلك: فالنسبة للمنتجات المخالفة لقانون حماية الملكية الفكرية: تقوم مسؤولية أجهزة الدولة المختلفة عن مراقبة السوق، وتدخّلها للتصدي لظاهرة الغش التجاري.<sup>(١)</sup>

أما الممارسات الضارة بالمنافسة فهي تدعم الدور الرقابي لجهاز حماية المستهلك حيث يحصل على مساعده غيره من الأجهزة الرقابية كجهاز حماية المنافسة مما يجعل الرقابة أكثر فاعلية.

والحقيقة أننا نوافق الفقه في أن مفهوم حماية المستهلك لا يقتصر على ضمان حقوق المستهلك قبل التجار ومقدمي الخدمات من الأفراد والشركات الخاصة وإنما أيضاً يشمل ضمان حقوق المستهلك قبل الحكومة ممثله في منظماتها المختلفة وأجهزتها التنفيذية وأجهزة الإدارة المحلية.<sup>(٢)</sup> وبالتالي فإن حماية المستهلك حماية جماعية تشترك فيها عده أطراف بما فيهم المستهلك، ولكنه ليس طرفاً وحيداً حيث تقوم الأجهزة الإدارية المختلفة بالدور الأساسي في حمايه الضمانات المقررة للمستهلك.

و حماية المستهلك تكون أكثر فاعليه إذا ركزنا على الجانب الوقائي الذي يمنع حدوث الضرر بدلاً من التعويض عن الضرر نفسه بعد حدوثه، ومن أبرز الأمثلة علي الحماية الوقائية للمستهلك الحماية التي توفرها الضمانات الواردة في كلا من قانون حماية المنافسة و قانون حماية الملكية الفكرية.

(١) عقيلة خرباشاوي، دور المستهلك في حماية المستهلك، دراسات اقتصادية، العدد ١٩، يوليو ٢٠١١، ص ١٢٩.

(٢) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حماية المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجارية،

مجلد ٧ عدد ٤، ١٩٩٥، ص ٦٧.

خامسا: أن الحماية تكون أكثر فاعلية إذا حكمتها قواعد ونظم قرارات إدارية أكثر من مما لو حكمتها منازعات و احكام قضائية فريده يلجا اليها المستهلك بعد تحقق الضرر. <sup>(١)</sup> فالواقع العملي يؤكد أن الشكاوي الفردية للمستهلك وسواء اتجهت إلي جهاز حماية المستهلك أو اتخذت صورة دعاوي ترفع لرفع الاعتداء الواقع علي المستهلك و تعويضه عن الأضرار التي أصابته من الاعتداء علي حقوقه التي وفرها له قانون حماية المستهلك تكون أقل فاعلية من النظم و القرارات الإدارية التي يمكن للأجهزة الرقابية في الدولة إصدارها في سبيل تطبيق الضمانات التي يقررها كلا من قانون حماية المنافسة و قانون حماية حقوق الملكية الفكرية حيث يستطيع جهاز حماية المنافسة ببساطة الغاء و ابطال ما يخالف احكامه من عقود بالإضافة للغرامة الكبيرة التي تفرض نتيجة مخالفة هذا القانون مما يشكل و بلا شك فاعلية اكبر في الحفاظ علي الحقوق المحمية بواسطة هذا القانون.

فمفهوم حماية المستهلك يمتد لتسجيل جهود الحماية الحكومية و غير الحكومية على السواء، فهو نشاط متعدد الأطراف مما يستوجب ضرورة وجود تنسيق كامل بين اعمال الجهات المختلفة المسؤولة عن الحماية دعما لكفاءة هذه الحماية. <sup>(٢)</sup>

(١) احمد احمد عبد الله ، المرجع السابق، ص ٦٧

(٢) احمد احمد عبد الله ، المرجع السابق، ص ٦٨

## المبحث الثاني:

### اختلاف مفهوم المستهلك المحمي.

نتناول في هذا المبحث مفهوم المستهلك المحمي بقانون حماية المستهلك ومدى اختلاف نطاقه عن المستهلك المحمي بالوسائل غير الاعتيادية سواء كانت هذه الوسائل هي حقوق الملكية الفكرية أو منع الممارسات الاحتكارية. وعلي ذلك يمكن تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين علي النحو التالي:

المطلب الأول: مفهوم المستهلك المحمي وفقا لقانون حماية المستهلك.

المطلب الثاني: مفهوم المستهلك المحمي بالوسائل غير الاعتيادية.

### المطلب الأول:

#### مفهوم المستهلك المحمي وفقا لقانون حماية المستهلك.

يدخل المستهلك في الكثير من العلاقات بغرض إشباع رغباته في الحصول على السلع والخدمات. وقد تنطوي هذه العلاقات على اختلال في التوازن بين المستهلك كطرف ضعيف تقنيا واقتصاديا، والمهني المحترف كطرف قوي في هذه المجالات<sup>(١)</sup>. والحقيقة أن جماعة التجار والمنتجين تتمتع بقوة لا يستهان بها تملك قدرات مالية وخبرة ودراية يفتقر إليها المستهلك الذي لا يملك إلا الخضوع لهذه الفئة الغالبة<sup>(٢)</sup> في معظم الاحوال. مما دفع بالتشريعات المختلفة الي إيجاد الضمانات الضرورية لتوفير الحماية المناسبة لحقوق المستهلك.

وقد اكتسب تحديد مفهوم حماية المستهلك أهميه كبيره باعتبار أن قوانين حماية المستهلك وتدخلها في العلاقة التعاقدية ما بين المستهلك ومن يمدّه بالسلعة او الخدمة محل الحاجة يرجع الى حماية المستهلك باعتباره من طرفا ضعيفا في مواجهة المهن الأكثر قوه ونفوذ<sup>(٣)</sup>.

(١) مني بنت موسي بن علي، الحماية المدنية للمستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد، ٢٠٠٨، ص ٨. وفي ذات المعني محمد محمد سادات مرزوق، الشروط التعاقدية غير العادلة: دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ٢٠١٤، ٥٦٤، ٨٥٣.

(٢) بن يطو آمال، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، رسالة لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزائر ١، كلية الحقوق، ص ٩.

(٣) يوسف صدقي، مفهوم المستهلك في ضوء القانون القاضي بتحديد تدابير حماية المستهلك، مجله الارشاد القانوني، العدد ٨٩ ابريل ٢٠٢٠، ص ٥٥.

اختلف الفقه اختلافا كبيرا حول مفهوم المستهلك المحمي ونطاق تحديده بين اتجاهين أحدهما يوسع نطاق المستهلك المحمي بقانون حماية المستهلك، ليشمل كل من المستهلك المهني وغير المهني. والآخر يضيقه حيث يذهب الى اقتصر ضمانات قانون حماية المستهلك على المستهلك غير المهني أي المستهلك الذي يهدف استهلاكه الي اشباع حاجته الشخصية غير التجارية وسوف نتناول كلا من الاتجاهين على النحو التالي:

الفرع الأول: الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك.

الفرع الثاني: تضيق مفهوم المستهلك.

### الفرع الأول:

#### الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك

حيث عرف الاتجاه الموسع المستهلك بأنه كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أو بغرض اقتناء، أو استعمال مال، أو خدمه.<sup>(١)</sup> فيعتبر مستهلك من يشتري سيارة لاستعماله الشخصي أو من يشتريها لغرض استعماله لغرض مهني أي لاستعمالها في تجارته. وعلي ذلك فلو أن تاجرا اشترى بعض الاخشاب فإنه يكون مشمولاً بالضمانات التي يضيفها قانون حماية المستهلك وسواء كانت هذه الاخشاب بغرض استخدامها في منزله أو بغرض استخدامها كمادة أولية في صناعته التي يتاجر فيها.

فذهب هذا الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك لتمديد الحماية لتشمل جميع المتعاقدين الاضعف اقتصاديا بناء على تقرير الضعف التي يتحدد عليها مفهوم المستهلك، أي بناء على قرينه الضعف وهي قرينه بسيطة الأمر الذي يحتم دراسة كل حالة على حده لتحديد من هو المستهلك.<sup>(٢)</sup>

وبذلك فإن هذا الاتجاه لم يفرق بين المستهلك بمفهومه الاقتصادي، والذي يعني كل من يشارك في تعامل للحصول على سلعة أو خدمه محل أحد عقود الاستهلاك<sup>(٣)</sup>، والمستهلك بمفهومه القانوني وهو المستهلك المحمي بالضمانات التي كفلها القانون في عقود الاستهلاك.

(١) محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد، منشأه دار المعارف، الإسكندرية، ص ٢٨.

(٢) التمهد الخاص بأعمال ندوه حمايه المستهلك بالمغرب التي انعقدت بكلية الحقوق بقاس يومي ٣ و ٤ ديسمبر ١٩٩٣ مجله القانون والاقتصاد عدد ١٠ ١٢ مشار اليه في يوسف صدقي، مفهوم المستهلك في ضوء القانون القاضي بتحديد تدابير حمايه المستهلك، مجله الارشاد القانوني، العدد ٨٩ إبريل ٢٠٢٠، ص ٥٨.

(٣) منى بنت موسى على الحماية المدنية للمستهلك في المرحلة السابقة على العقد ٢٠٠٨، ص ١١.

ولم تأخذ غالبية تشريعات حماية المستهلك بهذا المفهوم الموسع، ذلك أنه يخالف الحكمة من إقرار ضمانات للمستهلك تخالف مبدأ سلطان الإرادة والزامية العقد، وهي حمايته من ضعفه الاقتصادي والفني والقانوني في مواجهة طرف أقوى منه وهو المهني المحترف. فلا تنطبق هذه الحكمة إذا كان كلا من الطرفين مهني محترف.

### الفرع الثاني:

#### تضييق مفهوم المستهلك المحمي

ذهب الفقه من أنصار تضييق مفهوم المستهلك إلي تعريفه بأنه " كل شخص يحصل علي السلعة أو الخدمة بقصد اشباع حاجاته الشخصية، أو العائلية وليس بغرض مهني"<sup>(١)</sup> وقد وافق المشرع المصري هذا الاتجاه حيث عرف القانون المستهلك في المادة الأولى منه أن المقصود بكلمه المستهلك في تطبيق احكام هذا القانون هو " كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم اليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية أو يجب التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص".

وبذلك فإن المشرع المصري قد قرر أنه بالإضافة لشمول التعريف لمفهوم المستهلك الشخص الطبيعي غير المهني دون شك، فإنه يشمل الشخص الاعتباري غير المهني، مثل الجمعيات الخيرية والأحزاب والنقابات التي تشتري بعض السلع لتقديمها لغير القادرين دون كونها هدفها هو تحقيق تستهدف الربح<sup>(٢)</sup>

ويختلف المستهلك المحمي بهذا المعنى عن المهني، الذي يتعاقد على وجه الاعتياد والحرفة فيما يتصل بأعماله المهنية بقصد تحقيق الربح سواء كان هذ الشخص طبيعياً أو اعتبارياً.

بالرجوع لما أقرته تشريعات حماية المستهلك المختلفة نجد أنها حرصت علي قصر حمايتها علي المستهلكين في نطاق معين وهو ممارسة الاستهلاك خارج نطاق مهنة الشخص و حرفته مثل اتفاقية روما 1980 Rome Convention<sup>(٣)</sup> وكذلك التوجيهات الأوروبية مثل the European

(١) حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، ١٩٩٦، ص ٢٣.

(٢) د/ أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، بدون تاريخ نشر، ص ٧٨.

(٣) المتعلقة بالقانون الواجب التطبيق على العقود الدولية المستهلك بطريقة غير مباشرة عند تحديدها لنطاق تطبيقها في المادة ٥ فقرة ١



directive 97/7<sup>(١)</sup> و العديد من التشريعات العربية كالقانون الجزائري و اللبناني<sup>(٢)</sup> و كذلك القانون العماني لحماية المستهلك فقد وضع تعريفا عاما للمستهلك في المادة الأولى و لكنه أخرج التجار و المهنيين من نطاق تطبيق القانون بموجب المادة الثانية<sup>(٣)</sup>.

وقد أخرجوا من مفهوم المستهلك والحماية المقررة له قانونا المحترف والمهني فيما يتعلق بتعاملاتهم المهنية، لأن مبررات هذه الحماية لا تتوافر في حقه، لأنه يتمتع بالخبرة والمعرفة في مجال عقوده مما ينأ به عن الضعف الذي هو علة الحماية القانونية للمستهلك<sup>(٤)</sup>.

ولكن هل يشمل المستهلك المحمي بقواعد قانون حماية المستهلك، المستهلك المهني لو كان استهلاكه متعلقا بتجارته، ولكن بهدف الاقتناء لا المتاجرة؟ فلو أن تاجرا اشترى اثاثا لشركته لاستخدامه من جانب العملاء والموظفين فإن الغرض من شراء الأثاث في هذه الحالة ليس غرضا تجاريا، ولكنه متعلقا بتجارته التي يظهر فيها خبرته وقوته المهنية. فهل يعتبر هذا الشخص مستهلكا؟

وتجدر الإشارة الى أنه يخرج من نطاق التساؤل السابق حالة المهني الذي يشتري سلع أو خدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، فهو في هذه الحالة يكتسب صفة المستهلك، إذا لم يكن لديه نية مسبقة لإعادة بيع وتصنيع هذه السلع أو الخدمات مثال ذلك المصنع أو منتج الأدوات الالكترونية الذي

---

“This Article applies to a contract the object of which is the supply of goods or services to a person (‘the consumer’) for a purpose which can be regarded as being outside his trade or profession, or a contract for the provision of credit for that object”

(١) التوجيه الاوروبي directive 97/7 EC of the European parliament and the council of 20 may

1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts. Article 2/2 “consumer means any natural person who, in contracts covered by this directive, is acting for purposes which are outside his trade, business or profession”

(٢) القانون اللبناني لحماية المستهلك رقم ١٣٠٦٨ لسنة ٢٠٠٤ والذي قصر مفهوم المستهلك المحمي بالقانون في المادة الثانية على من يتعامل " لأغراض غير مرتبطة بنشاطه المهني".

القانون الجزائري لحماية المستهلك وقمع الغش ٠٣.٠٩ المؤرخ في ٢٩ صفر عام ١٤٣٠ الموافق ٢٥ فبراير سنة ٢٠٠٩ والمعدل بالقانون رقم ١٨-٠٩ مؤرخ في ٢٥ رمضان عام ١٤٣٩ الموافق ١٠ يونيو سنة ٢٠١٨.

(٣) حيث نص في المادة ٢ منه " ولا تسري أحكام القانون على المعاملات بين المنتجين والتجار".

(٤) وقد أنشأ القانون المصري جهاز حماية المستهلك ليراقب التزام التجار بتمكين المستهلك من التمتع بالحقوق والحماية التي كفلها له القانون. وبالإضافة إلى الجهاز يوجد الجمعيات الأهلية المعنية بحماية المستهلك والتي أعطاها القانون المصري في المادة ٦٢ العديد من السلطات والمهام اللازمة للحفاظ على حقوق المستهلكين

يشترى الاحتياجات الشهرية لأسرته من المحال التجارية المختلفة ففي هذه الحالة يكون مستهلكا محميا بضمانات قانون حماية المستهلك شأنه في ذلك شأن المستهلك العادي.

أما عن إجابة السؤال السابق فيري جانب من الفقه أن الشخص الذي يتصرف في إطار مهنته يجب ألا يعد المستهلك في أي حال من الأحوال، وذلك لأن المهني لا يستحق نفس الحماية المرصودة للمستهلك فهو ولو تعاقد خارج تخصصه يدافع عن مصالحه بشكل أفضل من المستهلك البسيط غير المهني ولا يوجد ابدا في موقف ضعف مثل المستهلك العادي الذي رصدت له هذه الحماية.<sup>(١)</sup> ولا فارق في ذلك بين ما إذا كان التاجر شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا.

إلا أن القضاء المصري قد خالف هذا المفهوم وأقر بإضفاء وصف المستهلك على المهني حال شراءه لسلعه لا ترتبط بصناعته سواء كان المستهلك غير مهني أو كان مهنيا يتعاقد علي سلع أو خدمات غير متعلقة بنشاط المهني. فالمستهلك المهني يكن جديرا بالحماية ولو ارتبط تعامله بتجارته طالما أن محل التعامل علي سبيل الاقتناع لا بنية المتاجرة وإعادة البيع أو الاستخدام في كمواذ أولية في التصنيع ويمكنه المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تصيبه من انتهاك حقوقه تمام كالمستهلك المهني ومن ذلك ما قضت المحكمة الاقتصادية.

بتعويض مقداره ١٠٠ الف جنيه لصاحب مخبز عن الأضرار التي لإصابته بعد اكتشافه عيوب في خط إنتاج الى قام بشرائه من شركة المسئول، مما أدى إلى تعطل المخبز ونقل جزء من حصته لفرن آخر. حيث قضت المحكمة الاقتصادية في حكمها الابتدائي بغرامة ١٠٠ ألف جنيه وتعويض مبدئي ١٠١ ألف جنيه للمستهلك بالقضية رقم ٣ لسنة ٢٠١٦. ويلاحظ أن التعويض هنا مؤقت ويمكن للمضور اللجوء إلى القضاء المدني للمطالبة بالتعويض العادل الكامل عما اصابه من اضرار.

ونري أن ذلك يرجع لتطبيق القضاء المصري للحكمة من قانون حماية المستهلك فمتي توافرت حالة الضعف طبقت ضمانات قانون حماية المستهلك. وعلى ذلك فإنه يدخل في إطار الحماية المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه مثل الطبيب الذي يشتري المعدات الطبية لعيادته أو الفلاح الذي يدخل في

(١) J.Calais Auloy et F. Steinmetz, droit de la consommation, Dalloz, 7ed, 2006, no.13, p12.

مشار إليه ويوافقه في ذلك حسنه الرحموني، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك، المجلة المغربية للدراسات والاستشارات القانونية، ع ٤، ٢٠١٣، ص ٧٦.

عقد تأمين على زراعته. فهؤلاء يتصرفون خارج إطار اختصاصاتهم ويعتبرون مستهلكين عاديين تمتد اليه من الحماية القانونية المقررة تماما مثل المستهلك غير المهني.<sup>(١)</sup>

بالإضافة لذلك يري بعض الفقه أن السلع والخدمات التي تضيف صفه مستهلك يجب أن تتم لدي مورد مهني أما إذا تم ذلك لدى مستهلك آخر كمن يقدم على بيع سلع أو منتجات مستعمله أو غير مستعمله هنا لا يمكن الحديث عن عقد استهلاك يحمي بموجب قانون حماية المستهلك.<sup>(٢)</sup>

### المطلب الثاني:

#### مفهوم المستهلك المحمي بالوسائل غير الاعتيادية.

سبق أن اوضحنا أن المقصود بالوسائل الاعتيادية لحماية المستهلك الضمانات التي أوردتها قانون حماية المستهلك وأن المقصود بوسائل الحماية غير الاعتيادية هي الوسائل التي توفرها القوانين الأخرى للمستهلك سواء كان ما توفره هذه القوانين للمستهلك هي حماية مقصودة كما في قوانين حماية الملكية الفكرية أو حماية عارضة وردت اثناء تحقيق هذه القوانين لهدفها الأصلي كما في قانون منع الممارسات الاحتكارية.

ولكن يثور التساؤل حول مفهوم المستهلك المحمي بواسطة هذه الوسائل غير الاعتيادية فهل تقتصر الحماية على المستهلك بمعناه الوارد في قانون حماية المستهلك وهو المستهلك لإشباع حاجه غير مهنية أو تجارية، أم أنه يمكن القول إن حماية الوسائل غير الاعتيادية تمتد لتشمل المستهلك بمفهومه الواسع أي تمتد لتحمي المستهلك سواء كان استهلاكه بغرض شخصي او غرض مهني. سوف نميز في هذا المطلب بين المستهلك المحمي وفقا لقانون حماية المستهلك وذلك المغطى بحماية الوسائل غير الاعتيادية سواء كانت حمايته لهذا المستهلك مباشرة أو غير مباشرة. وذلك في فرعين على النحو التالي:

الفرع الأول المستهلك المحمي بقواعد منع الممارسات الاحتكارية.

الفرع الثاني المستهلك المحمي بقواعد منع الممارسات الاحتكارية.

(١) منى بنت موسى على الحماية المدنية للمستهلك في المرحلة السابقة على العقد ٢٠٠٨، ص ٢١.

(٢) يوسف صدقي، مفهوم المستهلك في ضوء القانون القاضي بتحديد تدابير حماية المستهلك، مجله الارشاد القانوني، العدد ٨٩ إبريل ٢٠٢٠، ص ٦٢.

## الفرع الأول:

### المستهلك المحمي بقواعد حماية الملكية الفكرية.

الأصل، أن قواعد حماية المستهلك تقتصر على حماية المستهلك غير المهني فهي لا تحمي المستهلك المهني. ويرجع ذلك لافتراض المشرع انتفاء مظنة الضعف والجهل عن المستهلك المهني طالما أن التعامل على مرتبط بالتجار أو التصنيع وليس على سبيل الاقتناء.

وعلى العكس من ذلك نجد أن الحماية التي يوفرها قانون حماية الملكية الفكرية هي حماية عامة فهي لا تهدف بشكل مباشر إلي حماية المستهلك وإنما حمايته تأتي بصورة عارضة اثناء تحقيق هذه القوانين للهدف الأساسي المرجو منها.

فقواعد حماية حقوق الملكية الفكرية، في إطار حمايتها لمبدعي الأشكال المختلفة من المنتجات الذهنية، بحيث يكون من اشكال هذه الحماية منع الاعتداء على براءات الاختراعات وبراءات نماذج المنفعة، والعلامات التجارية وكذلك المؤشرات الجغرافية، تحمي كل من تعرض لشراء منتج مقلد أو يحمل بيانات تشكل اعتداء على حقوق الملكية الفكرية أو بيانات مضلله ولو كانت غير مقلدة.

وفي اثناء ذلك تحمي هذه القواعد الموجه بشكل رئيسي لحماية حقوق أصحاب الملكية الفكرية لحماية المتعامل على هذه المنتجات المزورة والمضللة وذلك بغض النظر عن طبيعة هذا المتعامل وسواء كان مستهلكا غير مهني أو مهني. وإن كان مهنيا فإنه يظل متمتعاً بهذه الحماية سواء كان استهلاكه على سبيل الاقتناء او على بهدف استكمال عناصر الإنتاج والتصنيع.

## الفرع الثاني:

### المستهلك المحمي بقواعد منع الممارسات الاحتكارية.

يتسع نطاق قانون منع الممارسات الاحتكارية ليمنع أي نوع من الممارسات الاحتكارية الضارة بالمنافسة. سواء وقع الضرر الناتج من هذه الممارسات على المستهلك بمفهومه الضيق المحدد في قانون حماية المستهلك أو في خارج هذا النطاق.

فالمفهوم للوهلة الأولى من قانون حماية المنافسة - أنه لا تقتصر الحماية المقررة بواسطة قانون حماية المنافسة على الأشخاص المهنية المتنافسة، بل تمتد حماية قوانين المنافسة للمستهلك كاهتمام عام لقوانين حماية المنافسة common concern<sup>(١)</sup> وهو ما يظهر من النصوص المختلفة الواردة بها. فالحماية التي يوفرها هذا القانون تضمن الحصول على أسعار عادلة سواء كان من يحصل على الخدمة أو المنتج هو مستهلك مهني أو غير مهني. فضمن التنافسية يجعل من أسعار المواد الخام التي يستخدمها المستهلك غير المهني، اسعارا عادلة تناسب جودة المنتج وما يحصل عليه المشتري من قيمة. كذلك فإنه كما يضمن قانون حماية المنافسة عدم اجبار المهني على التعامل في أكثر من محل غير مرتبط، يتمتع المستهلك غير المهني بذات الضمانة.

وخلاصة الأمر أنه سواء كان مصدر الضمانة غير الاعتيادية هو قانون حماية المستهلك أو قانون حماية الملكية الكرية ففي الحالتين يكون المقصود بالمستهلك المحمي المستهلك بمعناه الواسع الذي يشمل بالتأكيد المستهلك غير المهني، كما يشمل المستهلك المهني سواء كان استهلاكه بغرض الاقتناء أو بغرض التصنيع والإنتاج.

---

(١) A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64

| Issue 1, p. 19 .

## الفصل الثاني:

### دور الملكية الفكرية في حماية المستهلك

دفعت التغييرات المتلاحقة على الساحة الدولية إلى تطوير قواعد حماية الملكية الفكرية حيث ازداد الاهتمام بها في الايام الأخيرة بحيث أصبحت محل العديد من الاتفاقيات الدولية. <sup>(١)</sup> وتنقسم حقوق الملكية الفكرية المحمية بواسطة القانون إلى قسمين رئيسيين الأول هو حقوق ملكية صناعية وهي تتعلق بشكل بالحقوق الذهنية المرتبطة بالتجارة والصناعة مثل قواعد حماية براءات الاختراع ونماذج المنفعة والعلامات التجارية والمؤشرات الصناعية والتصاميم الهندسية.

أما القسم الثاني فهو حماية حقوق الملكية الأدبية والفنية والتي تركز بشكل رئيسي على حماية المصنفات الأدبية، والفنية كالكتب، والمجلات، والفيديوهات.

ونظرا لأن مقدار الحماية الذي تساهم به قواعد حماية الفكرية للمستهلك، يختلف في كلا من النوعين حيث نرى أن الحماية التي يوفرها القسم الأول تتجاوز كثيرا ما يقدمه القسم الثاني، بل لا يلزم واقعا أن يكون في تطبيق قواعد الملكية الأدبية وما تكفله من منع تقليد المصنفات الأدبية مصلحة مادية تعود علي المستهلك.

بل على العكس من ذلك عادة ما تكون المصنفات الأدبية المقلدة بذات الجودة وبسعر أقل من المنتجات الأصلية إلا أن ذلك لا ينفي ما يسببه التقليد من اضرار بالمستهلك على المدى الطويل حيث تسبب الخسائر الناتجة عنه في انسحاب الناشرين و بالتالي عدم حصول المنتج علي مصنفات جديدة تشبع فضوله المعرفي.

فتقليد المنتجات المحمية بموجب حقوق الملكية الصناعية بالإضافة لما يمثله من اعتداء على اصحاب حقوق الابتكارات الجديدة والرموز المميزة يسبب العديد من الأضرار للمستهلك التي لا

(١) بلال عبد المطلب بدوي تطور الاليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية الواردة على مبتكرات جديده دراسة في ضوء اتفاقيه الترس والاتفاقيات السابقة عليها، مجله العلوم القانونية والاقتصادية، مجلد ٤٧، عدد ١، ٢٠٠٥، ص ١٩٣.

تقتصر على سوء جودة المنتج، بل قد تصل لكون المنتجات المقلدة خطر كبير على أمن وصحة المستهلك.<sup>(١)</sup>

وعلي ذلك فإننا سنكتفي في هذا الفصل بإيضاح دور حقوق الملكية الصناعية في تدعيم الحماية المقدمة للمستهلك حيث يمكن تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين علي النحو التالي:  
المبحث الأول: دور براءات الاختراع وترخيصها الاجباري في حماية المستهلك.  
المبحث الثاني: دور التصميمات والعلامات التجارية في حماية المستهلك.

### المبحث الأول:

#### دور براءات الاختراع وترخيصها الإجمالي في حماية المستهلك.

الحقيقة أن الحماية الواجب تقديمها للمستهلك تتمثل بشكل رئيسي في حصوله على الخدمات والمنتجات التي يحتاجها لإشباع حاجاته ورغباته بتكلفة غير مبالغ فيها، بل يجب أن تكون التكلفة مناسبة لجوده ما يحصل عليه المستهلك من سلعه أو خدمه. ويعد أحد أهم وسائل خداع المستهلك والتي تؤدي إلى اتخاذ قرار الحصول علي سلعة أو منتج بسعر يزيد علي السعر العادل هو البيانات الكاذبة أو المضللة التي قد يوردها المنتج أو المصنع علي المنتج. وسوف نتناول في هذا المبحث القواعد التي أوردها قانون حماية الفكرية في سبيل منع تقليد وتزوير براءات الاختراع كما نتناول في هذا المبحث دور الترخيص الاجباري الذي يفرضه مكتب حماية براءات الاختراع في تحقيق مصلحة المستهلك. وعلي ذلك سنقسم هذا المبحث إلى مطلبين علي النحو التالي:

المطلب الأول: دور براءات الاختراع في حماية المستهلك.

المطلب الثاني: دور الترخيص الاجباري لبراءات الاختراع في حماية المستهلك.

---

(١) كمال بقدار، دعوه التقليد اليه لحماية الغير وافق مفردات الملكية الصناعية والتجارية مجله الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، عدد ١٦، ٢٠١٦، ص ١٢٠.

**المطلب الأول:****دور براءات الاختراع في حماية المستهلك**

أن الحماية الواجب تقديمها للمستهلك تتمثل بشكل رئيسي في جوده الخدمة او السلعة التي يحصل عليها بمعنى ان تقديم الخدمة يجب ان يكون بمستوى الجودة التي حقق رضاء المستهلك عنهم و يشبع رغباته و يشعر بالأمان المادي والنفسية اثناء وبعد الحصول على السلع أو الخدمات.

إلا أنه بالإضافة الى ذلك يعد من حقوق المستهلك الرئيسية و بنفس القدر، حصوله على التكلفة المناسبة، ورغم أن تحدد السعر عادة ما يكون من خلال اليات العرض و الطلب إلا أن العديد من الأمور العارضة مثل احتكار المنتج للسوق المحلي كما سنري يؤدي للارتفاع غير المبرر للأسعار، و هو الأمر الذي يتطلب يجب تدخل الدولة لتضمن ان التكلفة المتفق عليها للخدمات والمنتجات يجب ليست مبالغاً فيها بل يجب أن تكون التكلفة مناسبة لجوده ما يحصل عليه المستهلك من سلعه أو خدمه.

والحقيقة ان أحد أهم وسائل خداع المستهلك والتي تؤدي إلي اتخاذ قرارا الحصول علي سلعة أو منتج بسعر يزيد علي السعر العادل هو البيانات الكاذبة التي قد يوردها المنتج أو المصنع علي المنتج.

هذه البيانات أما انها تتعلق بحصول المنتج علي براءة اختراع محمية على خلاف الواقع. حيث تدفع هذه البيانات الكاذبة المستهلك إلي اتخاذ قراره مدفوعاً باعتقاده بصحتها وبأنه سيحصل علي جودة مساوية لما دفعه من تكلفة. لذلك فإن التزام الدولة بحماية حقوق الملكية الفكرية ومنع البضائع المقلدة والتي تحمل بيانات مزوره كادعاء الحصول على براءة اختراع يعد من أهم الوسائل التي تساعد المستهلك على أحد حقوقه الأساسية وهو الحق في الاختيار الحر السليم. ولم تقتصر حماية المشرع للمستهلك حظر تقليد المنتجات الخاضعة لبراءات الاختراع المسجلة، بل حرص المشرع على حماية المستهلك ضد تزيف براءات اختراع أو حتي براءات نماذج منفعة، و صياغة هذه التزوير بصورة تدفع إلى الاعتقاد بحصول المنتج على براءة اختراع أو براءة نموذج منفعة علي عكس الحقيقة. وسوف نتناول في هذا المطلب القواعد التي أوردها قانون حماية حقوق الملكية الفكرية في هذا الشأن. وعلي ذلك فإن هذا المطلب ينقسم لي فرعين على النحو الآلي:

الفرع الأول: حظر تقليد براءات الاختراع.

الفرع الثاني: حظر تزيف براءات الاختراع.



## الفرع الأول:

### حظر تقليد براءات الاختراع

حرص المشرع للمستهلك حظر تقليد المنتجات الخاضعة لحماية براءات الاختراع المسجلة، حيث نص في المادة ٣٢ من القانون أنه مع عدم الاخلال بأحكام المادة (١٠) من هذا القانون يعاقب بغرامه لا تقل عن عشرين ألف جنية ولا تجاوز مائة ألف جنية. وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة ال تزيد على سنتين والغرامة التي ال تقل عن أربعين ألف جنية وال تجاوز مائتي ألف جنية.

١ - كل من قلد بهدف التداول التجاري موضوع اختراع أو نموذج منفعة منحت براءة عنه وفقا لأحكام هذه القانون.

٢ - كل من باع أو عرض للبيع أو التداول أو أستورد أو حاز بقصد الاتجار منتجات مقلدة مع علمه بذلك متى كانت براءات الاختراع أو براءة نموذج المنفعة صادرة عنها أو عن طرق انتاجها ونافاذة جمهورية مصر العربية

ويلاحظ على النص السابق عدة ملاحظات يمكن ايجازها فيما يلي:

- أن التقليد المحظور هو تقليد براءات الاختراع ونماذج المنفعة لهدف تجاري فلم يحظر المشرع التقليد لأهداف غير تجارية كالأهداف التعليمية والأكاديمية والشخصية. فلا بد أن يكون التعامل في المنتج المقلد تعاملًا تجاريًا.

- فإن توافرت في التقليد نية المتاجرة كان التقليد مجرمًا وذلك بغض النظر عن شكل التعامل فقد يأخذ هذا التعامل شكل البيع أو الايجار أو الحيازة بقصد الاتجار.

- وقد اشترط المشرع شرطًا إضافيًا في تقليد المنتجات موضوع براءات الاختراع. وهو ضرورة علم من صنع هذه المنتجات أو باعها أو عرضها للبيع أو حازها بقصد الاتجار أو التداول، أن هذه المنتجات مقلدة فإن انتفي العلم انتفي التجريم.

- كذلك يلاحظ أنه حتى وأن كان التعامل في منتجات مقلدة موضوع براءة اختراع، تعاملًا تجاريًا علي النحو السابق فإنه لا يعد تقليدًا مجرمًا، ما لم يكن المنتج المقلد موضوع براءة اختراع أو براءة نموذج منفعة صادرة ونافاذة جمهورية مصر العربية. ويرجع ذلك بشكل رئيسي لما تتصف به هذه الحقوق بكونها محلية لا دولية.

**الفرع الثاني:****حظر تزييف براءات الاختراع**

حرص المشرع علي حماية المستهلك ضد تزييف براءات الاختراع أو حتي براءات نماذج منفعة، و صياغة هذه التزوير بصورة تدفع إلى الاعتقاد بحصول المنتج على براءة اختراع أو براءة نموذج منفعة علي عكس الحقيقة.

وذلك حيث نصت المادة ٣٢ قانون حماية الملكية الفكرية أنه " مع عدم الاخلال بأحكام المادة (١٠) من هذا القانون يعاقب بغرامه لا تقل عن عشرين ألف جنية ولا تجاوز مائة الف جنية... ٣- كل من وضع بغير حق على المنتجات، أو الاعلانات التجارية، أو أدوات التعبئة، أو غير ذلك بيانات تؤدي إلى الاعتقاد بحصوله على براءة اختراع أو براءة نموذج منفعة. وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تزيد على سنتين والغرامة التي لا تقل عن اربعين الف جنية ولا تجاوز مائتي الف جنية."

وعلي ذلك فإنه لا يلزم لتحقيق المخالفة أن تكون براءة الاختراع المزيفة مثبتة على المنتجات التي يحصل عليها المستهلك، بل يكفي أن تكون واردة في الاعلان التجاري ولو لم يتم المنتج بإثباتها على عبوة المنتج كما أن العكس يكون كافيا لتحقيق المخالفة ولو نفي الإعلان حصول المنتج علي براءة الاختراع طالما أن ذلك مثبت علي العبوة.

وأيضاً لتحقيق المخالفة ولو كان تزييف براءة الاختراع مثبت على أدوات تعبئة المنتج طالما أن ذلك أدي لدفع المتعامل علي هذا المنتج بحصوله على براءة اختراع أو براءة نموذج منفعة. كأن تكون التعبئة مباشرة أمام المستهلك.

ولا شك أن القواعد تقوم بدورين في حماية المستهلك على النحو التالي:

**الأول: دور وقائي:** حيث تكون الدولة مكلفة بداية بمنع المنتجات المقلدة والمزورة، فالنسبة للمنتجات المخالفة لقانون حماية الملكية الفكرية: تقوم مسؤولية أجهزة الدولة المختلفة عن مراقبة السوق، وتدخلها للتصدي لظاهرة الغش التجاري. وذلك قبل الأضرار بالمستهلك. فدور الدولة هنا دور رقابي يمنع تعرض المستهلك للضرر منذ البداية

**الثاني: دور علاجي:** وسواء كان ما تعرض له المستهلك هو جريمة تقليد منتجات موضوع اختراع أو نموذج منفعة منحت براءة عنه، أو كان ما تعرض له المستهلك هو تزوير كلي بحيث أثبت علي المنتج كونه موضوع براءة اختراع على خلاف الحقيقة. ففي الحالتين لا يكون حق المستهلك قاصراً على

الشكوى لجهاز حماية المستهلك واقتضاء حقه وفقا لقواعد قانون حماية المستهلك، بل يكون له أيضا تقديم شكوى للنياحة العامة وفقا لقواعد قانون حماية الملكية الفكرية، وتصل العقوبة المقررة لهذه المخالفة بحدها الأقصى إلى مائة الف جنية ولا تقل عن عشرين الف جنية.

وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تزيد على سنتين والغرامة التي لا تقل عن اربعين الف جنية ولا تجاوز مائتي الف جنية. وقد الزم المشرع المحكمة بالحكم بالمصادرة كعقوبة تكميلية حيث الزم المحكمة بان تقضى بمصادرة الاشياء المقلدة محل الجريمة والادوات التي استخدمت في التقليد. كما الزم المحكمة بالقضاء بأن أن ينشر الحكم الصادر بالإدانة في جريدة يومية واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه.

كما أن اثبات الخطأ الجنائي يسهل على المستهلك فيما بعد حصوله على التعويض المدني. ولا شك أن الحماية المضاعفة الي يحققها قانون حماية الملكية الفكرية تدعم ما يقدمه قانون حماية المستهلك لضمان حصول المستهلك علي المنتج وفقا لبيانات صحيحة وواضحة.

### المطلب الثاني:

#### الترخيص الاجباري لبراءات الاختراع وحماية حقوق المستهلك.

نص قانون الملكية الفكرية في المادة ٢٣ منه علي إمكانية قيام مكتب براءات الاختراع بالترخيص الاجباري لاستغلال أحد براءات الاختراع وذلك بعد موافقة لجنة وزارية تشكل بقرار من رئيس مجلس الوزراء مع احتفاظ صاحب براءة الاختراع بحقوقه المالية الناتجة عن استغلال اختراعه وتحدد ذات اللجنة مقدار الحقوق المالية لصاحب البراءة عند اصدار هذه التراخيص.

وقد حدد القانون العديد من الحالات التي يسمح فيها لمكتب براءات الاختراع بطرح هذا الترخيص الاجباري ونجد أن جزء كبير من الحالات التي تتحقق فيها إمكانية السماح بالترخيص الاجباري تهدف وبحسب الأصل إلى توفير السلع والخدمات التي يحتاجها المستهلك في السوق، وإن كان صاحب براءة الاختراع حسن النية ولم يتعسف في استعمال حقوقه، أو تعسف باستعمال حقه بصورة سببت اضرارا كبيرة بالمنافسة والمستهلك. وعلي ذلك ينقسم هذا المطلب إلى فرعين على النحو التالي:

الفرع الأول: الترخيص الاجباري لتعسف صاحب البراءة اضرار بالمنافسة والمستهلك.

الفرع الثاني: حالات الترخيص الجبري لغير تعسف صاحب البراءة.

## الفرع الأول:

### الترخيص الاجباري لتعسف صاحب البراءة اضراراً بالمنافسة والمستهلك

- حيث قرر المشرع السماح بالترخيص الاجباري للغير إذا ثبت تعسف صاحب البراءة أو قيامه بممارسه حقوقه التي يستمدّها من البراءة على نحو مضاد للتنافس ويعتبر من قبيل ذلك ما يلي:
- ١- المبالغة في اسعار بيع المنتجات المشمولة بالحماية، أو التمييز بين العملاء فيما يتعلق بأسعار وشروط بيعها.
  - ٢- عدم توفير المنتج المشمول بالحماية في السوق أو طرحه بشروط مجحفة.
  - ٣- وقف انتاج السلعة المشمولة بالحماية أو انتاجها بكمية لا تحقق التناسب بين الطاقة الانتاجية وبين احتياجات السوق.
  - ٤- القيام بأعمال أو تصرفات تؤثر سلباً على حرية المنافسة، وفقاً للضوابط القانونية المقررة.
  - ٥- استعمال الحقوق التي يخولها القانون على نحو يؤثر سلباً على نقل التكنولوجيا.
- وفي جميع الاحوال السابقة يصدر التراخيص الإجباري دون حاجة للتفاوض، أو انقضاء مهلة على حصوله، ولو كان التراخيص الإجباري لا يستهدف الوفاء باحتياجات السوق المحلي.
- وتجدر الاشارة على أهمية الحالة الخامسة في الحفاظ على حقوق المستهلك خاصة في البنود الثلاثة الأولى حيث يتصل البند الثالث بقيام صاحب براءة الاختراع بما يؤثر على كم المنتج المتوافر في السوق وذلك أما بوقف انتاج المنتج المطبق لبراءة الاختراع بشكل كلي أو تصنيعه بكميات لا تكفي حاجة السوق. بينما يركز البند الأول على ارتفاع أسعار هذا المنتج عن الأسعار العادلة. وأخيراً يركز البند الثاني على الشروط المجحفة كالإجبار على الالتزامات غير المرتبطة.
- وفي هذه الحالة وإذا كان الترخيص الإجباري راجعاً لممارسة صاحب براءة الاختراع احد حالات التعسف في استعمال حقه المشروع في استغلال البراءة فإن يراعى عند تقدير التعويض لصاحب البراءة الاضرار التي سببتها ممارساته التعسفية أو المضادة للتنافس.
- بل ويجوز لمكتب براءات الاختراع إسقاط البراءة إذا تبين بعد مضي سنتين من منح الترخيص الإجباري ان ذلك الترخيص لم يكن كافياً لتدارك الآثار السلبية التي لحقت بالاقتصاد القومي بسبب تعسف صاحب البراءة في استعمال حقوقه وللممارسات المضادة للتنافس.

## الفرع الثاني:

### حالات الترخيص الجبري لغير تعسف صاحب البراءة

نص قانون الملكية الفكرية في المادة ٢٣ منه علي إمكانية قيام مكتب براءات الاختراع بالترخيص الاجباري لاستغلال أحد براءات الاختراع و إن كان صاحب براءة الاختراع حسن النية ولم يتعسف في استعمال حقوقه، وقد تعددت الأسباب و الدوافع لمثل هذا الترخيص الاجباري و سوف نكتفي بذكر الحالات التي نري اتصالها بحماية المستهلك علي النحو التالي:

#### الحالة الأولى: حالة الاحتياج العام:

حيث حدد القانون الحالة الأولى التي يسمح فيها بالترخيص الاجباري بالحالة التي تقتضي حالة الاحتياج العام، اجبار صاحب براءة الاختراع علي الترخيص باستغلال هذا الاختراع وذلك في الحالات التي يحقق فيها استغلال الاختراع ما يلي:

١- اغراض المنفعة العامة غير التجارية. ويعتبر من هذا القبيل اغراض المحافظة على الامن القومي، والصحة وسلامة البيئة والغذاء.

٢- مواجهة حالات الطوارئ أو ظروف الضرورة القصوى

٣- دعم الجهود الوطنية في القطاعات ذات الاهمية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، وذلك دون اخلال غير معقول بحقوق مالك البراءة، ومع مراعاة المصالح المشروعة للغير.

#### الحالة الثانية: الترخيص الاجباري للمنتجات العلاجية:

حيث قرر القانون حق مكتب براءات الاختراع في طرح الترخيص الاجباري بناء طلب وزير الصحة في حالات الخلل في المنتجات الدوائية المطروحة في السوق ويأخذ هذا الخلل عدة اشكال:  
-حالة النقص الكمي: حالة عجز كمية الادوية المحمية بالبراءة عن سد احتياجات البلاد. حيث يلجأ للترخيص الاجباري في هذه الحالة لزيادة الكمية المعروضة من الدواء للوفاء باحتياجات المستهلك من هذا الدواء.

-حالة ضعف الجودة: كما يمكن الترخيص الاجباري على الرغم من عدم وجود عجز كمي في الأدوية المحمية بالبراءة، والمطروحة في السوق في حالة انخفاض جودتها. فلا يقتصر دور الدولة في حماية المستهلك على ضمان توافر الدواء للمحتاجين من الناحية الكمية، بل تكفل الدولة كذلك حق

المستهلك في الحصول علي الدواء بالجودة المطلوبة و التي تحقق الهدف العلاجي المرجو من تناول الدواء.

-حالة ارتفاع الأسعار المبالغ فيه: بالإضافة لذلك فإنه حتى ولو كان انتاج الدواء كافي من الناحية الكمية، ومرضي من ناحية الجودة فإنه يمكن منح الترخيص الاجباري للبراءة المحمي بها الدواء، إذا كان صاحب براءة الاختراع يبالغ في تقدير أسعار الدواء بشكل غير عادي، ففي هذه الحالة على الرغم من وجود كميات كافية من الدواء مطروحة في السوق بجودة مناسبة، إلا ان المستهلك يظل عاجزا عن الحصول علي هذا الدواء لارتفاع أسعاره.

-الأدوية الضرورية: سمح المشرع أيضا بالترخيص الاجباري إذا تعلق الاختراع بأدوية الحالات الحرجة، أو الامراض المزمنة، أو المستعصية أو المتوطنة أو بالمنتجات التي تستخدمها في الوقاية من هذه الامراض.

ولم يحدد المشرع شرطا للترخيص الاجباري في هذا النوع من الأدوية ولم يحدد سببا لذلك، فلم يقيد الترخيص الاجباري في حالة الادوية الضرورية بسبب معين كالنقص الكمي أو نقص الجودة أو ارتفاع الأسعار، بل جاء السماح بالترخيص الاجباري في هذا النوع من الادوية خاليا من أي قيود. والحقيقة علي الرغم من أننا نري أن الترخيص الاجباري هو أحد الضمانات الهامة لتوفير السلع التي يحتاجها المستهلك و التي قد تكون أحيانا لازمة لبقائه علي قيد الحياة.

إلا أننا نري أيضا ضرورة الحفاظ على حقوق الاستغلال المالي لأصحاب براءات الاختراع وذلك حفاظا علي تواجدهم داخل البلاد و الاستفادة من ابداعاتهم فيما يفيد المجتمع ككل.

وعلي ذلك فإن الترخيص الاجباري لا بد وأن يكون مقيدا بشروط تحفظ التوازن بين هذين الاعتبارين فلا بد أن يكون هناك سببا منطقيا يؤيد الترخيص الاجباري، كما هو الحال في الأدوية العادية كنقص الجودة او ارتفاع الأسعار.

أما لو انتفي هذا السبب فلم يكن من الممكن أن ينسب أي تقصير للمنتج أو المصنع فإنه في هذه الحالة يكون من غير المنطقي الأضرار بصاحب براءة اختراع الدواء رغم التزامه بإنتاج الكم الذي يكفي احتياجات السوق بجودة وسعر عادلين، ولا يغير من ذلك طبيعة الدواء.

وفي كلا الأحوال السابقة لا يشترط أن تكون براءة الاختراع التي سيرخص في استغلالها جبراً هي الدواء ذاته، بل يسمح بالترخيص الإجباري في الحالات السابقة سواء تعلق الاختراع بالأدوية أو بطريقة إنتاجها أو بالمواد الخام الأساسية التي تدخل في إنتاجها، أو بطريقة تحضير المواد اللازمة لإنتاجها. ويجب في جميع هذه الحالات اخطار صاحب البراءة بقرار التراخيص الإجباري بصورة فورية.

### الحالة الثالثة: الترخيص الإجباري لعدم الاستغلال:

نص القانون علي السماح بالترخيص الإجباري إذا رفض صاحب البراءة الترخيص للغير باستغلال الاختراع آياً كان الغرض من الاستغلال - رغم عرض شروط مناسبة عليه وانقضاء فترة تفاوض معقولة. وفي هذه الحالة يكون على طالب التراخيص الإجباري في هذه الحالة أن يثبت أنه قد بذل محاولات جديده للحصول على الترخيص الاختياري من صاحب البراءة.

ولا شك أن هذه الحالة هي أحد حالات التراخيص الإجباري لأسباب اقتصادية. ذلك انه من غير المنطقي أن يسعى شخص لحقوق استغلال اختراع شخص آخر مع تعويضه مادياً ما لم يكن هذا الاختراع وتطبيقاته ذات جدوى اقتصادية تعود علي طالب التراخيص الإجباري بالنفع. إلا أنه يعيب هذه الحالة عدم وجود أي شرط يقيد التراخيص الإجباري فيكفي أن يثبت طالب التراخيص الإجباري أنه قد تفاوض لمدة معقولة مع المخترع وأن عرضه كان عرضاً جدياً، حتي يمكن التراخيص له باستغلال هذا الاختراع رغماً عن المخترع.

وهو ما لا تتفق معه فقد يري المخترع بعد أن اتم اختراعه أن هذا الاختراع سيكون الضرر العائد منه علي المجتمع أكثر منه نفعه، وعلى ذلك يري عدم استغلال هذا الاختراع. وهو حق يجب الاعتراف به للمخترع كما يعترف به القانون لمؤلف المصنف الأدبي.

ونري أن حق المخترع في تقرير الأتاحة هو حق لا يجوز الاعتداء عليه بصورة مطلقة، لمجرد أن أحدهم رغب في الترخيص له باستغلال هذا الاختراع ما لم يكن هناك اعتبارات أخرى تبرر هذا الاعتداء على المخترع كضرورة هذا الاختراع لتحقيق المصلحة العامة كحماية الصحة العامة أو ضرورته لتوفير منتج استراتيجي يحتاجه المجتمع بشدة. لذلك فإننا ومع تأكيدنا علي أهمية التراخيص الإجباري لحماية المستهلك نؤكد علي ضرورة تقييده لتحقيق التوازن بين ذلك الاعتبار و اعتبار آخر لا يقل أهمية وهو حق المخترع في إتاحة اختراعه للاستغلال.

### الحالة الرابعة: الترخيص لمُرور مدة من عدم الانتفاع:

جاءت الحالة الرابعة ليسمح فيها المشرع بالترخيص الاجباري في حالة عدم الاستغلال الحالي لهذه البراءة وقد حدد المشرع ثلاث حالات فرعية في هذا البند يمكن ايضاحها علي النحو التالي:

- حالة الترخيص الاجباري إذا لم يقم صاحب البراءة باستغلالها في جمهورية مصر العربية، بمعرفته أو بموافقته رغم مضي أربع سنوات من تاريخ تقديم طلب البراءة أو ثلاث سنوات من تاريخ منحها ايهما أطول.

ففي هذه الحالة يكون الترخيص الاجباري هو الترخيص الأول باستغلال براءة الاختراع فلم يسبق أن منح المخترع حقوق الاستغلال. والفرض هنا أن المخترع امتنع عن الترخيص باستغلال اختراعه لمدة طويلة هي أربع سنوات من تاريخ تقديم طلب البراءة أو ثلاث سنوات من تاريخ منحها ايهما أطول. والحقيقة أننا لا نجد حدا فاصلا دقيقا بين الحالة الثالثة والحالة الرابعة فلم يحدد المشرع ما يخضع للحالة الثالثة وبالتالي يجوز السماح فيه بالترخيص الاجباري لمجرد فشل الغير في الحصول علي موافقة المخترع بالترخيص بالاستغلال بعد فترة مفاوضات معقولة. ولم يحدد ما يخضع للحالة الرابعة وبالتالي يجوز الانتظار لمدة طويلة تصل لأربع سنوات قبل السماح بالترخيص الجبري.

- الترخيص الاجباري باستغلال براءة الاختراع إذا كان استغلالها غير كاف رغم مضي أربع سنوات من تاريخ تقديم طلب البراءة أو ثلاث سنوات من تاريخ منحها ايهما أطول.

ففي هذه الحالة يكون المخترع قد بدء بالفعل في استغلال براءة الاختراع إلا أن هذا الترخيص كان غير كافيا بأن زادت احتياجات السوق، عن الكمية المطروحة في السوق، واستمر ذلك خلال مدة طويلة وهي أربع سنوات من تاريخ تقديم طلب البراءة أو ثلاث سنوات من تاريخ منحها ايهما أطول.

- وأخيرا حالة الترخيص الإجباري إذا أوقف صاحب البراءة استغلال الاختراع بدون عذر مقبول لمدة تزيد على سنة.

فالفرض هنا أن صاحب حقوق الاستغلال علي براءة الاختراع قد بدء بالفعل في استغلال براءة الاختراع إلا أنه توقف عن ذلك واستمر هذا التوقف لمدة سنة كاملة، فهنا يجوز للغير مطالبة مكتب براءات الاختراع بالترخيص الاجباري للبراءة للتوقف علي استغلالها.

وفي جميع الحالات الثلاثة السابقة يكون الاستغلال بإنتاج المنتج موضوع الحماية في جمهورية مصر العربية، أو باستخدام طريقة الصنع المحمية ببراءة الاختراع فيها.



والحقيقة اننا نكرر ذات الانتقاد وندعو المشرع لتحقيق التوازن بين اعتبارات الترخيص الاجباري من تحقيق المنفعة العامة ومصلحة المستهلك من توافر السلع والخدمات في السوق وبين حق المخترع في تقرير مصير اختراعه بتقرير اتاحته للاستغلال بداهة او سحبه و تقرير وقف استغلاله. وذلك لأن الترخيص الاجباري انما هو استثناء من أصل استغلال الاختراع المحمي بالبراءة سواء باشر ذلك المخترع بنفسه، أو عن طريق غيره بالترخيص له اختياريًا.<sup>(١)</sup> فقانون حماية الملكية الفكرية ذاته منح المخترع الحق في براءة الاختراع بأن يستغل الاختراع على وجه الاستثاء ويمنع غيره من استغلال الاختراع بدون موافقته.<sup>(٢)</sup> فلا يسمح بالترخيص الجبري ما لم يكن هناك اعتبارات أخرى تبرر هذا الاعتداء على حق المخترع، كضرورة هذا الاختراع لتحقيق المصلحة العامة، أو حماية الصحة العامة أو ضرورته لتوفير منتج استراتيجي يحتاجه المجتمع بشدة.<sup>(٣)</sup>

وخلاصة أهمية دور الترخيص الاجباري في حماية المستهلك، تظهر فيما تملكه الدولة، ممثلة في مكتب براءات الاختراع في الترخيص الاجباري لبعض براءات الاختراع المتصلة ببعض المنتجات الضرورية للمستهلك وذلك سواء لتعسف صاحب براءة الاختراع، أو لوجود نقص كمي، أو نقص جودة وارتفاع أسعار هذه المنتجات، وعلى رأس هذه المنتجات الأدوية الضرورية.

---

(١) عبد الهادي محمد، الترخيص الاجباري باستغلال الاختراع وفقا لنظام براءات الاختراع السعودي والقانون المقارن المصري والبريطاني وفي ضوء اتفاقية التريبس، مجله جامعه الشارقة، ٢٠١٦، ص ٢٧٨.

(٢) سكان بن زاوي، الترخيص الاجباري باستغلال براءة الاختراع، مجله الشريعة والاقتصاد، العدد الثاني عشر ديسمبر ٢٠١٧، ص ٢٥٤.

(٣) وقد سمح المشرع بحالة سادسة وحالة سابعة إلا أنهما لا يتصلان بحماية المستهلك وانما يتصلان بتحقيق أهداف نقل التكنولوجيا وتحقيق مصلحة صاحب الاختراع المهم اقتصاديا وهما:

سادسا: إذا كان استغلال صاحب الحق في براءة اختراع لا يتم الا باستغلال اختراع اخر لازم له وكان منطويا على تقدم تقني ملموس واهمية فنية واقتصادية مقارنة بهذا الاخر فانه يحق له الحصول على ترخيص إجباري في مواجهة الاخر ويكون لهذا الاخر ذات الحق في هذه الحالة. ولا يجوز التنازل عن الاستخدام المرخص به لأحدى البراءتين الا بالتنازل عن استخدام البراءة الاخرى.

سابعا: في حالات الاختراعات المتعلقة بتكنولوجيا اشباه الموصلات لا يمنح الترخيص الإجباري الا لأغراض المنفعة العامة غير التجارية أو لمعالجة الاثار التي يثبت انها مضادة للتنافس.

كما أن نظام الترخيص الاجباري يمنع من تكوين احتكارات على المنتجات المشمولة بالبراءات في الاسواق المحلية والعالمية ويحقق مصلحة المستهلك من خلال الدور الهام الذي يلعبه في ايجاد الوسائل الكفيلة باستغلال الاختراعات الممنوح عنها براءات وغير مستعمله على المستوى الوطني.<sup>(١)</sup> فالتركيز علي استخدام الترخيص كوسيلة لحماية المستهلك، أكثر من التركيز علي نتائج الترخيص الإجباري الاقتصادية يجعل منه أحد أهم وسائل تحكم الدولة في السوق.<sup>(٢)</sup>

---

(١) موسى مرمون، الترخيص الاجباري باستغلال براءة الاختراع، مجله العلوم الإنسانية المجلد ٣١، عدد ٢، ٢٠١٩، ص ٦٩٤.

(٢) ولا نقصد بذلك تجاهل الدولة للمصلحة الاقتصادية للمنتجين و المصنعين و أصحاب براءات الاختراع الاخرين بل يجب أن توازن الدولة بين المصالح المعتبرة، قبل اتخاذها لاي قرار.

## المبحث الثاني:

### دور التصميمات والعلامات التجارية في حماية المستهلك

ان أحد أهم وسائل خداع المستهلك والتي تؤدي إلى اتخاذ قرار الحصول على سلعة أو منتج بسعر يزيد علي السعر العادل هو البيانات الكاذبة التي قد يوردها المنتج أو المصنع علي المنتج. وتظهر أهمية دور الدولة في منع المنتجات المبنية علي تصميمات أو علامات تجارية مقلدة ذلك في أن هذه المنتجات يصعب أحكام الرقابة عليها و بالتالي تكون جودتها غير مؤكدة. لذا حرص المشرع علي حماية المستهلك ضد تقليد وتزييف التصميمات المحمية والعلامات التجارية وسوف نتناول في هذا المبحث القواعد التي أوردها قانون حماية حقوق الملكية الفكرية في هذا الشأن. وعلي ذلك يمكن تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين علي النحو التالي:

المطلب الأول: دور حماية التصميمات في حماية المستهلك.

المطلب الثاني: دور العلامات التجارية ومنع البيانات المضللة في حماية المستهلك

### المطلب الأول:

#### دور حماية التصميمات في حماية المستهلك

حرص المشرع على حماية المنتجات موضوع براءات الاختراع ونماذج المنفعة من التقليد و التزييف، كما حرص أيضا علي منع نسخ أو تقليد التصميمات المحمية وكذلك حرص علي منع تزييف وجود هذه التصميمات مما يدفع بالمستهلك تحت تأثير هذه البيانات الكاذبة في اتخاذ قرار غير سليم بالحصول علي المنتج و الذي قد لا يتساوى في جودته مع التكلفة التي يتحملها المستهلك وسوف نتناول كلا من حالي التزييف و التقليد. وعلي ذلك فإن هذا المطلب ينقسم إلي فرعين علي النحو الآلي:

الفرع الأول: حظر تقليد التصميمات المحمية.

الفرع الثاني: حظر تزييف التصميمات المحمية.

## الفرع الأول:

### حظر تقليد التصميمات المحمية

حرص المشرع علي حظر تقليد المنتجات الخاضعة لحماية للتصميمات المحمية، حيث نصت المادة ١٣٤ من قانون حماية الملكية الفكرية علي أنه " مع عدم الاخلال بأية عقوبة اشد منصوص عليها في أي قانون اخر يعاقب بغرامة لا تقل عن اربعة الاف جنية ولا تجاوز عشرة الاف جنية: - كل من قلد تصميماً أو نموذجاً صناعياً محمياً تم تسجيله وفقاً لأحكام هذا القانون. - كل من صنع، أو باع أو عرض للبيع أو حاز بقصد الاتجار أو التداول منتجات تتخذ تصميماً أو نموذجاً صناعياً مقلداً مع علمه بذلك.

ويلاحظ على النص السابق عدة ملاحظات يمكن ايجازها فيما يلي:

- أن المشرع ، علي العكس من تجريم تقليد براءة الاختراع، قد حظر تقليد التصميمات وجرم هذا السلوك دون تقييد التقليد بكونه لهدف تجاري و يعني ذلك أن مجرد التقليد ولو لأهداف غير تجارية كالأهداف التعليمية و الأكاديمية و الشخصية، يكون مجرماً. وهو ما لا نتفق معه وندعو المشرع الي تغييره.

- وقد حظر المشرع أيضاً التعامل التجاري في المنتجات التي تتخذ تصميماً أو نموذجاً صناعياً مقلداً. و سواء اتخذ التعامل التجاري شكل البيع أو الايجار أو الحيازة بقصد الاتجار... الخ.

- وكما في المنتجات موضوع براءات الاختراع نجد أن المشرع قد اشترط شرطاً إضافياً في تقليد المنتجات التي تتخذ تصميماً أو نموذجاً صناعياً مقلداً. وهو ضرورة علم من صنع هذه المنتجات أو باعها أو عرضها للبيع أو حازها بقصد الاتجار أو التداول، أن هذه المنتجات مقلدة فإن انتفي العلم انتفي التجريم.

- إلا انه يلاحظ أن المشرع، وعلي العكس من التقليد التجاري للمنتجات موضوع براءة الاختراع، لا يشترط كون التصميم محمي في جمهورية مصر العربية. وذلك علي الرغم من أنه اشترط هذا النص في البند الأول حيث اشترط للتجريم أن يكون التصميم أو النموذج الصناعي محمي أي تم تسجيله وفقاً لأحكام هذا القانون.

## الفرع الثاني:

### حظر تزيف التصميمات المحمية

حرص المشرع علي حماية المستهلك ضد تزيف التصميمات المحمية، و صياغة هذه التزوير بصورة تدفع إلى الاعتقاد بحصول المنتج على تصميم محمي علي عكس الحقيقة. وذلك حيث نصت المادة ١٣٤ من قانون حماية الملكية الفكرية علي أنه " مع عدم الاخلال بأية عقوبة اشد منصوص عليها في أي قانون اخر بعاقب بغرامة لا تقل عن اربعة الاف جنية ولا تجاوز عشرة الاف جنية:

١ - كل من وضع بغير حق على منتجات، أو اعلانات، أو علامات تجارية، أو ادوات معينة أو غيرها بيانات تؤدي إلى الاعتقاد بتسجيله تصميماً أو نموذجاً صناعياً.

وعلي ذلك فإنه لا يلزم لتحقق المخالفة أن يكون الادعاء بتسجيل التصميم المزيف، مثبتا علي المنتجات التي يحصل عليها المستهلك، بل يكفي أن تكون واردة في الاعلان التجاري ولو لم يتم المنتج بإثباتها علي عبوة المنتج كما أن العكس يكن كافيا فتتحقق المخالفة ولو نفي الإعلان كون المنتج محل تصميم محمي طالما أن ذلك مثبت علي العبوة.

ولا شك أن القواعد السابقة لحماية المستهلك من تقليد وتزوير التصميمات تقوم بكلا من الدورين الذي يقدم ذات المنع في تقليد و تزوير براءات الاختراع وهما الدور الوقائي الذي تباشره الدولة بمنع تداول هذه المنتجات المقلدة او المزورة و الدور العلاجي بإعطاء المستهلك في حالة اصابته بالضرر بالإضافة لحق الشكوى لجهاز حماية المستهلك واقتضاء حقه وفقا لقواعد قانون حماية المستهلك، أن يقدم شكوي للنيابة العامة وفقا لقواعد قانون حماية الملكية لفكرية، و تصل العقوبة المقررة لهذه المخالفة بحدها الأقصى إلي عشرة الاف جنية ولا تقل عن أربعة الاف جنية وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهر والغرامة التي لا تقل عن ثمانية الاف جنية ولا تجاوز عشرين الف جنية.

وقد الزم المشرع المحكمة بالحكم بالمصادرة كعقوبة تكميلية حيث الزم المحكمة بان تقضي بمصادرة الاشياء المقلدة محل الجريمة والادوات التي استخدمت في التقليد. كما الزم المحكمة بأن تحكم بنشر الحكم الصادر بالإدانة في جريدة يومية واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه. كما أن اثبات الخطأ الجنائي يسهل على المستهلك فيما بعد حصوله علي التعويض المدني.

**المطلب الثاني:****دور العلامات التجارية ومنع البيانات المضللة في حماية المستهلك**

إن من أهم اشكال البيانات الكاذبة المضللة للمستهلك ايراد علامة تجارية أو مؤثر جغرافي مقلد أي تزويرها. حيث تدفع هذه البيانات الكاذبة المستهلك إلى اتخاذ قراره مدفوعا باعتقاده بصحتها وبأنه سيحصل علي جودة مساوية لما دفعه من تكلفة. ويأخذ ذلك أحد صورتين الأولى هي حالة تقليد المنتج محل تعاقد المستهلك لعلامة تجارية عادة ما تكون محل ثقة المستهلك. أما الحالة الثانية فهي تزوير البيانات المتعلقة بالمؤشرات الجغرافية. وعلي ذلك فإنه يمكن تقسيم هذا المطلب إلى فرعين علي النحو التالي:

الفرع الأول: العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية كأهم وسائل حماية المستهلك  
الفرع الثاني: منع البيانات المضللة وحماية المستهلك.

**الفرع الأول:****العلامات التجارية كأهم وسائل حماية المستهلك**

عرف المشرع العلامة التجارية في المادة ٦٣ من قانون حماية الملكية الفكرية بأنها كل ما يميز منتجا سلعة أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الاسماء المتخذة شكلا مميزا، والامضاءات، والكلمات والحروف، والارقام والرسوم، والرموز، وعناوين المحال والدمغات، والاختام والتصاوير، والنقوش البارزة، ومجموعة الالوان التي تتخذ شكلا خاصاً ومميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر اذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم، في تمييز منتجات صناعية أو زراعية، وأما كدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها، وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر.

سبق أن أوضحنا أن حماية المستهلك من التزييف والتقليد تعد من أهم الأدوات التي يتمني المستهلك توفيرها من قبل الدولة ففي دراسة لتوضيح أهم الحقوق التي يتطلع المستهلكين إلى توفيرها ذهبت نسبة ١٥ ٪ من العينة من المستهلكين المستقضي رأيهم إلى أن أهم وسائل حمايتهم هي الحماية من الغش

التجاري بينما وصلت نسبة من يركزون علي ضرورة الحصول علي السلعة او الهدف بالجودة المناسبة إلي ٦١٪.<sup>(١)</sup>

ويعتبر الولاء من جانب المستهلك الاسم والعلامة التجارية أحد المفاهيم التطبيقية حديثه الظهور نسبيا وتظهر أهمية الاسم التجاري أو العلامة التجارية من جانبين الاول هو ما يتعلق بالشركة المنتجة والثاني يتعلق بالمزيج التسويقي.

بالنسبة لأهمية الولاء للاسم والعلامة التجارية على مستوى الشركة فإن احتفاظ المستهلك بولائه للشركة، يجعل من الممكن تخفيض الجهود الترويجية لمواجهة المنافسة الحادة أو سياسة تخفيض الاسعار وبذلك تستقر أوضاع الشركة. أما على مستوى أهمية الولاء للاسم والعلامة التجارية بالنسبة للمزيج التسويقي فان الولاء يؤدي الى حدوث تفاعل بين المستهلك والعلامة وهذا ينعكس بدوره ايجابيا على العناصر الاخرى كالسعر والتوزيع.<sup>(٢)</sup> فولاء المستهلك للاسم والعلامة التجارية يعكس تكرار الشراء للمنتج الذي يحمل هذه العلامة التجارية.

والولاء للاسم والعلامة التجارية يحقق فائدة أكبر من التسويق احيانا ذلك أن الحفاظ علي المستهلك أكثر فائدة من محاولة اجتذاب مستهلك جديد وقد توصلت احدي الدراسات الي أن اجتذاب مستهلك جديد يكلف ستة اضعاف الحفاظ علي مستهلك حالي.<sup>(٣)</sup> فالاسم أو العلامة التجارية يضمن أن المستهلك الذي اعتاد اقتناء منتج أو خدمه، علي مستوى معين،<sup>(٤)</sup> سيحرص على تكرار تجربة الحصول عليها إذا حققت له الاكتفاء المطلوب. وبالتالي فإن تقليد العلامات التجارية يضمن للمقلد نسب توزيع للمنتج المقلد وأرباح دون أن يتحمل تكلفة الحملات التسويقية اللازمة لهذا الجمهور ودون أن يلتزم

(١) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حماية المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجارية، مجلد ٧ عدد ٤، ١٩٩٥، ص ٧٩.

(٢) علي السائح محمد، ولاء المستهلك العلامات والاسماء التجارية، مجله الجامعي، عدد ١٨، ٢٠٠٩، ص ١٤٨.

(٣) فيليب كوتلر التسويق الجزء الثاني دار غلاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة ٢٠٠٢، ص ١٢١-١٢٤ مشار اليه في علي السائح محمد، ولاء المستهلك العلامات والاسماء التجارية، مرجع سابق، ص ١٦٢

(٤) محمد المسلمومي دور حقوق الملكية الصناعية في حماية المستهلك مجله مسالك في الفكر والسياسية، والاقتصاد، عدد ٤، ٢٠٠٥، ص ٨٧.

بمستوي معين من الجودة فإذا قل اتجاه الجمهور لهذا المنتج فإن المقلد ببساطة يتجه لتقليد علامة تجارية أخرى.

وهو ما لم يخف علي المشرع في قانون حماية المستهلك و دعمه الحماية المقررة للعلامات التجارية و المؤشرات الجغرافية في قانون حماية الملكية الفكرية حيث نصت المادة ١١٣ من القانون علي انه "مع عدم الاخلال بأية عقوبة اشد في أي قانون اخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة الاف جنية ولا تجاوز عشرين الف جنية أو بإحدى هاتين العقوبتين:

١. كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور.
  ٢. كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة.
  ٣. كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره.
  ٤. كل من باع، أو عرض لبيع، أو التداول، أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك.
- وعلي ذلك فإن أي تعامل على سلعة تحمل تقليد لعلامة تجارية مسجلة، تعد فعلاً مجرماً يعاقب عليه قانون حماية الملكية الفكرية وتفرض هذه العقوبة علي مزور العلامة، و من استعملها، و من وضعها علي منتجاته، و من باع أو حاز بقصد البيع أو التداول، منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة.
- ولم يشترط المشرع لتجريم هذا الفعل، سوي سوء قصده والذي يعني علمه بأن العلامة التجارية محل التعامل مزورة واستمراره في السلوك المجرم.
- وتجدر الإشارة إلي أن السلوك الثاني من البنود المجرم يتصل باستعمال العلامة التجارية ذاتها لا استعمال البضائع التي تحمل هذه العلامة التجارية. وعلي ذلك فهي لا تمس المستهلك الذي خدع أو حتى اشترى بعلم منتج مقلد، ولا تجرم سلوكه.
- ولا شك أن القواعد السابقة لحماية المستهلك من تقليد وتزوير العلامات التجارية تقوم بكلا من الدورين الوقائي الذي تباشره الدولة بمنع تداول هذه المنتجات المقلدة او المزورة و الدور العلاجي بإعطاء المستهلك في حالة اصابته بالضرر بالإضافة لحق الشكوى لجهاز حماية المستهلك واقتضاء حقه وفقاً لقواعد قانون حماية المستهلك، أن يقدم شكوي للنياحة العامة وفقاً لقواعد قانون حماية



الملكية لفكرية، لعاقب بالغرامة وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهرين والغرامة التي لا تقل عن عشرة الاف جنية ولا تجاوز خمسين الف جنية.

وقد الزم المشرع المحكمة بالحكم بالمصادرة كعقوبة تكميلية حيث الزم المحكمة بإن تقضى بمصادرة الاشياء المقلدة محل الجريمة والأدوات التي استخدمت في التقليد. كما أن اثبات الخطأ الجنائي يسهل على المستهلك فيما بعد حصوله علي التعويض المدني.

وبظهر دور كبير لجهاز حماية المستهلك في فرض احترام قانون حماية الملكية الفكرية إذا ترتب علي مخالفته اضرار بالمستهلك، و من قبيل ذلك تصدي جهاز الحماية المستهلك لظاهرة تقليد العلامات التجارية حيث وردت شكوى من شركة شيبسي للصناعات الغذائية ضد مصنع الجوهرة للصناعات الغذائية.

والتي تتضرر فيها قيام الشركة المشكو في حقها باتخاذها لمنتجاتها علامة تجارية مضللة مشابهة لعلامتها التجارية تحت مسمى (شيبسكو) وبمناظرة العلامة الثابتة على عينات المشكو في حقه تبين أنه بالنسبة للمستهلك عند النظر للعلامة الثابتة على عينات المشكو في حقه يعتقد أنها منتج لنفس الشركة الشاكية مالكة العلامة شيبسي وهذا التشابه يؤدي الى احداث خلط ولبس لدى جمهور المستهلكين. وبناء عليه تم احالة مصنع الجوهرة للصناعات الغذائية للنيابة العامة وقد صدر حكم فى الجنحة رقم ٣٧٥ لسنة ٢٠١٧ جرح مستأنف ورقم ٢٢٣٥ لسنة ٢٠١٦ جرح اقتصادي بحبس المسؤول ثالث أشهر مع الشغل وكفالة ثلاثة آلاف جنية ومصادرة المضبوطات وتغريمه مبلغ عشرين ألف جنية وبنشر الحكم بجريدتي الأهرام والأخبار اليوميين على نفقته.<sup>(١)</sup>

(١) التقرير السنوي لجهاز حماية المستهلك، ٢٠١٧، ص ١٠٧.

**الفرع الثاني:****منع البيانات المضللة وحماية المستهلك.**

لا تقتصر الحماية الأساسية للمستهلك على الحصول على الأسعار العادلة المكافئة لما يحصل عليه المستهلك من قيمة، والتي لا تتحقق في حالة المنتجات المقلدة كما أشرنا سابقاً، بل أن أحد الحقوق الأساسية للمستهلك هي اتاحه الفرصة أمامه للاختيار السليم الحر القائم على توفير المعلومات السليمة والكافية ليتخذ المستهلك قرارات الشراء على أسس موضوعيه وسليمه سواء كان ذلك بالتزام الدولة بالحرص على تحقيق المنافسة العادلة بين مختلف المنتجين والمصنعين او بحمايه المستهلك من الاختيار القائم على بيانات مضلله.<sup>(١)</sup> وتعد واحدة من أهم البيانات المضللة التي يمكن أن ترد علي المنتج هي المؤشرات الجغرافية وسوف نتناول فيما يلي القاعدة العامة التي وضعها المشرع عن البيانات المضللة ثم نخصص الحديث عن المؤشرات الجغرافية كأحد أهم هذه البيانات. وأخيراً، نتناول تفعيل الدور الرقابي للمستهلك كألية حماية مزدوجة.

**أولاً: حظر البيانات المضللة على عمومها:**

نصت المادة ١٠٠ من قانون حماية الملكية الفكرية على حظر اثبات البيانات المضللة وقررت أنه، يعتبر بياناً تجارياً في نطاق تطبيق احكام هذا القانون أي إيضاح يتعلق بصفه مباشرة أو غير مباشرة بما يأتي:

- ١- عدد المنتجات، أو مقدارها، أو مقاسها، أو كيانها، أو طاقتها، أو وزنها.
- ٢- الجهة أو البلد الذي صنعت أو انتجت فيه المنتجات.
- ٣- طريقة صنع أو انتاج المنتجات.
- ٤- العناصر والمكونات الداخلة في تركيب المنتجات.
- ٥- اسم أو صفة الصانع أو المنتج.
- ٦- وجود براءات اختراع أو غيرها من حقوق الملكية الصناعية، أو اية امتيازات، أو جوائز، أو مميزات تجارية، أو صناعية
- ٧- الاسم أو الشكل الذي تعرف به بعض المنتجات.

(١) احمد احمد عبد الله ابعاد ومجالات حمايه المستهلك من منظور المستهلك، المرجع السابق، ص ٦٩.

كما نص القانون في المادة ١٠١ علي أنه، يجب أن يكون البيان التجاري مطابقاً للحقيقة من جميع النواحي سواء أكان موضوعاً على ذات المنتجات أو على الأقل الاغلفة، أو الفواتير، أو المكاتبات، أو وسائل الاعلان، أو غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور أو كان موضوعاً على المحال أو المخازن أو بها أو على عناوينها.

وبذلك فإن إيضاح المشرع للبيانات المضللة جاء عاماً، فعلي الرغم من ورود هذا النص في قانون حماية حقوق الملكية الفكرية إلا أنه لم يقصر الحظر على تقليد أو تزوير حقوق الملكية الفكرية المحمية بموجبه، بل جاء الحظر عاماً يشمل البيانات التي لا علاقة لها بهذا القانون كاسم وصفة البائع ومقدار المنتجات ... الخ.

ويمكن أن نستنتج من ذلك، أن الهدف الرئيسي من هذا النص، هو تمكين الدولة وجهاتها المختلفة من متابعة هذه البيانات المضللة ومنع نزول المنتجات والسلع التي تحملها للأسواق، فحماية المستهلك هنا حماية أساسية مقصودة لا حماية عارضة كما في الضمانات السابقة. لذا فإننا نرى أن النص الخاص بحظر البيانات التجارية المضللة هو نص عام يحقق هدف حماية المستهلك أكثر مما يحقق حماية حقوق الملكية الفكرية.

### **ثانياً: المؤشرات الجغرافية كأحد أهم البيانات المضللة للمستهلك:**

عرف المشرع المؤشرات الجغرافية في المادة ١٠٤ بأنها العلامات التي تحدد منشأ سلعة ما في منطقة أو جهة في دولة عضو في منظمة التجارة العالمية أو تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المثل متى كانت النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة والمؤثرة في ترويجها راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي.

ويشترط لحماية هذه المؤشرات أن تكون قد اكتسبت الحماية في بلد المنشأ. وعلي ذلك فإن المؤشرات الجغرافية: هي المؤشرات التي من شأنها أن تحدد منشأ المنتج في دولة، أو منطقة، أو بلد ما متى كانت نوعية المنتج أو سمعته أو شهرته أو سماته الأخرى والتي تؤثر في ترويج المنتج تعود بصورة أساسية لذلك المنشأ الجغرافي، ويشترط لحماية هذه المؤشرات أن تكون قد اكتسبت الحماية في بلد المنشأ ومازالت تتمتع بالحماية.

وبلد المنشأ: يمكن تعريفه بأنه البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر به المنتج.

وبالتالي فإنه على الرغم من أن كلا من العلامة التجارية والمؤشر الجغرافي هما علامات يمكن استخدامها لتمييز المنتج موضع العلامة أو المؤشر في الأسواق إلا أنه يمكن إيجاز الفرق بينهما علي النحو التالي:

العلامة التجارية: إشارة أو علامة تنتفع بها شركة لتمييز منتجاتها وخدماتها بهذه العلامة عن منتجات شركات أخرى وخدماتها، وتمنح مالكة الحق في منع الغير من الانتفاع بالعلامة. فوفقاً للمادة ٦٥ يعتبر من قام بتسجيل العلامة مالكا لها متى اقترن ذلك باستعمالها خلال الخمس السنوات التالية للتسجيل. ويحق له بالتالي منع الغير من استخدامها.

ويكون لصاحب العلامة التجارية المحمية دولياً، حق التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون ولو لم تسجل في جمهورية مصر العربية

ويجب على المصلحة أن ترفض من تلقاء نفسها أي طلب لتسجيل علامة مطابقة لعلامة مشهورة يتضمن استخدام العلامة لتمييز منتجات تماثل المنتجات التي تستخدم العلامة المشهورة في تمييزها، ما لم يكن مقدماً من صاحب العلامة المشهورة.

أما المؤشر الجغرافي: فإنه علامة توضح للمستهلك أن المنتج صادر عن مكان معين ويتسم بصفات ترجع إلى مكان إنتاجه. ويجوز لكل المنتجين والمصنعين الذين يصنعون منتجاتهم في ذلك المكان المعين أن يتفخروا ببيان أو مؤشر جغرافي على منتجاتهم التي تتسم بالصفات التي يختص بها ذلك المكان.

المؤشرات الجغرافية هي عبارة عن علامات تستعمل لتمييز المنتجات انطلاقاً من مصدرها الجغرافي من منطلق اتسامها بجوده خاصة، أو مميزات حصريّة لدى المستهلكين تجد أساسها في الموقع الجغرافي الذي تنتمي إليه، مما يفرض بداهه تمييزها عن غيرها من المنتجات، بشارة تحيل إلى المنطقة

التي استمدت منها هذا الطابع المميز في شكل مؤشر جغرافي، للاعتراف بخصوصيتها عن منتجات موجوده تكررت في السوق فتكتسب سمعة وشهرة في أوساط المستهلكين.<sup>(١)</sup>

ووفقا للمواد ١٠٩ و ١١٠ من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية يشترط لتسجيل علامة تشتمل على مؤشر جغرافي أن يكون إنتاج السلعة بصفة مستمرة بمعرفة طالب التسجيل في المنطقة الجغرافية ذات الشهرة الخاصة ويرفق بالطلب شهادة منشأ تثبت ذلك، ولا يجوز لأي شخص في جهة ذات شهرة خاصة بإنتاج سلعة ما أن يضع على المنتجات التي يتجر بها مؤشرات جغرافية بطريقة تضلل الجمهور بمنشأ هذه المنتجات وتوحي بأن مصدرها الجهة ذات الشهرة الخاصة.

وقد اعتبر المشرع المؤشرات الجغرافية أحد اهم البيانات التي يمكن أن تتسبب في تضليل المستهلكين فتناول حظر اثبات المؤشرات الجغرافية علي المنتج بأي صوة تؤدي إلي تضليل المستهلك و قد تناول هذا الحظر ثلاث حالات:

### الأولي: حظر اثبات المؤشر الجغرافي على السلعة ذاتها:

حيث قررت المادة ١٠٥ من القانون بأنه لا يجوز لأي شخص في جهة ذات شهرة خاصة في إنتاج سلعة ما أن يضع على المنتجات التي يتجر فيها مؤشرات جغرافية بطريقة تضلل الجمهور بانها نشأت في الجهة ذات الشهرة الخاصة.

ففي هذه الحالة يتمثل السلوك المحظور في الاثبات الصريح للمؤشر الجغرافي علي المنتج. ولم يشترط المشرع في السلوك سوي أن يترتب عليه تضليل للجمهور دون أن يشترط أن يمثل هذا السلوك اعتداء على أحد حقوق الملكية الفكرية المحمية فلا يلزم أن تضمن علامة تجارية محمية لهذا المؤشر أو أن توجد منتجات أخرى تتمتع بإثبات هذا المؤشر على منتجاتها. فحتي لو لم يشكل هذا السلوك أي اعتداء على أي حق من حقوق الملكية الفكرية يظل اثبات المؤشر الجغرافي علي المنتج محظورا لكونه مضللا للجمهور أي للمستهلكين.

(١) محمد الديب، حماية المؤشرات الجغرافية من التزييف مجله المنارة للدراسات القانونية والإدارية، عدد ٣٠

### الثانية: حظر تسمية المنتج بما يثير لبس حول بلد المنشأ:

حيث قررت المادة ١٠٦ من القانون أنه لا يجوز استخدام اية وسيلة في تسمية أو عرض سلعة ما توحى بطريقة تضلل الجمهور بأنها نشأت في منطقة جغرافية على خلاف المنشأ الحقيقي لها. فحتي لو لم تكن تسمية المنطق تخضع لعلامة تجارية محمية، تظل تسمية المنتج بهذا الشكل محظورة، لمجرد كونها مضللة لجمهور المستهلكين لكونها توحى بإنها نشأت في منطقة جغرافية معينة، على خلاف المنشأ الحقيقي لها.

### الثالثة: حظر توحيد المؤشر الجغرافي على جميع السلع لذات المنتج بخلاف الحقيقة:

حيث قررت المادة ١٠٧ من القانون أنه لا يجوز لمنتج سلعة في جهة ذات شهرة خاصة في انتاجها ان يضع مؤشرا جغرافيا على ما ينتجه من سلع شبيهة في مناطق اخرى يكون من شأنها أو توحى بانها منتجة في الجهة المشار اليها.

فالفرض هنا أن المنتج يحق له بالفعل استعمال أحد المؤشرات الجغرافية علي أحد منتجاته، إلا أنه بالإضافة لهذا المنتج يقوم بتصنيع وإنتاج منتج أو منتجات أخرى لا تتصل حقيقة بهذا المؤشر الجغرافي.

ففي هذه الحالة يحظر علي المنتج أن يمد اثبات المؤشر الجغرافي من السلعة المستحقة لإثباته عليها، إلي بقية ما ينتجه علي نحو يضلل الغير و يوحى بأن جميع ما ينتجه يتصل بالمنطقة الجغرافية المثبتة علي السلع.

وبلاحظ أنه يجمع بين حالات الحظر الثلاثة السابقة، ربط المشرع حالة حظر وضع المؤشرات الجغرافية باتصال ذلك بأثر مضلل للجمهور مما يمكن أن يستتج معه، أن الهدف الرئيسي من هذا النص هو تمكين الدولة وجهاتها المختلفة من متابعة هذه المؤشرات الجغرافية المضللة ومنع نزول المنتجات والسلع التي تحملها للأسواق مما يظهر معه أن هذه المادة أيضا، تهدف لمنع الاعتداء علي الحماية المقررة للمستهلك، حيث نجد أن النص الخاص بحظر المؤشرات الجغرافية المضللة هو نص عام يحقق هدف حماية المستهلك أكثر مما يحقق حماية حقوق الملكية الفكرية.

وبلاحظ هنا أنه ليس كل حالات تضليل الجمهور نتيجة استخدام المؤشر الجغرافي يمكن اثبات مخالفتها وأثرها الضار على المستهلكين.

ففي بعض الاحيان يكون الخلط نتيجة تشابه حقيقي في اسماء المدن ومن ذلك مدينة باريس المشهورة بصناعه العطور في فرنسا وتشابهها مع مدينة باريس التي تحمل ذات الاسم في الولايات المتحدة الأمريكية، وعلى الرغم من أن ذلك قد يسبب خلطا لجمهور المستهلكين، الا أنه لا يمكن منعه نظرا لصحة المؤشر الجغرافي المثبت على المنتج.<sup>(١)</sup>

ونود إ ل أن نشير إ لي أثر البيانات المضللة في التعاقد الالكتروني فيكون وضع البيانات المضللة أكثر ورودا. ويقصد به تعاقد المستهلك عن بعد ويمكن تعريف العقد المبرم عن بعد بأنه العقد الذي ينشا وينفذ بدون أن يكون هناك اتصال مادي بين البائع والمستهلك فالبائع اتصل بالمشتري بواسطة تقنيه للاتصال عن بعض، والمشتري يجب ايضا بواسطة تقنيه للاتصال عن بعد.<sup>(٢)</sup>

وخطر المنتجات التي تحمل علامات تجارية مضلله يظهر في المنتجات التي تحمل بيانات مضلله أكثر من تلك المقلدة. ذلك أن الوضع الحالي للسوق هو شراء المنتجات التي تحمل علامات تجارية معروفة للمستهلك من خلال المواقع الرسمية لمنتجي هذه العلامة، فيكون المستهلك قادر علي الشراء من المنتج الأصلي مباشرة والابتعاد عن الوسطاء مما يبعده عن التعرض للتعامل في سلع مقلدة.

وعلي العكس من ذلك قد يضلل المستهلك بالمواقع التي تحمل علامات تجارية متشابهة مع العلامة التجارية للسلع والخدمات التابعة للعلامة التي يفضلها.

### ثالثا: تفعيل الدور الرقابي للمستهلك كألية حماية مزدوجة.

لا شك أنه لا حماية للمستهلك أو لأصحاب حقوق الملكية الفكرية، إن لم يكن المشرع ذاته حريصا على وضع ضمانات لهذه الحقوق يعاقب عليها بصورة رادعة كما هو الحال في الضمانات التي يوفرها كلا من قانون حماية المستهلك وقانون حماية الملكية الفكرية وما يرتبه من عقوبات جنائية علي الاعتداء علي هذه الضمانات بالإضافة لوقف الاعتداء و المسؤولية المدنية عن الأضرار.

(١) محمد المسلمومي دور حقوق الملكية الصناعية في حماية المستهلك مجله مسالك في الفكر والسياسة، والاقتصاد، عدد ٤، ٢٠٠٥، ص ٩٣.

(٢) حسناء جبران اليات حمايه الثقة لدي المستهلك في التجارة الإلكترونية، مجله القانون والاعمال، عدد ٢٤، ٢٠١٨، ص ٢٠٤.

إلا أن هذه الحماية القانونية وما تكفله من ضمانات تظل أمرا نظريا ما لم يفعل من خلال وسائل الرقابة الفعالة. وعلي الرغم من اهتمام الدولة بمراقبه الأسواق ومنع المنتجات المقلدة أو المنتجات التي تحمل بيانات مزورة، إلا أن الرقابة على المنتجات التي تحمل بيانات مضلله كالعلامات التجارية المتشابهة يظل في حاجة إلى مزيد من الرقابة الفعالة.

ويرجع ذلك في الحقيقة أن الوصول إلى أثر التضليل و أن كان واضحا في بعض الحالات كحالات التشابه الكامل في العلامة التجارية إلا أنه يكون أقل وضوحا في حالات أخرى كحالات التشابه الجزئي. وهو ما يدفعنا إلى عدم الاكتفاء بالشكاوى التي ترد من أصحاب حق الملكية الفكرية المحمي.

بل ندعو الدولة إلى انشاء قاعدة بيانات مفتوحة يمكن للمستهلك البحث فيها عن العلامات التجارية المسجلة والمحمية وتقديم الشكاوى الكترونيا في حاله شعوره بالوقوع في التضليل نتيجة التشابه بين المنتج محل التعامل و منتج آخر مما يعمل علي تدعيم الأجهزة الرقابية برأي المستهلك مما يدعم حماية العلامات التجارية.



**الفصل الثالث:****دور حماية المنافسة في حفظ حقوق المستهلك الأساسية**

علي الرغم من اهتمام الأنظمة القانونية المختلفة بحماية حقوق المستهلك المختلفة إلا أن الحقوق الأساسية للمستهلك والتي تمثل أهم حقوقه كالحق في الاختيار الحر و الحق في الحصول علي السلع والخدمات بسعر عادل من الحقوق النظرية التي ينص عليها القانون دون توفير آليه حقيقة لحمايتها حيث يظل السعر خاضعا لنظرية العرض و الطلب و لتحكم الموردين بغض النظر عن عدالته كما يبقي السوق محكوما بالممارسات التجارية التي قد تحد او تقلل من تعدد الموردين و تقضي علي الاختيار الحر لدي المستهلك و تجبره علي التعامل مع المورد المحتكر.

وهنا يأتي دور قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الذي قد يمثل أداة فعالة لتحقيق مصالح المستهلك بحماية حقوقه الأساسية في الحصول على سعر عادل والحفاظ على حرية اختياره.<sup>(١)</sup> ولا شك أن الحصول على سعر عادل وكذلك حرية الاختيار هي من أهم حقوق المستهلك، أن لم تكن الأهم على الإطلاق فنجد أن هذه الحرية تمثل أهم مظهر من مظاهر سيادة المستهلك في النظام الأمريكي *The essence of consumer sovereignty is the exercise of choice*.<sup>(٢)</sup>

ويظهر صدي هذه العلاقة بين منع الممارسات التقييدية للمنافسة وبين حماية حقوق المستهلك في العديد من القوانين صراحة وضمنا كما يظهر دور اجهزة حماية المنافسة في حماية المستهلك من خلال رقابتها اعلي الأسواق ومحاولتها لمنع الممارسات التقييدية. وسوف نتناول النقاط السابقة في هذا الفصل على النحو التالي:

المبحث الأول: الارتباط بين الممارسات الاحتكارية وحقوق المستهلك الأساسية.

المبحث الثاني: الحماية المدنية للمستهلك من حالات الأضرار المشترك.

(١) Neil W. Averitt, Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law, Loyola Consumer Law Review, 1998, Volume 10 | Issue 1, p 44.

(٢) Neil W. Averitt, Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law, Loyola Consumer Law Review, 1998, Volume 10 | Issue 1, p 46.

**المبحث الأول:****الارتباط بين حماية المنافسة وحماية حقوق المستهلك.**

يتناول هذا المطلب الأسباب التي تؤدي إلى ارتباط كلا من الحماية التي يوفرها قانون حماية المنافسة والتي تهدف بحسب الأصل الي حماية الاقتصاد القومي والأشخاص التجارية المتنافسة وقانون حماية المستهلك الذي يوفر الحماية للمستهلك غير المهني مع التركيز على دور جهاز حماية المستهلك في مجال حماية المنافسة ذلك على النحو التالي:

المطلب الأول: أسباب الارتباط بين حماية المنافسة وحماية حقوق المستهلك.

المطلب الثاني: دور جهاز حماية المستهلك في حمايته من الممارسات الضارة بالمنافسة.

**المطلب الأول:****الحماية النظرية لحقوق المستهلك الأساسية**

أن المستهلك في علاقاته التي يهدف بها إلى إشباع رغباته في الحصول على السلع والخدمات يعد طرفاً ضعيفاً أمام الطرف الآخر وهو المهني المحترف كطرف قوي في هذه المجالات<sup>(١)</sup>. مما دفع بالتشريعات المختلفة الي إيجاد الضمانات الضرورية لتوفير الحماية المناسبة لحقوق المستهلك. ومن هذه الحقوق ما يسمى بالحقوق الأساسية والتي اوردتها المادة ٢ من قانون حماية المستهلك المصري حيث نصت حفظ حرية ممارسة النشاط الاقتصادي بما لا يخل بحقوق المستهلك الأساسية، ومنها "الحق في الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات والسعر العادل التنافسي الذي تحدده آليات السوق. علي الرغم من ذلك إلا أن هذه الحقوق تظل مجرد حقوق نظرية وذلك لسببين:

الأول: أن المستهلك يمارس هذه الحقوق في مرحلة سابقة علي التعاقد، ولكن الحماية القانونية تصب تركيزها الأكبر علي المستهلك بعد إتمام عقد الاستهلاك لا قبله. وأن هذه الحقوق وأن نص عليها المشرع، إلا أن المشرع لم يحدد التفاصيل التي تكفل تحقيقها على أرض الواقع. وعلي ذلك نقسم هذا المطلب إلي فرعين:

(١) مني بنت موسى بن علي، الحماية المدنية للمستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد، رسالة ماجستير، كلية الحقوق جامعة السلطان قابوس، ٢٠٠٨، ص ٨. وفي ذات المعني محمد محمد سادات مرزوق، الشروط التعاقدية غير العادلة: دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ٢٠١٤، ٥٦٤، ٨٥٣.

الفرع الأول: ممارسة الحقوق الأساسية سابقة على عقد الاستهلاك.  
الفرع الثاني: نقص ضمانات التطبيق ودور قانون حماية المنافسة.

### الفرع الأول:

#### ممارسة الحقوق الأساسية سابقة على عقد الاستهلاك

علي الرغم من أهمية هذه الحقوق في المرحلة السابقة على إبرام عقد الاستهلاك إلا أن ممارسة هذه الحقوق تواجه الإشكاليات التالية

الأولي: أن الإخلال بالحقوق الأساسية كالحق في الاختيار الحر، أو الحق في الحصول علي السعر العادل و كونه يطرح أمام المستهلك بديلين ليختار بينهم، حيث يمكنه أن يقبل التعامل وفقا للسعر المطروح و علي السلعة المحتكرة ولو كانت رديئة أو أن يتركها. يعطي للمستهلك شعورا وهميا باتخاذ القرار، مما يدفعه للاعتقاد بعدم وجود مخالفة لحقوقه، فلا يقبل علي الشكوى إلي الجهات المختصة.  
الثانية: استفادة رافعي الأسعار ومحتكري السلع من السلبية وروح التسامح التي يتسم بها المستهلك علي وجه العموم كما اثبتت الدراسات السابق ايضاحها. خاصة أنه عادة ما يتجه تفكير المستهلك في البحث عن حل أما في البدائل أو الاستغناء بدلا من الشكوى.

الثالثة: تركيز القوانين وأجهزة حماية المستهلك علي الحماية اللاحقة علي ابرام عقد الاستهلاك، مما يجعل الوعي بالحقوق السابقة علي ابرام و أهميتها شديد الندرة ليس بالنسبة للمستهلكين فقط بل و بالنسبة للعاملين في القطاع القانوني و قطاع حماية المستهلك.

وليس أدل علي هذا التجاهل للحقوق الأساسية، أن بعض القوانين تعرف المستهلك بأنه من أتم التعاقد بالفعل للحصول على السلعة أو الخدمة دون النظر إلى الحاجة إلى وجود حماية أولية واجبة للمستهلك. فوجد القانون الاتحادي رقم ٢٤ لسنة ٢٠٠٦ في المادة الأولى ينص على أنه "يقصد بالمستهلك كل من يحصل على خدمة بمقابل أو بدون مقابل اشباعا لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين."

وعلي الرغم من تعديل قانون حماية المستهلك الاماراتي بالقانون الاتحادي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ إلا أنه ابقى علي هذا التعريف بتعديل بسيط لتنص المادة الأولى منه على ان "المستهلك هو كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل اشباعا لحاجته أو حاجة غيره أو يجري التعامل أو التعاقد بشأنها".

وكذلك القانون العماني لحماية المستهلك<sup>(١)</sup> الذي نص في المادة ١ منه على تعريف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري سلعة أو خدمة أو يستفيد من أي منها".

مما يدعو للقول بأن هذه القوانين لا تسعى بصورة حقيقة، إلى شمول الحقوق السابقة علي إبرام العقد كالاختيار الحر و عدالة اسعار السلع و الخدمات بالحماية. لذلك فإن المشرع المصري قد أحسن بتعريف المستهلك في المادة ١ / ١ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ بأنه: "كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية، أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص."

فيكفي لتعريف الشخص بأنه مستهلك وفقا للقانون المصري أن يقدم إليه أحد المنتجات ولم لم يتم التعاقد بشأنها بالفعل. وهو ما يجعل المشرع المصري أكثر توافقا مع الحقوق الأساسية سابقة الذكر كالاختيار الحر الذي يأتي في مرحلة سابقة على إبرام التعاقد.

### الفرع الثاني:

### نقص ضمانات التطبيق ودور قانون حماية المنافسة

علي الرغم من اهتمام الأنظمة القانونية المختلفة بحماية حقوق المستهلك المختلفة إلا أن الحقوق الأساسية للمستهلك و التي تمثل أهم حقوقه كالحق في الاختيار الحر و الحق في الحصول علي السلع و الخدمات بسعر عادل من الحقوق النظرية التي ينص عليها القانون دون توفير آليه حقيقة لحمايتها حيث يظل السعر خاضعا لنظرية العرض و الطلب و لتحكم الموردين بغض النظر عن عدالته كما يبقي السوق محكوما بالممارسات التجارية التي قد تحد او تقلل من تعدد الموردين و تقضي علي الاختيار الحر لدي المستهلك و تجبره علي التعامل مع المورد المحتكر.

وهنا يأتي دور قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الذي قد يمثل أداة فعالة لتحقيق مصالح المستهلك بحماية حقوقه الأساسية. ذلك أنه وإن كان الغالبية من المستهلكين لم يسمعو بما يسمى بقانون منع الممارسات الاحتكارية فإنه يساهم عند تفعيله - وكما يري البعض - في توفير ملايين

(١) الصادر بالمرسوم السلطاني لحماية المستهلك رقم ٨١ لسنة ٢٠٠٢ الصادر في ٢٨ أغسطس ٢٠٠٢.

على المستهلكين متمثلة في الأسعار الزائدة التي يتحملها المستهلك نتيجة الممارسات الضارة.<sup>(١)</sup> فالمنافسة تفيد المستهلك بأسعار أقل ومنتجات أفضل.<sup>(٢)</sup> ويظهر صدي هذه العلاقة بين منع الممارسات التقييدية للمنافسة وبين حماية حقوق المستهلك في العديد من القوانين صراحة وضمنا كما يظهر دور أجهزة حماية المنافسة في حماية المستهلك من خلال رقابتها اعلي الأسواق ومحاولتها لمنع الممارسات التقييدية. ويجب أن نوضح أولاً أنه وأن كانت قوانين حماية المستهلك قد قصرت حمايتها علي المستهلكين في نطاق معين و هو ممارسة الاستهلاك خارج نطاق مهنة الشخص و حرفته و هو ما أكدته معظم تشريعات حماية المستهلك كالقانون المصري و اتفاقية روما Rome Convention 1980<sup>(٣)</sup> و كذلك كالتوجيهات الأوروبية مثل the European directive 97/7<sup>(٤)</sup> و العديد من التشريعات العربية كالقانون الجزائري و اللبناني<sup>(٥)</sup>

---

(١) Antitrust Enforcement and the Consumer, a report prepared by the U.S. Department of Justice Washington, DC, p.2 .

(٢) Ibid, p.3.

(٣) المتعلقة بالقانون الواجب التطبيق على العقود الدولية المستهلك بطريقة غير مباشرة عند تحديدها لنطاق تطبيقها في المادة ٥ فقرة ١

“This Article applies to a contract the object of which is the supply of goods or services to a person (‘the consumer’) for a purpose which can be regarded as being outside his trade or profession, or a contract for the provision of credit for that object”

(٤) التوجيه الأوروبي directive 97/7 EC of the European parliament and the council of 20 may

1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts. Article 2/2 “consumer means any natural person who, in contracts covered by this directive, is acting for purposes which are outside his trade, business or profession”

(٥) القانون اللبناني لحماية المستهلك رقم ١٣٠٦٨ لسنة ٢٠٠٤ والذي قصر مفهوم المستهلك المحمي بالقانون في المادة الثانية على من يتعامل " لأغراض غير مرتبطة بنشاطه المهني".

القانون الجزائري لحماية المستهلك وقمع الغش ٠٩.٠٣.٠٩ المؤرخ في ٢٩ صفر عام ١٤٣٠ الموافق ٢٥ فبراير سنة ٢٠٠٩ والمعدل بالقانون رقم ١٨-٠٩ مؤرخ في ٢٥ رمضان عام ١٤٣٩ الموافق ١٠ يونيو سنة ٢٠١٨.

فيخرج من مفهوم المستهلك والحماية المقررة له قانونا المحترف والمهني فيما يتعلق بتعاملاتهم المهنية وذلك لأن مبررات هذه الحماية لا تتوافر في حقهم، لأنهم يتمتعون بالخبرة والمعرفة في مجال عقودهم مما ينأ بهم عن الضعف الذي هو علة الحماية القانونية للمستهلك.<sup>(١)</sup> إلا أنه - على العكس من المفهوم للوهلة الأولى من قانون حماية المنافسة - فإنه لا تقتصر الحماية المقررة بواسطة قانون حماية المنافسة على الأشخاص المهنية المتنافسة، بل تمتد حماية قوانين المنافسة للمستهلك كاهتمام عام لقوانين حماية المنافسة common concern<sup>(٢)</sup> وهو ما يظهر من النصوص المختلفة الواردة بها.

حيث تنص المادة ٦ قانون حماية المنافسة المصري - السابق الاشارة إليها - من إمكانية الاعفاء من الحظر المنصوص عليه فيها كانت الفائدة التي ستعود على المستهلك تفوق آثار الحد من المنافسة. كذلك نصت المادة (٢٠) من قانون حماية المنافسة المصري "... وللمجلس بأغلبية أعضائه أن يصدر قرارا بوقف الممارسات التي يبين من ظاهر الأدلة التي تحت بصره أنها تخالف أي من أحكام المواد (٦، ٧، ٨) وذلك لفترة زمنية محددة متى كان يترتب على هذه الممارسات وقوع ضرر جسيم على المنافسة أو المستهلك يتعذر تداركه..." حيث يملك جهاز حماية المنافسة أن يأمر بوقف الممارسات المخالفة ولو لم يترتب عليها ضرر حقيقي للمنافسة، ولكن يترتب عليها ضرر بالمستهلك يتعذر تداركه.

وفي إطار التزام قوانين حماية المنافسة لمصالح المستهلكين جاءت المادة ٥ من قانون حماية المنافسة الاتحادي رقم ٤ لسنة ٢٠١٢ لتعفي الممارسات التجارية ذات الأثر الضار باستثناء الممارسات المتعلقة بالتلاعب في الاسعار بالزيادة أو النقصان وتلك المتعلقة بالاتفاقات الخاصة بتقاسم الأسواق أو العملاء. أي أن المشرع اعفي الممارسات ذات الأثر الضئيل على المنافسة أما الممارسات المتصلة بالمستهلك فتظل محظورة بغض النظر عن حجم الضرر المترتب عليها.

(١) وقد أنشأ القانون المصري جهاز حماية المستهلك ليراقب التزام التجار بتمكين المستهلك من التمتع بالحقوق والحماية التي كفلها له القانون. وبالإضافة إلى الجهاز يوجد الجمعيات الأهلية المعنية بحماية المستهلك والتي أعطاها القانون المصري في المادة ٦٢ العديد من السلطات والمهام اللازمة للحفاظ على حقوق المستهلكين

(٢) A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64

كذلك نجد في قانون حماية المنافسة بعض الممارسات المحظورة رغم ضآلة ضررها علي المنافسة. مثال الممارسات المحظورة بموجب قوانين المنافسة والتي تعد في الاصل أمرا مشروعا في الممارسات التجارية هو الحظر الوارد في المادة ٦/ ب "اقتسام الأسواق أو تخصيصها على أساس من المناطق الجغرافية، أو مراكز التوزيع، أو نوعية العملاء أو نوعية المنتجات...." فهذه الاتفاقات بحسب نوعها لكي تحقق الأثر المرجو تتضمن كل المنتجين او الموزعين لسلعة أو خدمة ما فيما يشبه الكارتل<sup>(١)</sup> فلا تشكل إضرارا بالأشخاص المتنافسة الحالية، إلا أن استئثار كل موزع بمنطقة معينه أو بتقديم منتج معين يضعه في وضع يشبه الاحتكار التام في هذه المنطقة مما يؤدي عادة إلى عدم الاهتمام بجودة المنتج المقدم للمستهلك بالإضافة إلى رفع الأسعار مما يضر بالمستهلك الذي لا يجد بديلا وحتى في حال ظهور شخص متنافس آخر يتم ضمه إلى الكارتل واستمرار التقسيم.

وكذلك جاءت المادة ٧ من قانون حماية المنافسة المصري والتي نصت يحظر الاتفاق أو التعاقد بين الشخص وأي من مورديه أو من عملائه، إذا كان من شأنه الحد من المنافسة.

حيث جاء لفظ عميل عام ليشمل العميل المهني والمستهلك غير المهني ويستطيع الجهاز تقييم توافر الإضرار بالمنافسة وفقا لعوامل ثلاث نصت عليها المادة ١٢ من اللائحة التنفيذية، أحد هذه العوامل مرتبط بالتأثير على حرية المنافسة بينما العامل الثاني والثالث يعتمدان على الفوائد التي تعود على المستهلك من الاتفاق والمحافظة على جودة المنتج. اي أنه يجب على جهاز حماية المنافسة قبل تجريم الاتفاق أن يفحص إذا ما كانت فوائد الممارسة للمستهلك أعلي أو أقل من ضررها بالمنافسة.

كذلك جاءت المادة ٨ من قانون حماية المنافسة لتوفر حماية للمستهلك من تعليق اي مورد أو منتج - متي توافرت له صفة السيطرة - من ارتكابه للممارسة ضارة بالمنافسة والمستهلك معا. ومن ذلك الفقرة د من المادة ٨ التي تنص على أنه يحظر على من تكون له السيطرة على سوق معينه القيام بأي مما يأتي....

(١) حيث تمثل الاتفاقات على كلاً من تحديد الإنتاج وتحديد الأسعار وكذلك الاتفاق على تجانس السلعة نوع من اتفاقات الكارتل التي تحتاج الي توافر وضع احتكار القلة للمنتج محل الاتفاق أي يحتاج الي قلة عدد المشروعات على السوق المعنية لإنجاح هذه الاتفاقات وذلك وصولا الي اخراج صغار المتنافسين والاستحواذ علي نصيب أكبر من السوق مما يوفر في النهاية فرصة أكبر للتحكم بالسوق وخفض الجودة مع رفع السعر. لمزيد من المعلومات حول اتفاقات التكتل الاقتصادي: انظر محمد سعد عبدالله السمراني، المنافسة بين احتكار القلة وإشكالية تطبيق القواعد العامة للقانون، مرجع سابق، ص ٢٤٠-٢٤٧.

تعلق إبرام عقد أو اتفاق خاص بمنتج على شرط قبول التزامات أو منتجات تكون بطبيعتها أو بموجب الاستخدام التجاري لها غير مرتبطة بالمنتج محل الاتفاق أو التعاقد أو التعامل الأصلي".  
وقد تعددت السياسات الاقتصادية لحماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية، ومنها تدخل الدولة في تحديد الاسعار، أو فرض غرامات على المحتكرين، أو إحلال الاحتكار الحكومي محل الاحتكار الخاص كما اتجهت التشريعات المختلفة إلى حماية المستهلك من خلال تنظيم الأسواق والحفاظ على المنافسة ومنع الاحتكار. لذلك نجد في القانون المصري النص الوارد في قانون حماية المنافسة المصري في المادة ١٠ والذي قرر أنه "يجوز بقرار من مجلس الوزراء تحديد سعر بيع منتج أساسي أو أكثر لفترة زمنية محددة وذلك بعد أخذ رأي الجهاز.  
ولا يعتبر نشاطا ضارا بالمنافسة أي اتفاق تبرمه الحكومة بقصد تطبيق الأسعار التي يتم تحديدها."  
تقابلة المادة ٩ من القانون الاتحادي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠، في شأن حماية المستهلك.<sup>(١)</sup> يقابله نص المادة 4-L410 من القانون الفرنسي<sup>(٢)</sup> الذي يسمح للحكومة أن تنظم، بعد إشعار عام من هيئة

---

(١) المادة ٩ "للووزير، في حال حدوث أزمة أو ظروف طارئة أو أحوال غير اعتيادية في الأسواق الداخلية أو الخارجية، اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لحماية مصلحة المستهلكين وعدم الإضرار بهم، ويجوز له اصدار قرار يحدد فيه أسعار بيع أي سلعة أو سلع، ويلتزم بهذا القرار كافة المزودين بالدولة."  
والحقيقة أننا نفضل الصياغة الواردة في القانون الاماراتي وذلك لما توفره من صلاحية أكبر للسلطة التنفيذية في مجال تحديد الأسعار فبينما يقصر القانون المصري هذه السلطة على المنتجات الأساسية نجد ان النص الوارد في القانون الاماراتي جاء عاما شاملا لكل أنواع السلع والخدمات مهما يحقق حماية أوسع للمستهلك.  
كما نؤيد ما جاء في القانون الإماراتي على قصر تدخل الحكومة على الحالات التي تتوافر فيها ظروف طارئة أو أحوال غير اعتيادية ذلك أنه وأن اتسعت الاحوال غير الاعتيادية لتشمل نطاقا واسعا من الظروف التي لا تسبب اضطرابا كاملا بالسوق كالممارسات الاحتكارية واسعة النطاق من الاشخاص ذوي السيطرة والتي تسبب اضطرابا غير اعتياديا في الاسواق حتى بعد وقف الممارسة الا أن ذلك لا يعطي للحكومة التدخل غير المبرر بتحديد الاسعار كما في القانون المصري. لذلك فإن القانون الاماراتي يوفر توازنا أكبر بين حماية احتياجات المستهلك وحماية مصالح المشروعات التجارية.

(٢) Article L410-4, Code de commerce.



المنافسة وبموجب مرسوم صادر عن مجلس الدولة، سعر بيع المنتجات أو عائلات المنتجات الأساسية.<sup>(١)</sup>

أما بالنسبة للقانون الأمريكي Federal Trade Commission Act فقد جاء أكثر وضوحاً في أن حماية المستهلك هي هدفاً رئيسياً لمنع الممارسات الاحتكارية حيث لم يقرم قانون لجنة التجارة الفيدرالية - كقاعدة - بتحديد حالات الممارسات غير العادلة أو المضللة بل ترك تحديد الممارسات الغير قانونية و المضللة للجنة بموجب المادة ٥٧ / أ.<sup>(٢)</sup>

الأنه الزم اللجنة في ذلك أن تراعي عدة معايير تذكرها في أسباب إصدار القاعدة الخاصة بحظر ممارسة معينه وفقاً للمادة ٥٧ أ و من هذه المعايير أنه يجب علي اللجنة توضيح الأهمية الاقتصادية لحظر هذا السلوك علي أن تأخذ في اعتبارها مصالح المستهلكين و صغار التجار. <sup>(٣)</sup> كما يمكن لأي ذي مصلحة كأي مستهلك أو أي منظمة لحقوق المستهلك أن ترفض هذا الإصدار و تطعن عليه امام محكمة الاستئناف لمراجعته.<sup>(٤)</sup>

كما نصت الفقرة الأخيرة من المادة ٤٥ بشرط أساسي حتى تتمكن اللجنة في وقف الممارسات المخالفة وهو أن يترتب على هذه الممارسة ضرر للمستهلك لا يمكن تجنبه بشكل معقول من قبل المستهلكين أنفسهم لا يغني عن ذلك أن تلحق الممارسة ضرراً بالسياسة الاقتصادية العامة.<sup>(٥)</sup>

---

(١) وعلي العكس من ذلك نجد القانون التجاري الفرنسي يحظر البيع بسعر أقل من سعر التكلفة اذا كان من شان ذلك التأثير علي المنافسة في المادة Article L420-5

(٢) Section 57a. (a) 1 (A), Federal trade commission act.

(٣) Section 57a (d) 1, Federal trade commission act.

(٤) Section 57a “(e) (1)(A) any interested person (including a consumer or consumer organization) may file a petition... for judicial review of such rule”.

وأخيراً فإن قانون لجنة التجارة الفيدرالية في المادة ٥٧ ب الفقرة الخامسة قد وفر حماية لسرية المعلومات الخاصة بشكوى المستهلك المتعلقة بالممارسات التجارية غير القانونية التي تصل إلى اللجنة من الجهات الأجنبية و يطالب المصدر بعدم الإفصاح.

(٥) Section 45, Federal trade commission act.

كما يظهر اهتمام قانون لجنة التجارة بحماية المستهلك في إنه لم يتم بتحديد حالات الممارسات غير العادلة او المضللة تاركا تحديد ذلك للجنة- كما سبق ان أوضحنا- ولكنه وضع استثناء تحديدا لعدم المشروعية و التضليل فيما يتعلق بالإعلانات المضللة و ذلك في المادة ٥٢<sup>(١)</sup> كما خرج عن مبدأ إقرار التعويض المدني عن مخالفة هذا القانون ليقرر معاقبة المخالف للقانون بفعله الغير قانوني بعقوبة بعقوبات جنائية في حالات محددة اذا ترتب علي الإعلان اضرار صحية لمن يستخدم المنتج الوارد بالإعلان و التي تعد جنحة وليست مجرد مخالفة<sup>(٢)</sup>. وهو ما يوضح مدي اهتمام هذا القانون الذي يعد قانونا لمنع الممارسات الاحتكارية بحماية المستهلك من اضرار هذه الممارسات.

كما أنه إنه فيما يتعلق بجبر الاضرار التي تصيب المستهلك بالمادة ٥٧ / أ / ٢<sup>(٣)</sup>. فإنه يكون للجنة السلطة في رفع والتدخل في القضايا المتعلقة بذلك دون الحاجة إلى اتباع الاجراءات المعتادة<sup>(٤)</sup>. مما يوحى باهتمام هذا القانون بحماية حقوق المستهلك التي قد يصبها الضرر نتيجة الممارسات غير العادلة أو المضللة المخالفة للقانون.

كما قضت المحكمة العليا الأمريكية في قضية S&M Brands, Inc. v. Caldwell<sup>(٥)</sup> بتوافر الاثر الضار للاتفاق المبرم بين كارتل شركات التبغ. ومن عوامل هذا الحكم انعكاس هذا الاتفاق على المستهلكين بارتفاع الأسعار.<sup>(٦)</sup>

---

(١) Section 52 (a), federal trade commission act.

(٢) 54 (a), federal trade commission act.

(٣) 56. "(a), federal trade commission act.

(٤) بالإضافة إلى ذلك فإن القانون الفيدرالي لم يكتفي بإعطاء اللجنة الفيدرالية سلطة منع الممارسات العادلة بل واعطي لهذه اللجنة سلطة تولي القضايا المدنية الناتجة عن الممارسات غير العادلة في المادة ٥٧ ب و وضع القانون القاعدة العامة لذلك بموجب المادة ٥٦ أ / ١ الفقرة الأولى من قانون لجنة التجارة الفيدرالية وهو أن تقوم اللجنة بإصدار تقرير بالمخالفة وتقدمه مكتوبا إلى المحامي العام لاستشارته علي أن يرفع الدعوي أو يتدخل بها خلال ٤٥ يوما من ارسال التقرير فإن لم يتم بذلك خلال المدة المحددة تتولي اللجنة رفع الدعوي أو التدخل فيها أو الدفاع باسمها.

(٥) S&M Brands, Inc. v. Caldwell, 614 F.3d 172, 176 (5th Cir. 2010).

(٦) A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64

| Issue 1, p. 27.

وعلي العكس من ذلك في قضية *Marlin v. Robertso*<sup>(١)</sup> حيث ادعى المدعون وجود مؤامرة لتقييد حرية التجارة واحتكار ممارسة طب الأطفال أو محاولات احتكارها جراحة المنخ والأعصاب في مقاطعة بيكسار، تكساس.

والتي استند فيها المدعون لنفي الأثر الضار على أن المدعين لم يتمكنوا من إظهار قيود على المنافسة تؤثر في الأسعار أو الكمية أو الجودة من خدمات جراحة المنخ والأعصاب للأطفال في مقاطعة بيكسار. وانتهى فيها الحكم بالتسليم بذلك وبالتالي عدم توافر الإضرار المحظور<sup>(٢)</sup>. وذلك أخذا بما قرره المحكمة قضية سابقة - سابقة قضائية - وهي قضية *Coca-Cola Co. v. Harmar*<sup>(٣)</sup> حيث أوضحت أنه يجب للقول بحظر ممارسة تجارية، أن يتم إيضاح الأثر الضار بشكل عام "evidence of demonstrable economic effect". الناتج عن هذه الممارسة<sup>(٤)</sup>.

كما ربطت المادة ٨ من قانون كلايتون Clayton act بين اعتبار بعض الممارسات في مجال الاستيراد ممارسات احتكارية وبين تحقق شرط ارتفاع الأسعار بناء على تلك الممارسة. أما بالنسبة للاتحاد الأوروبي فقد نصت اتفاقية عمل الاتحاد الأوروبي ٢٠١٢ في المادة ١٠١ على الممارسات المحظورة لضررها بالمنافسة ثم قررت بعد ذلك اعفاء ذات الممارسات من الحظر في الفقرة الثالثة إذا كان من شأن هذه الممارسة زيادة الانتاج أو التوزيع أو التقدم بالشكل الذي يعود على المستهلك بفائدة من هذه الزيادة<sup>(٥)</sup>

وبالرجوع إلى معاهدة عمل الاتحاد الأوروبي ٢٠١٢ Treaty on the Functioning of the European Union نجد أنها في المادة ١٠٢ والخاصة بحظر استغلال الوضع المهيمن قد قررت

(١) S.W.3d 418, 423 (Tex. App.-San Antonio 2009)

(٢) A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64 | Issue 1, p. 37.

(٣) quoting *Coca-Cola Co. v. Harmar Bottling Co.*, 218 S.W.3d 671, 689 (Tex. 2006)

(٤) A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64 | Issue 1, p. 37.

(٥) Article 101/3 "which contributes to improving the production or distribution of goods or to promoting technical or economic progress, while allowing consumers a fair share of the resulting benefit"

صراحة حظر الممارسات التي تفرض اسعار أو شروطا أخرى غير عادلة، كما حظرت اي تحديد للتوزيع أو للأسواق يترتب عليه ضرر للمستهلك<sup>(١)</sup> والحقيقة أن الهدف الوحيد لقوانين حماية المستهلك هي حماية حقوقه. إلا أن قوانين حماية المنافسة لها هدفين رئيسيين الأول هو حماية الاشخاص المتنافسة والثاني المستهلكين وهو ما تؤكد مفوضية الأمم الأوروبية COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES مؤكدا أن الحماية الخاصة لهؤلاء إلى جانب الحماية العامة يوفران ضمانه أكبر للحفاظ على بيئة تنافسية.<sup>(٢)</sup> والحقيقة أن المستهلك يتحمل العبء النهائي “passing on” لرفع الأسعار الناتج عن الممارسات الاحتكارية<sup>(٣)</sup> لذلك دعت المفوضية الأوروبية في أكثر من تقرير لها<sup>(٤)</sup> علي وضع فرضية قانونية بذلك يمكن أن يستخدمها المستهلك في دعوي المسؤولية passing on defense كما سنري في الجزء الخاص بالمسؤولية المدنية عن الضرر المشترك.

أما النظام الأمريكي فعلي الرغم من اهتمامه بحماية المستهلك من اضرار الممارسات الاحتكارية واهتمامه بإقرار حقه في التعويض عن الاضرار التي تصيبه منها، إلا أنه يقصر هذا الحق – خاصة فيما يتعلق بالتعويض عن ارتفاع الأسعار – في أغلب الأحوال على المستهلك المباشر direct purchasers<sup>(٥)</sup>.

---

(١) Article 102, treaty of functioning of European union 2012 .

(٢) COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER, Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 19.12.2005, COM (2005) 672 final, p3.

(٣) mily Clark, Mat Hughes and David Wirth, Study on the conditions of claims for damages in case of infringement of EC competition rules, August 2004, p.4.

(٤) COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, WHITE PAPER on Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 2.4.2008 COM (2008) 165 final, p.9. in the same meaning: COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER, Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 19.12.2005, COM(2005) 672 final , p7,8.

(٥) Kenneth Ewing, Private anti-trust remedies under US law, Cross border, Competition 2006/07 Volume 1, p. 88.

وعلي العكس من ذلك نجد المحكمة العليا الأمريكية ترفض إقرار مبدأ تمرير الضرر الذي أقره الإتحاد الأوروبي passing on وترفض تعويض المشتري غير المباشر. وقد قررت في قضية Hanover Shoe, Inc. v. United Shoe Mach. Corp.<sup>(١)</sup> عدم أحقية المستهلك في الحصول على تعويض عن كامل فرق التكلفة الزائدة إذا لم يكن مشتري مباشر من مرتكب الممارسة الاحتكارية. وهو نفس ما قرره المحكمة في قضية Illinois Brick Co. v. Illinois<sup>(٢)</sup> بعدم حصول المستهلك على تعويض عن التكلفة الزائدة لكونه المشتري غير المباشر من مرتكب الممارسة الاحتكارية. وإن كانت بعض محاكم الولايات تقرر أحقية المستهلك في هذا التعويض مثل دعوي California v. ARC Am. Corp<sup>(٣)</sup>

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستهلك العادي اللجوء مباشرة إلى جهاز حماية المنافسة للتقدم بشكوى ضد مرتكب الممارسة الاحتكارية التي تصيبه بالضرر ويظهر ذلك من خلال الشكاوى التي بحثها جهاز حماية المنافسة بناء على شكاوى المستهلك.

ومن ذلك البلاغ الوارد لجهاز حماية المنافسة من أحد عملاء شبكة بي أن بتاريخ ٢٢ / ٨ / ٢٠١٦، يتضرر فيها من قيام الشركة مؤخراً بإجباره علي تحويل استقبال القنوات المشترك عليها الخاصة بالبطولات الرياضية من القمر نايل سات إلي القمر نايل سات إلي القمر سهيل سات و تكبده في سبيل ذلك مصاريف غير مبررة لضبط اجهزة الاستقبال لاستقبال قنوات الشبكة المشترك عليها.

وبفحص البلاغ انتهى الجهاز لمخالفة هذه الممارسة للمادة ٨ لأن اجبار المشتركين علي الانتقال إلي القمر سهيل سات لم يكن بموجب الاختيار الحر من قبل المشاهد.<sup>(٤)</sup> وبذلك كان الاخلال بأحد حقوق المستهلك الأساسية الواردة في المادة ٢ فقرة ٣ من قانون حماية المستهلك هو وسيلة الشبكة لتوفير ميزة مصطنعة لقمر سهيل سات علي منافسيه.

(١) Hanover Shoe, Inc. v. United Shoe Mach. Corp., 392 U.S. 481 (1968).

(٢) Illinois Brick Co. v. Illinois, 431 U.S. 720, 735 (1977).

(٣) California v. ARC Am. Corp., 490 U.S. 93, 105-06 (1989).

(٤) التقرير السنوي لجهاز حماية المنافسة ٢٠١٦-٢٠١٧، ص ١٣.

كما قرر جهاز حماية المستهلك في بلاغ آخر مقدم بخصوص مجموعة بي أن أيضا من جانب جهاز حماية المستهلك بتاريخ ١٩-٤-٢٠١٦ بسبب تغيير باقات المشاهدة الخاصة بالقنوات المتفق عليها مسبقا وتحريك الأسعار بشكل مبالغ فيه لا يتناسب مع اقتصاديات السوق، وذلك بإرادة منفردة ودون الرجوع للمستهلكين. وانتهى الجهاز إلي تحريك الدعوي الجنائية ضد المبلغ ضده وذلك لأن ربط بيع البطولات الدورية ببعضها البعض مخالفة لأحكام المادة ٨ د وذلك لأن كل بطولة تمثل منتجا منفصلا و غير مرتبط بأي شكل من الاشكال بالأخر. كما أن ذلك الربط يعد إجبار للمشاهد علي الاشتراك في بطولات قد لا يرغب فيها وهو ما يعني حرمانه من حقه في اختيار البطولة التي تناسبه<sup>(١)</sup>

يتضح من ذلك أن من أهم الأمور التي تؤدي إلي الربط بين حماية المستهلك و حماية المنافسة هو بعض الحالات التي يترتب فيها علي الممارسة الضارة بالمنافسة ضررا مباشرا علي المستهلكين في ذات الوقت. مثال آخر لذلك قيام بعض المدارس بإلزام أولياء الأمور بأن يقوموا بشراء الزي المدرسي من موردين معينين دون غيرهم ، مما يضع مرتكبها تحت طائلة القانون. <sup>(٢)</sup> لما يثيره ذلك من شبهة مخالفة قانون حماية المنافسة، بارتكاب ممارسة احتكارية قد تؤدي إلى تقييد لحرية المنافسة حيث لا ارتباط ما بين التقديم للدراسة بالمدرسة و شراء الزي المدرسي فكلًا منهم يعد منتجا منفصلا مما يشكل مخالفة للمادة ٨ فقرة د ، و ذلك بدوره ألحق الضرر بالمستهلكين (أولياء الأمور) للمغلاة في أسعار الزي حيث ترتب علي هذا الإلزام مبالغة المورد المحدد في أسعار بيع الزي بأسعار تفوق السعر العادل مما يشكل مخالفة للمادة ٣/٢ التي توضح حقوق المستهلك الأساسية.

وتظهر درجة أكبر من الاختلاط بين قانون حماية المنافسة و حماية المستهلك حينما يكون المستهلك شخصا معنويا يتضرر من ممارسة ضارة أفقيا حيث أن وصف المستهلك لا يقتصر علي الشخص الطبيعي وإنما يشمل الشخص المعنوي عند تعاقدته علي سلع أو خدمات غير متعلقة بنشاط الشخص

(١) التقرير السنوي الصدر من جهاز حماية المنافسة ٢٠١٦-٢٠١٧، ص ١٤، ١٥.

(٢) التقرير السنوي الصادر من جهاز حماية المنافسة ٢٠١٨-٢٠١٩، ص ٣٢.

المعنوي و من ذلك شراء شركة تسويق لمكاتب الموظفين أو أجهزة تهوية و مرجع ذلك أن الشخص المعنوي في هذه الحالة يكون في نفس وضع المستهلك الطبيعي من حيث الضعف و قلة الخبرة.<sup>(١)</sup> ففرض شروط غير مرتبطة بمحل الالتزام الأصلي بالمخالفة للمادة ٨ من قانون حماية المنافسة يعد في ذاته إضراراً صريحاً بحق العميل كمستهلك و شخص تجاري متنافس في ذات الوقت.

و حق المستهلك في اللجوء إلي جهاز حماية المنافسة لا يلغي حقه في اللجوء لجهاز حماية المستهلك. حيث لكلا من الجهازين دوره ولا يجب الخلط بينهما، وذلك لأن جهاز حماية المنافسة يعمل على المشكلات المتعلقة بهيكل السوق وليس السلع أو الخدمات نفسها، بمعنى أن الجهاز يضمن وجود منافسة شريفة بين الشركات وهو ما يؤدي بالتبعية إلى تحقيق منفعة أكبر للمستهلك، بينما جهاز حماية المستهلك يفحص الشكاوى الخاصة بوجود عيب في منتج ما أو خدمة الضمان أو بوجود إخلال بأي حق من حقوق المستهلك الواردة في القانون.

كما أن جهاز حماية المستهلك يحل المشكلات المرتبطة بجودة السلع أو الخدمات، لكن حماية المنافسة يحل مشكلات سعر السلع بسبب ظاهرة معينة أو ممارسة ضارة تحدث قبل أن تصل السلعة للمستهلك. إلا أنا كلا من عمل أجهزة حماية المنافسة و حماية المستهلك يعد مكملًا لبعضه البعض في مجال حماية المستهلك.<sup>(٢)</sup>

وبذلك يظهر التكامل والترابط بين قوانين حماية المستهلك وقوانين حماية المنافسة المختلفة. ذلك أنه علي الرغم من أن قوانين حماية المستهلك قد لا تلعب دوراً في حماية المنافسة إلا ان قوانين حماية المنافسة تلعب و بلا شك دوراً مكملًا لقوانين حماية المستهلك common goal of protecting consumer<sup>(3)</sup> welfare وذلك إلي الحد الذي دعي بعض الكتابات الأمريكية، بعد إيضاح أهمية منع الممارسات المحظورة للحفاظ علي حق الاختيار الحر للمستهلك، إلي تبني نظرية موحدة unified

(١) مصطفى محمود محمد عبد العال، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، حالة مصر، مجلة

اقتصاديات شمال افريقيا، عدد ٤، ص ١٩١.

(٢) A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64 | Issue 1, p. 20.

(٣) JOSHUA D. WRIGHT, The Antitrust/Consumer Protection Paradox, THE YALE LAW JOURNAL, 2012, p. 2218.

theory of antitrust protection for consumer  
الحفاظ علي حقوق المستهلك<sup>(١)</sup>.

إلي الحد الذي جعل المحكمة الأمريكية العليا تقرر في قضية Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc<sup>(٢)</sup> أن الممارسات الضارة بالمنافسة anticompetitive effect هي الضارة بالمستهلك والممارسات ذات الاثر النافع للمنافسة procompetitive effect هي نافعه للمستهلك. و ذات المعيار في تحديد الأثر الاحتكاري أقرته المحكمة في قضية In United States v. Microsoft Corp<sup>(٣)</sup>.

كما نجد المحكمة العليا الأمريكية تقرر في قضية Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp<sup>(٤)</sup> أن قوانين المنافسة تهتم برفاهية المستهلك و الحفاظ علي الأسعار consumer welfare and price competition حيث اعتمدت المحكمة علي رفاهية المستهلك و ليس الفاعلية الاقتصادية أي فاعلية منع الممارسة علي الاقتصاد not economic efficiency<sup>(٥)</sup>.

كذلك نجد محكمة ميتشغان تقرر صراحة بأن<sup>(٦)</sup> الهدف الاسمي لقوانين حماية المنافسة هي حماية المستهلك الذي يتحمل التكلفة الزائدة الناتجة عن الممارسة الضارة. وهو ذات ما قرره المحكمة في

---

(١) Neil W. Averitt, Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law, Loyola Consumer Law Review, 1998, Volume 10 | Issue 1, p 51.

(٢) Leegin Creative Leather Products v. PSKS, Inc. 551 US 877, 127 S. Ct. 2705, 168 L. Ed. 2d 623 - Supreme Court, 2007

(٣) United States v. Microsoft Corporation, 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001).

(٤) Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp., 509 U.S. 209 (1993).

(٥) John B. Kirkwood, The Essence of Antitrust: Protecting Consumers and Small Suppliers from Anticompetitive Conduct, Fordham Law Review, 2013, Volume 81 Issue 5, p.2441.

(٦) "the very purpose of antitrust law is to ensure that the benefits of competition flow to purchasers of goods affected by the violation, "buyers have usually been preferred plaintiffs in private antitrust litigation," and a purchaser's standing "to recover for an overcharge paid directly to an illegal cartel or monopoly is seldom doubted"  
In Re Cardizem CD Antitrust Litigation, 105 F. Supp. 2d 618 (E.D. Mich. 2000).



قضية Kochert v. Greater Lafayette Health Services, Inc.<sup>(١)</sup>

وغير ذلك من الأحكام إلى الحد الذي دفع بعض الكتابات الأمريكية إلى القول بأنه خلال العقدین السابقين فإن جميع قرارات المحاكم تميل إلى أن الهدف من منع الممارسات الاحتكارية هو حماية المستهلك من ارتفاع الأسعار.<sup>(٢)</sup>

### المطلب الثاني:

#### دور جهاز حماية المستهلك في حمايته من الممارسات الضارة بالمنافسة.

تمثل المصلحة الخاصة للمستهلك في منع الممارسات الضارة بالمنافسة في مسألتين أساسيتين: الأولى هي وقف الممارسات المقيدة للمنافسة لمنع الإضرار التي تلحق به، أما الثانية فتتعلق بالتعويض المستحق للمستهلك المتضرر من الممارسات الاحتكارية. ويقوم جهاز حماية المستهلك بكلا من الدورين بموجب السلطات الممنوحة له وفقا لإحكام قانون حماية المستهلك. حيث يقوم الجهاز بتمثيل المستهلكين أمام القضاء كما يقوم بالتنسيق مع الأجهزة المختلفة للحفاظ على حقوق المستهلكين وتتناول كلا من المهمتين فيما يلي:

الفرع الأول: مساعدة المستهلك في اللجوء إلى القضاء.

الفرع الثاني: التنسيق مع أجهزة حماية المنافسة.

### الفرع الأول:

#### مساعدة المستهلك في اللجوء إلى القضاء.

الحقيقة أنه لا توجد إشكالية حول حق المستهلك في رفع دعاوي - كما سنرى فيما بعد - بطلان الشروط غير عادلة وكذلك رفع دعاوي المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تصيبه من جراء ما ارتكبه الشخص التجاري من ممارسة سواء كانت هذه الممارسة احتكارية أو لم تكن طالما توافرت له المصلحة المشروعة من رفع الدعوي وهي أن تمثل هذه الممارسة إخلالا بحقوق المستهلك المحمية

(١) Kochert v. Greater Lafayette Health Services, Inc. 463 F. 3d 710 - Court of Appeals, 7th Circuit, 2006.

(٢) John B. Kirkwood, The Essence of Antitrust: Protecting Consumers and Small Suppliers from Anticompetitive Conduct, Fordham Law Review, 2013, Volume 81 Issue 5, p.2444.

بموجب القانون إلا أنه كثيرا ما يكون المستهلك في حالة من الضعف القانوني أو الاجتماعي تمكنه من المطالبة بحقوقه وهنا يأتي دور جهاز حماية المستهلك. حيث يساعد جهاز حماية المستهلك، المضرورين من المستهلكين في اللجوء إلى القضاء وذلك للحصول على تعويضات عن المساس بحقوقهم ومن ضمن الأخطاء الضارة بالمستهلك - كما أوضحنا سابقا - الممارسات الاحتكارية. ولكن ترفع هذه الدعاوي الفردية باسم المستهلك المضرور وليس باسم الجهاز.<sup>(١)</sup> كما اعترف المشرع بحق الجهاز في تمثيل المستهلك أمام القضاء في المادة ٤٣/١٢ حيث قرر للجهاز أمكانية "إقامة الدعاوى المدنية التي تتعلق بمصالح جموع المستهلكين،<sup>(٢)</sup> أو التدخل فيها، وفقا لأحكام القوانين المنظمة لمباشرة إجراءات التقاضي أمام المحاكم." وبذلك فإنه إذا ما تضررت مجموعة من المستهلكين من جراء ممارسات مقيدة للمنافسة فإنه يحق لجهاز حماية المستهلك اللجوء إلى القضاء مباشرة لرفع الضرر عن هؤلاء. كما أعطي القانون ذات الحق للجمعيات<sup>(٣)</sup> العاملة

(١) ويؤكد ذلك أن المشرع فيما قرره من حق لجهاز حماية المستهلك في إقامة هذه الدعاوي قد قيد ذلك بالقواعد المنظمة لإجراءات التقاضي أمام المحكمة وهذه القواعد تتطلب شروطا لقبول الدعاوي بصفه عامة أهمها الصفة والمصلحة. وعلي ذلك فإنه لا يجوز لجهاز حماية المستهلك أن يرفع دعوي متعلقة بمصلحة فردية لمستهلك محدد وإلا كان للمحكمة أن ترفض الدعوى لانتفاء شرط الصفة ويجب ان ترفعها باسم المستهلك المتضرر.

(٢) تعد فكرة المصالح الجماعية المشتركة غير واضحة كفاية، فقد أثارت صعوبة في تحديدها لأنها تقع على الحدود بين المصالح الفردية والتي يتولى حمايتها الفرد المتضرر، وبين المصالح العامة التي تهتم المجتمع وتولي حمايتها النيابة العامة، ويمكن أن نعرف المصالح الجماعية على أنها المصلحة المشتركة لمجموعة من الأفراد جمعتهم مهنة معينة أو يستهدفون غرضا معينا كالدفاع عن حقوق المستهلك أو غيرها، وهي ليست مجموع المصالح الفردية لهؤلاء الأفراد. وتعرف كذلك بأنها مجموع الحقوق والامتيازات المخولة للمستهلك بموجب القوانين والتنظيمات خاصه بحيث ينجم عن العمل غير المشروع مثال ذلك ضرر يلحق المصالح المشتركة المستهلك من جراء تناول سيارات غير مطابقه. فهنا يجوز لجهاز حماية المستهلك رفع الدعاوي لتكلفه المصنع بإعلان قبول استبدال ما تم بيعه من سيارات معيبة أو لإلزامه برد مقابلها. خيرة ابن سالم، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد ١٤، ابريل ٢٠١٧، ص ١٦٩، ١٧٠.

(٣) ويقصد بالجمعيات الأهلية المتخصصة في حماية المستهلك أنها قامت ونشأت كمنظمة غير حكومية تستهدف حماية المستهلك مصطفى محمود محمد عبد العال، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، حالة مصر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد ٤، ص ٢٠١.

في مجال حماية المستهلك فقد نصت المادة ٦٢ / ١.<sup>(١)</sup>

وأخيراً ففي القانون الأمريكي Federal Trade Commission Act فإن لجنة التجارة الفيدرالية المختصة بوقف الممارسات الاحتكارية غير العادلة، يمكنها أن تتولي مباشرة علي سبيل الاستثناء، قضايا جبر الأضرار التي تصيب المستهلك نتيجة الممارسات الغير عادلة أو المضللة المخالفة للقانون. وهي ترفع تلك القضايا أو تتدخل فيها باسم اللجنة نفسها دون الحاجة إلي رفعها باسم المستهلك وذلك بموجب المادة ٥٧ / أ / ٢.

### الفرع الثاني:

#### التنسيق مع أجهزة حماية المنافسة

يتولى جهاز حماية المستهلك التنسيق مع الأجهزة المختلفة ومن ضمنها جهاز حماية المنافسة وذلك من اجل الحفاظ علي حقوق المستهلك. حيث نصت المادة علي هذا الدور ٤٣ / ٤ "التنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة لتطبيق أحكام هذا القانون وعلى الأخص جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، وتلتزم هذه الأجهزة بتقديم البيانات والمشورة الفنية التي يطلبها الجهاز..." كما أعطت المادة ٦٢ / ٥ من قانون حماية المستهلك لجمعيات حماية المستهلك إمكانية "معاونة المستهلكين الذين وقع عليهم ضرر جراء استخدام سلعة أو شرائها أو تلقي خدمة في تقديم الشكاوى للجهات المختصة، واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم" ومن الجهات المختصة كلا من جهاز حماية المستهلك و جهاز حماية المنافسة إذا كان الإخلال بحقوق المستهلك ناتج عن ممارسة ضارة بالمنافسة.

ومثال ذلك ما تقدم به جهاز حماية المستهلك من تحويل بلاغات المواطنين - بعد إلزام المخالفين بوقف المخالفة - بشأن إلزام بعض المدارس لأولياء الأمور بشراء الزي المدرسي من أماكن محددة لجهاز حماية المنافسة للتأكد من عدم تكرار الممارسة الضارة بالمستهلك والمنافسة في ذات الوقت.

(١) كما يرى البعض انه يمكن لجمعيات حقوق المستهلك رفع الدعاوي للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تصيب مجموع المستهلكين إلا أنه يعيب ذلك صعوبة إقناع القاضي بوقوع الضرر لمجموع المستهلكين لعدد غير محدد بعينه مما يجعل مساله تقدير هذا الضرر وكذلك التعويض المقابل امر في غاية الصعوبة لذلك كثيراً من القضاة يحكم بالتعويضات رمزية لا تفي بالغرض. خيرة ابن سالم، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد ١٤، إبريل ٢٠١٧، ص ١٧٠.

وهو ما ترتب عليه مخاطبة جهاز حماية المنافسة لوزارة التربية والتعليم بشأن ذلك للتأكد من اتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع تكرار ذلك في المستقبل.<sup>(١)</sup>

وكذلك تقدم جهاز حماية المستهلك بشكوى ضد مجموعة قنوان بين سبورت<sup>(٢)</sup> وهو ما انتهى بتغريم مجموعة بي إن سبورت ٤٠٠ مليون جنية في القضية رقم ٢٨٠ لسنة ٢٠١٧، مع تأييد محكمة جناح مُستأنف القاهرة الاقتصادية لهذا الحكم ورفض الاستئناف.

وبذلك يكون جهاز حماية المستهلك قد قام بدوره في معاقبه متتهك حقوق المستهلك بالإضافة إلى إثبات الخطأ على المخالف مما يسهل علي أي من المستهلكين المضرورين رفع دعوي المسؤولية ضده فيما بعد.

وفي النظام الأمريكي لا تقتصر مثل الممارسة السابقة علي كونها ممارسة احتكارية بل بالإضافة لذلك تعد ممارسة ضارة بالمستهلك لما بها من الإضرار بحقه في الاختيار الحر impair the individual's ability to select و الاختيار الحر في بعض المجالات مثل الإلكترونيات يمثل ضمانه أهم بالنسبة للمستهلك من الحصول علي السعر العادل.<sup>(٣)</sup>

كما يحمل الاتحاد العام لجمعيات حماية المستهلك على عاتقه مهمة تمثيل المستهلك في جهاز حماية المنافسة.<sup>(٤)</sup>

وفي قانون اللجنة الفيدرالية الامريكية Federal Trade Commission Act يمكن لمنظمات حقوق المستهلك بموجب المادة ٥٧ أ/ ١ الفقرة الأولى الاعتراض علي القواعد التي تصدرها لجنة التجارة الفيدرالية التي تحدد ما يمكن اعتباره منافسة تجارية عادلة أو مضللة وذلك إذا رأت هذه المنظمات أن هذه القواعد تحتاج علي مراجعة وتعديل لتتضمن المزيد من الممارسات التي تسبب ضررا للمستهلك أو لكي تحذف بعض الممارسات التي لا تتضمن اعتداء علي المستهلك حيث يحظر

(١) التقرير السنوي الصادر من جهاز حماية المنافسة ٢٠١٨-٢٠١٩، ص ٣٢.

(٢) التقرير السنوي لجهاز حماية المنافسة المصري، ٢٠١٧، ص ١٤-١٥.

(٣) Neil W. Averitt, Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law, Loyola Consumer Law Review, 1998, Volume 10 | Issue 1, p 45.

(٤) وذلك في المادة ١٢ معدل بالقانون رقم ٥٦ لسنة ٢٠١٤، الجريدة الرسمية العدد ٢٦ مكرر هـ في ٢ يولييه ٢٠١٤.

علي اللجنة ممارسة دورها المحدد بالمادة ٥٧/ أ ومنها سلطة إصدار القواعد المحددة للممارسات غير العادلة ما لم يكن لهذه الممارسة أثرا علي ضارا علي المستهلك و لو كانت ضارة بالتجارة.

أن لجهاز حماية المستهلك دور في توجيه المستهلك للامتناع عن التعامل مع المنتجين مرتكبي الممارسات الاحتكارية أو متتهكي حقوق المستهلك من خلال اعلان المخالفات التي وقعوا فيها والإجراءات المتخذة ضدهم علي نطاق واسع مما. وكأصل عام فان المجال للحديث عن حق جمعيات حماية المستهلك في استعمال حق النقد يمكن اعتباره مظهرا من مظاهرها ممارستها لدورها في حماية حقوق المستهلك وتوعيته بحقوقه عن طريق اظهار من خالف هذه الحقوق<sup>(١)</sup>.

على العكس من ذلك إذا كان هذا النقد صادر من تاجر تجاه منافسه فهذا غير جائز لأنه يمثل توجيها للتاجر أو منتجاته وخدمات، وتقوم معه المسؤولية التقصيرية باعتبارها منافسة غير مشروعة<sup>(٢)</sup>

---

(١) ومن قبيل ذلك ما قامت به الجمعية المصرية المركزية لحماية المستهلك والتي تعد أول جمعية مصرية لحقوق الانسان أسست في ٣١-١٢-١٩٩٤، من مشروع للكشف عن سلامة الاغذية من خلال التحليل الكامل لبعض المنتجات خاصة اللحوم المصنعة بإخضاعها لثلاثة تحليلات وهي الكيماوي للكشف عن مطابقة المنتج للمواصفات الصحية القياسية، و البكتريولوجي للكشف عن جميع أنواع البكتيريا المرضية و التحليل التغذوي لمعرفة القيمة الغذائية للمنتج و قد قامت بالتحليل في معامل وزارة الزراعة ثم الاعلان عن النتائج في الصحف و إبلاغ وزارة التموين عن اي نتاج غير مطابقة للمواصفات الصحية. وعلي الرغم من احقية الجمعية في مثل هذا الاجراء فقد توقف هذا التحليل لتشكيك بعض الشركات في مصادر تمويل هذا النشاط و كنا نتمنى من الدولة تدعيم بقاء هذا النشاط لأهميته لحماية حقوق المستهلك و تحديد مدي جودة المنتجات منشور في الأهرام الاقتصادي عدد ٢١-١٢-٢٠٠٠. للمزيد انظر مصطفى محمود محمد عبد العال، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، حالة مصر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد ٤، ص ٢٠٥.

(٢) خيرة ابن سالم، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، العدد ١٤، ابريل ٢٠١٧، ص ١٦٧.

## المبحث الثاني:

### الحماية المدنية للمستهلك من حالات الاضرار المشتركة

يقصد بحالات الإضرار المشترك هي الحالات التي لا يقتصر الضرر الناتج فيها من الممارسة الاحتكارية على المنافسة، بل يمتد ليصل إلي المستهلك. وسوف نتناول الحماية المدنية في حالة الإضرار المشترك في فرعين. ويتناول الفرع الأول قيام المسؤولية المدنية لعويض المستهلك عن اضرار هذه الممارسات. بينما يتناول الثاني الشروط غير العادلة الناتجة عن الممارسات الاحتكارية.

المطلب الأول: قيام المسؤولية المدنية عن حالات الإضرار المشترك.

المطلب الثاني: الشروط الاحتكارية الضارة بالمستهلك.

### المطلب الأول:

#### قيام المسؤولية المدنية عن حالات الإضرار المشترك

كنا قد رأينا أن بعض الممارسات الاحتكارية والتقييدية الضارة بالمنافسة والمحظورة بموجب القانون، كالاتفاق علي رفع الاسعار أو اقتسام الأسواق أو تقييد عمليات التصنيع أو نوع المنتج أو الأفعال التي تؤدي إلي منع كلي لعمليات التصنيع أو الإنتاج، تؤدي وبشكل مباشر إلي إعاقة المنافسة وارتفاع الأسعار وقلة جودة المنتجات و في ذات الوقت تنتهك حقوق المستهلك الأساسية المحمية بموجب القانون. ويثور التساؤل هنا عن حق المستهلك المضرور في الحصول على تعويض عن الاضرار التي سببتها له هذه الممارسات الضارة بالمنافسة. وسوف نتناول إجابة هذا التساؤل في فرعين:

الفرع الأول: شمول الحماية المدنية للمستهلك المهني وغير المهني.

الفرع الثاني: عناصر المسؤولية عن تعويض المستهلك.

### الفرع الأول:

#### شمول الحماية المدنية للمستهلك المهني وغير المهني

الحقيقة أن قانون حماية المستهلك قد كفل له حماية حقوقه المختلفة اثناء التعامل بخصوص السلع والخدمات المختلفة كما جاءت المادة ٢ / ٧ لتنص على أنه يعتبر من حقوق المستهلك الرئيسية وفقا للقانون " الحق في الحق في الحصول على تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك أو بأمواله جراء شراء المنتجات أو استخدامها أو تلقي الخدمات."

وفي ذات الوقت جاءت المادة ٨ من قانون حماية المنافسة لتوفر حماية للمستهلك من تعليق اي مورد أو منتج - متي توافرت له صفة السيطرة - من ارتكابه للممارسة ضارة بالمنافسة والمستهلك معا. ومن ذلك الفقرة د من المادة ٨ التي تنص علي أنه يحظر علي من تكون له السيطرة علي سوق معينه القيام بأي مما يأتي ..... تعليق إبرام عقد أو اتفاق خاص بمنتج علي شرط قبول التزامات أو منتجات تكون بطبيعتها أو بموجب الاستخدام التجاري لها غير مرتبطة بالمنتج محل الاتفاق أو التعاقد أو التعامل الأصلي". ومن ذلك الاضرار التي اصابت المستهلكين غير المهنيين في قضية بين سبورت السابق الإشارة اليها.

وعلي ذلك فإنه يحق للمستهلك المضرور نتيجة مخالفة أحد المصنعين أو المنتجين لقواعد حماية المنافسة أن يطالب بالتعويض عن الأضرار التي اصابته نتيجة ما ارتكبه المنتج من ممارسة احتكارية وذلك سواء كان المستهلك مهني أو غير مهني. وإذا كان قانون حماية المستهلك لم يفصل قواعد ثبوت المسؤولية ولم يحدد قواعد التعويض العادل إلا أنه يمكن تكمله ذلك بالرجوع إلي قواعد المسؤولية المدنية باعتبار القانون المدني القانون العام في الالتزامات.

### الفرع الثاني:

#### عناصر المسؤولية عن تعويض المستهلك

وبالرجوع إلي قواعد المسؤولية المدنية نجد أنه لقيامها يجب ثبوت ارتكاب المسئول لخطأ سواء بمفهومه العقدي أو التقصيري و أن يكون هذا الخطأ هو المسبب للضرر الذي يطالب المستهلك بالتعويض عنه. وعلي ذلك يشترط للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي يتسبب بها المورد أو المنتج نتيجة الاخلال بقانون حماية المستهلك ما يلي:

١ - أن يتوافر في المضرور صفة المستهلك وفقا لتعريف المادة ١ من قانون حماية المستهلك. ووفقا لهذا التعريف يلاحظ ما يلي:

قد يكون المستهلك شخصا طبيعيا أو معنويا و لكن يجب أن يتعلق الانتهاك بإشباع الحاجات غير المهنية و ذلك سواء كان المستهلك غير مهني او كان مهنيا يتعاقد علي سلع أو خدمات غير متعلقة بنشاط المهني. فالمستهلك المهني جدير بالحماية في اشباع حاجاته غير المهنية ويمكنه المطالبة بالتعويض

عن الأضرار التي تصيبه من انتهاك حقوقه تمام كالمستهلك المهني ومن ذلك ما قضت المحكمة الاقتصادية<sup>(١)</sup>

وفقا لما جاء بالتعريف القانون للمستهلك فإنه ينطبق علي من أتم التعاقد أو التعامل بالفعل بخصوص منتج معين، كما ينطبق علي من لم يقم بالتعاقد فعلا و يكفي أنه يقدم إليه المنتج محل الشكوى كما لو كانت الشكوى هي قيام المسئول بالإضرار بحرية المستهلك في الاختيار.

٢- ثبوت ارتكاب المسئول لخطأ يمثل انتهاك أو إخلالا بحقوق المستهلك التي كفلها القانون. فالعبرة إذا بوقوع انتهاك لحقوق المستهلك باعتبار هذا الانتهاك هو الخطأ الموجب للمسئولية. ولا مجال للفرقة بين ما إذا كانت المخالفة التي سببت الأضرار للمستهلك نتجت عن ممارسة ضارة مباشرة بحقوق المستهلك ذاته كبيع سيارة معيبة<sup>(٢)</sup> أو نتجت عن ممارسة احتكارية كمخالفة المادة ٨ د من قانون حماية المنافسة سببت في ذات الوقت انتهاكا لحقوق المستهلك وشكلت إخلالا بحقه في الاختيار الحر.

ويجدر الإشارة إلي أن المخالفة التي تنتهك كلا من قانوني حماية المنافسة و حماية المستهلك تكون أكثر عرضه لسرعه الإدانة و الإحالة إلي المحاكمة الجنائية عن طريق جهازي حماية المنافسة و حماية المستهلك مما يساهم في سهولة وقف الإضرار كما يسهل إثبات ارتكاب المسئول للخطأ و بالتالي سهولة إثبات قيام المسئولية عن تعويض الأضرار.

ويلاحظ أنه حتى ولو وفق المخالف أو ضاعه بعد قرار أيا من الجهازين فإنه يظل مسئولا عن الأضرار التي أصابت المستهلك قبل وقف المخالفة.

(١) من ذلك الحكم بتعويض مقداره ١٠٠ ألف جنيه لصاحب مخبز عن الأضرار التي لإصابته بعد اكتشافه عيوب في خط إنتاج الي قام بشرائه من شركة المسئول، مما أدى إلي تعطل المخبز ونقل جزء من حصته لفرن آخر. قضت المحكمة الاقتصادية في حكمها الابتدائي بغرامة ١٠٠ ألف جنيه وتعويض مبدئي ١٠١ ألف جنيه للمستهلك بالقضية رقم ٣ لسنة ٢٠١٦. ويلاحظ أن التعويض هنا مؤقت و يمكن للمضروور اللجوء إلي القضاء المدني للمطالبة بالتعويض العادل الكامل عما اصابه من اضرار.

(٢) فقد قضت المحكمة الاقتصادية في الاستئناف رقم ١٧٧ لسنة ٢٠٢٠ بتأييد تغريم الممثل القانوني لشركة ناشيونال موتورز في - مبلغ ٢٠٠ ألف جنيه وإلزامه برد قيمة السيارة للشاكي وأداء مبلغ ١٠ آلاف جنيه على سبيل التعويض للشاكي.



وذلك وفقا للمادة ٥٦ من قانون حماية المستهلك " على الجهاز عند ثبوت مخالفة أحكام هذا القانون إلزام المخالف بتعديل أو ضاعه وإزالة المخالفة خلال فترة زمنية يحددها مجلس إدارته، وذلك دون الإخلال بأحكام المسؤولية الناشئة عن هذه المخالفات. " وبذات المعنى جاءت المادة ١٩ من قانون حماية المنافسة المصري.<sup>(١)</sup>

كما أن الحكم علي المخالف بالغرامات المالية لا يمنع حق المستهلك في الحصول علي التعويض العادل عما اصابه من اضرار. وهو ما يطابق القواعد العامة كما أكدته المادة ٦٣ من قانون حماية المنافسة بأن العقوبات التي قررها القانون لا تخل بالحق في التعويض.

٣- أن يسبب الخطأ ضرراً للمستهلك ولا يقتصر الضرر الذي يمكن للمستهلك المطالبة بالتعويض عنه علي الضرر المادي بل يمتد ليشمل الضرر الأدبي ايضاً وفقاً للمادة ٢٢٢ من القانون المدني.<sup>(٢)</sup> و لتحديد مقدار التعويض العادل فيمكن تقديره بالرجوع إلي المادة ٢٢١ / ١ من القانون المدني المصري ليشمل " ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب ".<sup>(٣)</sup>

و الحقيقة أن القضاء المصري يعترف بحق المستهلك في التعويض طالما اصابه ضرر مباشر من المنافسة غير المشروعة بحسب القواعد العامة وهو ما ينطبق ايضاً علي التعويض عن جميع الممارسات الضارة بالمنافسة حيث قررت محكمة النقض " التعويض - على نحو ما جاء بالمواد ١٧٠ و ٢٢١ و ٢٢٢ من القانون المدني - يحكمه مبدأ التعويض الكامل أي أن التعويض الذي تقضى به المحكمة ينبغي أن يجبر كل ضرر مباشر محقق أصاب الدائن، مادياً كان أم أدبياً. ويشمل الضرر المادي

---

(١) وبذات المعنى جاءت الجملة الواردة بالمادة ١٩ من قانون حماية المنافسة المتعلقة بسلطات الجهاز بتكليف المخالف بالتعديل أو إزالة المخالفة حيث نصت " وذلك كله دون الإخلال بأحكام المسؤولية الناشئة عن هذه المخالفات "

(٢) مادة ٢٢٢ / من القانون المدني المصري ١ رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨ " يشمل التعويض الضرر الأدبي أيضاً. ، ولكن لا يجوز في هذه الحالة أن ينتقل إلى الغير إلا إذا تحدد بمقتضى اتفاق ، أو طالب الدائن به أمام القضاء. "

(٣) المادة ٢٢١ / ١ من القانون المدني المصري " إذا لم يكن التعويض مقدراً في العقد أو بنص في القانون، فالقاضي هو الذي يقدره ، ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب ، بشرط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالالتزام أو للتأخر في الوفاء به ، ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن في استطاعة الدائن أن يتوقاه ببذل جهد معقول.

ما لحق الدائن من خسارة وما فاتته من كسب. وغاية ذلك المبدأ إعادة الدائن إلى المركز الذي كان سيتمتع به لولا وقوع الخطأ.<sup>(١)</sup>

كما نجد أن القانون الأمريكي Commerce Code يعوض المستهلك عن الضرر المالي economic damages<sup>(٢)</sup> بالإضافة إلى بعض أنواع الضرر الأدبي التي يترتب عليها أذى نفسي وعقلي mental anguish وذلك في القضايا التي تشمل الممارسات المضللة والخادعة misleading or deceptive act or practice ومنها الممارسات الاحتكارية المحظورة بموجب قانون لجنة التجارة الفيدرالية حيث يتم تحديد الممارسات المضللة للمستهلك وفقا لتفسيرات هذا اللجنة في ضوء المادة ٤٥(1)(a) من قانون اللجنة<sup>(٣)</sup> إلا أنه وعلي وجه الخصوص إذا كانت الضرر ناتج عن مخالفة احتكارية فإن المستهلك قد يستحق ثلاثة أضعاف التعويض المادي الذي عانى منه<sup>(٤)</sup> وذلك وفقا لقاعدة التعويض الثلاثي التي قررتها المادة ٤ من قانون كلايتون Clayton act.

وبذلك يظهر في النظام الأمريكي فرق كبير في حجم ما يحصل عليه المستهلك من تعويضات في حالة الاستناد إلى مخالفة قوانين الاحتكار حيث تعد هذه هي الحالة الوحيدة التي يحصل فيها المستهلك على تعويض يساوي ثلاثة أضعاف ما أصابه من ضرر.<sup>(٥)</sup>

أما بالنسبة لنوع المسؤولية المدنية، فإنه يري البعض أنه في مجال حماية المستهلك لا يمكن تصور مسؤولية عقدية بين المحتكر والمستهلك، سواء كان هذا المحتكر عضوا في اتفاقية محظورة أو صاحب وضعية مهينة أو غير ذلك وعليه فإن المسؤولية التي تقع على المحتكر هي مسؤولية تقصيرية<sup>(٦)</sup>.

(١) الطعن رقم ٨٦٨٠ لسنة ٨٢ قضائية، الدوائر التجارية - جلسة ٢٠١٨ / ٠٥ / ٠٨ .

(٢) Texas Business and Commerce Code § 17.50. Relief for Consumers. a (1)

(٣) Texas Business and Commerce Code § 17.46. Deceptive Trade Practices Unlawful. c (1.)

(٤) A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64 | Issue 1, p. 43..

(٥) Neil W. Averitt, Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law, Loyola Consumer Law Review, 1998, Volume 10 | Issue 1, p 45.

(٦) بن يطو آمال، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، رسالة لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزائر ١، كلية الحقوق، ص ١٤٥ .

والحقيقة أننا نرى أنه لتحديد نوع المسؤولية عن الأضرار الناتجة عن مخالفة قانون حماية المستهلك فإنه يجب النظر إلى جميع الظروف المحيطة بالمخالفة.

والأمر لا يخرج عن فرضين أن يكون المستهلك قد أتم التعاقد مع الشخص المخالف بالفعل أو أن تكون المخالفة قد منعت من إتمام التعاقد وذلك علي النحو التالي:

الفرض الأول: وهو الأكثر شيوعاً عملاً إن المستهلك قد أتم التعاقد مع مورد أو منتج لخدمة أو ساعة ما إلا أن المورد قد انتهك حقوق المستهلك كأن فرض عليه التزامات لا تتصل بمحل الالتزام الأصلي. وهنا أن المسؤولية عقدية وذلك بحسب أن التزامات المورد الواردة في قانون المستهلك تصبح جزءاً ضمناً من كافة عقود الاستهلاك بحيث يعد الإخلال بأي منها هو إخلالاً بحقوق المستهلك التعاقدية. وأخيراً فإنه إلى جانب الممارسات الاحتكارية فإن المنافسة غير الشريفة أيضاً قد تكون سبباً في اللبس لدى المستهلكين وقد تسبب العديد من الأضرار للمنافسة والمستهلكين في ذات الوقت. ويكون مرتكب المنافسة مسؤولاً بشكل كامل عن تعويض الأضرار التي تصيب الغير من جراء ما ارتكبه من مخالفة<sup>(١)</sup>.

وقد جاءت المادة ٦٦ / ٢ من قانون التجارة المصري لتوافق القواعد العامة وتقرر أن " كل منافسة غير مشروعة تلزم فاعلها بتعويض الضرر الناجم عنها."

والحقيقة أننا نرى أن أساس المسؤولية عن تعويض الأضرار الناتجة من المنافسة غير الشريفة سيختلف بحسب طالب التعويض فإذا كان طالب التعويض هو الشخص التجاري الذي ارتكبت الممارسة غير الشريفة في حقه، فإن أساس المسؤولية هنا سيكون المسؤولية التقصيرية. وهو ما قرره محكمة النقض في حكمها من أنه " تعد المنافسة غير المشروعة من ضمن حالات الخطأ التقصيري التي توجب

(١) ومن ذلك ضبط جهاز حماية المستهلك للعديد من المرودين لقطع غيار مزيفة تحمل ماركات مشهورة وكذلك ضبطه للعديد من مراكز الخدمة والصيانة التي تدعى وكالتها لماركات عالمية يخالف الحقيقة والتي تعلن عن ذلك من خلال الجرائد أو القنوات الفضائية، حيث تم التأكد من تضليل تلك المراكز للمستهلكين وإحالة المخالفين للمحاكمة الجنائية. انظر التقرير السنوي لجهاز حماية المستهلك، ٢٠١٦-٢٠١٧، ص ٧٩-٩٥-٩٦.

المسئولية عن تعويض الضرر المترتب عليه إعمالاً للأصل العام الوارد بنص المادة ١٦٣ من التقنين المدني.<sup>(١)</sup>

وعلي العكس من ذلك فإنه إذا خالف المورد التزامه بضممان التزام المواصفات التي تم التعاقد عليها ما ترتب عليه ضرراً أصاب المستهلك فإنه في هذه الحالة يحق للمستهلك المطالبة بالتعويض الكامل نتيجة المنتجات الغير مطابقة للمواصفات وذلك وفقاً لقواعد المسئولية العقدية.

والحقيقة أنه علي الرغم من توافر الأساس القانوني الذي يمكن المستهلك ليس فقط من استرداد ما قام بدفعه إذا لم يحقق الاستفادة المرجوة من السلعة أو الخدمة بخطأ المورد بل أنه يمكنه أيضاً من المطالبة بالتعويض عن الإضرار التي أصابته من هذا الخطأ إلا أننا نجد ندرة شديدة في المطالبات المدنية بالتعويض ويرجع السبب في ذلك بحسب الأصل إلي ما قرره أحد الدراسات الميدانية من أن المستهلك نفسه يعتبر جزءاً من أسباب نقص حمايته ويعترف بتقصيره في المطالبة بحقوقه<sup>(٢)</sup> و علي الرغم من قدم الدراسة إلا أننا نرى انطباق ذات السبب حتي الآن فعلي الرغم من محاولات جهاز حماية المستهلك و الجمعيات في مساعدة المستهلك في اللجوء إلي القضاء يظل دور المستهلك نفسه غائباً و يقل لجوئه لهذه الجمعيات للمساعدة بشأن الاقتضاء المدني.

ويلاحظ انه يجب التأكيد على الدور الهام لجهاز حماية المستهلك لمساعدة المستهلكين في المطالبة بحقوقهم. وبالنسبة للقانون الأمريكي فإنه فيما يتعلق بجبر الأضرار التي تصيب المستهلك نتيجة الممارسات غير العادلة أو المضللة المخالفة للقانون بالمادة ٥٧ / أ / ٢. فإنه يكون للجنة السلطة الحصرية في رفع والتدخل في القضايا المتعلقة بذلك دون الحاجة إلى اتباع الاجراءات المعتادة. وعلي الرغم من توافر الساس القانوني لمطالبة المستهلك بالتعويض عن الأضرار التي تصيبه من جراء الممارسات الاحتكارية حتي تلك التي تمس حقوقه الأساسية كالممارسات التي تتسبب في ارتفاع الاسعار أو الانفاق علي توحيد خصائص و تقليل جودة المنتجات.

(١) الطعن رقم ٤٥٣٦ لسنة ٨٠ قضائية الدوائر المدنية - جلسة ٢٠١٢ / ٢٠٣ / ٢٧.

(٢) راشد محمد حسن، حماية المستهلك: دراسة ميدانية مقارنة على جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة أسيوط - كلية التجارة، مج ٥، ع ٧، يونيو ١٩٨٥.

إلا أننا نجد صعوبة عملية في ذلك منبعها ضعف الوعي العام و القانوني للمستهلك و للهيئات العاملة في هذا المجال و هو ما يتطلب آليات جديدة لنشر الوعي و الحقيقة أن ثغرة الدفاع عن المستهلك ضد الممارسات الضارة بالمنافسة لا تقتصر علي المستهلك المصري بل تمتد لتشمل الدول الأكثر تقدما فنجد الكتابات الفرنسية تطالب بإيجاد آليات جديدة لمساعدة المستهلك في الدفاع عن الأضرار التي تصيبه من الممارسات الضارة كرفع الاسعار<sup>(١)</sup> بحيث تقوم المسؤولية المدنية بصورتها العامة إلي جانب السماح للأجهزة المسؤولة بالدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلك كوقف الاتفاقات الضارة بالمستهلك و الناشئة عن الكارتيلات المختلفة<sup>(٢)</sup>

بينما نجد المفوضية الأوروبية بعد أوضحت حق المضرور من الممارسات الاحتكارية في اللجوء إلي المحاكم الوطنية بالاتحاد للحصول علي التعويض الكامل عما يصيبه من ضرر، أكدت صراحة أن هذا الحق ينطبق أيضا علي المشتريين غير المباشرين الذين لا تربطهم اي علاقة تعاقدية مباشرة بمرتكب الفعل الضار و لكن اصابهم ضرر من جراء الفعل الضار متمثل في التكلفة الزائدة التي فرضت عليه. وأضاف أنه يجب توفير حماية فعالة في هذا المجال ليس فقط لصغار التجار بل للمستهلكين أيضا و أنه يمكن الاستعانة في ذلك بالإجراءات الجماعية خاصة و أن صغر حجم الضرر و صعوبة عبء الاثبات قد تمنع بعض المستهلكين من اللجوء للقضاء<sup>(٣)</sup> كما أوضحت ضرورة الاهتمام بتمكين المستهلك من ذلك - رغم الصعوبات المتعددة- لأن المستهلك باعتبار وقوعه في آخر سلسلة التوزيع

---

(١) Bruno DEFFAINS, VERS UNE ACTION EN RESPONSABILITÉ CIVILE EN DROIT DE LA CONCURRENCE, Revue d'économie industrielle, 131 | 3e trimestre 2010, pg.3.

(٢) Bruno DEFFAINS, VERS UNE ACTION EN RESPONSABILITÉ CIVILE EN DROIT DE LA CONCURRENCE, op.cit., pg.3

(٣) COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, WHITE PAPER on Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 2.4.2008 COM (2008) 165 final, p.4.

In the same meaning: COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER, Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 19.12.2005, COM(2005) 672 final , p8.

يعد الأكثر تضررا من الممارسات الضارة بالمنافسة.<sup>(١)</sup> كما أوضح دوره التخفيف عن المدعي فيما يتعلق بنفقات الدعاوي بحيث لا يتحملها إلا إذا رأى القاضي عدم معقولية رفع الدعاوي من الأساس. فدعاوي المسؤولية المدنية باعتبارها وسيلة إلزام خاصة تدعم الاجراءات العامة كقرارات اجهزة حماية المنافسة في وقف الممارسات الضارة<sup>(٢)</sup>

وقد وضعت المفوضية وسيلة لتخفيف عبء الأثبات علي المستهلك فيما يتعلق بدعاوي المسؤولية عن زيادة الأسعار المترتبة علي الممارسات الاحتكارية. ففي حالة ثبوت ارتكاب الممارسة الاحتكارية وثبوت ارتفاع الأسعار نتيجة ذلك يفترض تلقائيا تحمل المستهلك للضرر الكامل من زيادة الأسعار.<sup>(٣)</sup> وهو ما دعت المفوضية في تقرير آخر لها تحت أسم الدفع بتمرير الضرر passing-on defence باعتبار أن اي ضرر يترتب علي الممارسة الاحتكارية يتم تمريرة عبر سلسلة التوريد ليصل بأكمله إلي المستهلك دون الحاجة إلي أن يتحمل المستهلك عبء إثبات ذلك بل بعد أمرا مفترضا وذلك لتجنب حرمان المستهلك من التعويض في حالة عجزه عن إثبات ذلك لما فيه من صعوبة.<sup>(٤)</sup>

وهو ما ندعو المشرع المصري إلي الأخذ به، ذلك أن طبيعة الممارسات التجارية أنه إذا رفع الشخص الأول في سلسلة الإنتاج والتوزيع الأسعار فإنها ترحل تلقائيا في جميع مراحل التوزيع ليتحملها المستهلك بالكامل دون غيره.

وهنا يأتي دور جهاز حماية المستهلك ليوفر الدعم المطلوب مما يساهم ليس فقط في حماية المستهلك وحقوقه الأساسية، بل يساهم ايضا في تحقيق حماية أفضل للمنافسة.

وفي دول الاتحاد الأوروبي كفرنسا يوجد طريقتين لمعرفة مدى الأثر علي الأسعار و الناتج عن الممارسات الاحتكارية. تكمن الطريقة الأولى في المقارنة بين الأسعار والتكلفة قبل الممارسة الاحتكارية وبعدها the before and after approach. أما الطريقة الثانية في المقارنة بين السعر

(١) COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, WHITE PAPER on Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 2.4.2008 COM (2008) 165 final, p.9.

(٢) COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER, Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 19.12.2005, COM(2005) 672 final , p7,8.

(٣) Ibid., p.9.

(٤) Ibid., p7,8.

بعد الممارسة الاحتكارية وبين إجمالي التكلفة بإضافة هامش ربح معقول reasonable profit margin. ليتم حساب الفرق بين السعر العادل والسعر المترتب على الممارسة الاحتكارية وحساب مقدار الضرر الذي يمكن التعويض عنه.<sup>(١)</sup>

---

(١) mily Clark, Mat Hughes and David Wirth, Study on the conditions of claims for damages in case of infringement of EC competition rules, August 2004, p.43.

**المطلب الثاني:****الشروط غير العادلة الضارة بالمستهلك**

نتناول في هذا المطلب كلا من مفهوم الشروط غير العادلة الضارة بالمستهلك وحكمها كما ورد بقانون حماية المستهلك ثم نتناول بعد ذلك التعارض الظاهر بين كلا من قانون حماية المستهلك وقانون حماية المنافسة حول حكم التعاقد في هذه الحالة. وعلى ذلك يمكن تقسيم هذا المطلب على النحو التالي:

الفرع الأول: ماهية الشروط غير العادلة الضارة بالمستهلك.

الفرع الثاني: التعارض بين قانون حماية المستهلك وقانون حماية المنافسة.

**الفرع الأول:****ماهية الشروط غير العادلة الضارة بالمستهلك**

إذا تضمن الاتفاق بين المورد والمستهلك بعض الشروط الضارة بالمستهلك كأن تقلل من التزامات المورد أو من حقوق المستهلك بالمخالفة للقانون. جاءت المادة ٢٨ من قانون حماية المستهلك لتوضح حكم مثل هذا الاتفاق حيث نصت أنه " يقع باطلا كل شرط يرد في عقد، أو وثيقة، أو مستند، أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع المستهلك، إذا كان من شأنه خفض أي من التزامات المورد الواردة بهذا القانون أو لائحته التنفيذية أو إعفاؤه منها."

كأن يتضمن العقد حق البائع في استرداد وثيقة الضمان لإحدى السلع المعمرة بمجرد إتمام صيانة أو إصلاحات تجاوز مبلغا محدد وذلك بالمخالفة للقانون<sup>(١)</sup> فهنا يحق للمستهلك أن يمتنع عن تسليم وثيقة الضمان ولو بلغت الإصلاحات الحد المتفق عليه لبطان هذا الاتفاق وفقا للمادة ٢٨.

أما لو اضطر المستهلك لتنفيذ الاتفاق وتسليم وثيقة الضمان ثم أحتاج إلى إجراء إصلاحات كان من المفترض أنها مشموله بالضمان فإنه يحق له استرداد ما دفع كما يحق له الحصول على تعويض عادل عما أصابه من اضرار.

(١) المادة ٢٢ من قانون حماية المستهلك المصري: "يلتزم المورد بضمان السلع المعمرة ضد عيوب الصناعة لمدة عامين على الأقل من تاريخ استلام المستهلك للسلعة، وذلك مع عدم الإخلال بأي ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمستهلك."



في حين نجد أن قانون اللجنة الفيدرالية مثلاً قد أعطي للقاضي مختلف السلطات التي تؤهله لإعادة التوازن كالتعويض المدني وفسخ العقد وإعادة تشكيل العقد المنطوي علي المخالفة وهو ما يتضمن إبطال الشروط غير العادلة أو التخفيف منها لإعادة التوازن إلي العقد.<sup>(١)</sup>

أما بالنسبة للاتحاد الاوروبي فقد نصت معاهدة عمل الاتحاد الاوروبي Treaty on the Functioning of the European Union 2012 علي حظر الممارسات التقييدية للمنافسة في المادة ١٠١ في الفقرة الأولى ثم نصت علي بطلان الاتفاق المخالف في الفقرة الثانية من ذات المادة<sup>(٢)</sup>

### الفرع الثاني:

#### التعارض بين قانون حماية المستهلك وقانون حماية المنافسة

ولكن يثور التساؤل حول ما إذا شكلت المخالفة ممارسة ضارة بالمنافسة وبالمستهلك في ذات الوقت كأن تكون المخالفة الضارة هي إجبار المستهلك علي الموافقة علي اقتران شراء منتج معين بمنتج آخر لا علاقة له بالمنتج محل التعاقد الأصلي مما أضرب بحق المستهلك الأساس بالاختيار الحر و الذي ورد في المادة ٢ من قانون حماية المستهلك.

ففي هذه الحالة يمثل هذا الاجبار يشكل مخالفة للمادة ٨ د من قانون حماية المنافسة والمادة ٢ / ٣ من قانون حماية المستهلك. كأن تتضمن وثيقة القبول بإحدى المدارس والموقعة من جانب ولي الأمر اشتراط شراء الزي من المورد الخاص بالمدرسة دون غيره.

فإننا في هذه الحالة نجد تعارضاً ظاهرياً بين كلا من قانون حماية المستهلك وقانون حماية المنافسة ذلك أنه بوجب المادة ٢٨ من قانون حماية المستهلك سوف يلحق البطلان الشرط المخالف لحقوق المستهلك فقط.

---

(١) 57b.... (b) The court ... shall have jurisdiction to grant ...relief may include, but shall not be limited to, rescission or reformation of contracts, the refund of money or return of property, the payment of damages”...

(٢) Article 101 “Any agreements or decisions prohibited pursuant to this Article shall be automatically void ”.

بينما وفقا لظاهر المادة ٢١ من قانون حماية المنافسة والتي نصت علي أنه إذا لم يتم المخالف بتعديل أوضاعه وإزالة المخالفة بعد تكليف الجهاز له بذلك كان " وإلا وقع الاتفاق أو التعاقد المخالف باطلا. " وهو ما يعطي انطبعا بالبطان المطلق للتعاقد المتضمن لممارسة الضارة بالمنافسة بأكمله. فإذا قمنا بتطبيق المادة ٢٨ من قانون حماية المستهلك على الواقعة سالفة الذكر كان الشرط المخالف فقط باطلا وبالتالي يستمر الطرفين في تنفيذ العقد وتكون المطالبة بالأضرار وفقا لقواعد المسؤولية العقدية.

وأما لو طبقنا ظاهر المادة ٢١ من قانون حماية المنافسة على الواقعة سالفة الذكر كان التعاقد المشوب بالممارسة الضارة باطلا بأكمله.

و بالتالي يجب المطالبة بالتعويضات عن الأضرار الناتجة عن الممارسة الضارة وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية لا العقد وهو ما قرره محكمة النقض المصرية<sup>(١)</sup> بقولها " المقرر في قضاء هذه المحكمة أن أساس الحكم بالتعويض عن الضرر الذي لحق بأحد المتعاقدين نتيجة إبطال العقد هو باعتباره واقعة مادية متى توافرت عند تكوينه شروط الخطأ الموجب للمسؤولية التقصيرية في جانب المتعاقد الآخر الذي تسبب بخطئه في إبطال هذا العقد ، ومؤدى ذلك أن العقد بعد أن يبطل لا يصلح أساساً لطلب التعويض وإنما يكون أساسه هو خطأ المتعاقد الذي تسبب في إبطاله وتخضع دعوى التعويض الناشئة عنه لقواعد المسؤولية التقصيرية والتقدم المسقط المنصوص عليه في المادة ١٧٢ من القانون المدني . "

والحقيقة أننا لا نوافق التفسير السابق للمادة ٢١ ونرى إمكانية لجوء القاضي إلي قصر البطان علي الشرط المخالف فقط لو توافرت شروط انتقاص العقد. ولكن نرجو من المشرع تعديل صياغة النص

(١) الطعن رقم ١٩٠٢ لسنة ٦٨ قضائية الدوائر المدنية - جلسة ٢٠١٠/٠٥/٠٨. كما إضافة الحكم " إن الأثر الكاشف للحكم ببطان العقد يرتد بهذا البطان إلى يوم صدور ذلك العقد ليبدأ منه سريان التقدم غير صحيح في القانون ذلك أن هذا الأثر وإن كان يزيل العقد في خصوص التزامات طرفيه التعاقدية منذ إبرامه إلا أنه لا أثر لذلك في خصوص بدء سريان تقدم دعوى التعويض عن العمل غير المشروع الذي أدى للحكم بهذا البطان لأن العبرة في بدء سريان التقدم ليست بافتراض وقوع الضرر وعلم المضرور به وبالمسئول عنه منذ إبرام العقد قياساً على الأثر الكاشف للحكم بالبطان ، بل العبرة في ذلك وعلى ما جرى به نص المادة ١٧٢ / ١ من القانون المدني هي بوقوع الضرر فعلاً وبالعلم الحقيقي به وبالمسئول عنه وهو ما لا يتحقق بالفعل إلا يوم صدور ذلك الحكم النهائي بالبطان .

الخاص ببطلان الاتفاقات المخالفة والوارد في قانون حماية المنافسة لتكون أكثر وضوحاً أو أن يترك الأمر للقواعد العامة في بطلان العقود.

الفرض الثاني: هو امتناع المستهلك عن التعاقد أو التعامل علي السلعة نظراً لما يراه من الاخلال بحقوقه الأساسية كارتفاع سعر السلعة أو المنتج عن السعر العادل، أو لإصرار البائع علي إلزامه بشراء منتج غير مرتبط بمحل التعامل الأصلي مما يخل بحقه في الاختيار الحر. وتظهر هذه الفرضية في القانون المصري ذلك أنه عرف المستهلك بأنه " فقد عرفت المادة الأولى الفقرة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ المستهلك بأنه: "كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية، أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص."

فوفقاً لما جاء بهذا التعريف للمستهلك فإنه ينطبق علي من أتم التعاقد أو التعامل بالفعل بخصوص منتج معين كما ينطبق علي من لم يتم بالتعاقد فعلاً ويكفي أنه يقدم إليه المنتج محل الشكوى كما لو كانت الشكوى هي قيام المسئول بالإضرار بحرية المستهلك في الاختيار. وذلك علي العكس من التعريفات الأخرى في القوانين المقارنة والتي قصرت المستهلك علي من أتم التعاقد بالفعل. كالقانون الاتحادي الذي ربط المستهلك بان يحصل علي سلعة أو خدمة وكذلك القانون العماني الذي عرف المستهلك بأنه من يشتري سلعة أو خدمه و كذلك التوجيه الأوروبي لحماية المستهلك ٩٧ / ٧ بأنه من أبرم بالفعل عقد استهلاك لغرض غير مهني كما أوضحنا مسبقاً.

الحقيقة أنه علي الرغم من تسليمنا بأن المشرع المصري قد أحسن بعدم قصر المستهلك علي من يبرم عقد استهلاك بالفعل بل مد تعريفه ليشمل من تقدم إليه السلع ولو لم يقدم علي التعاقد بشأنها وهو ما يوفر حماية أكبر للمستهلكين لضمان حقوقهم الأساسية السابقة علي مرحلة إبرام القدر كالاختيار الحر و السعر العادل، كما نسلم بأن إي مطالبة للتعويض وفقاً لهذه الحالة ستكون وفقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية، إلا أننا نري صعوبة قيام المسؤولية في هذه الحالة لصعوبة إثبات أن رفع الأسعار أو الإلزام هما سبب امتناعه عن الشراء بالإضافة إلي تلاشي وضع الاحتكار الكامل في عصرنا الحديث مما يمكن معه للمستهلك الالتفات عن هذا المورد و التعامل مع مورد آخر.

و بالإضافة إلي ذلك فإن القانون المصري يعترف بتدخل القضاء في عقود الإذعان حيث نصت المادة ١٤٩ من القانون المدني " إذا تم العقد بطريق الإذعان، وكان قد تضمن شروطاً تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المدعن منها ، وذلك وفقاً لما تقتضي به العدالة . ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك."

وقد حددت محكمة النقض عقود الإذعان "المقرر - في قضاء هذه المحكمة - أن من خصائص عقود الإذعان أنها تتعلق بسلع أو مرافق تعتبر من الضروريات بالنسبة للمستهلكين أو المتفاعلين ويكون فيها احتكاراً قانونياً أو فعلياً أو تكون سيطرته عليها من شأنها أن تجعل المنافسة فيها محدودة النطاق وأن يكون صدور الإيجاب منه إلى الناس كافة وبشروط واحدة ولمدة غير محدودة، والسلع الضرورية هي التي لا غنى للناس عنها والتي لا تستقيم مصالحهم بدونها بحيث يكونون في وضع يضطرهم إلى التعاقد بشأنها، ولا يمكنهم رفض الشروط التي يصنعها الموجب ولو كانت جائزة وشديدة."<sup>(١)</sup>

كما قررت محكمة النقض " مؤدي النص في المادة ١٤٩ من القانون المدني أنه إذا تضمن العقد الذي تم بطريق الإذعان شروطاً تعسفية فإن للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المدعن منها وفقاً لما تقتضي به العدالة، ومحكمة الموضوع هي التي تملك حق تقدير ما إذا كان الشرط تعسفياً أم لا . وكان البين من الحكم المطعون فيه أنه قد انتهى بأسباب سائغة إلى اعتبار الشرط الوارد بالبند الثاني من العقد شرطاً تعسفياً رأى الإعفاء منه، ومن ثم فإن ما يثيره الطاعن في هذا الشأن جدل موضوعي غير مقبول."<sup>(٢)</sup>

وبالتالي فإن القانون والقضاء في مصر لا يسمحان بالمساواة بين التفوق الاقتصادي أو حتى الاحتكار وبين وصف العقد بأنه من عقود الإذعان، وإنما لزم بالإضافة لهذا الاحتكار أن يتوافر للسلعة أو الخدمة محل التعامل وصف الضرورة الأولية.<sup>(٣)</sup> فإذا توافرت هذه الشروط كان للقاضي حماية المستهلك والتدخل بتعديل العقد لإزالة الأثر الضار لهذه الشروط.

(١) الطعن رقم ٨٥١ لسنة ٥٨ القضائية، جلسة ٤ من فبراير سنة ١٩٩٣ .

(٢) الطعن رقم ٣٨٨ لسنة ٥٧ القضائية، جلسة ١٢ من ديسمبر سنة ١٩٨٩ .

(٣) محمد محمد سادات مرزوق، الشروط التعاقدية غير العادلة: دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ٢٠١٤، ع ٥٦، ص ٨٦٧ .

وقد عرضنا من قبل إقرار المفوضية الأوروبية commission of European communities بعض التغييرات المتعلقة بعبء الإثبات إذا كان المدعي المتضرر من الممارسة هو أحد المستهلكين المضرورين من ارتفاع الأسعار.

حيث يعني من إثبات تعرضه للضرر نتيجة ارتفاع الأسعار ويفترض ذلك بمجرد ثبوت الممارسة الاحتكارية وثبوت ارتفاع الاسعار مع وضع عدة طرق لحساب الضرر في هذه الحالة وهو ما سمي باسم الدفع بتمرير الضرر passing on defense.

وهو نفس ما قرره وزارة العدل الأمريكية في تقرير عن أحد اتفاقات الكارتل الضارة بالمنافسة Worldline vitamines cartel والتي قررت فيها أنه وأن كانت نتائج الاتفاقات يبدو أنها تؤثر أولاً علي المشترين المباشرين، إلا أن الحقيقة أن هذا الاتفاقات قد أدت إلي ارتفاع الأسعار لكل مستهلك اشترى المنتجات محل الاتفاقات المخالفة.<sup>(١)</sup>

---

(١) Antitrust Enforcement and the Consumer, a report prepared by the U.S. Department of Justice Washington, DC, p.4

## النتائج

رأينا ضرورة الوسائل غير الاعتيادية لحماية المستهلك، ذلك أن الحماية الناتجة منها لا تقتصر على المستهلك بمفهومه الضيق الذي أورده قانون حماية المستهلك، بل تتسع لتشمل المستهلك المهني سواء في تعاملاته التي تتم على سبيل الاقتناء أو في تعاملاته المهنية التي تهدف بصورة أساسية إلى التصنيع والإنتاج.

حيث تدعم قواعد حماية الملكية الفكرية، الحماية المقدمة إلى المستهلك عن طريق اضطلاعها بدورين: الأول: دور وقائي: حيث تكون الدولة مكلفة بداية بمنع المنتجات المقلدة والمزورة، المخالفة لقانون حماية الملكية الفكرية، فتقوم مسؤولية أجهزة الدولة المختلفة عن مراقبة السوق، وتدخلها للتصدي لظاهرة الغش التجاري، وذلك قبل الإضرار بالمستهلك.

أما الثاني: فهو الدور العلاجي المعتاد: فإذا تفلت بعض المنتجين من رقابة الدولة السابقة، وتعرض المستهلك للضرر، فإن حقه لا يكون قاصراً على الشكوى، بل يكون له أيضاً تقديم شكوى للنيابة العامة ومعاينة المنتج جنائياً بعقوبات كبيرة نسبياً. كما أن إثبات الخطأ الجنائي يسهل على المستهلك فيما بعد حصوله على التعويض المدني.

بالإضافة لذلك فإنه يمكن استغلال الترخيص الاجباري في حماية المستهلك، من تعسف أصحاب براءة الاختراع، أو لوجود نقص كمي، أو نقص الجودة وارتفاع أسعار هذه المنتجات، وعلى رأس هذه المنتجات الأدوية الضرورية. وكذلك منع تكوين احتكارات على المنتجات المشمولة بالبراءات، وإيجاد الوسائل الكفيلة باستغلال الاختراعات الممنوح عنها براءات وغير مستعمله على المستوى الوطني.

أما بالنسبة لقانون حماية المنافسة فإنه يقدم يساهم في حماية حقوق المستهلك الأساسية، مثل الحصول على سعر عادل، بإتاحة جو من المنافسة الحرة يساهم في زيادة المتنافسين وتنوع وزيادة العرض، ومنع الممارسات السعرية الضارة كاتفاقات الكارتيلات، ودعم الاختيار الحر بحظر ربط الالتزامات المنفصلة وفرضها على المستهلك.

إلا أنه إن كانت بعض الممارسات الضارة بالمنافسة تشكل إخلالاً بحقوق المستهلك الأساسية المحمية بموجب القانون، فبعض الممارسات الضارة بالمنافسة قد تأتي بفائدة على المستهلك. لذلك حرص قانون حماية المستهلك في المادة الثانية منه على إقامة التوازن بين كفالة حرية ممارسة النشاط

الاقتصادي من جهة وحظر الممارسات والاتفاقات الضارة بحقوق المستهلك من جهة أخرى، وسمح قانون المنافسة للجهاز بالتغاضي عن بعض الممارسات الضارة بالمنافسة إذا فاقت فائدها للمستهلك هذا الأثر الضار.

### التوصيات:

أولاً: التشديد على توجيه جهاز حماية المستهلك للاستفادة من قواعد الترخيص الجبري لاستغلال براءات الاختراع، بعمل الآتي:

- متابعة ورصد السلع والخدمات محل براءات الاختراع خاصة تلك ينتج عن استغلالها نشوء حالة سيطرة أو احتكار، فيقوم أصحاب حقوق الاستغلال عليها بالمساهمة في وضع ضار بالمستهلك، سواء من ناحية الكم المعروض، جودته، أو الارتفاع المبالغ فيه إلي حد الإجحاف، والتواصل بشأنها مع مكتب براءات الاختراع لاتخاذ ما يلزم من تصحيح المسار أو فرض الترخيص الجبري ولو بصورة جزئية.

- متابعة ورصد براءات الاختراع غير المستغلة والتي يمكن أن تساهم في خلق نوع من أنواع وفره المعروضات أو تحسين الجودة، أو خفض الأسعار، خاصة ما تعلق بالسلع الضرورية كالأدوية، مما يحقق بالتأكيد مصلحة المستهلك.

ثانياً: التشديد على دور جهاز حماية المستهلك الوقائي والتنسيق مع الجهات المختلفة سواء فيما يتعلق بمخالفات قانون حماية الملكية الفكرية، أو المخالفات التي تضر بالمنافسة والتي تنتهي بالإضرار بالمستهلك خاصة ضرورة التواصل مع الأجهزة الأكثر فاعلية وتمكين كجهاز حماية المنافسة.

ثالثاً: الحاجة إلى نشر الوعي بين المستهلكين بالممارسات التي تشكل مخالفة للضمانات التي يكفلها القانون لحمايتهم، وأن هذه الحماية لا تقتصر على منع المنتجات المقلدة والبيانات المزورة، بل تمتد إلي البيانات والعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية المضللة والتي تحمل تشابهاً مع أحد العلامات أو المؤشرات القائمة. فحتى لو لم يشتري المواطن السلعة المزورة يمكنه التواصل وإبلاغ جهاز حماية المنافسة، الذي يقوم بدوره بالتواصل مع الجهات المسؤولة.

رابعاً: الحاجة إلى نشر الوعي بين المستهلكين ليس فقط فيما يتعلق بفاعلية اللجوء إلى جهاز حماية المستهلك بل بإمكانية اللجوء إلى الأجهزة الأخرى إذا كان ما تعرض له يقع في نطاق اختصاصها كجهاز حماية المنافسة.

خامساً: توفير قاعدة بيانات إلكترونية يمكن للمستهلك من خلالها الوصول إلى معلومات عن العلامات التجارية والمؤشرات المسجلة، وصولاً إلى الإبلاغ عن وقوعه في حالة تضليل، أضرت به، وإن لم تصل لمرحلة وجود تقليد أو تزوير، مما يفعل الدور الرقابي للمستهلك لصالح حماية حقوق الملكية الفكرية كما تعدم الأخيرة تحقيق مصلحته.

سادساً: يجب العمل على تعديل قانون حماية المنافسة ليتضمن النص على دور للجمعيات الأهلية في مجال حماية المنافسة يماثل الدور القانوني الممنوح لجمعيات حماية المستهلك، حتى يضمن التنسيق بينهم تحقيق مصلحة المضرورين من المنتجين والمستهلكين على نحو أكثر فاعلية.



## المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- أحمد أحمد عبد الله إبعاد ومجالات حماية المستهلك من منظور المستهلك، افاق جديده للدراسات التجارية، مجلد ٧ عدد ٤، ١٩٩٥.
- ايمن احمد محمد، اثر حمايه الملكية الفكرية على تشجيع الاستثمار، ورقه مقدمه في مؤتمر العلمي القانون والاستثمار، كلية الحقوق جامعه طنطا، ابريل ٢٠١٥.
- بلال عبد المطلب بدوي تطور الاليات الدولية لحمايه حقوق الملكية الصناعية الواردة على مبتكرات جديده دراسة في ضوء اتفاقيه التريس والاتفاقيات السابقة عليها، مجله العلوم القانونية والاقتصادية، مجلد ٤٧، عدد ١، ٢٠٠٥.
- بن يطو آمال، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، رسالة لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزائر ١، كلية الحقوق.
- جمال زكي إسماعيل، حماية المستهلك في عقود الإذعان: دراسة مقارنة في القانون المدني المصري والبحريني، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مج ٨، ع ١٤، ٢٠١٩.
- حجازي محمد، حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية، بين النص والممارسة، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد الرابع عشر ابريل ٢٠١٧.
- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، ١٩٩٦.
- حسناء جبران اليات حمايه الثقة لدي المستهلك في التجارة الإلكترونية، مجله القانون والاعمال، عدد ٢٤، ٢٠١٨.
- حسنه الرحوموني، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك، المجلة المغربية للدراسات والاستشارات القانونية، ع ٤، ٢٠١٣.
- خيرة ابن سالم، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، العدد ١٤، ابريل ٢٠١٧.
- د. منصور زين، دور الدولة في تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في ظل اقتصاد السوق - حالة الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الحادي عشر، يوليو ٢٠١٢.

- د/ أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، بدون تاريخ نشر.
- راشد محمد حسن، حماية المستهلك: دراسة ميدانية مقارنة على جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة أسيوط - كلية التجارة، مج ٥، ع ٧، يونيو ١٩٨٥.
- سارة مرواني، الاحتكار التجاري صورة من صور المنافسة غير المشروعة، جامعة العربي بن مهيدي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٧.
- سكان بن زاوي، الترخيص الاجباري باستغلال براءة الاختراع، مجله الشريعة والاقتصاد، العدد الثاني عشر ديسمبر ٢٠١٧.
- عبد الهادي محمد، الترخيص الاجباري باستغلال الاختراع وفقا لنظام براءات الاختراع السعودي والقانون المقارن المصري والبريطاني وفي ضوء اتفاقية التربس، مجله جامعه الشارقة، ٢٠١٦.
- عقيلة خرباشاوي، دور المستهلك في حماية المستهلك، دراسات اقتصادية، العدد ١٩، يوليو ٢٠١١.
- علي السائح محمد، ولاء المستهلك العلامات والاسماء التجارية، مجله الجامعي، عدد ١٨، ٢٠٠٩.
- كمال بقدار، دعوه التقليد اليه لحماية الغير وافق مفردات الملكية الصناعية والتجارية مجله الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، عدد ١٦، ٢٠١٦.
- محمد الديب، حماية المؤشرات الجغرافية من التزييف مجله المنارة للدراسات القانونية والإدارية، عدد ٣٠، ٢٠٢٠.
- محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد، منشأه دار المعارف، الإسكندرية.
- محمد المسلومي دور حقوق الملكية الصناعية في حماية المستهلك مجله مسالك في الفكر والسياسة، والاقتصاد، عدد ٤، ٢٠٠٥.
- محمد سعد عبد الله السمراني، المنافسة بين احتكار القلة وإشكالية تطبيق القواعد العامة للقانون، مرجع سابق.

- محمد محمد سادات مرزوق، الشروط التعاقدية غير العادلة: دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ٢٠١٤، ع ٥٦.
- مصطفى محمود محمد عبد العال، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، حالة مصر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد ٤.
- مغاوري شلبي علي، سياسات حماية المنافسة و منع الاحتكار في ظل الاقتصاد الحر، أهم التجارب الدولية مع دراسة خاصة للحالة المصرية، رسالة دكتوراة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٤.
- مني بنت موسى بن علي، الحماية المدنية للمستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد، ٢٠٠٨.
- موسى مرمون، الترخيص الاجباري باستغلال براءة الاختراع، مجله العلوم الإنسانية المجلد ٣١، عدد ٢، ٢٠١٩.
- يوسف صدقي، مفهوم المستهلك في ضوء القانون القاضي بتحديد تدابير حماية المستهلك، مجله الارشاد القانوني، العدد ٨٩ إبريل ٢٠٢٠.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- A. Michael Ferrill, Antitrust and Consumer Protection, SMU Law Review, 2011, Volume 64 | Issue 1 .
- Antitrust Enforcement and the Consumer, a report prepared by the U.S. Department of Justice Washington, DC .
- Bruno Deffains, Vers Une Action En Responsabilité CIVILE EN DROIT DE LA CONCURRENCE, Revue d'économie industrielle, 131 | 3e trimestre 2010.
- C. Douglas Floyd, Antitrust Victims without Antitrust Remedies, Minnesota Law Review, 1997.
- Commission Of The European Communities, Green Paper, Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 19.12.2005, COM (2005) 672 final.
- Commission Of The European Communities, White Paper on Damages actions for breach of the EC antitrust rules, Brussels, 2.4.2008 COM (2008) 165 final.

- J. Calais Auloy et F. Steinmetz, droit de la consommation, Dalloz, 7ed, 2006, no.13.
- John B. Kirkwood & Robert H. Lande, The Fundamental Goal of Antitrust: Protecting Consumers, Not Increasing Efficiency, 84 NOTRE DAME Law Review, 2008.
- John B. Kirkwood, The Essence of Antitrust: Protecting Consumers and Small Suppliers from Anticompetitive Conduct, Fordham Law Review, 2013, Volume 81 Issue 5.
- JOSHUA D. WRIGHT, The Antitrust/Consumer Protection Paradox, THE YALE LAW JOURNAL, 2012.
- Kenneth Ewing, Private anti-trust remedies under US law, Cross border, Competition 2006/07 Volume 1.
- Mily Clark, Mat Hughes and David Wirth, Study on the conditions of claims for damages in case of infringement of EC competition rules, August 2004.
- Neil W. Averitt, Consumer Choice: The Practical Reason for Both Antitrust and Consumer Protection Law, Loyola Consumer Law Review, 1998, Volume 10 | Issue 1.
- WIPO, the role on industrial property rights in the protection of consumers, WIPO Publications, 1983.

## فهرس الموضوعات

١٠٣٩	المقدمة
١٠٤٠	مشكلة البحث
١٠٤٢	تقسيم البحث:
١٠٤٣	الفصل الأول: الحاجة للوسائل غير الاعتيادية لحماية المستهلك
١٠٤٣	المبحث الأول: ضمانات حماية المستهلك
١٠٤٤	المطلب الأول: وسائل الحماية غير الاعتيادية للمستهلك
١٠٤٤	الفرع الأول: دور قانون حماية الملكية الفكرية في حماية المستهلك
١٠٤٧	الفرع الثاني: دور قانون منع الممارسات الاحتكارية في حماية المستهلك
١٠٤٩	المطلب الثاني: فاعلية دور المستهلك في تفعيل الضمانات القانونية
١٠٥٠	الفرع الأول: المستهلك كقائم أول بحماية حقوقه
١٠٥١	الفرع الثاني: الحماية العارضة أكثر كفاءة في حماية المستهلك
١٠٥٤	المبحث الثاني: اختلاف مفهوم المستهلك المحمي
١٠٥٤	المطلب الأول: مفهوم المستهلك المحمي وفقا لقانون حماية المستهلك
١٠٥٥	الفرع الأول: الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك
١٠٥٦	الفرع الثاني: تضييق مفهوم المستهلك المحمي
١٠٥٩	المطلب الثاني: مفهوم المستهلك المحمي بالوسائل غير الاعتيادية
١٠٦٠	الفرع الأول: المستهلك المحمي بقواعد حماية الملكية الفكرية
١٠٦١	الفرع الثاني: المستهلك المحمي بقواعد منع الممارسات الاحتكارية
١٠٦٢	الفصل الثاني: دور الملكية الفكرية في حماية المستهلك
١٠٦٣	المبحث الأول: دور براءات الاختراع وترخيصها الإجباري في حماية المستهلك
١٠٦٤	المطلب الأول: دور براءات الاختراع في حماية المستهلك
١٠٦٥	الفرع الأول: حظر تقليد براءات الاختراع
١٠٦٦	الفرع الثاني: حظر تزييف براءات الاختراع
١٠٦٧	المطلب الثاني: الترخيص الاجباري لبراءات الاختراع وحماية حقوق المستهلك
١٠٦٨	الفرع الأول: الترخيص الاجباري لتعسف صاحب البراءة اضرارا بالمنافسة والمستهلك
١٠٦٩	الفرع الثاني: حالات الترخيص الجبري لغير تعسف صاحب البراءة
١٠٧٥	المبحث الثاني: دور التصميمات والعلامات التجارية في حماية المستهلك

(١١٣٤)	دور الوسائل غير الاعتيادية في حماية المستهلك
١٠٧٥	المطلب الأول: دور حماية التصميمات في حماية المستهلك
١٠٧٦	الفرع الأول: حظر تقليد التصميمات المحمية
١٠٧٧	الفرع الثاني: حظر تزيف التصميمات المحمية
١٠٧٨	المطلب الثاني: دور العلامات التجارية ومنع البيانات المضللة في حماية المستهلك
١٠٧٨	الفرع الأول: العلامات التجارية كأهم وسائل حماية المستهلك
١٠٨٢	الفرع الثاني: منع البيانات المضللة وحماية المستهلك
١٠٨٩	الفصل الثالث: دور حماية المنافسة في حفظ حقوق المستهلك الأساسية
١٠٩٠	المبحث الأول: الارتباط بين حماية المنافسة وحماية حقوق المستهلك
١٠٩٠	المطلب الأول: الحماية النظرية لحقوق المستهلك الأساسية
١٠٩١	الفرع الأول: ممارسة الحقوق الأساسية سابقة على عقد الاستهلاك
١٠٩٢	الفرع الثاني: نقص ضمانات التطبيق ودور قانون حماية المنافسة
١١٠٥	المطلب الثاني: دور جهاز حماية المستهلك في حمايته من الممارسات الضارة بالمنافسة
١١٠٥	الفرع الأول: مساعدة المستهلك في اللجوء إلى القضاء
١١٠٧	الفرع الثاني: التنسيق مع أجهزة حماية المنافسة
١١١٠	المبحث الثاني: الحماية المدنية للمستهلك من حالات الأضرار المشتركة
١١١٠	المطلب الأول: قيام المسؤولية المدنية عن حالات الأضرار المشتركة
١١١٠	الفرع الأول: شمول الحماية المدنية للمستهلك المهني وغير المهني
١١١١	الفرع الثاني: عناصر المسؤولية عن تعويض المستهلك
١١٢٠	المطلب الثاني: الشروط غير العادلة الضارة بالمستهلك
١١٢٠	الفرع الأول: ماهية الشروط غير العادلة الضارة بالمستهلك
١١٢١	الفرع الثاني: التعارض بين قانون حماية المستهلك وقانون حماية المنافسة
١١٢٦	النتائج
١١٢٧	التوصيات:
١١٢٩	المراجع
١١٣٣	فهرس الموضوعات