



Tikrit University Journal for Rights

Journal Homepage : <http://tujr.tu.edu.iq/index.php/t>

The Commercial Name between Concept and Protection: A Comparative Study of Iraqi and Egyptian Legislative Frameworks

Assistant Lecturer. Seema Essam Mamdouh

College of Law, Tikrit University, Salahaddin, Iraq

semaa.i.mamdooh@tu.edu.iq

Article info.

Article history:

- Received 10 October 2025
- Accepted 9 October 2025
Available online 1 March 2026

Keywords:

- commercial name
Trademark
-legal protection
- Iraq
-Egypt
- comparative law.

Abstract: This study aims to examine the commercial name in terms of its legal concept and the nature of its protection under Iraqi and Egyptian legislation, highlighting similarities and differences between the two systems and proposing recommendations to develop Iraqi legislation in line with international standards and comparative experiences.

The research adopts a comparative analytical approach, analyzing legal texts and judicial jurisprudence in Iraq and Egypt, focusing on: defining the commercial name and distinguishing it from trademarks and trade statements, conditions for acquisition and scope of use, and the legal protection available—civil, criminal, and administrative.

The study concludes that there is a clear overlap between the concept of the commercial name and the trademark in both legislations, leading to ambiguities in determining the scope of protection. Furthermore, the legal protection of the commercial name in Iraq is less detailed than in Egypt, both judicially and administratively. Accordingly, the study recommends: unifying legal concepts, issuing a dedicated commercial and industrial property law, and strengthening judicial and administrative roles in protecting commercial names.

الاسم التجاري بين المفهوم والحماية: قراءة مقارنة في التنظيم التشريعي العراقي والمصري

م.م. سيماء عصام ممدوح علوان

كلية القانون , جامعة تكريت , صلاح الدين، العراق

semaa.i.mamdooh@tu.edu.iq

ملومات البحث :
الخلاصة: يهدف هذا البحث إلى دراسة الاسم التجاري من حيث مفهومه القانوني وطبيعة حمايته في كل من التشريع العراقي والمصري، مع إبراز أوجه التشابه والاختلاف بين النظامين، وتقديم مقترحات لتطوير التشريع العراقي بما يتوافق مع المعايير الدولية والتجارب المقارنة.

تواريخ البحث:
- الاستلام : ١ / تشرين الاول / ٢٠٢٥
- القبول : ٩ / تشرين الاول / ٢٠٢٥
- النشر المباشر: ١/ آذار / ٢٠٢٦

يستند البحث إلى المنهج التحليلي المقارن، حيث تم تحليل النصوص القانونية والفقهاء القضائي في العراق ومصر، مع التركيز على: تعريف الاسم التجاري وتمييزه عن العلامة التجارية والبيان التجاري، شروط اكتسابه ونطاق استعماله، والحماية القانونية المقررة له مدنيًا وجزائيًا وإداريًا.

توصل البحث إلى أن هناك تداخلًا واضحًا بين مفهوم الاسم التجاري والعلامة التجارية في كلا التشريعين، مما يؤدي إلى بعض الإشكاليات في تحديد نطاق الحماية، كما أن حماية الاسم التجاري في العراق أقل تفصيلًا مقارنة بالمصري، سواء على المستوى القضائي أو الإداري. وعليه، قدم البحث توصيات تتضمن: توحيد المفاهيم القانونية، إصدار تشريع خاص بالملكية التجارية والصناعية، وتعزيز الدور القضائي والإداري في حماية الأسماء التجارية.

الكلمات المفتاحية :
- الاسم التجاري
- العلامة التجارية
- الحماية القانونية
- العراق
- مصر
- المقارنة القانونية.

© ٢٠٢٣, كلية القانون، جامعة تكريت

المقدمة : يشكل الاسم التجاري أحد المرتكزات الجوهرية في الحياة التجارية المعاصرة، إذ أصبح من أهم أدوات التمييز بين المشروعات الاقتصادية في ظل ازدياد حجم المنافسة واتساع نطاق النشاط التجاري على المستويين المحلي والدولي. فالاسم التجاري ليس مجرد وسيلة تعريف أو عنوان للمشروع، بل هو رمز قانوني واقتصادي يعكس سمعة التاجر ومكانته في السوق، ويُسهم في تكوين الثقة لدى المستهلكين والشركاء على حد سواء^(١).

ومع تطور المعاملات التجارية واتساع نطاق استخدام التقنيات الحديثة ووسائل الإعلان، اكتسب الاسم التجاري قيمة مالية ومعنوية كبيرة، مما جعله أحد عناصر الملكية المعنوية التي تستحق الحماية القانونية إلى جانب العلامات التجارية وبراءات الاختراع وغيرها من الحقوق الصناعية^(٢). ولهذا، أصبحت التشريعات الحديثة تُقر صراحةً بحق التاجر في اسم تجاري مميز، وتحميه من أي اعتداء أو تقليد قد يؤدي إلى تضليل الجمهور أو المساس بسمعة النشاط التجاري.

غير أن التشريعات الوطنية تختلف في طريقة تنظيمها لهذا الحق. ففي حين سارت بعض الأنظمة — كالنظام المصري — نحو إقرار الطبيعة الملكية المعنوية للاسم التجاري ومنحه حماية شاملة ضمن منظومة الملكية الفكرية، ظلَّ المشرّع العراقي مترددًا في تحديد طبيعته القانونية، مكتفيًا بنصوص متناثرة في قانون التجارة وقانون الشركات دون بناء منظومة متكاملة للحماية^(٣). وهذا التباين يثير

(١) الفوزان، محمد بن براك. (٢٠١٢). النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية: دراسة مقارنة بالقوانين العربية. عمان: مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع. ص ١٥.

(٢) طه، مصطفى كمال. (د.ت). القانون التجاري. القاهرة: دار الجامعة الجديدة للنشر. ص ٢١.

(٣) العريني، محمد فريد، وآخرون. (١٩٩٨). مبادئ القانون التجاري. القاهرة: دار الجامعة الجديدة للنشر. ص ٣٣.

إشكالية جوهرية تتمثل في غياب الوضوح المفاهيمي والاختلاف في نطاق الحماية القانونية الممنوحة لهذا الاسم بين البلدين.

إشكالية البحث:

تتمثل الإشكالية الرئيسية في التساؤل: "ما طبيعة الاسم التجاري في التشريع العراقي والمصري؟ وهل تختلف حمايته القانونية عن حماية العلامة التجارية؟"، ويتفرع عن ذلك تساؤلان فرعيان:

١. ما الأساس القانوني لاكتساب الاسم التجاري في كل من النظامين العراقي والمصري؟

٢. ما مدى كفاية وسائل الحماية التشريعية والمدنية والجزائية المقررة له؟

أهمية البحث:

تبرز أهمية هذا البحث في كونه يتناول موضوعاً لم يحظَ بعناية كافية في الدراسات القانونية العراقية، رغم أهميته في بيئة الأعمال الحديثة، خاصة مع التحولات الاقتصادية والانفتاح التجاري الذي يشهده العراق. كما تسعى الدراسة إلى إبراز أوجه القصور أو التداخل التشريعي بين الاسم التجاري والعلامة التجارية، ومقارنة التجربتين العراقية والمصرية لاستخلاص الدروس التشريعية التي يمكن توظيفها في تطوير النظام القانوني العراقي بما ينسجم مع المعايير الدولية^(١).

منهج البحث:

اعتمد البحث المنهج التحليلي المقارن من خلال دراسة النصوص القانونية والفقهاء القضائي في كلٍ من العراق ومصر، وتحليلها في ضوء الفقه المقارن والاتفاقيات الدولية، ولا سيما اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣، واتفاقية (TRIPS) لعام ١٩٩٤. كما اعتمد على تحليل اجتهادات القضاء التجاري في البلدين لتقييم مدى فاعلية الحماية المقررة.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق ما يلي:

١. تحديد الإطار المفاهيمي والقانوني للاسم التجاري وتمييزه عن المفاهيم المشابهة.
٢. بيان أوجه الشبه والاختلاف بين التشريع العراقي والمصري في مجال الحماية القانونية للاسم التجاري.
٣. اقتراح توصيات تشريعية عملية لتطوير النظام العراقي بما يضمن حماية فعالة ومتوازنة للأسماء التجارية.

(١) سعيد، سعد الشريف. (٢٠١٩). الحماية القانونية للاسم التجاري في ظل القانون الليبي والمقارن. مجلة البحوث القانونية، جامعة سرت، السنة (٤)، العدد (٧)، (٩٩-١٣٦). ص ١٠٢.

المبحث الأول: ماهية الاسم التجاري

يُعدّ الاسم التجاري من أهم الوسائل القانونية التي يعتمد عليها التاجر في تمييز نشاطه التجاري عن غيره من الأنشطة المماثلة، إذ لا يقتصر دوره على كونه وسيلة تعريفية فحسب، بل يمتد ليشكّل عنصراً معنوياً ذا قيمة اقتصادية وقانونية متزايدة في الحياة التجارية المعاصرة. فالاسم التجاري يرتبط ارتباطاً وثيقاً بسمعة المشروع التجاري وثقة الجمهور به، ويُسهم في ترسيخ موقعه داخل السوق، بما يجعله محل حماية قانونية في مختلف التشريعات.

وقد أولت التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية اهتماماً خاصاً بتنظيم الاسم التجاري، من حيث تحديد مفهومه القانوني، وبيان خصائصه، وتمييزه عن غيره من وسائل التمييز التجاري كالعنوان التجاري والعلامة التجارية، فضلاً عن تنظيم آليات حمايته من كل اعتداء أو استعمال غير مشروع. غير أن هذا الاهتمام لم يكن موحدًا في جميع التشريعات، بل تفاوت من حيث نطاق الحماية وطبيعتها، الأمر الذي يفرض ضرورة الوقوف على ماهية الاسم التجاري وإبراز معالمه القانونية بدقة.

المطلب الأول: مفهوم الاسم التجاري

أولاً: التعريف الفقهي والقانوني للاسم التجاري:

يُعدّ الاسم التجاري أحد الركائز الأساسية في تكوين الهوية القانونية والتجارية للمشروعات الاقتصادية الحديثة، إذ يعبر عن شخصية التاجر أو المنشأة أمام الجمهور، ويؤدي وظيفة التعريف والتمييز بين المشروعات، بما يعزز الثقة والائتمان في المعاملات التجارية. ويذهب الفقه التجاري إلى أنّ الاسم التجاري ليس مجرد وسيلة تعريف شكلية، بل هو عنصر من عناصر الذمة المالية المعنوية للتاجر، لما يترتب عليه من قيمة اقتصادية في السوق، ومن قدرة على جذب العملاء والمحافظة على السمعة التجارية^(١).

لم يتبنّ المشرّع العراقي تعريفاً صريحاً للاسم التجاري في قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤، وإنما اكتفى بتنظيمه وبيان وظيفته القانونية. إذ يُستفاد من نص المادة (٢١) من هذا القانون أن الاسم التجاري هو الاسم الذي يتخذه التاجر لتمييز نشاطه التجاري عن غيره من الأنشطة المماثلة، بما يهدف إلى منع الخلط بين المشروعات التجارية وترسيخ الثقة في التعامل. وعليه، يُستخلص أن الاسم التجاري يُعد وسيلة قانونية ذات طبيعة تنظيمية، تُسهم في تحديد هوية النشاط التجاري وحمايته في إطار المنافسة المشروعة. على الرغم من أن قانون الأسماء التجارية رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ لم يتضمن تعريفاً صريحاً للاسم التجاري، فإن المشرّع المصري حدّد ملامحه الأساسية من خلال المادتين (١) و(٢) منه، إذ يتبين من هذين النصين أن الاسم التجاري هو الاسم الذي يرتبط بشخص التاجر ومحلّه التجاري، ويُستخدم لتمييز هذا المحل عن غيره، شريطة أن يطابق الحقيقة وألا يؤدي إلى التضليل أو يمس بالصالح العام.

(١) السنهوري، عبد الرزاق أحمد. (١٩٩٨). الوسيط في شرح القانون المدني: نظرية الالتزام بوجه عام، والعقود التجارية. القاهرة: دار النهضة العربية. ص ٢١٥.

يظهر من ذلك أنّ التشريعين اتفقا على جوهر التعريف من حيث كونه وسيلة تمييز للمحل أو الشخص التجاري، غير أن القانون المصري أضاف قيداً مهماً يتمثل في أن يكون الاسم مميزاً، بما يمنع الالتباس أو التشابه المضلل في التعاملات.

ويرى بعض الفقهاء أن الاسم التجاري يمثل حقاً معنوياً مستقلاً يندرج ضمن الملكية الصناعية والتجارية، شأنه شأن العلامة التجارية والبراءات، بينما يرى آخرون أنه وسيلة تعريف لا ترقى إلى مرتبة الحق المالي المستقل، لأنه يرتبط بالشخص الطبيعي أو المعنوي ولا يجوز التصرف فيه إلا تبعاً للمحل التجاري^(١).

وبهذا، يمكن القول إنّ الطبيعة المزدوجة للاسم التجاري تجمع بين طابع التعريف الشخصي والقيمة الاقتصادية، فهو في آن واحد يعرّف التاجر ويُعبّر عن السمعة التي اكتسبها في السوق، مما يستدعي حمايته قانونياً من أي اعتداء أو انتحال.

ثانياً: التمييز بين الاسم التجاري والمفاهيم المشابهة

رغم ما بين الاسم التجاري وغيره من مصطلحات قريبة من تداخل لغوي، فإنّ التفرقة الدقيقة بين هذه المفاهيم تمثل ضرورة لفهم الأساس القانوني لكلٍ منها.

١. الفرق بين الاسم التجاري والعلامة التجارية

العلامة التجارية هي إشارة أو رمز يُستخدم لتمييز منتجات أو خدمات منشأة معينة عن غيرها^(٢). فهي تتعلق بالبضائع أو الخدمات، بينما الاسم التجاري يرتبط بالمشروع ذاته. كما يمكن أن تتغير العلامة التجارية مع تنوع المنتجات، في حين يظل الاسم التجاري ثابتاً بوصفه هوية قانونية للمنشأة^(٣).

٢. الفرق بين الاسم التجاري والعنوان التجاري

العنوان التجاري هو الاسم الذي يُكتب في الأوراق الرسمية والفواتير ويُستخدم في التراسل والتعامل الإداري، وقد يختلف عن الاسم التجاري الذي يُعرف به المشروع لدى الجمهور. وغالباً ما يشتمل العنوان التجاري على بيانات إضافية مثل نوع النشاط أو موقع المحل^(٤).

٣. الفرق بين الاسم التجاري والبيان التجاري

البيان التجاري يُقصد به كل ما يُدرج على السلع أو المحال من بيانات تتعلق بالمنشأة أو النوع أو الجودة، وهو وسيلة إعلام للمستهلك أكثر من كونه وسيلة تعريف قانونية^(٥)، أما الاسم التجاري فهدفه هو تمييز التاجر نفسه كمصدر للنشاط الاقتصادي.

(١) سامي، فوزي محمد. (٢٠٠٩). الشركات التجارية: الأحكام العامة والخاصة. بيروت: منشورات الحلبي. ص ٥٤.

(٢) رجب عمر، أحمد. (٢٠٢٦). المفاهيم الأساسية للحقوق الملكية الفكرية. القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع. ص ٤٧.

(٣) الرمحي، حازم حمدي. (٢٠٢٤). الحماية الجنائية للعلامات التجارية: دراسة مقارنة. القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع. ص ٨٨.

(٤) رجب عمر، أحمد. المصدر السابق. ص ١١٢.

(٥) مأمون، عبد الرشيد. (٢٠٠٧). حقوق المؤلف والحقوق المجاورة في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية الجديد رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢. القاهرة: دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع. ص ٦٧.

من خلال هذه المقارنات، يتضح أن الاسم التجاري يحتل موقعاً وسيطاً بين العناصر المادية والمعنوية للمحل التجاري؛ فهو ليس سلعة تُسوّق، بل رمز يعكس شخصية معنوية تُعرف في السوق وتُعامل على أساسها.

ثالثاً: الطبيعة القانونية للاسم التجاري

أثار تحديد الطبيعة القانونية للاسم التجاري جدلاً فقهيًا واسعاً، إذ تباينت الآراء بين اعتباره حقاً شخصياً وحقاً مالياً معنوياً، فمن منظور الفقه المدني، يُعد الاسم التجاري من الحقوق الملازمة لشخصية التاجر، فلا يجوز نقله أو التصرف فيه إلا مع المحل التجاري الذي ارتبط به^(١). غير أن الاتجاه الحديث في الفقه المقارن بدأ ينظر إليه كحق مالي معنوي مستقل قابل للتنازل أو الترخيص، متى أصبح له قيمة اقتصادية محددة في السوق^(٢).

أما في القانون العراقي، فإنّ النصوص لا تنص صراحة على استقلال الاسم التجاري كحق معنوي، بل تفهم ضمناً من سياق أحكام قانون الشركات العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧، الذي أوجب تسجيل الاسم التجاري ضمن السجل التجاري، مما يضفي عليه حماية قانونية ويجعله جزءاً من الذمة التجارية للمشروع. وفي المقابل، القانون المصري منح الاسم التجاري حماية أكثر وضوحاً، حيث يتضح من أحكام قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، ولا سيما المادة (٦٧) منه، أن المشرّع المصري أولى الاسم التجاري اعتباراً قانونياً عند تنظيم حماية العلامات التجارية، إذ حظر تسجيل العلامات التي تتضمن أسماء تجارية وهمية أو مقلدة أو من شأنها تضليل الجمهور، وهو ما يفيد بإقرار حماية غير مباشرة للاسم التجاري في مواجهة الاعتداء عليه داخل نطاق العلامات التجارية، دون أن يُنشئ له نظام حماية مستقلاً.

يتبين إذن أنّ المشرّع المصري تبنى موقفاً أكثر تقدماً من نظيره العراقي في منح الاسم التجاري صفة الحق المعنوي المستقل الذي يُحمى بمجرد الاستعمال، لا فقط بالتسجيل، وهو ما ينسجم مع التوجهات الدولية لاتفاقية باريس (١٨٨٣) واتفاقية تريبس (TRIPS).

المطلب الثاني: شروط اكتساب الاسم التجاري ونطاق استعماله

أولاً: الشروط الشكلية والموضوعية لاكتساب الاسم التجاري

لا يكتسب الاسم التجاري حمايته القانونية إلا بتوافر مجموعة من الشروط الشكلية والموضوعية التي تنظمه وتمنع الالتباس بين التجار.

والشروط الشكلية هي: التسجيل: إذ يوجب القانون العراقي على كل تاجر أن يسجل اسمه التجاري في دائرة التسجيل التجاري بوزارة التجارة، وفق المادة (٢٠) من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧. ويُعدّ هذا التسجيل قرينة على ملكية الاسم التجاري.

(١) السنهوري، عبد الرزاق أحمد. المصدر السابق. ص ٢١٨.

(٢) الرمحي، حازم حمدي. المصدر السابق. ص ٩٤.

أما في القانون المصري، فإنّ التسجيل ليس شرطاً جوهرياً لاكتساب الحق، بل قرينة على استعماله، إذ يجوز حماية الاسم التجاري حتى لو لم يُسجل، إذا ثبت استعماله الفعلي وشهرته في السوق^(١).

هذا التباين يعكس اختلاف الفلسفة التشريعية: فالقانون العراقي يعتمد النظام الشكلي القائم على التسجيل، بينما يتبنى القانون المصري النظام الواقعي القائم على الاستعمال.

اما الشروط الموضوعية فهي:

١. التمييز: يجب أن يكون الاسم التجاري مميزاً وغير مضلل أو مشابه لاسم آخر في نفس النشاط.
٢. الجدية: لا بد أن يعكس الاسم وجود نشاط فعلي، لا أن يكون صورياً أو وهمياً.
٣. المشروعية: يجب ألا يتضمن الاسم ألفاظاً تخالف النظام العام أو الآداب، كما نصّت المادة (٣٩) من قانون التجارة العراقي.

ويرى الفقه أن التمييز هو العنصر الجوهري في صحة الاسم التجاري، إذ به يتحقق الغرض من الحماية، أي منع اللبس بين المشروعات^(٢).

ثانياً: نطاق استعمال الاسم التجاري

يتحدد نطاق استعمال الاسم التجاري من حيث المكان والزمان والنشاط، وفق القواعد الآتية:

١. النطاق الجغرافي:

في القانون العراقي، يمتد استعمال الاسم التجاري إلى نطاق المحافظة أو القطر العراقي ما دام مسجلاً، ويُمنع تكرار الاسم ذاته في نفس المحافظة أو النشاط. أما في مصر، فالنطاق يتسع إلى كامل الجمهورية بمجرد تسجيل الاسم أو اكتسابه شهرة عامة كما أشار لذلك قانون التجارة المصري في المادة ٦٥.

٢. النطاق الزمني:

يظل الاسم التجاري محمياً ما دام المشروع قائماً، وتنقضي الحماية بانقضاء الشخصية القانونية أو زوال النشاط التجاري. غير أن بعض الفقه المصري يذهب إلى استمرار الحماية لفترة معقولة بعد التصفية إذا استمر الاسم مرتبطاً بالسمعة التجارية^(٣).

٣. النطاق الموضوعي (نوع النشاط):

الحماية لا تمتد إلى جميع الأنشطة، بل تقتصر على المجال الذي يزاوله التاجر. فإذا استعمل شخص آخر نفس الاسم في نشاط مختلف تماماً، فلا يعدّ ذلك اعتداءً^(٤).

ثالثاً: أثر التسجيل في ثبوت الحق بالاسم التجاري

يُعدّ التسجيل حجر الأساس في حماية الاسم التجاري في النظام العراقي، إذ يمنح التاجر حقاً حصرياً في استعمال الاسم ضمن السجل التجاري. ويترتب على هذا التسجيل:

١. تمكين صاحب الاسم من منع الغير من استعماله أو تقليده.

(١) الرمحي، حازم حمدي. المصدر السابق. ص ١٠٥.

(٢) سامي، فوزي محمد. المصدر السابق. ص ٦٦.

(٣) مأمون، عبد الرشيد. المصدر السابق. ص ٩١.

(٤) رجب عمر، أحمد. المصدر السابق. ص ١٣٤.

٢. إمكانية التصرف فيه ضمن بيع المحل التجاري كعنصر من عناصره^(١).
أما في النظام المصري، فالتسجيل له أثر إعلاني وليس منشئاً للحق، بمعنى أن الاستعمال الفعلي هو الذي يخلق الحماية القانونية، وكفي لإثبات الملكية أمام القضاء أن يثبت التاجر أنه استعمل الاسم على نحو مستمر ومعلن بين الجمهور^(٢).

ويُعدّ هذا الاتجاه أكثر مرونة وعدالة، لأنه يراعي واقع السوق الذي يتغير بسرعة، ولا يحتمل التاجر عبءاً إدارياً زائداً في حال إغفاله التسجيل، طالما أن الجمهور يربط الاسم به فعلياً.

يتبين من خلال التحليل أن الاسم التجاري يُعدّ من أهم مظاهر الشخصية التجارية للتاجر، وأنه يجمع بين طابعين: أحدهما شخصي يتمثل في التعريف بصاحبه، والآخر مالي ينبع من قيمته الاقتصادية في السوق. كما يظهر من المقارنة بين القانونين العراقي والمصري أن التشريع المصري أكثر تطوراً في مجال حماية الاسم التجاري، إذ أسبغ عليه صفة الحق المعنوي المستقل، ومنح الحماية على أساس الاستعمال والشهرة، بينما ظل التشريع العراقي حبيس الإطار الشكلي القائم على التسجيل دون اعتراف صريح بقيمته كملكية فكرية قائمة بذاتها.

المبحث الثاني: الحماية القانونية للاسم التجاري

تمثل الحماية القانونية للاسم التجاري إحدى الركائز الأساسية في ضمان استقرار المعاملات التجارية وحماية الثقة بين التجار والجمهور، إذ إن الاعتداء على الاسم التجاري لا يمس التاجر فحسب، بل يهدد الأمن الاقتصادي والتجاري للمجتمع بأسره. فالحماية القانونية ليست مجرد وسيلة دفاع عن حق فردي، بل هي آلية لضبط السوق ومنع التضليل واللبس في التعاملات التجارية^(٣).

يتفرع هذا المبحث إلى مطلبين: الأول يتناول الحماية التشريعية والمدنية للاسم التجاري، والثاني يتناول الحماية الجزائية والإدارية ودور القضاء في تطبيقها.

المطلب الأول: الحماية التشريعية والمدنية للاسم التجاري

أولاً: الإطار التشريعي لحماية الاسم التجاري

نظّم القانون العراقي الحماية القانونية للاسم التجاري في أكثر من نص متفرق، من أهمها قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤، وقانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧، إضافةً إلى بعض أحكام قانون العقوبات رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ المتعلقة بالمنافسة غير المشروعة والغش التجاري.

فقد نظّم المشرّع العراقي الاسم التجاري تنظيمًا صريحًا في المواد (٢١-٢٥) من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤، حيث أوجبت المادة (٢١) على كل تاجر، شخصًا طبيعيًا كان أم معنويًا، أن يتخذ اسمًا تجاريًا مميزًا يختلف بوضوح عن غيره من الأسماء التجارية، ومنعت اتخاذ الأسماء أو البيانات التي من شأنها تضليل الجمهور. كما قررت المادة (٢٤) حماية الاسم التجاري بعد قيده، بمنع استعماله من قبل الغير في نوع التجارة ذاته ضمن الحدود الجغرافية التي قيّد فيها. غير أن القانون، على الرغم من هذا التنظيم، لم يضع نصوص جزائية خاصة تُحدّد العقوبات المترتبة على الاعتداء على الاسم التجاري،

(١) سامي، فوزي محمد. المصدر السابق. ص ٧١.

(٢) الرمحي، حازم حمدي. المصدر السابق. ص ١١٨.

(٣) السنهوري، عبد الرزاق أحمد. المصدر السابق. ص ٢٢٠.

مما يجعل الحماية القانونية له مستمدة من القواعد العامة في المسؤولية المدنية وتطبيقات القضاء في مجال التعويض ومنع المنافسة غير المشروعة.

أما في القانون المصري، فلم يتبنَّ المشرِّع تنظيمًا تشريعيًا موحدًا ومباشرًا للاسم التجاري، إذ خلا قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ من تعريف صريح أو أحكام تفصيلية بشأنه، كما لم يُقرَّ قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ نظام حماية مستقلًّا للاسم التجاري. غير أن هذا الأخير اعتدَّ بالاسم التجاري على نحو غير مباشر عند تنظيم حماية العلامات التجارية، ولا سيما في المادة (٦٧)، إذ حظر تسجيل العلامات التي تتضمن أسماء تجارية وهمية أو مقلدة أو من شأنها تضليل الجمهور، بما يفهم معه إقرار قيمة قانونية للاسم التجاري في مواجهة الاعتداء عليه داخل نطاق العلامات التجارية، دون أن يمتد ذلك إلى تقرير حماية مباشرة أو مستقلة له، أو إقرار مبدأ الحماية لمجرد الشهرة دون تسجيل، وهذا يُعد نقلة نوعية في الفكر التشريعي العربي، إذ جعل الاستعمال الفعلي أساسًا للحماية، لا التسجيل فقط^(١).

ولم يتضمن قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ تنظيمًا موضوعيًا مستقلًّا للاسم التجاري، كما خلا قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ من تقرير حماية مباشرة له بوصفه حقًا قائمًا بذاته، إذ اقتصر هذا الأخير على الاعتراف بالاسم التجاري بصورة غير مباشرة عند تنظيم حماية العلامات التجارية ومنع تسجيل العلامات التي تنطوي على تضليل أو اعتداء على أسماء تجارية قائمة. وبذلك تُستمد الحماية القانونية للاسم التجاري في القانون المصري أساسًا من القواعد العامة في المسؤولية المدنية ومن تطبيقات القضاء في مجال المنافسة غير المشروعة، لا من نصوص تشريعية خاصة.

يتضح من المقارنة أنَّ القانون المصري تبنَّى نظامًا واقعيًا للحماية، بينما بقي القانون العراقي في إطار النظام الشكلي الذي يربط الحماية بالتسجيل دون الاعتراف بالاستعمال، مما يحدُّ من فعالية الحماية في حالات الاستخدام غير المسجل ولكن الشائع في السوق.

ثانيًا: الحماية المدنية للاسم التجاري

تتحقق الحماية المدنية من خلال الأدوات القانونية التي تمكِّن صاحب الاسم التجاري من الدفاع عن حقه أمام القضاء المدني، سواء عبر دعوى المنافسة غير المشروعة أو دعوى التعويض عن الضرر الناتج عن استعمال الغير لاسمه التجاري.

١. دعوى المنافسة غير المشروعة

تُعدُّ المنافسة غير المشروعة من أهم وسائل الحماية المدنية للاسم التجاري، إذ تشمل كل عمل من شأنه إحداث لبس أو تضليل في السوق، كاستعمال اسم مشابه أو مقلد للاسم التجاري قائم. ولا يتضمن قانون التجارة العراقي نصًا خاصًا يُعرِّف المنافسة غير المشروعة أو يربطها صراحة بالاعتداء على الاسم التجاري، غير أن هذا الاعتداء يمكن مواجهته استنادًا إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية، متى توافرت عناصر الخطأ والضرر والعلاقة السببية. وعلى النهج ذاته، لم يُقرَّ قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ نصًا مباشرًا يعتبر استعمال اسم تجاري مشابه في ذاته عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، وإنما اقتصر على الاعتراف بالاسم التجاري بصورة غير مباشرة عند تنظيم حماية العلامات التجارية ومنع تسجيل العلامات التي من شأنها تضليل الجمهور. ومن ثم، تُستمد

(١) الرمحي، حازم حمدي. المصدر السابق. ص ١٢٧.

حماية الاسم التجاري في القانون المصري أساساً من التطبيق القضائي ونظرية المنافسة غير المشروعة في إطار القواعد العامة للمسؤولية المدنية.^(١)

ويمنح هذا النص للقاضي سلطة تقديرية واسعة في وقف التعدي أو الأمر بإزالة الاسم التجاري المقلد، فضلاً عن الحكم بالتعويض عن الأضرار المادية والمعنوية التي لحقت بصاحب الاسم الأصلي.^(٢)

٢. دعوى التعويض المدني:

إذا ثبت الاعتداء على الاسم التجاري، يحق للتاجر المتضرر المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابه نتيجة الفعل غير المشروع، سواء كان ضرراً مادياً كخسارة الأرباح أو معنوياً كالمساس بالسمعة التجارية.

وقد كرّس القضاء المصري هذا المبدأ في العديد من الأحكام، منها حكم محكمة النقض المصرية بتاريخ ٢٤/٤/٢٠١٣ في الطعن رقم ٣٢٦ لسنة ٨٢ قضائية، الذي قضى بأن "استعمال اسم تجاري مشابه لاسم منشأة ذات شهرة سابقة يعد خطأ يوجب التعويض عن الضرر المادي والمعنوي، حتى في غياب التسجيل الرسمي".

أما في القضاء العراقي، فإنّ محكمة التمييز الاتحادية اعترفت في قراراتها الحديثة بأهمية حماية الاسم التجاري من خلال مبدأ المنافسة غير المشروعة، غير أن ضعف النصوص القانونية جعل تطبيق هذه الحماية محدوداً ويخضع لاجتهاد القضاة.^(٣)

ثالثاً: حماية الاسم التجاري في مواجهة الغير

تمتد الحماية المدنية للاسم التجاري لتشمل جميع صور الاعتداء، سواء كانت استعمالاً غير مشروع أو انتحالاً متعمداً أو استعمالاً مظلماً يؤدي إلى اللبس بين المشروعات. ويشمل ذلك الحالات التالية:

١. قيام تاجر بفتح محل تجاري باسم مشابه لمحل آخر في ذات المنطقة أو النشاط.

٢. إدراج الاسم التجاري في الإعلانات أو الوسائط الإلكترونية دون إذن.

٣. تسجيل الاسم في السجل التجاري من قبل شخص لا يملكه.

وفي جميع هذه الحالات، يُعطى لصاحب الاسم التجاري الحق في رفع دعوى وقف التعدي، مع المطالبة بالتعويض عن الضرر.

ويُلاحظ أن القضاء المصري وسّع نطاق هذه الحماية ليشمل الاستعمال الإلكتروني للاسم التجاري في المواقع أو وسائل التواصل، معتبراً ذلك من صور الاعتداء الحديثة التي تدرج ضمن المنافسة غير المشروعة.^(٤)

أما في العراق، فلا تزال النصوص غامضة في هذه النقطة، مما يبرز الحاجة إلى تطوير تشريع يواكب العصر الرقمي ويُحدّث آليات الحماية لتشمل النطاق الإلكتروني.

(١) سامي، فوزي محمد. المصدر السابق. ص ٩٣.

(٢) مأمون، عبد الرشيد. المصدر السابق. ص ٩٤.

(٣) رجب عمر، أحمد. المصدر السابق. ص ١٥٨.

(٤) الرمحي، حازم حمدي. المصدر السابق. ص ١٤٢.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية والإدارية

أولاً: الحماية الجزائية للاسم التجاري

تُعد الحماية الجزائية خط الدفاع الأخير ضد الاعتداءات الخطيرة على الاسم التجاري، إذ تمثل رادعاً قانونياً لكل من يستعمل اسماً تجارياً بقصد الغش أو الإضرار بالغير.

في القانون العراقي، لم يرد نص خاص في قانون التجارة يجرم الاعتداء على الاسم التجاري، غير أن قانون العقوبات رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ في المادة (٤٥٦) نص على تجريم الأفعال التي تتضمن الاحتيال والغش التجاري، بما في ذلك تقليد العلامات أو الأسماء التي من شأنها تضليل الجمهور. كما نصت المادة (٢٤٠) على معاقبة كل من يخالف الأنظمة والتعليمات التجارية.

وقد فسّرت هذه النصوص من قبل القضاء العراقي على نحو يسمح بتطبيقها على حالات الانتحال التجاري إذا كان الهدف منها الإضرار بالمستهلك أو بالتاجر الأصلي^(١).

أما في القانون المصري، فالأمر أكثر تحديداً، إذ نصت المادة (١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على أن: "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من قلد أو استعمل اسماً تجارياً مملوكاً لغيره بسوء نية".

هذا النص جعل من الاعتداء على الاسم التجاري جريمة اقتصادية مستقلة، وأدخل عنصر سوء النية كركن أساسي في المسؤولية الجزائية، كما أجاز القانون للمحكمة أن تأمر بمصادرة الأشياء التي تحمل الاسم التجاري المزيف أو إزالة اللافتات والإعلانات التي تنطوي على التعدي.

هذا يبرز مدى التطور في التشريع المصري الذي يوازن بين الردع والعقوبة وبين حماية حقوق أصحاب المشاريع^(٢).

ثانياً: الحماية الإدارية ودور الجهات المختصة

تُسهّم الجهات الإدارية في حماية الاسم التجاري من خلال تنظيم عملية التسجيل والرقابة على النشاط التجاري.

في العراق: تتولى دائرة التسجيل التجاري التابعة لوزارة التجارة مسؤولية قيد الأسماء التجارية، والتأكد من عدم التشابه بينها، وفق المادة (٣) من نظام التسجيل التجاري رقم ٦ لسنة ١٩٨٥.

وتُعتبر هذه الدائرة خط الدفاع الأول ضد التضارب بين الأسماء التجارية، إذ تمتلك سلطة رفض تسجيل أي اسم يطابق اسماً قائماً أو يؤدي إلى اللبس.

غير أن دورها يظل إدارياً بحثاً، إذ لا تملك سلطة الفصل في النزاعات، مما يجعل صاحب الاسم التجاري مجبراً على اللجوء إلى القضاء المدني للفصل في النزاع^(٣).

(١) سامي، فوزي محمد. المصدر السابق. ص ١١٢.

(٢) مأمون، عبد الرشيد. المصدر السابق. ص ١٠١.

(٣) رجب عمر، أحمد. المصدر السابق. ص ١٧٢.

في مصر: تشترك مصلحة التسجيل التجاري وجهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في حماية الأسماء التجارية.

فالمصلحة تتولى فحص الأسماء الجديدة والتأكد من خلوها من التشابه، بينما يتولى الجهاز مراقبة السلوك التجاري في السوق لمنع أي ممارسة تُعدّ منافسة غير مشروعة، بما في ذلك استعمال الأسماء التجارية المضللة.

وقد صدرت قرارات إدارية عديدة بإلغاء تسجيلات لأسماء تجارية تبين لاحقاً أنها مقلدة، مما يعكس الدور الفاعل للإدارة المصرية في إنفاذ القانون^(١).

ثالثاً: موقف القضاء من النزاعات المتعلقة بالاسم التجاري

يُعدّ القضاء هو الميدان الأبرز لتكريس الحماية الفعلية للاسم التجاري، من خلال تطبيق النصوص القانونية على الوقائع الملموسة.

في القضاء العراقي: يُلاحظ أن المحاكم العراقية، ولا سيما محكمة التمييز الاتحادية، اتخذت موقفاً متدرجاً في الاعتراف بالاسم التجاري كحق معنوي. ففي قرارها المرقم ٢٣١/تجاري/٢٠١٥، اعتبرت المحكمة أن "استعمال الغير لاسم تجاري مسجل يوقعه تحت طائلة المسؤولية المدنية وفق أحكام المنافسة غير المشروعة"، وإن لم تصل إلى حد اعتبار الاسم التجاري ملكية فكرية مستقلة.

في القضاء المصري: أظهر القضاء المصري تطوراً ملحوظاً، إذ قضت محكمة النقض بأن "الاسم التجاري عنصر من عناصر الملكية الصناعية يُحمى بمجرد الاستعمال الفعلي، وأن شهرة الاسم تغني عن التسجيل"^(٢).

كما أقرت المحاكم الاقتصادية في مصر بحق أصحاب الأسماء التجارية في المطالبة بالتعويض حتى في حال عدم التسجيل، طالما ثبت أن الاسم اكتسب شهرة سابقة في السوق.

هذه الأحكام تبرز اتساع نطاق الحماية القضائية في النظام المصري مقارنة بالعراقي، وتعكس ضرورة تطوير القضاء العراقي لآليات إثبات الشهرة والاستعمال كبداية عن التسجيل الشكلي.

يتضح من خلال التحليل المقارن أنّ حماية الاسم التجاري تمرّ عبر مستويات ثلاث: تشريعية، مدنية، وجزائية.

القانون المصري قدّم نموذجاً أكثر تطوراً في هذا المجال، حيث جمع بين الحماية الواقعية القائمة على الاستعمال، والحماية الردعية من خلال العقوبات الجزائية الواضحة، إضافةً إلى الدور الفعّال للجهات الإدارية والقضاء المتخصص.

أما في العراق، فما تزال الحماية محدودة بطابعها الشكلي المرتبط بالتسجيل، وتفتقر إلى نصوص صريحة تُجرّم الانتحال أو الاستعمال المضلل للاسم التجاري، الأمر الذي يخلق فراغاً تشريعياً يحتاج إلى معالجة عاجلة.

(١) الرمحي، حازم حمدي. المصدر السابق. ص ١٥٩.

(٢) مأمون، عبد الرشيد. المصدر السابق. ص ٨٩.

إن تطوير الإطار القانوني العراقي يتطلب دمج الحماية المدنية والجزائية ضمن قانون موحد للملكية الصناعية والتجارية، يراعي المعايير الدولية، ويمنح الاسم التجاري مكانته كأحد عناصر الملكية الفكرية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالسمعة والائتمان التجاريين.

المبحث الثالث: التنظيم القانوني للاسم التجاري – دراسة مقارنة وتقييم تشريعي

يهدف هذا المبحث إلى إجراء دراسة مقارنة بين التنظيم القانوني للاسم التجاري في كلٍّ من القانونين العراقي والمصري، من أجل الوقوف على أوجه التشابه والاختلاف في معالجة هذا المفهوم من حيث طبيعته القانونية، وآليات تسجيله، ووسائل حمايته، ونطاق سريان هذه الحماية. ولا تقتصر هذه المقارنة على العرض الوصفي للنصوص، بل تتجاوز ذلك إلى تقييم فعالية كل نظام تشريعي في تحقيق التوازن بين حرية النشاط التجاري ومنع التضليل وحماية الثقة في المعاملات. كما يسعى المبحث، في ضوء نتائج المقارنة، إلى تقديم مقترحات تشريعية من شأنها الإسهام في تطوير الإطار القانوني للاسم التجاري في العراق، وبما ينسجم مع متطلبات السوق الحديثة والمعايير الدولية لحماية الملكية المعنوية.

المطلب الأول: المقارنة التشريعية لتنظيم الاسم التجاري في القانونين العراقي والمصري

يُظهر التحليل المقارن للنصوص القانونية في كلٍّ من العراق ومصر أنّ فكرة الاسم التجاري حظيت باهتمام مشترك باعتبارها إحدى ركائز النظام التجاري الحديث، غير أنّ مقاربة كل منهما لهذا المفهوم جاءت متأثرة بخلفيته التشريعية ومراحل تطور القانون التجاري فيه. ففي حين تأثر المشرع المصري بالمدرسة اللاتينية وخاصة الفرنسية، فإن المشرع العراقي تأثر بمزيج من القوانين العثمانية والمصرية والإنجليزية، مما أوجد بعض التباينات في المفاهيم والآثار القانونية^(١).

أولاً: من حيث التعريف والمجال القانوني:

لم يرد في القانون التجاري العراقي تعريف صريح للاسم التجاري، بل اقتصر المشرع على الإشارة إليه في قانون التجارة رقم (٣٠ لسنة ١٩٨٤) ضمن أحكام القيد في السجل التجاري، حيث نصّت المادة (٢١) على: ((أولاً: على كل تاجر، شخصاً طبيعياً كان أو معنوياً، ان يتخذ لتمييز نشاطه التجاري اسماً تجارياً مختلفاً بوضوح عن غيره من الاسماء التجارية. ثانياً: لا يجوز للتاجر ان يتخذ اسمه التجاري من الاسماء غير العربية او غير العراقية او ان يضمه بياناً مخالفاً للنظام العام او بياناً من شأنه تضليل الجمهور او ايهامه بواقع حالة او بحقيقة نشاطه التجاري. ثالثاً: يقيد فرع الشركة او المؤسسة الاقتصادية الاجنبية او التاجر الاجنبي المجاز في العراق، باسمه المقيد في سجل بلدة مع اضافة عبارة (فرع العراق)). بينما لم يضع المشرع المصري في قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ تنظيمًا مستقلاً للاسم التجاري أو يعده صراحةً من عناصر الملكية الصناعية، إلا أنه اعتدّ به بصورة غير مباشرة عند تنظيم حماية العلامات التجارية، من خلال حظر تسجيل العلامات التي تنطوي على تضليل أو اعتداء على أسماء تجارية قائمة^(٢).

ويتضح أن المشرع المصري قد أقرّ بالصفة الملكية المعنوية للاسم التجاري، في حين ظلّ المشرع العراقي يُعامله بوصفه وسيلة تعريف وإشهار أكثر منه حقاً مالياً مستقلاً. وهذا الاختلاف في الطبيعة القانونية يؤثر على مدى الحماية والحقوق المترتبة عليه.

(١) الفوزان، محمد بن براك. المصدر السابق. ص ٩٢.

(٢) طه، مصطفى كمال. المصدر السابق. ص ٧٦.

ثانياً: من حيث الجهة المختصة بالتسجيل:

في مصر، تتولى مصلحة التسجيل التجاري التابعة لوزارة التموين والتجارة الداخلية مهمة قيد الأسماء التجارية وفق لائحة تنظيمية واضحة تضمن التحقق من التفرد وعدم التشابه. أمّا في العراق، فنشاط هذه المهمة بدائرة تسجيل الشركات في وزارة التجارة، التي تشرف على سجل خاص بالتجار والشركات مع اشتراط موافقة مسبقة على الاسم التجاري قبل التسجيل^(١).

غير أن التطبيق العملي في العراق يعاني من ضعف التنسيق بين الدائرة المختصة والأجهزة القضائية، إذ لا تُوجد قاعدة بيانات مركزية موحدة تربط الأسماء التجارية المسجلة بالمحاكم أو دوائر حماية الملكية الفكرية، ما يضعف الحماية الفعلية ويُسهّل التعدي عليها.

ثالثاً: من حيث وسائل الحماية ونطاقها:

يقرّ القانون المصري بوسائل حماية متعددة تشمل الحماية المدنية عبر دعوى التعويض أو المنافسة غير المشروعة، والحماية الجزائية بموجب العقوبات المنصوص عليها في قانون الملكية الفكرية (المواد ١١٣-١١٦). كما أجاز وقف استعمال الاسم المعتدى به وإزالة آثاره ونشر الحكم في الصحف على نفقة المخالف^(٢).

أما القانون العراقي، فعلى الرغم من احتوائه نصوصاً عامة في قانون التجارة والعقوبات، إلا أنّها لا تمنح الحماية الكافية، إذ تُركت المسألة للاجتهاد القضائي أو لدعوى المنافسة غير المشروعة بمفهومها العام، دون وجود تشريع خاص ينظم حماية الأسماء التجارية صراحة. وقد أكدت محكمة التمييز العراقية في أحد قراراتها أن "مجرد التشابه في الاسم التجاري لا يعد تعدياً ما لم يثبت قصد الإيهام أو الغش"، وهو ما يضعف الردع القانوني كما في^(٣) (قرار محكمة التمييز، ٢٠١٨، ص. ٤٣).

رابعاً: من حيث نطاق الحماية الإقليمي والزميني:

في النظام المصري، يمتد أثر التسجيل إلى جميع أنحاء الجمهورية، بينما في العراق يبقى الاسم التجاري محصوراً ضمن حدود المحافظة أو الجهة التي سُجّل فيها التاجر، ما لم يُسجل في أماكن أخرى. كما أن مدة الحماية في مصر غير محددة بزمان طالما استُخدم الاسم استخداماً فعلياً في التجارة، في حين يرتبط في العراق بمدة ممارسة النشاط التجاري واستمرار القيد في السجل^(٤).

يتضح من المقارنة أنّ التشريع المصري أكثر شمولاً وتحديداً في تنظيم الاسم التجاري، حيث يوفّر حماية متكاملة تنسجم مع الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣، في حين لا يزال التشريع العراقي بحاجة إلى تطوير يواكب متطلبات السوق والعولمة الاقتصادية^(٥).

(١) العريني، محمد فريد، وآخرون. المصدر السابق. ص ٢١٤.

(٢) حجازي، عبد الفتاح بيومي. (٢٠٠٨). الملكية الصناعية في القانون المقارن. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي. ص ١٥٨.

(٣) طه، مصطفى كمال. المصدر السابق. ص ١٢٥.

(٤) الظفيري، وليد بن عيد. (٢٠٢٢). الإطار الدولي لحماية العلامة التجارية المشهورة وأثره في النظام القانوني. مجلة علوم الشريعة والقانون. العدد (٣٧)، الجزء (٣/١). ص ١٧.

(٥) سعيد، سعد الشريف. المصدر السابق. ص ١٠٧.

المطلب الثاني: مقترحات لتطوير النظام القانوني للاسم التجاري في العراق

انطلاقاً من الفجوة التشريعية التي أبرزتها المقارنة، يمكن اقتراح جملة من الإجراءات والتعديلات التي من شأنها رفع كفاءة النظام القانوني العراقي في حماية الاسم التجاري، وتحقيق الانسجام مع المعايير الدولية.

أولاً: توحيد المفاهيم القانونية بين الاسم التجاري والعلامة التجارية:

يُلاحظ في التشريع العراقي أن الحدود بين الاسم التجاري والعلامة التجارية لا تزال غير واضحة، إذ قد يُسجّل التاجر اسماً يقترب في مضمونه من علامة تجارية موجودة، مما يؤدي إلى تضارب في الحماية. لذا يُقترح إصدار نص صريح يحدد الفروق الجوهرية بينهما على نحو يمنع الالتباس، مع السماح بإمكانية تسجيل الاسم التجاري ضمن قاعدة بيانات الملكية الصناعية لضمان الحماية المزدوجة^(١).

ثانياً: إصدار تشريع خاص بالملكية الصناعية والتجارية:

يُستحسن أن يصدر قانون موحد يتناول جميع عناصر الملكية المعنوية — بما فيها الاسم التجاري، العلامة التجارية، والبيانات التجارية — بحيث يوفّر حماية متكاملة ويحد من التداخل بين النصوص. ويستطيع المشرّع الاسترشاد بالتجربة المصرية في هذا الصدد، إذ دمجت قانون حماية الملكية الفكرية لسنة ٢٠٠٢ بين مختلف صور الملكية الصناعية في منظومة واحدة متناسقة^(٢).

ثالثاً: تعزيز الدور الإداري والقضائي في حماية الأسماء التجارية:

من الضروري تطوير آليات عمل دائرة تسجيل الشركات من خلال اعتماد قاعدة بيانات وطنية للأسماء التجارية، وربطها إلكترونياً بالمحاكم والجهات الرقابية لتفادي التكرار أو التزوير. كما يُستحسن إنشاء دوائر قضائية متخصصة في منازعات الملكية الصناعية والتجارية، أسوة بما هو معمول به في مصر، لضمان سرعة الفصل ودقة الأحكام^(٣).

رابعاً: مواءمة التشريع العراقي مع الاتفاقيات الدولية

ينبغي للمشرّع العراقي أن يراجع النصوص القائمة بما ينسجم مع اتفاقية تريبس (TRIPS) التي انضم إليها العراق عام ٢٠١٤، والتي تنص على حماية فعالة ومنصفة للأسماء التجارية والعلامات على السواء. ويقتضي ذلك إقرار نصوص جزائية أكثر صرامة تجاه منتحلي الأسماء التجارية، وإدخال الحماية الإلكترونية للأسماء المستخدمة في التجارة عبر الإنترنت^(٤).

خامساً: إدراج الحماية الوقائية بجانب الحماية الردعية:

(١) السنهوري، عبد الرزاق أحمد. (١٩٩٨). المصدر السابق. ص ٣٣١.

(٢) الظفيري، وليد بن عيد. المصدر السابق. ص ٤٩.

(٣) العريني، محمد فريد، وآخرون. المصدر السابق. ص ٢٢٣.

(٤) سعيد، سعد الشريف. المصدر السابق. ص ١٠٨.

الحماية القانونية يجب ألا تقتصر على العقوبة بعد وقوع التعدي، بل ينبغي أن تشمل إجراءات وقائية كالتدقيق المسبق للأسماء قبل التسجيل، وإتاحة الاعتراض العلني لأي طرف متضرر خلال فترة محددة كما هو معمول به في التشريعات المتقدمة^(١).

يتضح من المقارنة أنّ النظام المصري نجح في تطوير منظومة متكاملة لحماية الاسم التجاري ضمن إطار الملكية الصناعية، مستنداً إلى وضوح المفاهيم، وتعدد وسائل الحماية، وتكامل الأدوار بين الجهات القضائية والإدارية. في المقابل، يعاني النظام العراقي من تشتت نصوصه وغموض طبيعته القانونية، ما يستدعي تدخلاً تشريعياً عاجلاً لتوحيد الرؤية وتنظيم الحماية بما يتلاءم مع التطورات الاقتصادية والرقمية الحديثة.

إن إصلاح النظام القانوني للاسم التجاري في العراق لا يمثل ترفاً تشريعياً، بل هو خطوة أساسية لضمان شفافية السوق، وثقة المستثمرين، وحماية هوية المشاريع الوطنية في مواجهة المنافسة الداخلية والخارجية.

(١) حجازي، عبد الفتاح بيومي. المصدر السابق. ص ١٦٦.

الخاتمة

بعد استعراض الإطارين المفاهيمي والتشريعي للاسم التجاري في كلٍّ من العراق ومصر، وتحليل النصوص ذات الصلة ومواقف الفقه والقضاء، يمكن القول إنّ الاسم التجاري لم يعد مجرد وسيلة تعريف للمشروع التجاري، بل غداً عنصرًا أصيلاً من عناصر الذمة المالية للتاجر وحققاً ذا طبيعة معنوية يترتب عليه أثر اقتصادي وقانوني بالغ الأهمية.

النتائج العامة:

وقد أظهرت الدراسة أنّ المشرّع المصري قد اتجه نحو تأصيل فكرة الملكية المعنوية للاسم التجاري من خلال إدراجه ضمن نطاق حماية الملكية الصناعية بموجب القانون رقم (٨٢ لسنة ٢٠٠٢)، واضعاً بذلك أساساً واضحاً للحماية التشريعية والمدنية والجزائية، مع تنظيم إجراءات التسجيل والمنازعات أمام القضاء المختص.

في المقابل، ما زال التشريع العراقي يعتمد مقاربة تقليدية يغلب عليها الطابع الإجرائي، إذ يكتفي بإلزام التاجر بتسجيل اسمه التجاري دون أن يمنحه حماية قانونية متكاملة أو يعترف بطبيعته كحق معنوي مستقل، مما يؤدي إلى تداخل المفاهيم بين الاسم التجاري والعلامة التجارية والعنوان التجاري، ويجعل الحماية رهينة لاجتهاد القضاء.

كما كشفت الدراسة عن وجود قصور في التنسيق المؤسسي بين الجهات الإدارية والقضائية العراقية، وضعف في تطبيق العقوبات على المعتدين على الأسماء التجارية، في ظل غياب تشريع خاص ينظم الملكية التجارية والملكية الصناعية بصورة شاملة. هذا القصور يضعف البيئة القانونية للاستثمار، ويُعرض التجار إلى مخاطر الغش التجاري واستعمال أسماء مشابهة لأسمائهم دون رادع فعال.

من جهة أخرى، أثبتت المقارنة أنّ التجربة المصرية أكثر انسجاماً مع المعايير الدولية، لا سيما اتفاقية باريس واتفاقية (TRIPS)، من حيث وضوح المفاهيم واتساع نطاق الحماية وإقرار التبعات المدنية والجزائية، إضافة إلى الدور المؤسسي الواضح الذي تضطلع به مصلحة التسجيل التجاري وجهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية.

وبناءً على ذلك، خلص البحث إلى أنّ تطوير النظام القانوني العراقي في مجال الاسم التجاري بات ضرورة تشريعية واقتصادية، لا سيما في ظل التحولات التي يشهدها الاقتصاد الرقمي والعاور للحدود، والذي يجعل من الاسم التجاري رمزاً لهوية المؤسسة وثقتها في السوق المحلي والدولي.

التوصيات:

١. توحيد المفاهيم القانونية:

ينبغي على المشرّع العراقي أن يضع تعريفاً دقيقاً للاسم التجاري يميّزه عن العلامة التجارية والعنوان التجاري، مع إقرار طبيعته كحق معنوي يتمتع بالحماية المستقلة، أسوة بالتجربة المصرية^(١).

٢. إصدار قانون موحد للملكية الصناعية والتجارية:

(١) السنهوري، عبد الرزاق أحمد. (١٩٩٨). المصدر السابق. ص ٣٣١.

يقترح أن يُصدر العراق قانونًا خاصًا يتناول مختلف عناصر الملكية المعنوية — بما في ذلك الأسماء التجارية — في إطار متكامل، يضمن الشفافية ويحد من التضارب بين النصوص المتفرقة.

تعزيز الدور الإداري والتقني في التسجيل والحماية:

ضرورة تحديث عمل دائرة تسجيل الشركات وإنشاء قاعدة بيانات إلكترونية وطنية للأسماء التجارية، تربط بين المحافظات كافة، وتتيح آلية اعتراض علني قبل التسجيل، ضمانًا للتفرد ومنع التعدي.

٣. إقرار الحماية الجزائية الفعالة:

إدراج نصوص صريحة تُجرّم انتحال أو تقليد الاسم التجاري، وتحدد العقوبات الرادعة، بما يتلاءم مع متطلبات اتفاقية (TRIPS) التي توجب حماية فعالة ضد أي عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة^(١).

٤. إنشاء محاكم أو دوائر متخصصة:

يُستحسن إنشاء دوائر قضائية مختصة بمنازعات الملكية الصناعية والتجارية، لضمان توحيد الاجتهاد القضائي وسرعة البت في القضايا ذات الطابع الاقتصادي والتجاري.

تعزيز الوعي القانوني لدى التجار والمؤسسات:

من المهم نشر الثقافة القانونية حول أهمية الاسم التجاري وإجراءات تسجيله وحمايته، من خلال الدورات والندوات ووسائل الإعلام الاقتصادية، لتجنب حالات الغش أو التعدي الناجمة عن الجهل بالإجراءات.

٥. مواءمة التشريع العراقي مع المعايير الدولية:

يتعين على المشرّع مراجعة القوانين التجارية بما يتفق مع التزامات العراق الدولية في مجال الملكية الفكرية، بما يحقق الانسجام مع التشريعات الحديثة ويشجع الاستثمار الأجنبي.

(١) سعيد، سعد الشريف. المصدر السابق. ص ١١٠.

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب والدراسات الأكاديمية:

١. رجب عمر، أحمد. (٢٠٢٦). المفاهيم الأساسية لحقوق الملكية الفكرية. القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
٢. الرمحي، حازم حمدي. (٢٠٢٤). الحماية الجنائية للعلامات التجارية: دراسة مقارنة. القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
٣. سامي، فوزي محمد. (٢٠٠٩). الشركات التجارية: الأحكام العامة والخاصة. بيروت: منشورات الحلبي
٤. سعيد، سعد الشريف. (٢٠١٩). الحماية القانونية للاسم التجاري في ظل القانون الليبي والمقارن. مجلة البحوث القانونية، جامعة سرت، السنة (٤)، العدد (٧)، (٩٩ - ١٣٦).
٥. السنهوري، عبد الرزاق أحمد. (١٩٩٨). الوسيط في شرح القانون المدني: نظرية الالتزام بوجه عام، والعقود التجارية. القاهرة: دار النهضة العربية.
٦. الشمري، محمد جاسم. (٢٠١٨). شرح القانون التجاري العراقي: النظرية العامة للأعمال والتجار والمتجر. بغداد: المكتبة القانونية.
٧. طه، مصطفى كمال. (د.ت). القانون التجاري. القاهرة: دار الجامعة الجديدة للنشر.
٨. الظفيري، وليد بن عيد. (٢٠٢٢). الإطار الدولي لحماية العلامة التجارية المشهورة وأثره في النظام القانوني. مجلة علوم الشريعة والقانون. العدد (٣٧)، الجزء (٣/١). (٨٧ - ١٠).
٩. العريني، محمد فريد، محمدين، جلال وفاء، والفقي، محمد السيد. (١٩٩٨). مبادئ القانون التجاري. القاهرة: دار الجامعة الجديدة للنشر.
١٠. الفتلاوي، حسن كاظم. (٢٠١٩). الحماية القانونية للاسم التجاري في القانون العراقي والمقارن. النجف: دار المرتضى للنشر.
١١. الفوزان، محمد بن براك. (٢٠١٢). النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية: دراسة مقارنة بالقوانين العربية. عمان: مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع.
١٢. القيسي، رائد عبد الستار. (٢٠٢١). النظام القانوني للأسماء والعلامات التجارية: دراسة مقارنة بين القانون العراقي والمصري. بغداد: دار الثقافة القانونية.
١٣. مأمون، عبد الرشيد. (٢٠٠٧). حقوق المؤلف والحقوق المجاورة في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية الجديد رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢. القاهرة: دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع.

ثانياً: القوانين والتشريعات

١٤. قانون الأسماء التجارية رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١.
١٥. قانون الأسماء والعلامات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧.
١٦. قانون التجارة رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩.
١٧. قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤.
١٨. قانون السجل التجاري رقم (٣٤) لسنة ١٩٥٤ وتعديلاته.
١٩. قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل.
٢٠. قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠.
٢١. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢.