

الأحكام الناشئة عن المنافسة غير المشروعة في نطاق الملكية الصناعية

م. د. حازم أكرم صلال
م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

الملخص

باتت الملكية الفكرية -عامةً- والملكية الصناعية -خاصةً- تُشكلان أداتين مهمتين في اقتصاد الدول واقتصاد الشركات والمنظمات والافراد المالكة لهما في القطاع العام والخاص على الصعيد الدولي والمحلي ، ونتيجة لهذه الاهمية اصبحت الملكية الصناعية عرضة للتقليد والتشبيه وكافة انواع التعدي عليها ، وهذا ما يُعرف بالمنافسة غير المشروعة ، فهل يُمكن الحد من هذه المنافسة؟ بمعنى آخر كيف يُمكن حمايتها؟

ان توفير الحماية القانونية اللازمة للملكية الصناعية بات في العصر الحالي من الامور المسلم بها ، تبعاً للمردود الاقتصادي الهائل الناتج عنها ، لذا توسع نطاق الحماية القانوني للملكية الصناعية ليشمل الحماية المدنية والجزائية ، فضلاً عن توسع نطاق الحماية المكاني ليشمل الحماية الداخلية والدولية.

Abstract

Intellectual property in general and industrial property in particular have become an important tool in the economy of countries and the economy of companies, organizations and individuals owning them in the public and private sectors at the international and local levels. As a result of this importance, industrial property has become subject to imitation and all kinds of infringements, , Can this competition be reduced? In other words, how can it be protected?

The legal protection required for industrial property is now recognized as a result of the enormous economic consequences. The scope of legal protection of industrial property has been extended to include civil and criminal protection, as well as the expansion of spatial protection to include internal and international protection.

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

المقدمة

لما كانت الملكية الصناعية تشمل الحقوق الواردة على أموال معنوية وهي الحق في الاحتكار لاستغلال براءات الاختراع، والحق في استعمال الاسم التجاري والعلامة التجارية، فإنَّ هذه الحقوق ترد على منقولات معنوية وتدخل غالباً في بعض العناصر الأساسية للمحل التجاري، وعليه تُصنف هذه الحقوق ضمن نطاق الحقوق المعنوية التي تتوسط بين الحق العيني والحق الشخصي، ولها استقلالية خاصة تُميزها عن باقي الحقوق، كما أن لها قيمة مالية تخول مالكيها الاستئثار قبل الكافة باستغلال ابتكار جديد أو علامة مميزة، فضلاً عن منح ترخيص بالاستعمال والبيع.

ومن هنا تبرز أهمية المنافسة غير المشروعة في هذا النوع من الملكية الفكرية، فهذه المنافسة تنهض عندما يقدم التاجر المنافس على استخدام أساليب مخالفة للقوانين والأعراف التجارية والمنافية للاتفاقات المعقودة بين الأطراف، لذا لا بد من تنظيم المنافسة بين التجار، كي يستأثر مالكيها استغلال اختراعه، ومن ثم يلتزم الآخرون بالامتناع عن تقليد هذا الاختراع أو استعماله بدون ترخيص من مالكه، وبذلك توفر المنافسة غير المشروعة ضماناً لقيام المنافسة المشروعة بين التجار فتزداد المشاريع الصناعية.

ومما تقدم سيكون تقسيم البحث على ثلاثة مباحث، هي:

المبحث الأول: ماهية المنافسة غير المشروعة

المبحث الثاني: صور المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية

المبحث الثالث: حكم المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية

والله ولي التوفيق

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

«المبحث الأول»

ماهية المنافسة غير المشروعة

إن الأصل في الحياة التجارية مشروعية المنافسة^(١)، إذ تعد من الأمور المتعارف عليها في ميدان النشاط التجاري، فإليها يعود الفضل في تقدم المؤسسات التجارية وتطورها، بيد أن بعض التجار يتجاوز حدود مشروعية المنافسة ويعمدون إلى الأساليب المخالفة للاتفاق أو القانون، وهذا ما يُسمى بالمنافسة غير المشروعة.

والمنافسة غير المشروعة دلالة عن الأفعال التي تعد ممارسة غير صحيحة للمنافسة، وتشكل خطأ، نظراً لتعارضها مع المبادئ العامة للقانون والأعراف التجارية، وبغية الإحاطة بماهية هذه المنافسة سنعمد إلى تقسيم هذا المبحث على مطلبين: تُخصص الأول لبحث تعريف المنافسة غير المشروعة، والثاني لبحث أنواع المنافسة غير المشروعة.

المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

اختلف الفقه القانوني في تعريف المنافسة غير المشروعة، إذ يذهب البعض إلى تعريفها بأنها «استخدام التاجر للأساليب المخالفة للقانون أو العادات التجارية أو المنافسة للأمانة والصدق عند التعامل في ميدان التجارة»^(٢).

وهناك تعريف آخر مفاده أن «المنافسة غير المشروعة هي المنافسة المخالفة للقانون فيما أمر به أو نهى عنه»^(٣).

(1) عمد قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ على تعريف المنافسة في نص الفقرة أولاً من المادة (١) بأنها (المنافسة: الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي)

(2) د. نوري طالباني وكهال عبد الحسين وهاشم الجزائري، القانون التجاري، القسم الأول، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، سنة ١٩٧٩، ص ٣٢٢.

(3) سلمان بيات، القضاء التجاري العراقي، ج ١، شركة النشر والطباعة العراقية المحدودة، بغداد، سنة ١٩٥٣، ص ٦٧.

وارتأى بعضهم تعريفها بأنها « كل منافسة تبتغي الخروج عن الحدود المشروعة بطريق التعدي على حقوق الغير وتؤدي إلى إلحاق الضرر به»^(١).

أمّا على الصعيد التشريعي الحالي، فلم نعر على قانون عراقي ينص صراحة على تعريف هذه المنافسة، إذ أن قانون التجارة الحالي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ لم ينص على تنظيم المنافسة غير المشروعة بل ترك الأمر للقوانين الخاصة كتلك التي تنظم حقوق الملكية الصناعية من خلال توفير الحماية القانونية لها، إذ يتعين على القضاء أن يستند في دعوى المنافسة غير المشروعة الى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، وذلك استناداً للمادة (٢٠٤) من القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل^(٢).

الا أن قانون التجارة العراقي الملغي رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠ قد عرف المنافسة غير المشروعة في نص الفقرة الأولى من المادة (٩٨) بأنها « كل فعل يخالف العادات والأصول الشريفة المرعية في المعاملات التجارية».

لذا ندعو المشرع العراقي على تنظيم نصوص خاصة في قانون التجارة النافذ يتناول أحكام المنافسة غير المشروعة.

أمّا عن موقف الاتفاقيات الدولية بشأن تعريف المنافسة غير المشروعة، نجد أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣، قد عرفت المنافسة غير المشروعة في المادة (١٠ / ٢) بأنها « كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية».

وبعد استعراض الآراء الفقهية التي تبحث في المنافسة غير المشروعة وكذلك التشريع والتنظيم الدولي، يُمكننا تعريف المنافسة غير المشروعة بأنها « مجموعة الأفعال التي تعد خرقاً للعادات والاعراف والقوانين المرعية وتلحق ضرراً بمصالح المنافسين المشروعة».

(١) د. الياس ناصيف، الكامل في القانون التجاري، ط٢، ج١، منشورات عويدات، بيروت، سنة ١٩٨٥، ص ١١١.
(٢) المادة (٢٠٤) من القانون المدني هو (كل تعدد يصيب الغير بأي ضرر آخر غير ما ذكر في المواد السابقة يستوجب التعويض).

المطلب الثاني: أنواع المنافسة غير المشروعة

سبق القول أن الأصل في التجارة المنافسة المشروعة^(١)، وذلك عملاً بمبدأ حرية التجارة، لكن هذه المنافسة تصبح غير مشروعة، إذا استخدمت أساليب لا تتفق مع القواعد المتعارف عليها في التعامل التجاري، من أمانة وصدق، فتؤدي إلى الإضرار بالآخرين الذين يباشرون ذات النشاط، والمنافسة في هذا المجال قد تكون غير مشروعة قانوناً أو اتفاقاً، وعليه سنعمد على تبيان كل نوع من هذه المنافسة في فرع المستقل.

الفرع الأول: المنافسة غير المشروعة قانوناً

يُقصد بالمنافسة غير المشروعة قانوناً بأنها تلك المنافسة التي تقع جراء أي فعل يتعارض مع معطيات التعامل التجاري سواء كانت تلك المعطيات مقررة بحكم القواعد القانونية أم بحكم القواعد المتعارف عليها في البيئة التجارية^(٢)، بمعنى أن المنافسة غير المشروعة بنص القانون تفرض ابتداء وجود حضر قانوني يمنع من القيام بنشاط تجاري معين.

وصور المنافسة غير المشروعة قانوناً هي:

أولاً: جميع الاعمال التي من شأنها بأية وسيلة كانت أن تسيء إلى سمعة المنافس وأن تخلق الالتباس مع محله التجاري أو سلعته أو نشاطه ويعتبر من ضمن هذه الأعمال الاعتداء على علامة غير تجارية أو رسومه أو نماذجهِ الصناعية^(٣)، أو الاعتداء على

(1) والمنافسة المشروعة: هي التزاحم بين التجار في اجتذاب العملاء وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضماناً لأزدهار التجارة أزدهاراً يؤدي إلى بقاء الأصلح.

يُنظر: د. علي جمال الدين عوض، القانون التجاري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ١١٧.

(2) د. باسم محمد صالح، القانون التجاري، القسم الأول، مكتبة السنهوري، بغداد، سنة ٢٠١٢، ص ١٦٨.

(3) يُنظر: المادة (٤/١) من قانون العلامات والبيئات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧، المعدل بموجب الأمر رقم (٨٠) لسنة ٢٠٠٤.

براءات الاختراع^(١)، أو اتخاذ المحل المنافس اسماً تجارياً متشابهاً لاسم المحل المنافس^(٢)، وينضوي تحت هذه المجموعة كذلك بث ونشر الدعايات الكاذبة^(٣).

ثانياً: جميع الأعمال التي من شأنها بأيه وسيلة كانت أن تحدث الاضطراب في محل منافس، ويدخل ضمن هذه المجموعة تحرض العمال الذين يعتمد عليه محل تجاري آخر منافس أمّا بترك العمل أو بإغرائهم بشتى الطرق للعمل لديه لغرض استقطاب عملاء المنافس^(٤).

ولم يقتصر تنظيم المنافسة غير المشروعة قانوناً على التشريع الداخلي، فقد كان للاتفاقيات الدولية الفضل في إرساء قواعد المنافسة غير المشروعة وتنظيمها، إذ نصت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣، على الاعمال التي تعد من قبيل المنافسة غير المشروعة في المادة (١٠) ونصها «ويكون محظوراً بصفة خاصة كل ما يأتي: ١- كافة الاعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبساً مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري. ٢- الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري. ٣- البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها».

الفرع الثاني: المنافسة غير المشروعة اتفاقاً

بغية تنظيم المنافسة ودرء اخطارها نجد أن للعاملين في الميدان التجاري الحق في عقد الاتفاقيات الخاصة عن طريق عقود تتضمن شروطاً معينة يلتزم بها التاجر تجاه الآخر، من شأنها أن تنظم قواعد المنافسة فيما يخص حقوق الملكية الصناعية للمحل التجاري،

(١) يُنظر: المادة (١٢) من قانون براءات الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المصنوع عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠، المعدل بالأمر رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤.

(٢) يُنظر: المادة (٢٤/أولاً) من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ المعدل.

(٣) يُنظر: د. باسم محمد صالح، المصدر السابق، ص ١٦٨.

(٤) يُنظر: المصدر نفسه، ص ١٦٩.

ولهذه الاتفاقيات أهمية عملية، إذ لا يقتصر اثرها على تحقيق مصلحة التاجر متمثلة في جني الارباح، وانما تُحقق مصلحة المستهلك أيضا، إذ إن الاخير غالباً ما يسعى إلى اقتناء ما هو جديد ومتميز من البضائع والخدمات، وهذا يكون بدوره خير حافز للتجار في تحسين نوعية السلع والخدمات المقدمة وتحقيق المزيد من الارباح المشروعة^(١).

ومن أجل ذلك، نُلاحظ في كثير من الأحيان أن مصلحة التاجر تقتضي أن يتفق مع تاجر آخر على الحد من المنافسة أو تنظيمها أو حتى القضاء عليها، لكن هذا لا يعني أن يؤدي هذه الشروط إلى حصول احتكار^(٢)، لسلعة معينة أو تحديد أسعار السلع والخدمات، أو تحديد كمية السلع والخدمات، أو الاتفاق على تقاسم الأسواق، لأن ذلك سوف يقود حتماً إلى ارتفاع في مستوى أسعار السلع والخدمات وحصول شحة في عرضها على الأسواق، وفي هذا المجال نجد أن موقف المشرع العراقي كان محموداً في قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠، إذ حظر كل الاتفاقات شفهية أو تحريرية التي تؤدي إلى الاحتكار في المادة (١٠) ونصها «تُحظر أية ممارسات أو اتفاقات تحريرية أو شفهية تشكل إخلالاً بالمنافسة ومنع الاحتكار أو الحد منها أو منعها وبخاصة ما يكون موضوعها أو الهدف منها ما يأتي:

أولاً : تحديد أسعار السلع أو الخدمات أو شروط البيع وما في حكم ذلك.

ثانياً : تحديد كمية السلع أو أداء الخدمات.

ثالثاً : تقاسم الأسواق على أساس المناطق الجغرافية أو كميات المبيعات أو المشتريات أو العملاء أو على أي أساس آخر يؤثر سلباً على المنافسة ومنع الاحتكار...».

(١) يُنظر: د. سلمان بو ذياب، القانون التجاري، ط١، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، سنة ١٩٩٥، ص ١٨٢.

(٢) عرفت الفقرة الثانية من المادة (١) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ بأنه (كل فعل أو اتفاق أو تفاهم صدر من شخص أو أكثر طبيعي أو معنوي أو ممن يتوسط بينهم للتحكم بالسعر أو نوعية السلع والخدمات بما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمجتمع).

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

والأمر الذي لا بد الإشارة إليه هنا أن النتائج المترتبة عن الإخلال بقواعد المنافسة غير المشروعة قانوناً تختلف عن الإخلال بقواعد المنافسة غير المشروعة اتفاقاً، فالأولى تحكمها قواعد المسؤولية التقصيرية، أمّا الثانية تحكمها قواعد المسؤولية العقدية، ومن ثم يتسع نطاق التعويض في الأولى عنه في الثانية، إذ كما هو معلوم أن عناصر التعويض في المسؤولية التقصيرية يشمل الضرر المتوقع وغير المتوقع، أمّا في المسؤولية العقدية فيقتصر على الضرر المتوقع ما لم يكن الإخلال ناتجاً عن الغش والخطأ الجسيم.

«المبحث الثاني»

صور المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية

أن صور المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية متعددة لا يُمكن بأي حال من الأحوال حصرها، لأن مقتضيات العمل التجاري ومبدأ حرية التجارة والتغيرات التي تطرأ على الحياة التجارية تؤدي بالضرورة إلى ظهور حالات جديدة من صور الاعتداء لا يُمكن استيعابها جميعاً، كما قد يتعذر على المشرع تنظيمها وبشكل دقيق ليحيط بكل هذه الأفعال التي تتمثل بالمنافسة غير المشروعة.

وعلى أساس ما تقدم سيتضمن هذا المبحث صور المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية في ثلاثة مطالب، تُخصص الأول منها لصور المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية، ونعقد الثاني لصور المنافسة غير المشروعة لبراءة الاختراع، أما المطلب الأخير فيتضمن صور المنافسة غير المشروعة للاسم التجاري.

المطلب الأول: صور المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

يُعرف الفقه العلامة التجارية بأنها «كل ما يُميز منتجا ما سلعة كان أو خدمة من غيره»^(١).

أما قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل بالأمر رقم (٨٠) لسنة ٢٠٠٤، عرف العلامة التجارية في المادة الأولى منه بأنها «اي اشارة أو مجموعة من الاشارات يمكن ان تشكل علامة تجارية يمكن من خلالها التمييز بين سلع مشروع ما عن سلع مشاريع اخرى، مثل الاشارات وبخاصة الكلمات وبضمنها الاسماء الشخصية والحروف والارقام والاشكال الرمزية والالوان وكذلك أي خليط من هذه الاشارات يمكن تسجيله كعلامة تجارية، واذ كانت الاشارات غير قادرة بحد ذاتها على تمييز السلع أو الخدمات فان امكانية

(1) القاضي محمد عبد طعيس ود. علي فوزي ابراهيم الموسوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون/ جامعة بغداد، ٢٤، سنة ٢٠١٢، ص ١٠٥.

التسجيل تتوقف على السمة المميزة المكتسبة من الاستعمال، ولا يشترط في الإشارة ادراكها بصرياً حتى تصلح للحماية كعلامة تجارية».

وقد وضعت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة في حقوق الملكية الفكرية (التريس) لسنة ١٩٩٤، مفهوماً للعلامة التجارية في نص المادة (١٥) حيث جاء فيها «تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها منشآت الأخرى، صالحة لأن تكون علامة تجارية ولاسيما العلامات التي تشمل أسماء شخصية وحروف وأرقام وأشكال ومجموعات ألوان، وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية، وحين لا يكون في هذه العلامة ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتميز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها».

وتعد العلامة التجارية من أهم العناصر المعنوية التي يتكون منها المحل التجاري، لأنها وسيلة مهمة لاجتذاب الجمهور، وللعلامة التجارية أهمية مادية، إذ الكثير من المستهلكين يبحثون عن العلامة التجارية أكثر من بحثهم عن المنتج ذاته، وعليه يمكن القول أن للعلامة هدف مزدوج، فهي تحمي مالكيها من المنافسين له، وفي نفس الوقت تضمن للمستهلك منشأ المنتجات والخدمات^(١).

وفضلاً عما تقدم، فإن العلامة التجارية تتمتع بالحماية سواء كانت مسجلة في العراق أم لا، وهذا ما أكدته محكمة تمييز العراق بقرارها المرقم ٨١٩ في ١٢ / ٢٠٠٨، بالقول «أن العلامة المشهورة تتمتع بالحماية حتى ولو لم تسجل في العراق»^(٢).

(١) أشار قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠، إلى أن أهداف هذا القانون هو منع كل عمل يؤدي إلى تضليل المستهلك، وذلك في نص الفقرة ثالثاً من المادة (٢) منه.

(٢) القرار منشور في مجلة حمورابي، مجلة فصلية تصدرها جمعية القضاء العراقي، ع ١، سنة ٢٠٠٩، ص ١٥.

وأن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية يأخذ صوراً عديدة منها:

- ١- تزوير العلامة التجارية وتقليدها.
- ٢- استعمال علامة مزورة أو مقلدة.
- ٣- استعمال علامة مملوكة للغير.
- ٤- بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع.

وسوف نبحث كل صورة من هذه الصور في فرع مستقل

الفرع الأول: تزوير العلامة التجارية وتقليدها

يُقصد بتزوير العلامة التجارية هو النقل الحرفي للعلامة التجارية^(١)، لذلك لا يعد تزويراً للعلامة إلا النسخ الكامل أو على الأقل نسخ الجزء الاساسي المميز للعلامة، بطريقة تضلل المستهلك عند شراء البضاعة، خاصة عند عدم وجود العلامتين تحت انظار المستهلك^(٢).

كما تنظر المنافسة غير المشروعة في نطاق العلامات التجارية بتقليد تلك العلامة، والتقليد هو «عبارة عن تقريب الشبه بين العلامة المقلدة والعلامة الحقيقية، ومن شأنها أحداث اللبس بينهما، مما يصعب على المستهلك التفرقة بين كل منهما»^(٣). إذا تقليد العلامة يقتصر فقط على نقل العناصر الأساسية، أو نقل بعضها نقلاً حرفياً مع إضافة شيء عليها، أو ازالة جزء منها أو تغيير لونها.

ولكي يتحقق الفعل المكون للمنافسة غير المشروعة فيما يتعلق بتزوير أو تقليد العلامة التجارية، لابد من توافر شرطين: الاول أن يتم التزوير بشكل يؤدي إلى تضليل

(1) د. سميحة القليوبي، الموجز في القانون التجاري، ط١، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، سنة ١٩٧٢، ص ٣١٣.

(2) يُنظر: د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط١، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، سنة ٢٠٠٠، ص ٤٠٣.

(3) يُنظر: محمد منصور أحمد، العلامات التجارية، ج٢، القاهرة، سنة ١٩٥٥، ص ٣٣٨.

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

الجمهور، تضليلاً لا يُمكنه من التمييز بين البضائع. والثاني أن يتم دون موافقة مالك العلامة الأصلية^(١).

وقد منع قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧، المعدل بموجب الأمر رقم (٨٠) لسنة ٢٠٠٤، تسجيل العلامة إذا كانت علامة مطابقة أو مشابهة لعلامة مشهورة، في نص المادة (٨ / ٥) ونصها «لا تسجل العلامة لغرض هذا القانون إذا كانت ٨- العلامات المطابقة أو المشابهة لعلامة مشهورة أو العلامات المطابقة أو المشابهة لعلامة تجارية مسجلة سابقا اذا كان تسجيل تلك العلامة سيؤدي الى احداث ارباك لدى جمهور المستهلكين بالبضاعة التي تميزها العلامة أو البضائع المشابهة».

وفي هذا السياق قضت محكمة التمييز الاتحادية في قرار جاء فيه «أن وجود التشابه الكبير من عدة نواحي بصرية وسمعية بين علامة الشركة المدعية (Marlboro) المشهورة عالمياً والمسجلة بعدة دول منذ الثمانينيات من القرن الماضي، وبين علامة الشركة المدعى عليها (marble)، يؤدي إلى احداث غش أو لبس للجمهور وأن المادة (٥) من قانون العلامات قد نصت صراحة على عدم جواز تسجيل العلامات المطابقة أو المتشابهة لعلامة تعود للغير، لذا قرر تصديق الحكم المميز وهو الزام المسجل بتأشير الغاء علامة المدعى عليه ونشر الاعلان، وتحميل المدعى عليه المصاريف واتعاب المحاماة»^(٢).

وقد عاقب المشرع العراقي في قانون البيانات والعلامات التجارية في المادة (٣٥ / ١)، كل من يعمد على تزوير العلامة التجارية أو تقليدها، وعدها جريمة يُعاقب عليها القانون متى ما قام المزور بنقل العلامة المسجلة ووضعها على المنتجات بقصد الغش والتضليل، ونص هذه المادة هو «يعاقب كل شخص يرتكب أي فعل من الأفعال الآتية بالحبس لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ٥٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار ولا تزيد على ١٠٠٠,٠٠٠,٠٠٠»

(١) يُنظر: د. صلاح زين الدين، المصدر السابق، ص ٤٠٢.

(٢) قرار صادر عن محكمة التمييز الاتحادية في ٢٧/٩/٢٠٠٧، والمرقم ٣٩٩، القرار غير منشور.

١- كل من زور علامة تجارية مسجلة بصورة قانونية أو قلدها بطريقة يراد منها خداع الجمهور...».

وهدف المشرع من توفير تلك الحماية هو درء المخاطر الناجمة عن التزوير أو التقليد بقصد حماية مالك العلامة الأصلية، ومن ثم مكافحة المنافسة غير المشروعة بين التجار العاملين في نشاط تجاري مماثل.

ولابد من الإشارة هنا إلى أن قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠، قد ألزم المجهز أو المعلن بالامتناع عن ممارسة الغش والتضليل والتدليس في السلع والخدمات ضماناً منه للمستهلك^(١).

الفرع الثاني : استعمال علامة مزورة أو مقلدة

ويقصد به وضع العلامة المزورة أو المقلدة على السلع أو على واجهة المحل التجاري أو الأوراق والمطبوعات الخاصة لمرتكب الفعل^(٢).

وقد عاقب القانون على هذا الفعل وعده جريمة مستقلة عن تزوير العلامة وتقليدها من أجل الحد من تهرب المتهم، إذ قد يضبط الفاعل قبل عرض السلع للبيع فيفلت من العقاب، وبذلك فالمشرع لم يقصر وضع عقوبة على التزوير العلامة أو تقليدها وإنما على من يستعمل العلامة المزورة أو المقلدة، وهذا ما اشارت إليه المادة (٣٥ / ١) والتي جاء فيها «يعاقب كل شخص يرتكب أي فعل من الأفعال الآتية بالحبس لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ٥٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار ولا تزيد على ١٠٠٠,٠٠٠,٠٠٠ :

١- كل من أستعمل بسوء نية علامة تجارية مزورة أو مقلدة».

(١) يُنظر: المادة (٩ / ١) من هذا القانون.

(٢) د. محمود مختار البريري، قانون المعاملات التجارية، ج ١، دار الفكر العربي، سنة ١٩٨٧، ص ٧١٦.

و غالباً ما يقوم المزور أو المقلد باستعمال العلامة التجارية ومع ذلك فقد يكون استعمالها من شخص لم يسهم في عملية التزوير أو التقليد^(١)، كما في حالة انتقال ملكية المحل التجاري الذي يحتوي على بضائع تحمل علامات مزورة أو مقلدة، ورغم علم المشتري بذلك، فإنه يستمر في استعمال هذه البضاعة وبيعها أو عرضها للبيع، وهي تحمل علامة مزورة أو مقلدة^(٢).

وأياً كانت الصورة التي تمثل استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة، فلا بد من أن يتم الفعل بالشكل الذي يؤدي إلى تضليل الجمهور وإيهامهم على النحو الذي يصبح معه من الصعوبة على المستهلك أن يفرق بين العلامة الحقيقية والعلامة المزورة، ومن ثم يقع الخلط بين العلامتين مما يلحق الضرر بمالك العلامة الحقيقية، ومن ثم تأثير ذلك على السلع التي تحمل تلك العلامة، فتنشأ المنافسة غير المشروعة بطريق استعمال العلامة المزورة أو المقلدة^(٣).

الفرع الثالث: استعمال علامة مملوكة للغير

قد يقع الاعتداء على العلامة التجارية بصورة أخرى، وهي سرقة العلامة التجارية المملوكة للغير، ويتمثل هذا الفعل بأن يقوم شخص بوضع علامة حقيقية مملوكة للغير، بمعنى أن تكون مسجلة باسمه على منتجات من صنعه لم تخصص لها علامة حقيقية^(٤)، والفرص هنا على خلاف الحالات السابقة، بالرغم من اتحاد الهدف، إلا وهو تصريف منتجات من صنع سارق العلامة، وإيهام المستهلك بالشكل الذي يؤدي إلى الخلط واللبس بين المنتجات وحقيق مصدر السلعة، بينما نجد أن الوسيلة هنا هي علامة حقيقية مملوكة للغير ومسجلة باسمه وليست علامة مزورة.

وقد عمد المشرع العراقي في المادة (٣٥ / ٢ و ٣) من قانون البيانات والعلامات التجارية، على محاسبة كل من وضع على منتجاته علامة مملوكة للغير، وكل من وضع

(١) يُنظر: د. علي جمال الدين عوض، المصدر السابق، ٢٩٨.

(٢) يُنظر: د. سميحة القليوبي، المصدر السابق، ص ٣١٩.

(٣) يُنظر: د. صلاح زين الدين، المصدر السابق، ص ٤١٠.

(٤) يُنظر: د. سميحة القليوبي، المصدر السابق، ص ٣١٩.

على منتجات الغير علامة غير مملوكة لهم، وكان موقف المشرع العراقي محموداً إذ منع إفلات كل من يضع على منتجات الغير علامة غير مملوكة لهم، إذ أن عدم تنظيم هذه الحالة يؤدي إلى إفلات المقلدين، فعلى الرغم من وضعه لعلامة تجارية مملوكة للغير على منتجات يصنعها غيره، إلا أن يفلت من العقاب، مثال ذلك الوكيل بالعمولة الذي يستبدل العلامة الموضوع على المنتجات المكلف بتوزيعها بعلامة أخرى نظراً لانتشارها في السوق، دون علم المصنع المورد لهذه السلعة، ولا شك أن البضاعة ليست ملكاً له، أما عن نص المادة فهو «يعاقب كل شخص يرتكب أي فعل من الأفعال الآتية بالحبس لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ٥٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار ولا تزيد على ١,٠٠٠,٠٠٠,٠٠٠ :

٢- كل من استعمل بطريقة غير قانونية علامة تجارية مسجلة مملوكة لجهة أخرى.

٣- كل من وضع بسوء نية علامة تجارية مسجلة مملوكة لجهة أخرى على منتجاته».

وبذلك يكون المشرع العراقي قد ساوى بين مسؤولية من يستعمل علامة تجارية مملوكة لغيره ويضعها على منتجاته، وبين من يستعمل علامة تجارية مملوكة للغير ويضعها على منتجات غيره.

وكذلك الأمر فيما يخص من يعرض عمداً تأدية خدمات بموجب التزوير أو التقليد أو استعمال علامة بصورة غير مشروعة، إذ يسأل عن فعله، ويحكم عليه بالغرامة المنصوص عليها في المادة (٣٥)، ونصها «يعاقب كل شخص يرتكب أي فعل من الأفعال الآتية بالحبس لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ٥٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار ولا تزيد على ١,٠٠٠,٠٠٠,٠٠٠ :

٤- كل من عرض عمداً تأدية خدمات بموجب التزوير أو التقليد أو استعمال علامة بصورة غير مشروعة».

الفرع الرابع: بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع

هناك صور أخرى للاعتداء على ملكية العلامة التجارية، إلا وهي بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو أن هذه العلامة حقيقية، إلا أنها مملوكة للغير، بدون إذن مالكيها، أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع، وسواء أكان البائع أم العارض أم الحائز للمنتجات، هو ذات الشخص الذي قام بتزوير تلك العلامة أو تقليدها أو غيره^(١).

وهذا النوع من صور الاعتداء على العلامة التجارية قد نظمته المادة (٣٥ / ٤) من قانون البنات والعلامات التجارية العراقي، والتي جاء فيها «يعاقب كل شخص يرتكب أي فعل من الأفعال الآتية بالحبس لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ٥٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار، ولا تزيد عن ١٠٠٠,٠٠٠,٠٠٠»

٥- كل من باع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع متعمدا منتجات تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو علامة تجارية موضوعة بصورة غير قانونية».

واستناداً لما تقدم، فإن وجود بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة، ثم يقوم الفاعل ببيع تلك البضائع، على الرغم من علمه بذلك فيعد مرتكباً لهذه الجريمة، سواء وقع الفعل مرة أو عدة مرات، فيعد الفعل صادراً من الفاعل -سواء كان بائع أم عارض أم حائز- ولا علاقة لمشتري البضاعة بذلك، إلا إذا قام الأخير ببيع السلعة مع علمه بحقيقتها.

كما أن المشرع قد عد مجرد حيازة المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مسروقة، اعتداء على العلامة، إذا قصد من هذه الحيازة البيع، وأن لم يقم ببيعها فعلاً، سواء أتمت الحيازة داخل مخازن التاجر أم في منزله بعيداً عن الشبهات، أما إذا

(١) يُنظر: د. سميحة القليوبي، المصدر السابق، ص ٣٢١.

كانت الحيازة بقصد الاستعمال الشخصي ، فعندئذ تنتفي الجريمة وأن كان الحائز يعلم بأن هذه المنتجات تحمل علامة مزورة أو مسروقة.

ونرى أن المشرع قد وفق بتقرير العقاب على صور الاعتداء على ملكية العلامة التجارية ، سواء أتم الفعل عن طريق بيع البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة أو المسروقة ، أم عرضها للبيع أو للتداول أو إحرازها بقصد البيع ، لأن في ذلك حماية للمستهلك فضلاً عن توفير حماية للمالك العلامة ، بهدف القضاء على المنافسة غير المشروعة إياً كانت وسيلتها.

وفي ختام صور الاعتداء على العلامة التجارية يجدر القول ، أن المشرع العراقي قد وضع عقوبة موحدة لكل الصور سالفة الذكر ، إلا وهي عقوبة المصادر ، وذلك في عجز المادة (٥٣) ونصها « وللمحكمة في جميع الأحوال أن تأمر بمصادرة المنتجات المخالفة والبضائع وعنوان الشركة ووسائل التغليف والأوراق والبطاقات والملصقات وغيرها التي تحتوي العلامة محل التعدي وريع وأرباح المنتجات وكذلك الأدوات المستعملة في التعدي ».

المطلب الثاني: صور المنافسة غير المشروعة لبراءة الاختراع

يقصد بالبراءة وفقاً لنص الفقرة (٨) من المادة (١) من قانون براءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المصفح عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل بالأمر رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤ ، بأنها « الشهادة الدالة على تسجيل الاختراع ».

أما الاختراع فعرفته الفقرة (٤) من المادة أعلاه بأنه « أي فكرة إبداعية يتوصل إليها المخترع في أي من المجالات التقنية وتتعلق بمنتج أو طريقة صنع تؤدي عملياً إلى حل مشكلة معينة في أي من المجالات ».

وغني عن البيان أن الهدف من تسجيل الاختراع ، ليس مجرد الحصول على وثيقة تثبت حقه وتؤكد أنه صاحب الابتكار ، ولكن الهدف الأهم والحقيقي في نظر المخترعين ، هو أن تضمن الدولة للمخترع حقوقه في الاستثمار الهادئ لاختراعه ، حتى

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

يعود عليه بما يعوضه عما انفق في سبيل الوصول إلى فكرته من جهد ذهني أو أموال في إجراء التجارب والإنفاق عليها^(١)، ولتحقيق ذلك يمنح القانون للمخترع ولفترة محددة حقاً احتكارياً لاستغلال الاختراع^(٢).

ولذلك نظم القانون العراقي الخاص ببراءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المصفح عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل بالأمر رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤، صور الاعتداء عليها، والتي تُمثل منافسة غير مشروعة بين التجار في هذا المضمار، ويمكن رد صور الاعتداء هذه إلى يأتي:

١- تقليد الاختراع.

٢- بيع المنتجات المقلدة أو عرضها للبيع أو استيرادها من الخارج.

وسنوضح كل صورة من هذه الصور في فرع مستقل.

الفرع الأول: تقليد براءة الاختراع

التقليد بوجه عام هو عكس الابتكار، إذ هو محاكاة لشيء ما، فالمقلد ناقل عن المبتكر^(٣)، ويفترض في التقليد أن يقوم شخص بدون وجه حق باستغلال الاختراع سواء بإنتاجه أم يبيعه أو الإفادة منه على أي وجه، إذ أن في ذلك اعتداء على صاحب البراءة في احتكار استغلالها، إلا أنه لا يعد مرتكباً للتقليد كل من قام باستغلال براءة اختراع تعود للغير بناءً على عقد ترخيص بالاستعمال، ويذهب رأي^(٤)، في الفقه إلى أنه لا تعد جريمة يعاقب عليها القانون في حالة القيام بتجارب أو دراسات عملية، لمعرفة قوة النتاج موضوع البراءة، دون أن يكون هناك قصد التقليد.

(١) يُنظر: أحمد علي عمر، الملكية الصناعية وبراءات الاختراع، التجربة المصرية، مطبعة الحليلة، القاهرة، ١٩٦٧، ص ٢٠٥.

(٢) يتمتع مالك البراءة في العراق بالحماية القانونية لمدة (٢٠) سنة وفقاً لنص المادة (١٣) من قانون براءة الاختراع العراقي، والتي جاء فيها (لا تنتهي مدة بقاء البراءة قبل مضي ٢٠ سنة من تسجيلها بموجب أحكام هذا القانون، اعتباراً من تاريخ إيداع الطلب للتسجيل بموجب أحكام هذا القانون).

(٣) يُنظر: د. صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ط ١، دار الفرقان، عمان، ١٩٨٣، ص ٢٠١.

(٤) د. الياس ناصيف، المصدر السابق، ص ٢٠٠.

وغني عن البيان، أن تقليد الاختراع لا يكون في الغالب متقناً، بحيث يصعب على المرء تلمس الفرق بين الاختراع الحقيقي والمقلد، وأن تقدير اعتبار الفعل يُعد مقلداً أو لا يدخل في تقدير محكمة الموضوع، ولها أن تستعين بذوي الخبرة في كشف الحقيقة، وهي تخضع في ذلك لرقابة محكمة التمييز، مع الأخذ بعين الاعتبار الأسس الآتية:

- ١- الاعتداد بأوجه الشبه لا بأوجه الخلاف، أي أنه يتم تقدير التقليد ويؤخذ بنظر الاعتبار التقارب بين الاختراعين لا بنقاط الاختلاف.
- ٢- يجب الاعتداد بالجوهر لا بالمظهر، إذ أن إجراء بعض التعديلات على الاختراع الأصل بالحذف منه أو الإضافة، لا ينفي تقليده، وفي هذا الشأن أيدت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها بوقوع التقليد بغض النظر عن التعديلات التي أجراها المقلد واستناداً إلى ذلك لا يُغير وصف الفعل، لأن الثمرة واحدة والوسائل نفس الوسائل^(١).

وقد وضحت المادة (١٢ / ١) من قانون براءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المصنوع عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل بالأمر رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤، الحقوق التي تمنحها براءة الاختراع للمالكها ومنها، منع الغير الذي لم يحصل على موافقة مالك البراءة من صنع منتج موضوع الاختراع أو استغلاله أو استخدامه إذا كان موضوع البراءة طريقة صنع، وبالتالي من أتى بعمل كهذا يُعد عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، وبإمكان مالك البراءة إقامة دعوى في المحكمة المختصة مشفوعة بكفالة، والمحكمة تعمل على إيقاف التعدي وحجز المنتجات موضوع التعدي، وحفظ الأدلة المتعلقة بالتعدي، وفقاً لنص المادة (٤٤ / أ) من هذا القانون.

الفرع الثاني: بيع المنتجات المقلدة أو عرضها للبيع أو استيرادها من الخارج

أضاف المشرع صورة أخرى من صور المنافسة غير المشروعة التي ترد على براءة الاختراع، وهو قيام الفاعل ببيع منتجات مقلدة أو عرضها للبيع أو استيرادها من

(١) نقض عرائض بتاريخ ١٦/٩/١٩٤٠، أشار إليه د. صلاح الدين الناهي، المصدر السابق، ص ٢٠٥.

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

الخارج، إذ يعد هذا الفعل اعتداء على ملكية صاحب البراءة، وهذا ما أشارت إليه المادة (١٢ / ١) من قانون براءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المصحح عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل بالأمر رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤، والملاحظ يجد أن المشرع لم يكتف بالنص على بيع المنتج المقلدة أو عرضها للبيع، بل جعل استيراد المنتج ضرباً من الاعتداء على ملكية صاحب البراءة.

وبالتالي من أتى بعمل كهذا يُعد عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، وبإمكان مالك البراءة إقامة دعوى في المحكمة المختصة مشفوعة بكفالة، والمحكمة تعمل على إيقاف التعدي وحجز المنتجات موضوع التعدي، وحفظ الأدلة المتعلقة بالتعدي، وفقاً لنص المادة (٤٤ / أ) من هذا القانون.

المطلب الثالث: صور المنافسة غير المشروعة للاسم التجاري

لم يُعرف المشرع في قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ المعدل الاسم التجاري، فعرفه جانب في الفقه بأنه «كل تسمية مشروعة يزاول النشاط التجاري بموجبها أي شخص طبيعي أو معنوي»^(١)، ويتخذ التاجر الاسم التجاري لتمييز متجره من غيره من المتاجر الأخرى، فهو يوضع على واجهة المحل التجاري أو على قوائم الحساب^(٢)، ويُفيد في اجتذاب الجمهور فيتمتع بقيمة مالية، ونظراً للأهمية الأنفة الذكر وأثرها الفعال في الميدان التجاري، فكثيراً ما يتعرض الاسم التجاري لنوع من المنافسة، تخرج عن نطاقها المشروع، لتكون منافسة غير مشروعة:

وأهم صور المنافسة غير المشروعة للاسم التجاري هي:

١- اغتصاب الاسم التجاري

٢- تقليد الاسم التجاري

(١) د. باسم محمد صالح، المصدر السابق، ص ١٣٧.

(٢) يُنظر: القاضي محمد عبد طعيس ود. علي فوزي الموسوي، المصدر السابق، ص ١١١.

الفرع الأول: اغتصاب الاسم التجاري

نظم القانون الخاص بالاسماء التجارية لعراقي رقم (٢٥) لسنة ١٩٥٩ (الملغي) أحكام الاسم التجاري، إذ قررت المادة (١٠) منه حماية جنائية تعاقب كل من يستعمل اسماً تجارياً خلافاً لأحكام هذا القانون بالحبس لمدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد على مائة دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين، ويشمل هذا النص بوجه خاص كل من يغتصب اسماً سبق قيده في السجل التجاري أو يستعمل اسماً يتضمن بياناً يؤدي إلى تضليل المستهلك^(١).

وبعد أن تم الغاء هذا القانون، لم يصدر في العراق تشريع خاص بالاسماء التجارية، إذ تم تطبيق النصوص الواردة في قانون التجارة النافذة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤، وهذا ما يؤكد أن هناك ضرورة تسليتم اصدار قانون ينظم احكام الاسم التجاري في العراق، ونصت المادة (٢٤ / ١) من القانون الاخير على أنه (من قيد في السجل التجاري اسماً تجارياً وفقاً لأحكام هذا القانون فلا يجوز استعماله من قبل شخص آخر في نوع التجارة الذي يزاوله صاحب الاسم ضمن حدود المحافظة أو المحافظات التي قيده فيها)، ويشترط لحماية الاسم التجاري تسجيله وفق أحكام هذا القانون، فقد يتم قبول التسجيل أو رفضه وفقاً لما تقرره المادة (٢١ / ١) من القانون.

لذا فمن حق مالك الاسم التجاري استعماله بدون منافسة الغير، والملاحظ على نص المادة (٢٤ / ١)، أنها تشترط قيد الاسم التجاري، بغية إشهار الاسم، ومنع احتاج الغير بعدم العلم بأن الاسم تم تسجيله.

وإزاء ما تقدم فيشترط لحماية الاسم التجاري أن يتحدد في نفس نوع التجارة، والهدف من ذلك هو المحافظة على زبائن المحل التجاري الذي يحمل هذا الاسم، وهذا يعني أنه لا يحق للمالك الاعتراض على استعمال نفس الاسم في تجارة مختلفة عن تجارته، لأن ذلك لا يُشكل اعتداء على ملكيته ولا يلحق ضرراً به كما لا يقود إلى تضليل الجمهور، وهذا ما اكده قرار محكمة تمييز العراق في قضية تتلخص وقائعها، بأن

(١) يُنظر: د. طالب حسن موسى، شطب الاسماء التجارية، مجلة العلوم السياسية والقانونية، ع١، سنة ١٩٧٦، ص٧٩.

الشركة المدعية (شركة الرازي للصناعات الكيماوية) بوصفها اللمثل القانوني للشركة الفرنسية (توكالون) بأن المدعي عليه قد سجل اسماً تجارياً (معرض أحذية توكالون) لدى المدعى عليه الثاني (مدير التسجيل) ونظراً لامتناع المدعى عليه الأول والثاني شطب الاسم فقد أصدرت محكمة البداية قرار لصالح الشركة المدعية، والزمت المدعى عليهما بالتوقف عن استعمال الاسم، ولعدم قناعة المدعى عليه بالقرار، فقد طلب تدقيقه تمييزاً، إلا أن محكمة التمييز نقضت القرار لعدم صحته ومخالفته لأحكام ذلك لوجود اختلاف بين نوعي التجارة^(١).

ويلاحظ ان هناك اتجاه في القضاء الفرنسي، يخالف الموقف السابق، مقتضاه توفير الحماية القانونية للاسم التجاري، دون التقييد بنوع التجارة سواء أكانت متماثلة أو لا، ويؤكد هذا الاتجاه، قرار محكمة استئناف باريس، الذي تضمن منع مكتب سياحي من اتخاذ اسم تجاري لاحدى الشركات المعروفة والتي تملك اسماً تجارياً متكوناً من الأحرف المختصرة عن الاسم، وهو (B.U.S)، على الرغم من وجود اختلاف في نشاط كل منها، لأن إعطاء الموافقة بتسجيل الاسم للمكتب السياحي سوف يقود إلى اعتقاد الجمهور بأن هذا المكتب هو احد فروع الشركة المدعية^(٢).

ومن الجدير بالذكر أن نطاق الحماية ينحصر ضمن حدود المحافظة أو المحافظات التي قيد الاسم فيها، بمعنى أن الحماية مقيدة بدائرة مكتب السجل الذي تم فيه القيد، ولا يجوز الاحتجاج على الغير الذي يقدم على تسجيل نفس الاسم في محافظة اخرى.

أما عن جزاء مخالفة أحكام المادة (٢٤ / ١) من قانون التجارة، فإنه يتمثل بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد عن ألف دينار، وفقاً لنص المادة (٣٨) من قانون التجارة النافذ، ويمكن ملاحظة أن العقوبة المقررة في المادة أعلاه لا تُسعف من يلحقه ضرر في حالة اغتصاب اسمه، لذا لا بد من إعادة النظر في تلك العقوبة، وهذا يؤكد لنا أهمية تشريع قانون خاص في العراق يُنظم أحكام الاسم التجاري.

(1) قضاء محكمة التمييز في العراق، مج ٣، القرارات الصادرة سنة ١٩٦٥، مطبعة الرشاد، بغداد، ١٩٦٩، القرار ١٩٧٢/ح/٦٥ في ١٢/٦/١٩٦٥، ص ١٧١.

(2) قرار محكمة باريس في ١٤/٥/١٩٦٤، نقلاً عن د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط ٢، دار النهضة العربية، مصر، سنة ١٩٩٦، ص ٤١١.

الفرع الثاني : تقليد الاسم التجاري

يُعد تقليد الاسم التجاري صورة من صور المنافسة غير المشروعة ، ولعدم النص على تقليد الاسم في قانون التجارة العراقي النافذ ، فلا مفر من الرجوع إلى القواعد العامة المتبعة في اغتصاب الاسم التجاري ، والتقليد يكون بإضافة بعض التغييرات على الاسم بحيث يتعذر على المستهلك اكتشاف التغيير ، ويتعامل مع المحل التجاري معتقداً أن يتعامل مع المحل الذي يحمل الاسم الحقيقي ، وهذا ما سوف يؤدي إلى نشوء منافسة غير مشروعة.

ولا يُشترط أن يكون التقليد متماثل تماثل تام ، بل يكفي أن يكون هناك تحريف أو تغيير أو إضافة عبارة للاسم ، ويعود إلى قاضي الموضوع تقدير وجود التقليد من عدمه^(١).

وفي هذا الشأن قضت محكمة بداءة الأعظمية أن استخدام المدعى عليه (محل الحلويات) لاسم تجاري مملوك لمحل حلويات آخر ، ووضعه على واجهة المحل مع إضافة ال التعريف وأيضا كتابة الفرع الثاني على واجهة المحل وهو لا يملك الفرع الاول بالاصل ، فضلاً عن استخدامه للعلب التي يستخدمها المدعي ، يؤدي إلى أيهام المستهلك بأنه الفرع الثاني للمدعي مما يُسبب ذلك ضرراً مادياً ومعنوياً ، لذا قررت المحكمة بالزام المدعى عليه عدم استخدام اسم المدعي في واجهة محله الخاص ببيع الحلويات^(٢).

والملاحظ على هذا القرار يجد فيه نوعاً من الإجحاف في حق المدعي ، إذ كان على المحكمة الزام المدعى عليه بإتلاف جميع العلب المستخدمة ، فضلاً عن تعويضه عن الضرر المادي والمعنوي.

(١) يُنظر: د. الياس ناصيف، المصدر السابق، ص ٢٨١.

(٢) قرار محكمة بداءة الأعظمية، الرقم ١٨٥٧، الصادر في ١٥/٤/٢٠١٢، منشور لدى القاضي ربيع محمد الزهاوي، التسبيب والاجتهاد، ج ٢، مكتبة السنهوري، بغداد، ٢٠١٣، ص ٣٢٦.

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

«المبحث الثالث»

حكم المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية

لما كانت حقوق الملكية الصناعية بأنواعها المختلفة تُشكل أهم العناصر الأساسية للمحل التجاري، كونها حقوقاً معنوية ترد على أشياء غير مادية لها قيمة مالية، فهي تعطي مالِكها حق استئثار باستعمالها أو استغلالها، وتُرتب التزاماً قبل الكافة باحترامها وعدم الاعتداء عليها، وللأهمية الاقتصادية لهذه الملكية، لا بد من الحد من المنافسة غير المشروعة، عن طريق قيام صاحب الحق برفع دعوى المنافسة غير المشروعة للحفاظ على ملكيته في العلامة التجارية أو براءة الاختراع أو الاسم التجاري.

ويتعين القول هنا: في ضل التوسع الهائل للتجارة الدولية وانتقال السلع والخدمات عبر الحدود، فقد أصبحت حماية الملكية الصناعية لا يقتصر على الحماية المدنية فقط، لا بل ثمة حماية تقررها الاتفاقات الدولية الخاصة بهذا الشأن.

ومن كل ما تقدم سوف نُقسم هذا المبحث إلى مطلبين: نعقد الأول لدراسة الحماية المدنية للملكية الصناعية، ونُكرس الثاني لبُحث الحماية الدولية للملكية الصناعية

المطلب الأول: الحماية المدنية للملكية الصناعية

بدءً يتعين القول، أن مالك الحق في العلامة أو البراءة أو الاسم التجاري، رفع دعوى على من اعتدى على حقه، متى ما توافرت أركان هذه الدعوى، وعليه تعد دعوى المنافسة وسيلة التاجر لحماية عناصر متجره التي تسهم في مجموعها في تكوين عنصر العملاء والاحتفاظ بهم^(١).

وفي ضوء ما تقدم سوف نقسم هذا المطلب إلى فرعين: لبُحث شروط الحماية المدنية في الفرع الأول، وآثار الحماية المدنية في فرع ثانٍ.

(١) يُنظر: د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، ج ١، دار الثقافة، عمان، سنة ١٩٩٨، ص ٢٤٤.

الفرع الأول: شروط الحماية المدنية للملكية الصناعية

لما كانت دعوى الحماية المدنية تستند إلى الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية المدنية، فإن شروط هذه الدعوى هي فعل التعدي غير المشروع (الخطأ)، الذي يترتب عليه تحقق الضرر، نتيجة وجود علاقة سببية بينهما، وسوف نبين هذه الشروط في النقاط الآتية:

أولاً: فعل التعدي (الخطأ)

يستلزم لرفع دعوى الحماية المدنية تحقق الخطأ في فعل المنافسة التجارية، بالشكل الذي يترتب عليه ضرر لصاحب العلامة أو البراءة أو الاسم، وذلك بخلق حالة من التشابه والتمائل^(١). بمعنى آخر حتى نكون أمام خطأ نقيم على أساسه دعوى المنافسة غير المشروعة يجب أن يكون هناك منافسة حقيقية بين تاجرين يزاولان تجارة من نوع متمائل^(٢)، ويعد استخدام علامة الغير أو اسمه لأغراض الاعلان عن المنتجات من قبيل فعل الخطأ، وقد يقع فعل الخطأ في صورة قيام الفاعل بعرض بضاعة ذات مواصفات رديئة، ويدعي انها تحمل علامة تجارية مشهورة، أو انها من انتاج مصنع معروف باسم تجاري، وغيرها من الأفعال التي تتم عن قصد الاضرار بالمحال التجارية بوجه عام، وبحقوق الملكية الصناعية خاصة^(٣).

أما مسألة تحديد هذا العمل يُعد خطأً من عدمه تعد من المسائل الموضوعية، التي تختص بها محكمة الموضوع^(٤).

ولكن يُثار التساؤل هل يشترط لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، أن يكون الفاعل قد أقدم على الفعل بسوء نية؟؟ أم انه أتى به ولم تكن لديه نية الأضرار بالغير؟ لا شك أن لمالك الحق في العلامة أو البراءة أو الاسم اقامة دعوى المنافسة غير المشروعة على كل

(1) يُنظر: القاضي محمد عبد طعيس د. علي فوزي الموسوي، المصدر السابق، ص ١٥٥.

(2) يُنظر: د. ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون/ جامعة بغداد، مج ٢٠، ع ١٤، سنة ٢٠٠٥، ص ٢٣٨.

(3) يُنظر: د. الياس ناصف، المصدر السابق، ص ١١٣.

(4) يُنظر: القاضي محمد عبد طعيس د. علي فوزي الموسوي، المصدر السابق، ص ١٥٥.

من يأتي فعل ضاراً بملكه دون اشتراط سوء النية ، وذلك أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى الدعوى المدنية ، سواء أوقع الخطأ بشكل عمدي أم انه يصدر عن اهمال أو عدم احتياط.

ثانياً: الضرر

لا يجوز اقامة دعوى المنافسة غير المشروعة ما لم يترتب ضرر عن الخطأ ، سواء أكان هذا الضرر ماديا ينصب على حق من الحقوق المالية ، مثل الخسارة التي تصيب التاجر نتيجة تقليد علامته أو اختراعه ، ويُمكن أن يكون الضرر ادبياً يُصيب حق من الحقوق غير المالية ، مثاله الضرر الذي يلحق السمعة التجارية ، وليس هذا فحسب بل ان التعويض عن الضرر وفقاً لهذه المسؤولية لا يقتصر على الضرر المتحقق وإنما على الضرر الاحتمالي ، وعندها لا يحكم القاضي بالتعويض وإنما يحكم باتخاذ الاجراءات الكفيلة بمنع وقوع هذا الضرر^(١) ، وهذا ما اكدته محكمة النقض المصرية في قرارها الصادر (١٩ / يناير / ١٩٦٠) بأنه «...أن كون العلامتين متشابهتين في الكتابة والنطق ، قد يحمل الشخص العادي من الجمهور على الالتباس فيعرض عن شراء المواد الاستهلاكية التي تتجهها المستأنفة بمضنة أنها من صنع المستأنف ضدها وفي ذلك لا يُشترط أن يكون الضرر محققاً بل يكفي في مجال المنافسة غير المشروعة أن يكون احتمالياً»^(٢).

ثالثاً: الرابطة السببية

لابد من وجود رابطة سببية بين افعال المنافسة غير المشروعة والاضرار التي لحقت التاجر ، لذا يُشترط في هذه الدعوى أن يُثبت المدعي أن الضرر كان بسبب الأفعال المخالفة للقانون ، وبالتالي فلا سبيل للمدعى عليه للتهرب من المسؤولية ، إلا إذا اثبت مشروعية الفعل ، أو بنفي صدوره منه.

(١) يُنظر: د. ندى كاظم المولى، المصدر السابق، ص ٢٣٩.

(٢) أشار اليه: القاضي محمد عبد طعميس د. علي فوزي الموسوي، المصدر السابق، ص ١٥٦-١٥٧.

ويُقصد بالرابطة السببية أن الضرر الحاصل كان نتيجة طبيعية للخطأ، إلا أن هذا الأمر قد يعدوا سهلاً فيما يخص الضرر المتحقق، إذ يُمكن إثبات وجود العلاقة السببية بين الخطأ والضرر بكافة طرق الإثبات، إلا أن الحال يختلف فيما يخص الضرر المحتمل، فهنا على المتضرر أن يقيم الدليل على أن الخطأ هو من أدى إلى حدوث الضرر المحتمل، وعليه أن الرابطة السببية تقتضي التماثل بين نشاط كل من ارتكب الفعل الضار والشخص المتضرر، وذلك أن النشاط المماثل هو الذي يؤدي إلى إيجاد دعوى المنافسة غير المشروعة في هذا الحال.

ومما تقدم يتضح أن تقدير توافر الرابطة السببية يعود إلى محكمة الموضوع، التي تستخلص وقوع الضرر من قيام وقائع أن تلحق ضرر بالمدعي، وفي هذا الخصوص قضت محكمة باريس في قرار صادر لها في (١٣ / ١٠ / ١٩٦٥)، بعدم توافر رابطة السببية، ومن ثمّ انتفاء المنافسة غير المشروعة بين نشاط كل من الشركتين، إذ قررت المحكمة رفض الطلب من شركة (Sandoz)، السويسرية لصناعة الأدوية، بمنع أحد الشركات الفرنسية لبيع الآت التكييف، من استعمال اسمها التجاري، الذي يدخل في تكوينه كلمة (Sandoz)، وهو اسم أحد الشركاء، على اعتبار أن نشاط كل من الشركتين ليس مجالاً للتنافس بينهما^(١).

الفرع الثاني: آثار الحماية المدنية للملكية الصناعية

إذا ما تحقق فعل الاعتداء على العلامة التجارية أو براءة الاختراع أو الاسم التجاري، فإن لصحاب الحق، رفع دعوى للتصدي لهذا الاعتداء وقد يستلزم ذلك اتخاذ اجراء وقتي للمحافظة على حقوق صاحب العلامة التجارية أو براءة الاختراع أو الاسم التجاري محل التعدي، وقد يكون الاجراء موضوعياً يتعلق بجبر الضرر بالتعويض من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، وستتعرف على ما تقدم خلال الاسطر القليلة القادمة:

(١) أشارت إليه د. سميحة القليوبي، الموجز في القانون التجاري، المصدر السابق، ص ٣٣٤.

اولاً: اجراءات تحفظية

اعطت اغلب التشريعات الخاصة بالملكية الصناعية، الحق للمتضرر في أن يطلب اتخاذ الاجراءات التحفظية، قبل اقامة الدعوى، ومن ذلك قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل بالأمر (٨٠) لسنة ٢٠٠٤، الذي أجاز في المادة (٣٨ / ١) منه، لمالك العلامة المسجلة قبل رفع الدعوى، المطالبة باتخاذ اجراءات تحفظية بشرط ان يكون طلبه مشفوعاً بما يدل على تسجيل علامته، ونص المادة هو «لمالك العلامة في أي وقت حتى قبل رفع أية دعوى مدنية أو جنائية ان يستحصل بناء على طلب مشفوع بينة دالة على تسجيل علامته امرا من قاضي التحقيق أو من المحكمة المختصة للنظر في الجريمة وتحديد الاضرار واتخاذ الاجراءات الاحتياطية وعلى الاخص حجز الالات والادوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة والمنتجات والبضائع واسم المحل والاعلنة والاوراق والبطاقات البيانية والملصقات وغيرها من الاشياء التي وضعت عليها العلامة محل التعدي . ويشمل ذلك مصادرة المنتجات والسلع واسم المحل ووسائل التغليف والاوراق والبطاقات البيانية والملصقات وغيرها المستوردة من الخارج».

وقد أجاز قانون براءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المصحح عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل بالأمر رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤، في المادة (٤٤ / أ) منه لمالك البراءة المسجل في العراق أن يقيم دعوى لمنع انتهاك حقوقه، وترفع تلك الدعوى مشفوعة بكفالة، وتقبل المحكمة طلب الاجراءات المؤقتة أدناه: ١- إيقاف التعدي، ٢- حجز المنتجات موضوع التعدي أينما وقعت.

أمّا قانون التجارة الحالي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ المعدل، لم يورد نصاً حول ذلك فيما يخص الاسم التجاري، الأمر الذي يستدعي ضرورة اجراء تدخل تشريعي.

ثانياً: التعويض

يلتزم المدعى عليه في الدعوى محل البحث بتعويض الاضرار التي لحقت بالمدعي، ويُقصد بالتعويض محو الضرر أن امكن أو تخفيف اثره بشكل الذي يؤدي إلى إعادة

التوازن بين مصلحتي محدث الضرر والمتضرر، وعليه فإن المحكمة لا تحكم بالتعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة، إلا إذا كان الضرر قد وقع فعلاً، أما إذا كان الضرر محتمل الوقوع فإنها لا تحكم بالتعويض بل تأمر باتخاذ الاجراءات الكفيلة لمنع وقوعه^(١).

والتعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة، غالباً ما يكون نقدياً فتأمر المحكمة بالتعويض عن كافة الاضرار المادية والادبية، التي لحقت بالمدعي، كما يجوز أن يكون التعويض عينياً^(٢)، أي يتخذ اشكالاً متعددة والمحاكم هي التي تتولى إلى حد كبير تحديد الطريقة المناسبة للتعويض في كل حالة على حدة، فلها أن تأمر بمنع التاجر من الاستمرار في استثمار براءة الاختراع أو استعمال العلامة التجارية أو الاسم التجاري، أو أن تأمر بادخال تعديلات على العلامة أو الاسم.

المطلب الثاني: الحماية الدولية للملكية الصناعية

لما كانت حماية حقوق الملكية الصناعية في الأصل تقف عند الحدود الاقليمية للدولة التي تم تسجيل الحق فيها، فإن ذلك يعني ان تلك الحماية لا يُمكن أن تتعدى حدود الدولة وذلك عملاً بمبدأ (أقليمية القوانين)، لذا ظهرت الحاجة الى تشريع نظام دولي يحمي حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة، خاصة بعد التطور الهائل في تبادل السلع والخدمات بين الدول، فضلاً عن المشقة التي يتحملها مالك الحق، إذا رغب في الحصول على حماية لحقه في أكثر من دولة، إذ عليه أن يسجل الحق في كل دولة يرغب الحماية فيها، تأسيساً على ما تقدم ابرمت العديد من الاتفاقيات الدولية الخاصة بحقوق الملكية الصناعية، وعليه سوف نبحث في ما توفره هذه الاتفاقيات من حماية لتلك الحقوق، وذلك في ثلاثة فروع، نتناول في الأول الحماية الدولية للعلامة التجارية، والثاني الحماية الدولية لبراءة الاختراع، والثالث الحماية الدولية للاسم التجاري.

(١) يُنظر: د. عزيز العكيلي، المصدر السابق، ص ٢٤٨.

(٢) يُنظر: القاضي محمد عبد طعيس د. علي فوزي ابراهيم، المصدر السابق، ص ١٦٠.

الفرع الأول: الحماية الدولية للعلامة التجارية

أن تنظيم الحماية القانونية للعلامة التجارية والقضاء على المنافسة غير المشروعة المتمثلة بأعمال التعدي لم تتوقف عند الحدود الإقليمية للدولة، لا بل نظمت اتفاقية باريس لحماية حماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣، حماية للعلامة التجارية في نص المادة (٦ / ٢) ونصها «تتعهد دول الاتحاد سواء من تلقاء نفسها إذا جاز تشريعها ذلك أم بناءً على طلب صاحب الشأن برفض أو ابطال التسجيل وبمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال انها مشهورة باعتبارها فعلاً العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو متشابهة، كذلك تسري هذه الاحكام إذا كان الجزء الجوهري في العلامة يُشكل نسخاً لتلك العلامة المشهورة أو تقليداً لها من شأنه إيجاد لبس بها».

كما تضمن المادة (٩) من هذه الاتفاقية مصادرة المنتجات التي تحمل علامة تجارية وضعت بطريق غير مشروع.

ومن بين الاتفاقيات المعقود بهذا الشأن، اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس) لعام ١٩٩٤، التي نظمت حقوق مالك العلامة التجارية في المادة (١٦) منها، إذ منحت مالك العلامة التجارية حقاً استثنائياً، يمنع جميع الاشخاص الذين لم يحصلوا على إذن باستخدام العلامة من المالك، ومنع تسجيل علامات متطابقة تجنبا للبس.

ونظمت هذه الاتفاقية مدة حماية للعلامة التجارية وهي مدة (٧) سنوات قابلة للتجديد لمرات غير محدودة، وذلك في نص المادة (١٨) منها.

وقد نظمت اتفاقية (تربس) في المواد (٤١-٦١) جزاءات ادارية وقضائية لحماية الملكية الصناعية بشكل عام من الغش والتقليد، وتمثل بالمصادرة والتدابير المؤقتة من اجل مكافحة التعدي على حقوق الملكية الصناعية.

الفرع الثاني : الحماية الدولية لبراءة الاختراع

نصت اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣ ، على عدة مبادئ ، تسعى من ورائها إلى حماية حقوق أصحاب الملكية الفكرية بشكل عام وبراءة الاختراع بشكل خاص على الصعيد الدولي ، ومن هذه المبادئ :

١- مبدأ المعاملة الوطنية

والذي يعني ، أنه على كل دولة متعاقدة أن تمنح مواطني الدول المتعاقدة الاخرى الحماية نفسها التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية ، كما تقضي بأن يتمتع مواطنو الدول غير المتعاقدة بالحماية إذا كانوا يقيمون في دولة متعاقدة أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية^(١).

٢- مبدأ الحق في الاولوية

تنص الاتفاقية على حق الاولوية فيما يخص براءات الاختراع ، ويعني هذا الحق أنه يتمتع بموجب هذا المبدأ كل من أودع في إحدى دول الاتحاد طلباً لتسجيل علامة تجارية فيما يختص بإيداع طلبات ماثلة في الدول الأخرى بحق أسبقية إذا أودعها خلال المواعيد المحددة في الاتفاقية وهي ١٢ شهر من تاريخ إيداع الطلب الأول^(٢).

٣- مبدأ استقلال البراءات

ومفاده أن براءة الاختراع الممنوحة في مختلف الدول المتعاقدة مستقلة الواحدة عن الاخرى ، فلا يعني منح البراءة في دولة معينة أن الدول الأخرى ملزمة بمنحها أيضاً^(٣).

وقد نظمت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس) لعام ١٩٩٤ ، في المادة (٢٧ / ١) قد كفلت الحماية لكافة الاختراعات سواء كانت في صورة

(١) يُنظر: المادة (٢) من اتفاقية باريس.

(٢) يُنظر: المادة (٤) من نفس الاتفاقية.

(٣) يُنظر: (٤) من نفس الاتفاقية.

منتجات أم عمليات صناعية، وبالتالي منع التحايل على طريقة التصنيع للتوصل إلى ذات الاختراع، وقد حددت هذه الاتفاقية مدة الحماية القانونية لمالك براءة الاختراع في نص المادة (٣٣) منها، إذ لا يجوز أن تنتهي مدة الحماية قبل انقضاء (٢٠) سنة اعتباراً من تاريخ الإيداع.

الفرع الثالث: الحماية الدولية للاسم التجاري

نظراً لأهمية الاسم التجاري بوصفه وسيلة التاجر في تمييز محله التجاري عن غيره، لذا لا بد من توفير حماية قانونية لا تتوقف عند حدود الدولة طالب فيها الحماية، بل لا بد من حماية دولية للاسم التجاري.

والملاحظ أن اتفاقية باريس للملكية الصناعية لعام ١٨٨٣، قد خصصت المادة (٨) منها لحماية الاسم التجاري، والتي جاء فيها «يحمي الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء أكان جزءاً من علامة صناعية أم تجارية أو لم يكن» فيتضح من هذا النص أن حماية الاسم التجاري في دول الاتحاد لا تشترط إيداع الاسم أو تسجيله.

أما بشأن العقوبة المترتبة على الاعتداء على الاسم التجاري، فإن المادة (٩) تقرر مصادرة كل منتج يحمل اسماً تجارياً بطريق غير مشروع.

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

الخاتمة

بعد الانتهاء من دراسة الاحكام الناشئة عن المنافسة غير المشروعة في نطاق الملكية الصناعية، لابد لنا من تسطير ابرز النتائج التي توصلنا اليها:

- ١- أن الاصل في الحياة التجارية، حرية المنافسة بين ارباب الاعمال، فيعزى اليها السبب في اجتذاب أكبر عدد من الزبائن وتحقيق الارباح.
- ٢- المنافسة غير المشروعة هي استخدام التاجر لوسائل منافية للعادات والاعراف والقوانين التجارية والمضلة بمصالح المنافسين والتي من شأنها التشويش على السمعة التجارية واثارة الشك حول جودة منتجاته لنزع الثقة من منشآته أو وضع بيانات غير صحيحة بهدف تضليل المستهلك.
- ٣- قد تكون المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، غير مشروعة قانوناً أي يُنص عليها القانون، أو غير مشروعة اتفاقاً عن طريق ابرام اتفاقات بين ذوي الشأن.
- ٤- يمكن لكل صاحب حق تعرض للضرر، رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لطلب اصلاح الضرر.
- ٥- يختلف التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة عنه في الدعوى العادية الناجمة عن المسؤولية التقصيرية، لأنه في الاولى يشمل الضرر المحقق والضرر المحتمل الوقوع، بينما لا يتم التعويض في الثانية إلا بالنسبة للضرر المحقق فقط.
- ٦- نظراً للتوسع الهائل في تبادل السلع والخدمات بين الدول، فقد ظهرت الحاجة الماسة لإبرام اتفاقيات تقرر حماية دولية لحقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة، وعليه عقدت الاتفاقيات التي تعالج الموضوع، وكان أهمها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣ المعدلة، والتي تُعد حجر الزاوية لباقي الاتفاقيات الدولية اللاحقة بها.

م. د. حازم أكرم صلال / م. د. لبنى عبد الحسين عيسى

المصادر

أولاً: الكتب القانونية

- ١- د. الياس ناصيف، الكامل في القانون التجاري، ط ٢، ج ١، منشورات عويدات، بيروت، سنة ١٩٨٥.
- ٢- د. باسم محمد صالح، القانون التجاري، القسم الأول، مكتبة السنهوري، بغداد، سنة ٢٠١٢.
- ٣- د. سلمان بو ذياب، القانون التجاري، ط ١، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، سنة ١٩٩٥.
- ٤- سلمان بيّات، القضاء التجاري العراقي، ج ١، شركة النشر والطباعة العراقية المحدودة، بغداد، سنة ١٩٥٣.
- ٥- د. سميحة القليوبي، الموجز في القانون التجاري، ط ١، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، سنة ١٩٧٢.
- ٦- د. صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ط ١، دار الفرقان، عمان، ١٩٨٣.
- ٧- د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط ١، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، سنة ٢٠٠٠.
- ٨- د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، ج ١، دار الثقافة، عمان، سنة ١٩٩٨.
- ٩- د. علي جمال الدين عوض، القانون التجاري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة.
- ١٠- محمد منصور أحمد، العلامات التجارية، ج ٢، القاهرة، سنة ١٩٥٥.
- ١١- د. محمود مختار البربري، قانون المعاملات التجارية، ج ١، دار الفكر العربي، سنة ١٩٨٧.
- ١٢- د. نوري طالباني وكمال عبد الحسين وهاشم الجزائري، القانون التجاري، القسم الأول، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، سنة ١٩٧٩.

ثانياً: المجلات القانونية

- ١- د. طالب حسن موسى، شطب الاسماء التجارية، مجلة العلوم السياسية والقانونية، ع ١، سنة ١٩٧٦.
- ٢- القاضي محمد عبد طعيس ود. علي فوزي ابراهيم الموسوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون / جامعة بغداد، ع ٢، سنة ٢٠١٢.
- ٣- د. ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون / جامعة بغداد، مج ٢٠، ع ١، سنة ٢٠٠٥.

ثالثاً: القوانين

- ١- قانون العلامات والبيئات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧، المعدل بموجب الأمر رقم (٨٠) لسنة ٢٠٠٤.
 - ٢- قانون براءات الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المصنوع عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠، المعدل بالأمر رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤.
 - ٣- قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٣ المعدل
 - ٤- قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.
- قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠.