

**الحماية المدنية للعلامة التجارية من خلال دعوى المنافسة
غير المشروعة وموقف المشرع العراقي منها**

هشام عبد الحسن هاشم ال دوشي

طالب دكتوراه في جامعة قم

المشرف الدكتور شبيري زنجاني

جامعة قم كلية الحقوق

aldokee@gmail.com

After the commercial markets witnessed a large number of cases of assault on trademarks through imitation, forgery or usurpation, These actions carried out by the competitors were illegal and lead to confusion among the consumers and cause harm to the competitors. In addition, the phenomenon of unfair competition affects the national economy of countries, so the Iraqi legislator sought to keep pace with comparative legislation that preceded him for a long period in enacting laws regulating the use of trademarks, Proceeding in encouraging legitimate competition in different projects, whether commercial or industrial, and criminalizing those who engage in unfair competition. Competition that is based on legitimate competitive means is a right like other rights that enjoy legal protection. Islamic Sharia is keen to respond to aggression and prevent harm. Also, the removal of harm is one of the important foundations that Islamic jurists have derived from the Book of God Almighty and the prophetic hadiths of the honorable Messenger, An unfair competition lawsuit is a lawsuit initiated for the purpose of protecting against illegal activities and practices that harm others in commercial competition. It relies on the same basis as the tort liability suit, but the conditions that must be met for the unfair competition lawsuit to be established differ from the conditions in which the tort liability lawsuit is instituted. In most cases, the trademark is exposed to acts of unfair competition because it is one of the most important elements of the commercial store, as well as the most connected and widespread with trade and the national economy. Which made it occupy an important and distinguished position among intellectual property rights, so we clarified the most important conditions for an unfair competition lawsuit, Through which the trader or producer has the right to resort to filing a lawsuit before the competent courts.

الخلاصة

بعدما شهدت الاسواق التجارية بصورة كبيرة حالات الاعتداء على العلامات التجارية ذلك من خلال تقليدها او تزويرها او اغتصابها , كانت هذه الاعمال التي يقوم بها المتنافسين غير مشروعة وتؤدي الى اللبس والخلط لدى جمهور المستهلكين والحاق الضرر في المتنافسين , بالإضافة الى ان ظاهرة المنافسة غير المشروعة تؤثر على الاقتصاد الوطني للدول , لذلك سعى المشرع العراقي مسابراً التشريعات المقارنة التي سبقته بفترة طويلة في سن القوانين المنظمة لاستعمال العلامات التجارية, والسير في تشجيع المنافسة المشروعة في اختلاف المشروعات تجارية كانت ام صناعية , وتجريم من يقوم بالمنافسة غير المشروعة , اذ ان المنافسة التي تقوم على وسائل تنافسية مشروعة تكون حقاً كباقي الحقوق التي تتمتع بالحماية القانونية , الشريعة الاسلامية تحرص على رد الاعتداء ومنع الضرر , كما ان ازالة الضرر من الاسس المهمة التي استقاهها فقهاء الاسلام من كتاب الله تعالى والاحاديث النبوية للرسول الاكرم محمد (ص) . دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى قضائية شرعت لغرض الحماية من النشاطات والممارسات غير المشروعة التي تلحق الضرر بالأخرين في المنافسة التجارية , وتستند لذات الاساس الذي تستند اليه دعوى المسؤولية التقصيرية لكن الشروط الواجب توفرها لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة تختلف عن الشروط التي تقام فيها دعوى المسؤولية التقصيرية , ففي اغلب الاحيان تتعرض العلامة التجارية لأعمال المنافسة غير المشروعة لكونها من اهم عناصر المحل التجاري وكذلك اكثرها اتصال وانتشار بالتجارة والاقتصاد الوطني , مما جعلها تحتل مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الفكرية , لذلك وضعنا اهم الشروط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة , التي يحق للتاجر او المنتج من خلالها اللجوء لإقامة الدعوى امام المحاكم المختصة .

المقدمة

تعتمد التجارة في معظم دول العالم على مبدأ الاقتصاد الحر ، وجوهره هو الاعتماد على المنافسة ضمن الأطر القانونية لجذب أكبر عدد من العملاء ومن ثم تحقيق أرباح ضخمة ، لذلك نجد أن المصنعين والتجار يسعون وراء الربح من هذه المنافسة وخلق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك لتكون من دوافعها التي تتمثل المهمة في زيادة الإنتاج وتحفيز الحركة في الصناعة والتجارة. إذا كان هذا النوع من المنافسة يستخدم وسائل وطرق تعتمد على الاحتيال والخداع ، وهو ما يحظره القانون بسبب السلوكيات المختلفة لرجال الأعمال والمنتجين ومقدمي الخدمات التي تضر بالأخرين ، فهذا ما يسمى بالمنافسة غير المشروعة ، في هذه الحالة يكون تدخل القانون لحماية المتضرر من هذه الوسائل غير المشروعة في مجال المنافسة التجارية ، ويتحمل الفاعل المسؤولية المدنية والجنائية .في حين نجد من يعتدي على العلامة التجارية المملوكة للغير بدون رضاه وغير مسجلة لدى المسجل الوطني للعلامات التجارية داخل الحدود الإقليمية فهذا النشاط التجاري الذي يكون بأساليب تتنافى مع مصالح وحقوق الممتهين بالتجارة واعمال الصناعة نكون امام حالة من حالات التعدي المنافسة غير المشروعة

وتكون العلامة المعتدى عليها لا تتمتع الا بالحماية المدنية استناداً لأحكام المسؤولية التقصيرية ، اذ نجد المعتدي على العلامة التجارية قد اخل بالتزام فرضه عليه القانون وهو عدم الاضرار بالآخرين ويكون ممن وجبت عليه المسؤولية التقصيرية ضمن احكام القانون المدني التي تكون في اطار الفعل المكون للمنافسة غير المشروعة ، افترضت معظم التشريعات المدنية المقارنة عند تنظيها لحقوق اصحاب العلامات التجارية بوقوع الضرر بمجرد قيام المعتدي على العلامة التجارية ولم تستوجب اثبات وقوع الضرر الفعلي على صاحب الحق في العلامة التجارية لكي يتمتع بالحماية المدنية لعلامته، فيكون صاحب الحق متمتعاً بالحماية من خلال قيامه برفع دعوى الحماية حتى مع عدم وجود ضرر متحقق الوقوع ، ذلك لان احتمالية وقوع الضرر تكون كافية لتقديم الطلب للحماية ، مما يعني ان صاحب الحق في العلامة التجارية التي جرى التعدي عليها غير ملزم بأثبات الرابطة السببية بين فعل الاعتداء والضرر الاحتمالي لكون هذا الامر يصعب اثباته ، لان معيار الخطأ في المسؤولية المدنية يختلف عن معيار الخطأ في المسؤولية التقصيرية لكون الأخطاء التي ترد في الاعمال التجارية لا تشكل جميعها أخطاء في دعوى المسؤولية التقصيرية في حين ان هذه الأخطاء عند وجودها في دعوى المسؤولية المدنية تندرج في معيارها للأعراف والتقاليد التجارية لتحديد معنى الخطأ فيها، لذلك فان دعوى الحماية المدنية تختلف في بعض احكامها اختلاف كبير عما تخضع له دعوى المسؤولية التقصيرية ، حيث تركز دعوى الحماية المدنية الى الفعل الضار من قبل المعتدي على صاحب الحق في العلامة التجارية الذي ينحصر ضمن المنافسة غير المشروعة .في دراستنا هذه سنقوم في تعريف المنافسة غير المشروعة وموقف القانون العراقي منها في مبحثنا الاول في حين سنخصص المبحث الثاني لبيان شروط قيام دعوى المنافسة المشروعة .

المبحث الأول تعريف المنافسة غير المشروعة وموقف القانون العراقي منها

بالنظر للتزايد الكبير في حالات التقليد والتزييف والاعتصاب للعلامات التجارية في الاسواق التجاري ، اذ تعد هذه التصرفات للمنافسين في ميدان التجارة غير قانونية ، مما تسبب في ارتباك وزرع حالات الخلط لجمهور المستهلكين ، وظاهرة المنافسة غير المشروعة تؤثر على الاقتصاد الوطني للبلاد ، لذلك فإن المشرعين العراقيين في محاولة لمواكبة وتيرة التشريعات المقارنة التي تم سنها على مدى فترة طويلة من الزمن لوضع قوانين تنظم استخدام العلامات التجارية والمضي قدماً في تشجيع المنافسة المشروعة في مختلف المشاريع ، التجارية والصناعية على حد سواء ، وكذلك تجريم أولئك الذين ينخرطون في المنافسة غير العادلة التي توصف بالجرائم ، كما أن المنافسة القائمة على وسائل المنافسة المشروعة هي حق مثل أي حق آخر للحماية المدنية .لذلك المنافسة الشريفة بين التجار والمنتجين التي قد تؤدي الى انحصار مجموعة كبيرة من المستهلكين الى متجر معين او لمنتج محدد فهي بذلك تكون عمل مشروع لكونها تتم بطرق نزيهة وصادقة وبما ان الاصل الحرية في المنافسة المشروعة التي طالما تتم على قواعد الشرف والنزاهة والصدق وحسب الاعراف التجارية ، لذا فان العلامة التجارية هي حق لصاحبها فعند خروج التجار والمنتجين عن هذه القواعد في المنافسة سوف يجعلها تصبح منافسة غير مشروعة وهنا يستوجب حماية المتضرر من هذه المنافسة وتكون من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة . سنقوم بتقسيم هذا المبحث الى ثلاثة فروع ، أولهما تعريف المنافسة غير المشروعة ، بينما الفرع الثاني لموقف المشرع العراقي من المنافسة غير المشروعة ونختتم المبحث بفرعنا الثالث لبيان موقف الفقه الاسلامي من المنافسة غير المشروعة .

الفرع الأول تعريف المنافسة غير المشروعة

ان الاصل المنافسة من الاعمال المشروعة التي يحميها القانون والتنافس يعني تزامم التجار والمنتجين لغرض ترويج منتجاتهم وسلعهم، هذا يعود لهم جذب اكبر عدد ممكن من المستهلكين، كما يجب ان يكون هذا التزامم الذي يحصل بين التجار والمنتجين ضمن القواعد القانونية والاعراف التجارية ، اما حال خروجه عن هذه القواعد القانونية سيكون من الاعمال الغير مشروعة وتقوم المسؤولية القانونية على من يقوم به ، لكونه فعل من اعمال المنافسة غير المشروعة ، التشريعات المقارنة لم تضع نصاً خاصاً لتعريف المنافسة غير المشروعة لكن بالرجوع الى الفقه القانوني نجد هناك من عرف المنافسة غير المشروعة على انها : "وسيلة يتخذها التاجر لحماية عناصر مشروعه التجاري الذي يسهم في تكوين عنصر العملاء والاحتفاظ بهم" (١) ، كما عرفها البعض "دعوى مسؤولية غير تعاقدية عن الافعال الصادرة من الغير تخضع للأحكام العامة في المسؤولية المدنية" (٢) . لذلك سنقوم بتوضيح معنى المنافسة والمنافسة غير المشروعة لغوياً وفي علم الاقتصاد وفي القانون الوضعي .

أ- معنى المنافسة غير المشروعة لغوياً المعنى اللغوي للمنافسة التي مصدرها نافس والمنافسة هي التنافس اي السعي للتفوق من خلال بذل الجهود لتحقيقه او بذل شخص او اكثر اقصى جهد لتحقيق غرض ما وبخاصة حين يكون التفوق هو الهدف وتتحقق المنافسة العادلة

والمشروعة , هذا يعني ان مفهوم المنافسة لغوياً هي الرغبة في الشيء والانفراد به والسبق على الغير, كما تأتي المنافسة بمعنى الحرص على الغلبة والانفراد بما هو محروص عليه والتنافس فيه (٣) .

المنافسة لغة : يقال (نَفَسَ) الشيء صار مرغوباً و(نَافَسَ) في الشيء (منافسة) إذا رغب فيه على وجه المباراة و(النفيس) المال الكثير، و(نَفَسَ عليه الشيء نفاساً) لم يره اهلاً له (٤) وتعني المنافسة في التجارة السبق الى المال والريح الكثير الذي يراه المتنافسون من التجار او المنتجين من حقهم وليس لغيرهم اهلاً فيه والتنافس يكون من دون الحاق الضرر بالآخرين .

ب - معنى المنافسة في الاقتصاد المزاحمة هي المعنى الاقرب للمنافسة في مجال الاقتصاد , ذلك لكون الشركات تتزاحم فيما بينها للوصول الى اعلى مستويات الارباح , لذا نجد ان اسعار المنتجات والسلع او الخدمات المقدمة قد تتعرض اسعارها الى الانخفاض بسبب حالة التنافس بين الشركات التي تقدم المنتج او السلعة ذاتها , في حين نجد العكس تماماً عندما يتزاحم العديد من المستهلكين على التنافس في شراء المنتجات او السلع لشركة ما مما يؤدي الى ارتفاع اسعار تلك المنتجات والسلع, ان المنافسة ليس بالأمر المرفوض قانوناً او شرعاً او عرفاً , ذلك لكون المنافسة هي الحجر الاساس للانطلاق في ميدان الحياة , غالباً ما نجد هناك تنافس للحصول على قبول في الجامعات الرصينة , وهناك من يتنافس للحصول على المهن الجيدة اذ تشكل المنافسة حافزاً قوياً للفوز والاداء الممتاز. المهتمين في الشأن الاقتصادي لم يتوقعوا عند تعريف محدد للمنافسة , منهم من يرى المنافسة من الجانب الاقتصادي على انها عبارة عن الصراع الذي يولد بين اصحاب المصانع والتجار مع المستهلكين , طبيعة هذا الصراع يكون في السعي لجذب اكبر عدد من جمهور المستهلكين لاقتناء المنتجات والسلع التي يقومون في الترويج اليها , في حين هناك من المختصين في الشأن الاقتصادي يرون المنافسة تكون على شكل المزاحمة بين عدد معين من التجار والمنتجين فيما بينهم ممن يختصون في منتج او سلعة مماثلة , مما يتحقق لديهم نفس الهدف الواحد في السعي للوصول الى اكبر عدد ممكن من المستهلكين (٥) .

ج - معنى المنافسة في القانون الاعمال التجارية كانت ام الصناعية في مجال ميدان التجارة او ضمن اعمال المال والخدمات او غيرها من باقي المجالات , التي يقوم بها التاجر او المنتج او مقدم الخدمة او مجموعة من هؤلاء مجتمعين في اعمال تؤدي هذه الاعمال في الحاق الضرر في التجار او المنتجين الذين يمارسون العمل ذاته , محققين من هذه الاعمال الارباح الكبيرة لحسابهم في طرق حرمها الشرع وجرمها القانون , هنا نكون اما تعريف للمنافسة غير المشروعة , ويمكن ان نعرفها ايضاً على انها الطريق التي يلجأ اليها التجار ومقدمي الخدمات والمنتجين , في استخدامهم وسائل غير شريفة , يرفضها الشرع وتتنافى مع النصوص القانونية وغير مقبولة لدى الاعراف التجارية , الغاية من هذه الوسائل هي لكسب اكبر عدد ممكن من المستهلكين (٦) . الاعمال التي يقوم بها المتنافسين في ميدان التجارة التي تنحصر في مخالفة الاعراف التجارية , كانت الركيزة التي اعتمد عليها فقهاء القانون لتحديد المنافسة غير المشروعة والوصول الى تحديد تعريفاتها , اذا ان التبادل التجاري هو الذي اوجد المنافسة , وتكونت في العالم الاقتصادي التنافس الغير مشروع , مما لا شك فيه ان الاعمال التي يمارسها التجار والمنتجين منها التي تكون منبوذة من الجميع عند تعاملاتهم التجارية , اصبحت عرفاً يسيرون عليه , ومن ثم اصبحت الاساس لبيان تلك الوسائل في الاعمال المنافسة غير المشروعة , ان قصد التعدي والسعي للأضرار في المتنافسين الذين يمتنون التجارة في ذات السلعة او المنتج , هما الجانب المهم الذي اعتمده جانب من الفقهاء في تعريف المنافسة غير المشروعة , لذا كان لتوافر القصد في اضرار الاخر تعريفاً للمنافسة غير المشروعة على أنها "استخدام الشخص لطرق و وسائل منافية للقانون والعادات المحمية الجارية في التجارة والصناعة او مخالفة للشرف والامانة والاستقامة التجارية اتجاه تاجر اخر بهدف الاضرار به" (٧). في بعض الاعمال يلحق الضرر في التنافس , من غير وجود تحقق قصد التعدي , حيث لم يقصد التاجر او المنتج ان يلحق الاخرين المتنافسين معه في الحاق الضرر بهم من جراء العمل الذي قام به , لكون عمله نتج عن اهمال غير مقصود او خطأ لم يتوقع وقوعه , ومع عدم توفر قصد التعدي الا انه هناك جانب من الفقهاء عدوا هذا الامر من الاعمال التي تتحدر في مجال المنافسة غير المشروعة. مما تقدم نرى ان الفقهاء لم يقفوا عند تعريف محدد للمنافسة غير المشروعة , والامر يعد طبيعي لوجود هذا الاختلاف , ذلك لكون الفقهية يأتي في التعريف من الزاوية التي يرى فيها وقوع المنافسة غير المشروعة , ليقوم في تحديد التعريف المناسب لها , لكن وان تعددت تعريفات المنافسة غير المشروعة , الا انه نجد اجماع جميع الفقهاء , قد اجمعوا في كون الاعمال التي يجرمها القانون وتنبذها الاعراف التجارية وتحرمها التشريعات السماوية هي من ضمن الاعمال للمنافسة غير المشروعة (٨) .

الفرع الثاني موقف المشرع العراقي من المنافسة غير المشروعة

في ظل التنافس التجاري لا يمكن إن يترك بشكل متاح للتجار والمنتجين القيام بكافة النشاطات والوسائل التي يتنافسوا بها مع غيرهم ، لذلك استوجب وضع قواعد تكون من شأنها تنظيم المنافسة لتكون نظاماً قانونياً يحكم النشاطات والممارسات التجارية ويؤسس الى المناخ السليم للمنافسة ما بين المتنافسين ويقوم بحظر الاعمال التي تؤدي الى الحاق الضرر بالآخرين^(٩). ولكون المنافسة غير مشروعة هي وليدة الاقتصاد الحر فلم نجد هذا النوع من المنافسة في العراق ما قبل عام ٢٠٠٣ ذلك لكون الاقتصاد العراقي كان موجه ويحدد لكل مشروع الدور المعين له في تنفيذ الخطط الاقتصادية^(١٠). لذا لم نجد في قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ المعدل اي اشارة تذكر الى مفهوم المنافسة غير المشروعة وترك الامر للقضاء العراقي والفقهاء في تحديد الاعمال والممارسات التي من شأنها الانطواء تحت مظلة المنافسة غير المشروعة ، وبما ان مهمة وضع التعريفات تكون من صلب اختصاص القضاء والفقهاء فأننا نؤيد ما ذهب اليه المشرع العراقي من عدم اقام نفسه لوضع هكذا تعريفات لان الاعمال التجارية والحياة الاقتصادية في تطور متسارع قد يكون المصطلح او التعريف الخاص الذي يحدده المشرع العراقي للمنافسة غير المشروعة يجعل منها مفهوم جامد ، حتى ان المشرع العراقي لم ينظم قانوناً خاصاً به ، بل على العكس فانه ترك موضوع المنافسة غير المشروعة للقواعد العامة في المسؤولية المدنية . ألا ان المشرع العراقي ادرك وضع الاقتصاد الوطني بعد الانفتاح على الاسواق العالمية ما بعد عام ٢٠٠٣ وتحول هذا الاقتصاد من الاقتصاد الموجه الى الاقتصاد المفتوح الذي اصبحت المنافسة غير المشروعة موجودة فيه ، مما تطلب الامر ان يعجل في تشريع قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ ويهدف هذا القانون إلى تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الضارة بالمجتمع التي يقوم التجار او المنتجين او مقدمي الخدمات او غيرهم بها اذ جاء في المادة الاولى منه تعريف المنافسة على انها : "الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي"^(١١) ، من التعريف يتوضح لنا ان المنافسة المشروعة كل الاعمال والممارسات التي يقوم بها التجار والمنتجين في مجال التجارة والانتاج ، على الرغم من مساهمة المشرع العراقي لما شهدته الساحة التجارية من تطور ملحوظ وتشريعه لقانون المنافسة ومنع الاحتكار وسبقها بإصدار قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠^(١٢)، الا انه انتقد لعدم تشريع قانون خاص ينظم اعمال وممارسات المنافسة غير المشروعة ، لكون هذين القانونين ليس لديهما القدرة الكاملة على سد الفجوة التي احدثها المشرع العراقي عندما الغى الباب السادس من القانون التجاري العراقي رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠ الملغى الذي جاء فيه بالمادة (٩٨) على اعتبار مزاحمة غير مشروعة للأفعال التي تخالف العادات والاصول الشريفة في المعاملات التجارية ويدخل في ذلك على وجه الخصوص الاعتداء على العلامات التجارية وحددت هذه المادة العقوبة لكل من يعتدي على الاخرين بنشاط او وسيلة غير مشروعة ، الا ان المشرع العراقي ترك موضوع المنافسة غير المشروعة للقواعد العامة في المسؤولية المدنية ، ولكون العراق عضوا في اتفاقية باريس المختصة في حماية الملكية الصناعية لم يترك العمل بأحكام المنافسة المشروعة التي تضمنتها تلك الاتفاقية .

الفرع الثالث موقف الفقه الاسلامي من المنافسة غير المشروعة

الشريعة الاسلامية تحرص على رد الاعتداء ومنع الضرر ، كما ان ازالة الضرر من الاسس المهمة التي استقها فقهاء الاسلام من كتاب الله تعالى والاحاديث النبوية للرسول الاكرم محمد (ص) وخير دليل قوله تعالى (ولا تضاروهن لتضيفنوا عليهن) البقرة : ٢٣٣ ، كما حظي السوق في عهد النبي محمد (ص) باهتمام ورعاية كبيرة منه وكان يسعى دائما للأشراف عليه ومتابعته ووضع الاسس والضوابط التي تنظمه، كما سن له أداباً وظهره من كثير من البيوع الفاسدة ، ومنع بيع المحرمات فيه وكان (ص) يعتنى بحرية الاسواق واتاحة الفرصة المتكافئة في البيع والشراء بين الجميع وعلى السواء ، والشريعة الاسلامية اباحت العمل التجاري وشجعت عليه واباح الاسلام المنافسة التجارية المشروعة فيه فالإسلام يدعو الى المنافسة لكن جعل لها صفات خاصة ، اذ يجب ان تكون منافسة بناءة تنصب على التسابق في تقديم العمل الجيد ، والالتقان في جودة المنتج ، كما يجب ان تكون منافسة شريفة لا تلحق الضرر بالآخرين، التجارة تعد من افضل الطرق للكسب واشرفها لكن متى ما كانت المنافسة فيها تتبع الامانة والنزاهة والصدق في التعامل لا التي تكون مبنية على الغش والتدليس ، هذا ما لمسناه في الحديث النبوي للرسول محمد (ص) (لا ضرر ولا ضرار)^(١٣) ، يعد هذا الحديث من القواعد الفقهية المهمة التي اعتمدها الفقهاء في تأسيس الاحكام الشرعية للحد من المنافسة غير المشروعة التي يمتنها ضعاف النفوس ويتسببون بالحق الضرر للآخرين ، كما ان هذه القاعدة الفقهية هي الاساس لمنع الفعل الضار والطريق لتحديد النتائج في تعويض المتضرر والعقوبة التي تتناسب وحجم الضرر الذي لحقه المعتدي على غيره^(١٤) .



هناك من يقوم بأفعال وممارسات تتنافى مع روح الاسلام والشريعة السمحاء التي تدخلت لحماية الملكية من كل اعتداء لكي يستطيع الناس ممارسة اعمالهم بما يحقق لهم السعادة والحياة الامنة المستقرة , وهناك اصرار من الاضرار بالغير كما يشهد قول الرسول (ص) : "انك رجل مضار بعد اصراره" (١٥) , وشمل الحديث النبوي نفي الضرر الخاص والضرر العام , لذلك يكون الاعتداء على اموال الناس والحاق الضرر بهم امر محرم شرعاً , وعلى وجه الخصوص ممن يقومون بأعمال الاستيلاء على العلامات التجارية وتقليدها او تزويرها (١٦) , كفعل من افعال المنافسة غير المشروعة , فان هذه الافعال تعد محرمة لكونها تلحق الضرر بالغير سواء كان هذا الضرر يلحق مالك العلامة التجارية او صاحب الحق فيها او جمهور المستهلكين , ولكي تتحقق الحماية من قبل الشريعة الاسلامية يجب ان يكون هناك اعتداء قد وقع من قبل المعتدي على الاخرين ضمن مفهوم المنافسة غير المشروعة مما ترتب عليه الحاق الضرر في الاخرين بأموالهم او انفسهم (١٧) , والعقوبات في الشريعة الاسلامية اما تكون تحت قسم الحدود او تلك العقوبات تحت قسم التعزير , والنشاطات والممارسات التي يقوم بها الشخص في المنافسة غير المشروعة كتزوير او تقليد او اغتصاب العلامات التجارية تقع تحت قسم التعزير , وفقهاء الشريعة الاسلامية قد حددوا في احكامهم لإزالة الضرر طريقتين هما ازالة عين الضرر والتعويض عن الضرر واستخدام هاتين الطريقتين لا يمنع من استخدام الاسلوب العقابي المتمثل في الغرامة او الحبس والاتلاف او اي عقوبة من العقوبات التعزيرية (١٨) , وتنتظر المعتدي عقوبة اخروية لكونه ارتكب فعلاً محظوراً شرعياً وفي حال عدم ارجاع الحق لصاحبه او التعويض عن الضرر الذي لحقه سوف يتعرض للمعاقبة يوم القيامة , ومن المعلوم ان من طرق المنافسة غير المشروعة هي غصب الحق كما في غصب العلامة التجارية من صاحب الحق في ملكيتها واغتصاب العلامة التجارية حرام شرعاً وقد جاء في قوله تعالى (يا ايها الذين امنوا لا تأكلوا اموالكم بينكم بالباطل الا ان تكون تجارة عن تراضٍ منكم) النساء : ٤ , كما ان الغصب وان كان محرم شرعاً وارتكاب هذا الفعل يعد جريمة في الشريعة الاسلامية فإنه ايضاً يعد تعدي على الحق الادبي وهو ينطوي على نوع من انواع الكذب (١٩) , حينما يقوم الشخص في المنافسة غير المشروعة بنسب العلامة التجارية لنفسه ويقوم بتزويرها من دون ان يبذل جهد , ومن ثم يحصل على الاموال الكبيرة والارباح السريعة لكون العلامة التجارية الاصلية كانت ذات شهرة وسمعة كبيرة . مما تقدم نجد ان تنوع العقوبات التعزيرية وتعددتها يجعل منها من المرونة الكافية في مواجهة التعديات التي تستهدف الحقوق ومنها افعال المنافسة غير المشروعة , فيجوز لولي الامر او القاضي بتوقيع الغرامة المالية كعقوبة مالية تقع على الشخص الذي يقوم بممارسات ونشاطات تكون ضمن مفهوم المنافسة غير الشرعية مما تسبب هذه الممارسات الى الحاق الضرر بالآخرين واجازت الشريعة الاسلامية الجمع بين عقوبة الغرامة وغيرها من العقوبات التعزيرية , وما دعا الشريعة الاسلامية لإيجاد هذه العقوبات لمصلحة عامة الناس وحماية حقوقهم مع حجم الضرر الذي لحق بهم من جراء ممارسة المنافسة غير المشروعة على حقهم (٢٠) .

المبحث الثاني شروط قبول دعوى المنافسة غير المشروعة

دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى قضائية شرعت لغرض الحماية من النشاطات والممارسات غير المشروعة التي تلحق الضرر بالآخرين في المنافسة التجارية , وتستند لذات الاساس الذي تستند اليه دعوى المسؤولية التقصيرية لكن الشروط الواجب توفرها لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة تختلف عن الشروط التي تقام فيها دعوى المسؤولية التقصيرية , ففي اغلب الاحيان تتعرض العلامة التجارية لأعمال المنافسة غير المشروعة لكونتها من اهم عناصر المحل التجاري وكذلك اكثرها اتصال وانتشار بالتجارة والاقتصاد الوطني , مما جعلها تحتل مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الفكرية , لذلك سعت التشريعات الوطنية لتوفير الحماية القانونية لها جراء التعدي عليها في حال قيام المنافسة غير المشروعة على العلامة التجارية بذاتها , او من خلال تقليدها او اي صورة من صور التعدي عليها . وقبل تحديدنا للشروط الواجب توفرها في قيام حالة التنافس نود الاشارة الى ان الاساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة هي الاحكام العامة لدعوى المسؤولية المدنية غير العقدية التي يكون اساسها الفعل غير المشروع على ان يتم مراعاة الطبيعة الخاصة التي تجعل من هذه الدعوى نوعاً خاصاً من دعوى المسؤولية تختلف بعض احكامها عن دعوى المسؤولية وعليه يتم تطبيق القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية عند وقوع تعدي على العلامة التجارية وبإمكان من يقع فعل التعدي على علامته التجارية بأي صورة من صور التعدي ان يقيم دعوى المنافسة غير المشروعة التي تستند الى نص المادة (٢٠٤) من القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ التي نصت على ان : "كل تعد يصيب الغير باي ضرر اخر غير ما ذكر في المواد السابقة يستوجب التعويض" (٢١) . كذلك المشرع المصري الذي اورد في القانون المدني المصري رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨ ان الخطأ الذي يرتكب وتسبب في ضرر للغير استوجب على مرتكبه التعويض (٢٢) . هناك اتجاهات فقهية اخرى لكن الباحث يرى عدم الخوض في تفاصيلها ذلك لان استقرار الراي الفقهي السائد في اغلب التشريعات المقارنة على ما تقدم , لذلك

سنقوم في هذا المبحث من تقسيمه الى ثلاثة مطالب على بيان الشروط الواجب توفرها لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة التي تكون في الاغلب قيام حالة المنافسة بين التجار او المنتجين او مقدمي الخدمات للتنافس فيما بينهم وهذا ما سنتناوله في المطلب الاول اما المطلب الثاني لبيان ثبوت التعدي على العلامة التجارية من جراء المنافسة غير المشروعة والمطلب الثالث لبيان ثبوت الضرر الذي لحق الغير من فعل التعدي على علامته التجارية والذي يؤسس عليه التعويض بأنواعه.

المطلب الأول قيام حالة المنافسة

لغرض توافر الصفة القانونية في دعوى المنافسة غير المشروعة , يجب قيام حالة المنافسة, وتتحقق هذه الحالة عندما يسعى التجار او المنتجين لجذب عملاء اليهم , ويكون التوجه الى كافة العملاء الذين هم بالأصل متجهين لدى التجار او المنتجين لجذبهم الى علاماتهم التجارية, حيث لا يمكن تصور تحقق المنافسة غير المشروعة مالم تكون هناك منافسة حقيقية, والمنافسة وحدها لا تكفي , انما يجب ان يتصف المتنافسان بانهما ممن يعملوا ضمن الاعمال التجارية ويجب ان يكون المتضرر من طرفي المنافسة تاجر او منتج او مقدم خدمة , لأنه لا يمكن تصور قيام شخص بفعل او نشاط وهو لا يعمل بالأعمال التجارية اي ليس تاجراً او منتجاً وعد هذا الفعل من اعمال المنافسة غير المشروعة (٢٣) , حتى لو حدث من جراء هذا العمل انصراف العملاء لدى صاحب المتجر او المصنع , لان هذا التصرف نادر الحدوث ومن قام بهذا العمل يفترق لوجود الصفة القانونية وهي الصفة التي يتمتع بها التاجر او المنتج , ويمكن اعتبار هذا التصرف يقع ضمن المسؤولية التقصيرية لكونه تسبب بالحق الضرر بالأخرين , كما ان حالة المنافسة لا تتحقق في حال قيام التاجر او المنتج باستعمال علامة تجارية مستعملة او مسجلة سابقا الا ان استخدامها يكون خارج ميدان العمل التجاري , حيث هذا الاستعمال لا يؤدي الى حدوث حالات اللبس والخط لدى جمهور المستهلكين , كما يجب ان تكون النشاطات او ممارسات الاعمال التي تقع تحت مفهوم المنافسة غير المشروعة قد حدثت في وقت وجود اعمال طرفي المنافسة اي ان يكون نشاطاً المتنافسين موجود وقت وقوع اعمال المنافسة غير المشروعة (٢٤) , لان عمل المنافسة لا يتحقق الا اذا كان الفعل الذي يقوم به المنافس على حساب النشاط الذي يقوم به المتنافس الاخر , ولو افترضنا وجود تاجر قد اغلق متجره وعطل كافة نشاطاته التجارية وجاء تاجر اخر وقام بعمل علامة تجارية تقارب ذلك المنتج فهنا لا نجد المنافسة غير المشروعة قد تحقق حالة من حالات قيامها , ذلك لان عمل التاجر الاخير لا يضر بالتاجر الاول لكونه قد انصرف عملاءه بسبب غلق المتجر (٢٥) . اختلف فقهاء القانون في احتساب وقوع فعل المنافسة غير المشروعة فيما اذا وقع فعل الاعتداء على المشروعات التجارية التي تختلف في المنتج او السلعة او الخدمة التي تقدمها , مثال على ذلك قيام تاجر باستعمال علامة تجارية لمنتجاته التي هي مخصصة للمواد الغذائية , وهناك علامة تجارية مقارنة او مطابقة لهذه العلامة لتمييز الادوية الطبية , هنا استقر رأي الفقهاء على امرين اولهما من رأى بوجود ان تكون افعال المنافسة غير المشروعة بين النشاطات التجارية التي تكون متشابهة في المنتج والسلعة, كان يقوم صاحب مصنع لصناعة العطور باستخدام علامة تجارية تقارب او تطابق علامة تجارية مسجلة او مستعملة لتمييز العطور ايضاً , ويرى الفقهاء ممن اعتمدوا هذا الرأي بوجود حالة التماثل في النشاط التجاري يمكن ان يؤدي الفعل او الممارسة غير المشروعة التي قام بها صاحب المصنع بتحويل العملاء الى متجره مما يجعل وجود المنافسة غير المشروعة تلحق الضرر بمنافسه , في حين ذهب الفريق الثاني من الفقهاء على عدم اشتراط وجود تماثل تام في النشاطات التجارية لغرض قيام حالة التنافس غير المشروع, انما يكفي وجود اي صلة بين النشاطات التجارية , فعندما تكون المنافسة بين متجرين احدهما له نشاطات متعددة وسلعة عديدة ومتنوعة , والاخر له نشاط واحد يقوم من خلاله بتوزيع سلعة واحدة لكنها تدخل ضمن النشاطات والسلع المتعددة لمنافسة (٢٦) , مثال على ذلك صاحب مصنع لإنتاج الحليب ومشتقاته , والشخص الاخر يقوم بإنتاج الحليب فقط , لذلك سوف تقوم حالة المنافسة غير المشروعة في المنتج المشترك بين طرفي المنافسة ذلك لحدوث اللبس والخط لدى جمهور المستهلكين (٢٧) . يؤيد الباحث الرأي الثاني من الفقهاء الذي يرجح قيام حالة المنافسة غير المشروعة حتى وان لم يتماثل النشاطين التجاريين المتنافسين , ذلك لان فعل المنافسة غير المشروعة ينطوي على مخالفة القوانين والاعراف التجارية والنزاهة والامانة , سواء كان القصد منه الخط واللبس لدى جمهور المستهلكين او لغرض الحط من سمعة التاجر وقيمة وجودة العلامة التجارية التي تحملها منتجاته او سلعه , فأى فعل من هذه الافعال يشكل حالة من حالات المنافسة غير المشروعة ويعطي الحق للمتضرر برفع دعوى المنافسة غير المشروعة , مثال لذلك عندما يقوم مجموعة من العملاء بطلب منتج غذائي لعلامة تجارية وبعد فترة من الزمن وجدوا العلامة التجارية الخاصة بهذا المنتج موجودة على منتجات للألبسة , هنا سوف يحدث الخط لدى العملاء معتقدين ان هذه المنتجات من الملابس تعود لنفس التاجر الذي جذبهم لمنتجاته الغذائية التي تحمل نفس العلامة التجارية (٢٨) , ذلك لوجود تماثل

٣- "كل من وضع بسوء نية علامة تجارية مسجلة مملوكة لجهة أخرى على منتجاته".
٤- "كل من باع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع متعمدا منتجات تحمل علامة تجارية مقلدة أو علامة تجارية موضوعة بصورة غير قانونية".

٥- "كل من عرض عمدا تأدية خدمات بموجب التزوير أو التقليد أو باستعمال علامة بصورة غير مشروعة".
كم نصت المادة (٣٦) على : "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد على مائة دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين"
١- "كل من استعمل علامة غير مسجلة مما هو منصوص عليه في الفقرات من ٢ الى ١١ من المادة الخامسة من هذا القانون".
٢- "كل من ذكر خلافا للواقع على علاماته أو أوراقه التجارية اية اشارة تؤدي الى الاعتقاد بتسجيلها . وكانت تلك العلامة غير مسجلة".
يتضح لنا من خلال نصوص المواد القانونية ان صور التعدي على الحق في العلامة التجارية هي - على سبيل المثال وليس الحصر- لان الحياة الاقتصادية بتطور مستمر مما يضيف انواع متعددة من افعال التجار والمنتجين ومقدمي الخدمة لارتكاب افعال المنافسة غير المشروعة الا ان الصور التي تم تحديدها او اية صورة لم تذكر فهي جميعاً تعطي الحق لصاحب العلامة التجارية المسجلة او غير المسجلة ان يقوم برفع دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض واتخاذ الاجراءات التحفظية لمنع وقوع الضرر حتى وان كانت نية الشخص المعتدي قاصداً الاضرار ام لا (٣٤). في حين نجد المشرع المصري ايضاً اشار الى بعض الصور التي تمثل افعال من المنافسة غير المشروعة وهذا ما تم تحديده في القانون التجاري المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ في نص المادة (٦٦) التي عدت كل فعل يخالف العادات والاصول المرعية في المعاملات التجارية وفي الاخص الاعتداء على العلامة التجارية يندرج ضمن افعال المنافسة غير المشروعة، والمشرع المصري من خلال هذه المادة القانونية لم يحصر حالات التعدي على العلامة التجارية التي تدخل ضمن مفهوم المنافسة غير المشروعة انما اعتبرها انها تعدي على الحق في العلامة التجارية وترك للقضاء ان يضيف اي فعل من الافعال التي يجده تعدياً وتندرج تحت بند افعال المنافسة غير المشروعة (٣٥).

المطلب الثالث ثبوت الضرر الموجب للتعويض وانواعه

عند قيام التاجر او المنتج او مقدم الخدمة بالاعتداء على الغير في حقه بالعلامة التجارية بأي صورة من صور التعدي كأن يقوم بتزوير العلامة او تقليدها او اغتصابها، مما سيلحق الضرر بمالكها ، يكون له الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض عما لحق به من ضرر لان دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى اساسها الفعل الضار (٣٦) ، ويجب ان يكون الضرر متعلقاً بالعمل المهني التجاري للتاجر ، اما اذا كان الضرر الذي لحق به يتعلق بحياته الخاصة ولم يشكل ضرراً على نشاطاته التجارية فلا يدخل هذا الفعل ضمن اعمال المنافسة غير المشروعة كما لا يمكنه طلب التعويض لتعرضه من فعل اضر به انما يكون المطالبة بالتعويض كفرد عادي حسب احكام القانون في القواعد العامة للمسؤولية المدنية (٣٧) ، والضرر قد يقع فعلاً بسبب فعل التعدي على العلامة التجارية او يكون وقوع الضرر في المستقبل ، او يتوقع وقوع الضرر بسبب التعدي ، والضرر الذي يحدث في حال التعدي على العلامة التجارية هي خسارة صاحب الحق عملاءه الذين كانوا يجذبون للمتجر او المصنع وليس بالأهمية ان يكون انصرفهم عنه للمتجر او المصنع الذي قام بالاعتداء على علامته التجارية او لغيره من التجار او المنتجين الذين لم يكونوا اصلاً طرفاً في الاعتداء او المساهمة بالفعل الضار الذي لحق بالمتضرر ، وفيما يتعلق بالضرر ان يكون محققاً في مجال المنافسة غير المشروعة هناك اراء فقهية فمن الفقهاء من يرى ضرورة تحقيق الضرر لغرض المطالبة بالتعويض ، كما هو موجود في القواعد العامة التي تتعلق بالتعويض عن الضرر ، وهناك جانب من الفقهاء لا يشترط تحقيق الضرر عند المطالبة بالتعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة ، انما يكفي بوجود الضرر المستقبلي او الاحتمالي (٣٨) ، وما يميز بين الضرر المستقبلي والضرر الاحتمالي ان الضرر المستقبلي هو الضرر الذي من المؤكد وقوعه او محقق الوقوع في المستقبل في حين ان الضرر الاحتمالي هو الضرر الذي لم يقع وليس من المؤكد تحقق وقوعه انما يحتمل وقوعه او عدم وقوعه ، لذلك كان الراي الغالب للفقهاء انهم قد فرقوا بين الضرر الموجب للتعويض والضرر الذي يوجب القيام بإجراءات لمنع وقوع الضرر المحتمل لذلك كانت رؤيتهم ان الحكم بالتعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة يجب ان يكون فيه الضرر محققاً وهذا الضرر الذي يكون قد وقع فعلاً او انه حتمي الوقوع ، اما في حال الضرر الذي يلزم الحكم فيه ان تتخذ اجراءات كفيلة بمنع وقوع الضرر فهذا الضرر لا يشترط فيه لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة ان يكون الضرر محققاً وانما يحتمل الوقوع فقط لكون دعوى المنافسة غير المشروعة لا تتوقف على وجود الضرر (٣٩) ، على الرغم من كون دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية مدنية من كافة النواحي ، لكن لها خصوصية يجب

مراعاتها , ذلك لان هذه الدعوى لا تستهدف فقط التعويض عن الضرر الذي لحق بالمتضرر انما تسعى لإيقافه وعدم الاستمرار بالضرر ومن ثم لا يمكن الاستمرار بتطبيق كافة القواعد في المسؤولية المدنية على دعوى المنافسة غير المشروعة فكان لها استثناء من القواعد العامة لكونها تهدف الى وقاية صاحب الحق في العلامة التجارية المعتدى عليها من الضرر واستمراره من خلال بعض الاجراءات التي تتخذها المحكمة المختصة بالتعويض والاجراءات التحفظية والتكميلية واتلاف المواد المستخدمة في التقليد او تزوير للعلامة التجارية^(٤٠) , صاحب الحق في العلامة التجارية المعتدى عليها لا يشترط عليه اثبات وقوع الضرر لكي يستطيع السير بإجراءات دعوى المنافسة غير المشروعة او لغرض ايقاف الضرر الذي يتوقع وقوعه , وبإمكانه التمتع بالحماية المدنية لعلامته المعتدى عليها من خلال رفع دعوى المنافسة غير المشروعة اذا كانت الغاية المرجوة منها هي للوقاية من الضرر دون المطالبة بالتعويض ويكون توافر الضرر الاحتمالي يكفي لإقامة الدعوى , ونجد من الصعوبة ايجاد رابطة سببية لذلك كان اتجاه الفقه القانوني لا يشترط اثبات الرابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة كونهم يرون ان حماية الحق في دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى اصلاح اي دعوى لجبر الضرر من الاعتداء الذي وقع على الحق مهما كان ذلك نوع الضرر فهي لا تتطابق مع دعوى المسؤولية التقصيرية لكون القضاء عندما يقبل حماية الحق من التعدي عن فعل غير مشروع وكان الضرر غير محقق او محتمل الوقوع ووجد صعوبة في اثبات الرابطة السببية , ذلك لان المعتدي على الحق قد خالف بفعله الاعراف والتقاليد التجارية وسلك الطرق غير الشريفة التي لا تمد للأمانة والنزاهة باي صلة , وكانت دعوى المنافسة غير المشروعة الرادع لهكذا اعمال من شأنها ان تكون اداة ضبط للاقتصاد الوطني لكونها تستطيع مواكبة التطورات الاقتصادية المتسارعة^(٤١) , ايدت محكمة التمييز الاتحادية العراقية هذا الاتجاه الفقهي واكدت على وجوب وجود الضرر الذي لحق بصاحب الحق في العلامة التجارية المعتدى عليها حتى يمكن ان يعوض عما يتناسب والضرر الذي لحقه^(٤٢) , عند حدوث فعل التعدي على الحق في العلامة التجارية فقد ينتج عنه نوعان من الضرر فأما يكون الضرر مادياً وهو الضرر الذي يصيب الشخص في ماله وجسمه ويكون اخلال في حق او مصلحة لها القيمة المالية كاستعمال علامة تجارية او تقليدها من دون اذن مالكها الاصلي مما يؤدي هذا الاستعمال الى وجود حالة من الخلط واللبس لدى جمهور المستهلكين , فينعكس سلباً على تحقيق المبيعات والارباح لصاحب الحق في العلامة التجارية المعتدى عليها , او ان يتحقق من ذلك التعدي ضرر ادبي وهذا الضرر لا يصيب الشخص في ماله انما يصيب مصلحة غير مالية , كالضرر الذي يصيب الشخص في شعوره وايداءه لسمعته او لعاطفته او في مركزه التجاري . وحددت محكمة استئناف رام الله في فلسطين المعنى للضرر على انه هو ما يؤدي الشخص في نواح مادية ومعنوية والضرر على نوعان الضرر المادي والضرر الادبي اما الضرر المادي هو الذي يصيب الشخص في ذمته المالية اي يصيب كيانه المالي , بينما الضرر الادبي هو ما يعرف بالضرر المعنوي الذي يصيب الشخص في شعوره نتيجة المساس بعاطفته وكرامته اي الاصابة في غير مصلحة مالية^(٤٣) , نود الاشارة ان في دعوى المسؤولية المدنية قد يتحقق الضرر الادبي من دون وجود الضرر المادي او على العكس من ذلك , لكن في ميدان المنافسة التجارية لا يمكن وقوع الضرر الادبي من دون ان يلحق التاجر او المنتج الضرر المادي , فانه عند المساس بسمعة تاجر وتشويهها يكون قد لحقه الضرر الادبي , الا ان هذا التشويه لسمعته سوف يلحق الضرر المادي بالتاجر لأنه يؤدي الى فقدان جمهور من المستهلكين للتأثير عليهم بالإشاعات والاكاذيب التي اطلقت بحق سمعة التاجر^(٤٤) . يرى الباحث ان الاعتداء على العلامة التجارية باي فعل من افعال المنافسة غير المشروعة يلحق بصاحب الحق في العلامة التجارية ضرراً مزدوجاً , الضرر المادي والضرر المعنوي حيث يؤثر هذا الضرر بمركزه المالي وفي مركزه الاجتماعي لأن الاعتداء سوف يحط من قيمة المنتجات او السلع التي تحملها العلامة التجارية وسيكون هذا الاعتداء مؤثر على سمعة التاجر وفقدان الثقة بالمنتجات او السلع التي تميزها علامته التجارية , مما يولد نظرة لدى جمهور المستهلكين بان هذا التاجر او المنتج مخادع وغير جدير بالثقة , عليه يمكننا القول بان المحكمة المختصة لا يمكن لها ان تحكم بالتعويض عن الضرر الذي لحق جراء فعل التعدي على صاحب الحق في العلامة التجارية , الا بعد ان يثبت لها من تحقق الضرر كان مادياً او ادبياً , او ان الضرر سوف يتحقق وقوعه مستقبلاً , وفي حال رؤية المحكمة ان الضرر محتمل الوقوع تقوم حينها باتخاذ الاجراءات التي تمنع استمرار الضرر او تجنب وقوعه .

الذاتة

ان الاحداث التي تتعلق في اللبس والخلط مع العلامات التجارية للغير التي عادة ما تكون في صور عديدة التي تكون اهمها في تقليد العلامات من خلال تزويرها او اغتصابها , نكون حينها في منازعات للمنافسة غير المشروعة , لذلك نجد ان القوانين التي نظمت المنافسة غير المشروعة تكون مكملة للأطر القانونية التي تحمي الملكية الفكرية التي انتجت قانون حماية العلامات التجارية , ومما يجدر الاشارة

اليه ان التشريعات الخاصة في المنافسة غير المشروعة تعمل بصورة موازية مع قانون العلامات التجارية , لأنها تعالج الادعاءات التي تستهدف تضليل جمهور المستهلكين , ولكون المنافسة غير مشروعة هي وليدة الاقتصاد الحر فلم نجد هذا النوع من المنافسة في العراق ما قبل عام ٢٠٠٣ ذلك لكون الاقتصاد العراقي كان موجه ويحدد لكل مشروع الدور المعين له في تنفيذ الخطط الاقتصادية .لذا لم نجد في قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ المعدل اي اشارة تذكر الى مفهوم المنافسة غير المشروعة وترك الامر للقضاء العراقي والفقه في تحديد الاعمال والممارسات التي من شأنها الانطواء تحت مظلة المنافسة غير المشروعة , ألا ان المشرع العراقي ادرك وضع الاقتصاد الوطني بعد الانفتاح على الاسواق العالمية ما بعد عام ٢٠٠٣ وتحول هذا الاقتصاد من الاقتصاد الموجه الى الاقتصاد المفتوح الذي اصبحت المنافسة غير المشروعة موجودة فيه , مما تطلب الامر ان يعجل في تشريع قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ ويهدف هذا القانون إلى تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الضارة بالمجتمع التي يقوم التجار او المنتجين او مقدمي الخدمات او غيرهم , الشريعة الاسلامية تحرص على رد الاعتداء ومنع الضرر , كما ان ازالة الضرر من الاسس المهمة التي استقاها فقهاء الاسلام من كتاب الله تعالى والاحاديث النبوية للرسول الاكرم محمد (ص) , وقد اباحت شريعتنا الاسلامية السماح بالعمل التجاري وشجعت عليه واباح الاسلام المنافسة التجارية المشروعة فيه فالإسلام يدعو الى المنافسة لكن جعل لها صفات خاصة , اذ يجب ان تكون منافسة بناءة تنصب على التسابق في تقديم العمل الجيد , والالتقان في جودة المنتج , كما يجب ان تكون منافسة شريفة لا تلحق الضرر بالآخرين, والتجارة تعد من افضل الطرق للكسب واشرفها لكن متى ما كانت المنافسة فيها تتبع الامانة والنزاهة والصدق في التعامل لا التي تكون مبنية على الغش والتدليس , هذا ما لمسناه في الحديث النبوي للرسول محمد (ص) (لا ضرر ولا ضرار) , يعد هذا الحديث من القواعد الفقهية المهمة التي اعتمدها الفقهاء في تأسيس الاحكام الشرعية للحد من المنافسة غير المشروعة التي يمتنها ضعاف النفوس ويتسببون بالحاق الضرر للآخرين . التشريعات الوطنية والدولية رسمت كيفية قيام دعوى المنافسة غير المشروعة , التي هي دعوى قضائية شرعت لغرض الحماية من النشاطات والممارسات غير المشروعة التي تلحق الضرر بالآخرين في المنافسة التجارية , وتستند لذات الاساس الذي تستند اليه دعوى المسؤولية التقصيرية لكن الشروط الواجب توفرها لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة تختلف عن الشروط التي تقام فيها دعوى المسؤولية التقصيرية , وضحنا من خلال بحثنا حسب المشرع العراقي ان الاساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة هي الاحكام العامة لدعوى المسؤولية المدنية غير العقودية التي يكون اساسها الفعل غير المشروع على ان يتم مراعاة الطبيعة الخاصة التي تجعل من هذه الدعوى نوعا خاصا من دعوى المسؤولية تختلف بعض احكامها عن دعوى المسؤولية وعليه يتم تطبيق القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية عند وقوع تعدي على العلامة التجارية وبإمكان من يقع فعل التعدي على علامته التجارية بأي صورة من صور التعدي ان يقيم دعوى المنافسة غير المشروعة التي تستند الى نص المادة (٢٠٤) من القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ التي نصت على ان : " كل تعد يصيب الغير باي ضرر اخر غير ما ذكر في المواد السابقة يستوجب التعويض ".اغلب التشريعات استقر الرأي الفقهي السائد فيها على ان الشروط الواجب توفرها لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة التي تكون في الاغلب على ثلاثة شروط اولهما قيام حالة المنافسة بين التجار او المنتجين او مقدمي الخدمات للتنافس فيما بينهم وثانيهما ثبوت التعدي على العلامة التجارية من جراء المنافسة غير المشروعة فيما يكون الشرط الثالث ثبوت الضرر الذي لحق الغير من فعل التعدي على علامته التجارية والذي يؤسس عليه التعويض بأنواعه.

المصادر

أولاً .. الكتب

- ١- ابراهيم انيس , وعبد الحليم منتصر , وعطية الصوالحي , ومحمد خلف الله احمد , المعجم الوسيط , الجزء الاول , الطبعة الرابعة , مجمع اللغة العربية _ مكتبة الشروق الدولية , ٢٠٠٤.
- ٢- آقا ضياء الدين العراقي, مقالات الأصول, تحقيق محسن العراقي ومنذر الحكيم, الجزء الثاني , الطبعة الاولى , نشر مجمع الفكر الإسلامي, ١٤١٤ هـ .
- ٣- الإمام الخميني, بدائع الدرر في قاعدة نفي الضرر , الطبعة الثانية , مؤسسة نشر اثار الامام الخميني, قم , ١٤١٤ هجرية .
- ٤- امجد الدين الفيروز ابادي الشيرازي , مختار الصحاح , دار الكتب العلمية , بيروت.

- ٥- د. عبد الرزاق احمد السنهوري , الوسيط في شرح القانون المدني , مصادر الالتزام , الجزء الاول , دار احياء التراث العربي , بيروت , لبنان .
- ٦- د. محمد حسين اسماعيل الحماية الدولية للعلامة التجارية , القاهرة , ١٩٧٨ .
- ٧- د. اكثم أمين الخولي , الوسيط في القانون التجاري , الجزء الثالث الاموال التجارية , الطبعة الاولى , مطبعة نهضة مصر , القاهرة , ١٩٦٤ .
- ٨- د. حسني المصري , القانون التجاري الكويتي , الطبعة الثانية , مؤسسة دار الكتب , الكويت , ١٩٩٦ .
- ٩- د. حسين الماحي , حماية المنافسة , الطبعة الاولى , المكتبة العصرية , ٢٠٠٧ .
- ١٠- د. سميحة القليوبي , القانون التجاري , دار النهضة العربية , القاهرة , ١٩٧٦ .
- ١١- د. علي حسين يونس , المحل التجاري , منشورات دار الفكر العربي , ١٩٦٣ .
- ١٢- د. فلاح عبد الحسن هاشم الدوخي , نفي التشريع الضريبي في الإسلام , الطبعة الاولى , مؤسسة ولي عصر للدراسات الإسلامية , قم , ٢٠١٦ .
- ١٣- د. كيلاني عبد الرازي محمود , حماية المحل التجاري عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة , دار النهضة العربية , القاهرة , ٢٠٠١ .
- ١٤- د. محمد انور علي , الاغراق من صور المنافسة غير المشروعة , دار النهضة العربية , القاهرة , ٢٠١٠ .
- ١٥- د. محمد انور علي , حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق , دار النهضة العربية , القاهرة , ٢٠٠٦ .
- ١٦- د. محمد بهجت عبد الله قايد , القانون التجاري , الطبعة الاولى , دار النهضة العربية , القاهرة , ١٩٩١ .
- ١٧- د. محمد بهجت عبد الله قايد , القانون التجاري , الطبعة الاولى , دار النهضة العربية , القاهرة , ١٩٩١ .
- ١٨- د. محمد مصطفى عبد الصادق , النظام القانوني للتاجر في ضوء التشريعات العربية , دار الفكر والقانون , المنصورة , ٢٠١٥ .
- ١٩- د. محمود مختار بريري , قانون المعاملات التجارية , دار النهضة العربية , القاهرة , ٢٠١٠ .
- ٢٠- د. نعيم جميل صالح سلامة , المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها , دار النهضة العربية , القاهرة .
- ٢١- رجائي الدقي و مختار سعد , العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك , مطبعة الاعتماد للنشر , الاسكندرية .
- ٢٢- زينة غانم عبد الجبار الصفار , المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية , الطبعة الاولى , دار ومكتبة حامد للتوزيع والنشر , عمان , ٢٠٠٠ .
- ٢٣- الشيخ الكليني , الكافي , صححه وعلق عليه علي اكبر الغفاري , الجزء الخامس , دار الكتب الاسلامية , طهران , ١٣٦٧ هـ شمسي .
- ٢٤- عبد السلام داود العبادي , الملكية في الشريعة الاسلامية , طبع دار البشير للنشر , ٢٠٠٠ .
- ٢٥- محمد السيد الفقهي , دروس في القانون التجاري الجديد , دار المطبوعات الجامعية , الاسكندرية , ٢٠٠٠ .
- ثانياً .. رسائل الماجستير والدكتوراه
- ١- اثير بشير حمود سالم , الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون العراقي , رسالة ماجستير , جامعة المنصورة , مصر , ٢٠١٦ .
- القوانين والقرارات
- ١- قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ .
- ٢- قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ .
- ٣- القانون المدني المصري رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨ .
- ٤- قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ .
- ٥- قرار محكمة النقض المصرية في الطعن الوارد اليها رقم (٤٥٣٦) لسنة ٢٠٠٢ .
- ٦- قرار لمحكمة التمييز الاتحادية العراقية يحمل الرقم ٥٥٦/الهيئة المدنية / ٢٠١٠ .

هوامش البحث

- (١) اثير بشير حمود سالم , الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون العراقي , رسالة ماجستير , جامعة المنصورة , ص ٩١
- (٢) د. اكنم أمين الخولي , الوسيط في القانون التجاري, الجزء الثالث الاموال التجارية , الطبعة الاولى , مطبعة نهضة مصر , القاهرة , ١٩٦٤ , ص ٣٧٩
- (٣) ابراهيم انيس , وعبد الحليم منتصر , وعطية الصوالحي , ومحمد خلف الله احمد , المعجم الوسيط , الجزء الاول , الطبعة الرابعة , مجمع اللغة العربية _ مكتبة الشروق الدولية , ٢٠٠٤ , ص ٢١٨
- (٤) امجد الدين الفيروز ابادي الشيرازي , مختار الصحاح , دار الكتب العلمية , بيروت , ص ٦٧٢
- (٥) زينة غانم عبد الجبار الصفار , المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية , الطبعة الاولى , دار ومكتبة حامد للتوزيع والنشر , عمان , ٢٠٠٠ , ص ١٠٦
- (٦) د. محمد بهجت عبد الله قايد , القانون التجاري , الطبعة الاولى , دار النهضة العربية , القاهرة , ١٩٩١ , ص ٢٠٩
- (٧) د. سميحة القليوبي , القانون التجاري , دار النهضة العربية , القاهرة , ١٩٧٦ , ص ٢٣٩
- (٨) د. نعيم جميل صالح سلامة , المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها , دار النهضة العربية , ٢٠١٥ , ص ١٧١
- (٩) د. محمد مصطفى عبد الصادق , النظام القانوني للتاجر في ضوء التشريعات العربية , دار الفكر والقانون , المنصورة , ٢٠١٥ , ص ٨٧
- (١٠) د. اكنم امين الخولي , مصدر سابق, ص ٣٧٩-٣٨٠
- (١١) ينظر للمادة الاولى من قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ , المنشور في جريدة الوقائع العراقية بعدد رقم (٤١٤٧) لسنة ٢٠١٠
- (١٢) قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠ المنشور في جريدة الوقائع العراقية بعدد رقم (٤١٤٣) لسنة ٢٠١٠
- (١٣) الشيخ الكليني , الكافي , صححه وعلق عليه علي اكبر الغفاري , الجزء الخامس , دار الكتب الاسلامية , طهران , ١٣٦٧ هـ شمسي , ص ٢٨٧
- (١٤) الإمام الخميني, بدائع الدرر في قاعدة نفي الضرر , الطبعة الثانية , مؤسسة نشر اثار الامام الخميني, قم , ١٤١٤ هجرية, ص ١٠٥ وما بعدها
- (١٥) آقا ضياء الدين العراقي, مقالات الأصول, تحقيق محسن العراقي ومنذر الحكيم, الجزء الثاني , الطبعة الاولى , نشر مجمع الفكر الإسلامي, ١٤١٤ هـ , ص ٣٠٢.
- (١٦) د. فلاح عبد الحسن هاشم الدوخي , نفي التشريع الضري في الإسلام , الطبعة الاولى , مؤسسة ولي عصر للدراسات الإسلامية , قم , ٢٠١٦, ص ١٩٧
- (١٧) د. فلاح عبد الحسن هاشم الدوخي, مصدر سابق , ص ٢١١
- (١٨) عبد السلام داود العبادي , الملكية في الشريعة الاسلامية , طبع دار البشير للنشر , ٢٠٠٠ , ص ٤١٤
- (١٩) آقا ضياء الدين العراقي, مقالات الأصول, مصدر سابق , ص ٣٤١
- (٢٠) د. محمد انور علي , حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق , دار النهضة العربية , القاهرة , ٢٠٠٦ , ص ١٣٢
- (٢١) د . عبد الرزاق احمد السنهوري , الوسيط في شرح القانون المدني , مصادر الالتزام , الجزء الاول , دار احياء التراث العربي , بيروت , لبنان , ص ٨٥٥
- (٢٢) ينظر للمادة (١٦٣) من القانون المدني المصري رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨ والتي نصت على انه : " كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض "
- (٢٣) د. محمد انور علي , الاغراق من صور المنافسة غير المشروعة, دار النهضة العربية, القاهرة , ٢٠١٠ , ص ٧١
- (٢٤) د. محمد انور علي , المصدر نفسه , ص ١٠٢
- (٢٥) محمد السيد الفقي , دروس في القانون التجاري الجديد , دار المطبوعات الجامعية , الاسكندرية , ٢٠٠٠ , ص ٣٠٥

- (٢٦) رجائي الدقي و مختار سعد , العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك , مطبعة الاعتماد للنشر , الاسكندرية , ٢٠٠٠ , ص ١٦١
- (٢٧) د. علي حسين يونس , المحل التجاري , منشورات دار الفكر العربي , ١٩٦٣, ص ١٣٤
- (٢٨) د. محمد حسين اسماعيل الحماية الدولية للعلامة التجارية , القاهرة , ١٩٧٨, ص ٢١٧
- (٢٩) قرار محكمة النقض المصرية في الطعن الوارد اليها رقم (٤٥٣٦) لسنة ٢٠٠٢ ونص القرار: أن هذا التعداد لما يعتبر من اعمال المنافسة غير المشروعة , لم يرد على سبيل الحصر , وان من حق المحاكم ان تقحم في هذا التعداد اعمالاً اخرى ترى وجوب اعتبارها من قبيل المنافسة غير المشروعة , ولها ان تلجأ لبلوغ هذا الهدف الى منطق القياس او الاجتهاد الحرفي في اطار التعريف العام الوارد في مطلع الفقرة الثانية من المادة (٦٦) , وهو متاح على الموقع الالكتروني <http://www.laweg.net/Default.aspx?action=H> , اخر زيارة ٢٠٢١/١٠/٢١
- (٣٠) د. حسني المصري , القانون التجاري الكويتي , الطبعة الثانية , مؤسسة دار الكتب , الكويت , ١٩٩٦ , ص ٣٠٩
- (٣١) د. محمد حسين اسماعيل , مصدر سابق , ص ٢٢١
- (٣٢) د. محمد مصطفى عبد الصادق , مصدر سابق , ص ١٦٣
- (٣٣) ينظر الى قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ وقد عدلت المواد (٣٥ و ٣٦) بموجب امر سلطة الائتلاف المؤقتة رقم (٨٠) لسنة ٢٠٠٤
- (٣٤) رجائي الدقي , مختار سعد , مصدر سابق , ص ١٧٦
- (٣٥) د. حسين الماحي , حماية المنافسة , الطبعة الاولى , المكتبة العصرية , ٢٠٠٧ , ص ١٤
- (٣٦) د. حسين الماحي , المصدر نفسه , ص ٤٣
- (٣٧) د. محمود مختار بريري , قانون المعاملات التجارية , دار النهضة العربية , القاهرة , ٢٠١٠ , ص ٢٠٦
- (٣٨) د. محمد بهجت عبد الله قايد , القانون التجاري , الطبعة الاولى , دار النهضة العربية , القاهرة , ١٩٩١, ص ٢٢٣
- (٣٩) د. كيلاني عبد الرازي محمود , حماية المحل التجاري عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة , دار النهضة العربية , القاهرة , ٢٠٠١ , ص ١٧٥-١٧٦
- (٤٠) د. كيلاني عبد الرازي محمود , المصدر نفسه , ص ١٩٨
- (٤١) د. احمد محمد محرز , مصدر سابق , ص ٤٤٢
- (٤٢) قرار لمحكمة التمييز الاتحادية العراقية يحمل الرقم ٥٥٦/الهيئة المدنية / ٢٠١٠ , متاح على الموقع الالكتروني لقاعدة التشريعات العراقية www.iraqlid.iq/identity_search.aspx , اخر زيارة يوم ٢٣/١٢/٢٠٢٠, الذي جاء فيه "لا يستحق المتضرر التعويض الا اذا اثبت الضرر من لجنة مختصة وان يكون القرار مؤيداً من اللجنة الاستئنافية" .
- (٤٣) قرار محكمة استئناف رام الله / فلسطين , رقم الطعن ٣٤٤/٢٠١٠ لسنة ٢٠١١, منشور على الموقع الالكتروني لمجلس الوزراء الفلسطيني لجنة متابعة شؤون المحاكم, <http://palestinecabinet.gov.ps/GovService/ViewService?ID=643> , اخر زيارة بتاريخ ٢٠٢١/١٢/٢٣
- (٤٤) د. احمد عبد الرزاق السنهوري , مصادر الالتزام , الجزء الاول , مصدر سابق , ص ٨٦٥