

المنافسة الطفيلية كوجه جديد للمنافسة غير المشروعة في إقليم كردستان العراق (دراسة تحليلية)

د. طالب برايم سليمان*، د. تحسين حمد سمائل**، د. صدقي محمد أمين عيسى***
***،**،*: قسم القانون/ فاكulti القانون والعلوم السياسية والادارة، جامعة سوران-
اقليم كردستان العراق.

الملخص

تعرف المنافسة الطفيلية، على أنها "سعي المشروع المتطفل للعيش في كنف مشروع آخر ذات شهرة واسعة للاستفادة من جهود ومثابة المشروع الذي بذله، والشهرة الذي حققه، اسمه التجاري، ومنتجاته دون أن يكون منافسه في الزبائن، أو النشاط التجاري، وإن أصل الفكرة مقتبس من علم بايولوجي حيث أقر هذا العلم بان الديدان (Helminthes) التي تعيش في جسم الكائنات الحية من النباتات، والحيوانات، وتحصل على غذاءه الكامل على حساب صحتها وسلامتها، تمثل طفيلًا بايولوجيًا بمعناه الدقيق، والفقيه الفرنسي- (Y. sait- Gal)، هو أول من نقل الفكرة إلى علم القانون، وأكد على أن الطفيل الاقتصادي في ميادين التجارة ينطبق عليه ذات وصف الطفيل البيولوجي، وتجدر الإشارة ان هناك العديد من الصور العملية للمنافسة الطفيلية ظهرت في الآونة الأخيرة في إقليم كردستان، والتي أخفق قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (٣) لسنة ٢٠١٣، والقوانين المعنية الأخرى في الإقليم من تنظيمه، وعليه فقد أولى هذا البحث إهتمامه بهذا الموضوع الحيوي بالدراسة، والتحليل، والتقويم. ووصلت الى عدة نتائج كما وابتد عدة مقترحات للمشروع الكوردستاني والتي يعتقد معها على انها مفيدة لحماية التنمية المستدامة، والأمن الاقتصادي في إقليم كردستان.

پوخته

دهتوانين پیناسه ی بکهین کیپرکی مشه خوړی بکهین بهوهی که بریتی یه له "ههولدانى پروژهی کیپرکیکه ر بو قازانج و ژيان کردن له ژیر سایه ی پروژهی که تر که خاوهن ناوبانگیکی

بازرگانی به رزه که به ههول ماندوو بونیکی زور به دی هیناوه جا چ له رووی بازرگانی یه که ی بیت یان کوالیتی کالاکانی، وه به بی ئه وی راسته وخو کپیرکیکاری کریارهکانی یان چالاکی یه بازرگانی یه که ی بیت، کروکی ئه م بیروکه یه له زانستی بایولوجی وه رگیراوه له و کاته ی که ئه و زانسته دانی به وه دانا که ئه و کرمولانه (Helminthes) ی که و له ناو لاشه ی رووه که کان و گیانه به ران داده ژین خوړاکی ته و او ی خو یان فره هم ده که ن له سهر حسابی ته ندروستی و سه لامه تی ئه و رووه کانه یان گیان له به رانه، وه ئه و زانسته ئه وانه ی به مشه خوړی بایولوجی ناوزه ند کرد.

وه یاساناسی فره نسی (Y. sait- Gal)، یه که م که س بوو که بیروکه که ی گواسته وه بو زانستی یاسا، وه ته ئکید ی له و کرده وه که مشه خوړی ئابووری له بواری بازرگانی هه مان خه سله تی مشه خوړی بایولوجی له سهر جیبه جیده بیت، وه ئه وه ی شایانی باس کرده له م دواییانه دا زور شیوه ی پراکتیکی له و جوړه رووه نوییه له کپیرکی ناشه ریفانه له هه ری می کوردستان سه ریان هه لدواو، که یاسای کپیرکی ونه هیشتنی قورخکاری کوردستانی ژماره (۳) سالی ۲۰۱۳ و یاساکانی تری په یوه ند له هه ری م نه یان توانویوه ری کخستنی یاسایان بو بکه ن، هه ر بویه ئه م توپزینه وه گرینگی به و بابه ته هه ستیاره ده دات به باس کردن و شیکر نه وه و ئاراسته کردن، وه له کو تاییدا گه یشتو ته چهن دهر ئه نجامیک هه روه ها چهن د پیشنیاریکی شی پیشکه ش به یاسادانه ری کوردستانی کرده که و مه زنده ده کریت که سودی هه بیت بو گه شه سهندنی به رده وام و ئاسایشی ئابووری له هه ری می کوردستان.

Abstract

The Parasitic competition can be defined as trying a competitor project to achieve interest behind another commercially well-known project, in which the second has been found by paying so many efforts in terms of commercial and quality of products.

Originally, the core of this idea has been derived from biological science, since this science admitted that the Helminthes, which live in organisms from plants and animals, take their full food on backup of health and safety of these plants and animals, this was regarded biological parasite.

The French Jurist (Y. Sait- Gal) was the first person who transferred this idea to the law science, he emphasized that the features of biological parasite can be applied on the economic parasite in the field of commerce.

It is worth to mention that many forms of such kind of unfair competition recently have appeared in the Kurdistan Region, which they have not been regulated by the Competition and Anti- Monopoly Law No. (3) of the Year 2013 and the other relevant laws.

This paper, hence, studies this sensitive issue by describing, analyzing and assessment. The study also reached some conclusions, and it has proposed some recommendations for the Kurdistan Legislator, which might be useful for the sustainable development and economic security in the Kurdistan Region.

المقدمة

لا جدال في أن المنافسة إذا ما تمت وفقاً للأصول السليمة والمشروعة أمر مباح ومرغوب فيه، لأن غاية المنافسة عادةً ما تكمن في الوصول إلى التفوق والصدارة مهما كانت المجالات التي تغطيها، وفي عالم التجارة، نجد أنها توفر قسماً أكبر من الرفاهية للمجتمع الإنساني، إذ يعود إليها الفضل في تقدم المشروعات التجارية، وتعمل كحافز حيوي وفعال على الإبداع في الحياة التجارية والصناعية، محققةً أفضل النتائج والأرباح، كما أن لها القدرة الخلاقة على الدفع نحو الابتكار، وتحسين الإنتاج، وخفض الأسعار، ولكن إذا انحرفت المنافسة عن الأسس السليمة والعادات الشريفة المرعية في نطاق التجارة غدت غير مشروعة.

ومن صور هذا الانحراف القيام بنشاط من شأنها أن تسيء إلى سمعة التاجر المنافس، أو خلق الالتباس مع ما يقدمه من السلع، أو الخدمات، أو الاعتداء على إحدى عناصر محله التجاري من الاسم التجاري، أو العلامة التجارية، أو إحداث الاضطراب في مشروعه التجاري، كتحريض العمال على ترك العمل، أو اغرائهم بالالتحاق بالمشروع المنافس.

تجدر الإشارة إلى أن هذا الجهد المتواضع لا يخوض في الصور أعلاه بالدراسة والتحليل، لأنها في نظرنا أصبحت من الوجه التقليدي للمنافسة غير المشروعة الذي أشبعه الباحثون بالدراسة

فيها، بيد أن الذي نبغي الولوج فيه ودراسة ماهيته هنا الوجه الجديد للمنافسة غير المشروعة أو ما يسمى بالمنافسة الطفيلية التي ظهرت في الآونة الأخيرة في ميادين التجارة والصناعة، وذلك بعد اتساع رقعة المنافسة وزيادة حجم وتنوع السلع والخدمات، ومفادها قيام أحد المشروعات التجارية بالعيش في كنف مشروع تجاري آخر للاستفادة من الجهود الذي بذله هذا الأخير من السمعة التي يتمتع بها سواء أكان في اسمه، أو نوعية منتجاته، أو انتشار مبيعاته، ففي المنافسة الطفيلية يعتمد المشروع الأول في ممارسة نشاطه التنافسي (لجذب الزبائن) على قيم المنافسة البارزة التي يستخدمها المشروع التجاري الثاني من دون أن يتحمل أية نفقات في البحث، والتطوير، والمثابرة في تحقيق السمعة لهذا المشروع الأخير، إن مثل هذا النشاط يدخل ضمن نطاق الأعمال غير المشروعة ولو أنه - أي المشروع التجاري الأول- لم يرتكب إحدى صور المنافسة غير المشروعة بمفهومها التقليدي التي ذكرناها سلفاً، عليه تحاول هذه الدراسة الخوض في تفاصيل وجزئيات هذا النوع من المنافسة وصورها وتطبيقاتها العملية في إقليم كردستان العراق، سيما مدينة أربيل العاصمة، وآثارها السلبية على المشروع المعتدى عليه، وعلى مستقبل التنمية الاقتصادية في الإقليم.

مشكلة البحث:

انتهج إقليم كردستان العراق نظام الاقتصاد الحر بعد انتفاضة آذار المجيدة (١٩٩١) إلا أنها كانت غير قادرة على تطبيق مبادئ هذا النظام من تفعيل القطاع الخاص، وإرساء حرية التجارة والانخراط بمنظومة الاقتصاد العالمي، كونها تتعرض للعقوبات الاقتصادية على المستويين الدولي والداخلي، ولكن بعد أحداث (٢٠٠٣/٤/٩)، واحتلال العراق من قبل الولايات المتحدة وحلفائها، قام بول برير الحاكم المدني المحتل بتغيير نظام العراق الاقتصادي من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، وتطبيقاً لذلك أقدم على تغيير وتعديل منظومة القوانين سيما الاقتصادية، وعلى خلفية ذلك أصبح إقليم كردستان العراق بموجب الدستور إقليماً فدرالياً حيوياً مبنياً على التحرر الاقتصادي وحرية المنافسة، منفتحاً على الاقتصاد العالمي، ومحفزاً للاستثمارات الأجنبية والوطنية.

لا شك أن حماية قيم المنافسة وحريتها لا تستقيم إلا من خلال وضع التنظيم القانوني لها، إثر ذلك أصدر الإقليم قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (٣) لسنة ٢٠١٣، والذي أثمر على تنظيم حرية المنافسة ووضع العقوبات اللازمة للحالات التي تعد من قبيل المنافسة غير

المشروعة والاحتكار السوقي، وتظهر المشكلة هنا في أنه ظهر في الآونة الأخيرة المنافسة الطفيلية كوجه جديد للمنافسة غير المشروعة في الاقليم، والذي أخفق قانون المنافسة النافذ، (والقوانين الأخرى المعنية النافذة في الاقليم)، من تنظيم معظم جوانبها أو التطرق إلى ماهيتها، وصورها، ومدى مشروعيتها، وتوقيع الجزاءات اللازمة للقضاء عليها، أو الحد منها مما يعد ذلك نقصاً كبيراً الذي تسوجب معالجته خاصة مع بروز هذه المنافسة في الاقليم، ودخولها كظاهرة في الوسط التجاري، ومع عدم وجود وعي قانوني لدى المنافسين بخطورة اقترافها التي قد تصل إلى توقيع عقوبات صارمة من حبس المقترفين، وا لغرامات الكبيرة، ومصادرة المشاريع الوطنية، سيما في حالة وقوع الاعتداء على المشاريع الأجنبية، بالتالي يكون عبئاً ثقيلاً يتحمله اقتصاد الاقليم في آخر المطاف.

أهداف البحث:

للبحث أهداف عديدة منها:

- ١- تسليط الضوء على ماهية المنافسة الطفيلية، ومدى مشروعيتها، والوسائل اللازمة للحد منها، وتمييزها عن الاوضاع القانونية المشابهة لها وصورها العملية في الإقليم.
- ٢- توعية أصحاب المحال التجارية، والشركات الوطنية في الإقليم بضرورة التمسك بقيم المنافسة المشروعة، وعدم الأخذ بصور المنافسة الطفيلية من أجل جذب الزبائن، وجني الأرباح غير المشروعة، سيما قبل المشاريع الأجنبية التي تشكل عبئاً على المشروع المسمى، وتنعكس سلباً على التنمية الاقتصادية في الإقليم.
- ٣- حث المشرع الكوردستاني على اعتبار ما يتم عرضه من الصور العملية للمنافسة الطفيلية في الاقليم ضمن الأفعال المنافية، والمخالفة للأصول الشريفة المرعية في الوسط التجاري، وإدراجها ضمن قائمة الأفعال المحظورة الموجبة للمسؤولية في تعديل أحكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار، وهذه الصور ماهي إلا على سبيل المثال لا الحصر لأن ربما مرور الزمن قد تظهر صور جديدة غير واردة في هذا الجهد المتواضع الذي نحن بصدد.

منهجية البحث:

نعمد في هذا البحث على المنهج التحليلي (Analytical Approach) الذي يقوم على أساس عرض وتحليل النصوص القانونية، والآراء الفقهية، والقرارات القضائية المنصبة على الموضوع.

خطة البحث :

لدراسة جميع المفردات المتعلقة بالمنافسة الطفيلية ارتأينا تقسيم البحث على النحو التالي:
مقدمة:

المبحث الأول: ماهية المنافسة الطفيلية في اقليم كوردستان العراق

المطلب الأول: مفهوم المنافسة الطفيلية.

المطلب الثاني: تمييز المنافسة الطفيلية عما يشتهر بها من أوضاع.

المطلب الثالث: الصور العملية للمنافسة الطفيلية في اقليم كوردستان العراق

المبحث الثاني: الحماية القانونية من المنافسة الطفيلية في اقليم كوردستان العراق

المطلب الأول: دعوى المنافسة الطفيلية.

المطلب الثاني: العقوبات المترتبة على المتعدي في دعوى المنافسة الطفيلية.

الخاتمة:

المبحث الأول

ماهية المنافسة الطفيلية في إقليم كوردستان العراق

تقتضي دراسة المنافسة الطفيلية في بادئ الأمر التطرق إلى ماهيتها من خلال توضيح مفهومها، وتمييزها عما يشتهر بها من أوضاع قانونية، وبيان النماذج من صورها العملية في الإقليم، وعلى ذلك سنقسم المبحث إلى ثلاثة مطالب كالآتي:

المطلب الأول

مفهوم المنافسة الطفيلية

تعد حرية المنافسة من أهم السمات الأساسية في الحياة التجارية، حتى وصل إلى القول بأن حرية المنافسة، وحرية التجارة صنوان لا ينفصلان^(١)، ونعني بها التسابق بين التجار في اجتذاب العملاء، وقدر أكبر من الترويج للمنتجات، والخدمات ضمناً لازدهار التجارة^(٢)، مما ينبغي أن تكون هذه المنافسة سليمة ومبنية على أسس وطيدة من الشرف، والأمانة، والصدق في التعامل

(١) د. حسن محمد بودي، حرية المنافسة التجارية، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٥، ص ١٢.

(٢) د.أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، بدون طبعة، ودار نشر، القاهرة، ١٩٩٤، ص ٩.

التجاري^(١)، ولكن قد تنحرف عن مسلكها الطبيعي إلى الصيغ غير المشروعة، وذلك بسبب سعي دائم للمشروعات التجارية إلى اقتناص الأرباح، وإن كان ذلك عن طريق الاعتداء على حقوق الآخرين^(٢)، فتلجأ إلى المنافسة غير المشروعة في صورتها التقليدية والجديدة.

وفقاً لما تقدم ذكره نترك الحديث عن الصورة التقليدية للكتب الفقهية التي تناولت الموضوع بعمق، ولكن الذي يهمنا هنا الصورة الجديدة للمنافسة غير المشروعة كما يطلق عليها البعض^(٣) المنافسة الطفيلية، أو الطفيلية الاقتصادية، حقيقةً إن أصل التسمية مقتبس من علم البيولوجي^(٤)، فلو رجعنا إلى الكتب الفقهية البيولوجية، لوجدنا أنها أعطت القسط الأكبر لعلم الطفيليات موضعاً على أن هناك أنواع من السوطيات الطفيلية: كالأوالي (Protozoa)، والديدان (Helminthes)، والمفصليات (Arthropods)^(٥) التي تعيش في جسم الكائنات الحية من النباتات والحيوانات، وتحصل على غذاء العائل على حساب صحتها وسلامتها، تجسداً لذلك فقد عرف جانب من الفقه البيولوجي^(٦) الطفيليات على أنها "الحيوانات الطفيلية المضيضة لجسم الإنسان، وتعيش على الأجزاء المختلفة، وتؤثر على التدهور في صحته تدريجياً من ثم إلى موته، كالتطفل في جهاز الأعماء من قبل المتحولة اليهودية البتشلية "Todamoiba buetshlii". والذي نبغي ذكره أن الفقيه الفرنسي (Y. sait- Gal) هو أول من نقل هذه الفكرة إلى علم القانون في نهاية الخمسينات من القرن المنصرم^(٧)، بيد أن الفقه والقضاء الفرنسيين لم يبدوا حماسهما بترحيب الفكرة إلا في الثمانينات من القرن المنصرم، حيث أقرت محكمة باريس في قرار لها بتاريخ (١٨) مايو (١٩٨٩) مبدأً تفيد على وجود صلة وثيقة بين التطفل البيولوجي، والتطفل

(١) د. مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٦، ص ٢٠١.

(٢) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، ج١، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥، ص ٢٤٣.

(٣) د. عبدالرحمن السيد قرمان، المنافسة الطفيلية، بدون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٣٣ وما بعدها؛ د. حلمي محمد الحجار، هالة حلمي الحجار، الطفيلية الاقتصادية، ط١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٤، ص ٢٧ وما بعدها.

(٤) د. محمد سلمان غريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٩٨.

(٥) د. والتر بيك، د. جون ديفيز، تعريب: محمد خير الحلبي، علم الطفيليات الطبية، ط١، مركز تعريب العلوم الصحية، الكويت، ٢٠٠٣، ص ١.

(٦) د. يحيى عساني، د. غسان العبد الرحمن، التطفل والطفيليات، بدون طبعة، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، الحل، ٢٠٠٥، ص ٣٠.

(٧) WATINE ALBANE, La théorie du parasitisme est-elle justifiée? MASTER 2 DROIT EUROPEEN DES AFFAIRES OPTION JURISTE FRANCO-ALLEMAND, UNIVERSITE PARIS II PANTHEON-ASSAS, 2015-2016, p 10.

الاقتصادي، وعد الطفيل الاقتصادي بمثابة الطفيل البيولوجي^(١)، من هنا يثار التساؤل بصدد مفهوم فكرة المنافسة الطفيلية في ميادين التجارة، والتي نعرج عليها من ناحيتين وكالآتي:
أولاً: على الصعيد الفقهي: فقد عرف رأي في الفقه^(٢) المنافسة الطفيلية على أنها "سعي الغير للعيش في كنف آخر للاستفادة من الجهود التي بذلها، والشهرة التي حققها اسمه ومنتجاته"، كما وتعرف بأنها^(٣) عبارة عن "التصرفات التي يتم بموجبها الاستفادة بشكل غير مشروع من جهود الغير دون أن يتحمل المستفيد منها أي نفقات"، ولدى رأي فقهي آخر^(٤) هي "استغلال شهرة المشروع المنافس، والاستفادة من سمعة هذا المشروع بهدف خلق التباس في ذهن الزبائن بشكل يساهم في تحويل الزبائن نحو مشروع المزاحم الطفيلي"، أو هي^(٥) "محاولة الاستفادة من الشهرة والسمعة الطيبة اللتين اكتسبهما الغير بصورة مشروعة نتيجة جهده الشخصي دون أن يؤدي ذلك بالضرورة إلى أي خطر التباس".

ثانياً: على الصعيد القضائي: بداية فقد عرفت محكمة بروكسل البدائية بلجيكا في قرار لها بتاريخ (١٩٥٩/٢/١٤) بأنها "منافسة الغير باستعمال حصيلة عمله الخاص في مجال المنافسة التي له وحده حق الاستفادة منها تجنباً للقيام شخصياً بجهود مماثل^(٦)، وعرفت محكمة استئناف فرساي (Versailles) (فرنسي) بقرارها الصادر في (١٩٩٧/١/١٦) على أنها "قيام أحد المشروعات بالعيش في كنف مشروع آخر للاستفادة من الجهود التي بذلها الأخير من الشهرة التي يتمتع بها اسمه، أو منتجاته، وهذا يعتبر عملاً تطفلياً خاطئاً"^(٧)، ومحكمة الدرجة الأولى في جبل لبنان عرفت بدورها المنافسة الطفيلية بقرارها المرقم (٢٣) والصادر في (٢٠٠٠/١٠/٣٠) على أنها "أقدام شخص على الإفادة من قيم اقتصادية حققها مشروع معين"^(٨).
ونحن بدورنا يمكننا أن نبدي بعض الملاحظات على التعريفات أعلاه:

(١) Cour d'appel de Paris, 18 mai 1989, n° 999, Available on the following website: <<https://www.doctrine.fr/d/CA/Paris/1989/U845489C37862D3D8DF05>> (last visited 25-1-2022)

(٢) د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٣٧.

(٣) رباب حسين كشكول، المسؤولية عن المنافسة الطفيلية، بحث منشور في مجلة الحقوق التي تصدرها جامعة المستنصرية، العدد ٤، ٢٠١١، ص ٤١٢.

(٤) د. حلمي محمد الحجار، هالة حلمي الحجار، مصدر سابق، ص ١٠٥.

(٥) د. جوزيف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، ط ١، مؤسسة عزالدين للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٩١، ص ٧٤.

(٦) القرار مشار إليه عند المصدر السابق، ص ٧٦.

(٧) القرار مشار إليه عند د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٣٨.

(٨) محكمة الدرجة الأولى في لبنان، رقم ٢٣، في ٢٠٠٠/١٠/٣٠، المنشور في مجلة العدل، ٢٠٠١، ص ٢٢٠.

١- من حيث الذي يقوم بأعمال المنافسة الطفيلية (الطفيلي): أن التعريفات ركزت جميعها على أن الطفيلي الذي يعيش على كنف آخرين، يفترض أن يكون شركة تجارية، أو مشروع تجاري، ولكن الواقع العملي أثبتت على أنه ليس من المجدي حصر الطفيلي بشركة تجارية، أو مشروع تجاري، إذ قد يكون شخصاً معنوياً كشركة تجارية، أو يكون شخصاً طبيعياً كالتاجر، أو الصانع، أو مقدم الخدمة، أو قد يكون شخص اعتيادياً غير تاجر، ولا يعمل في الوسط التجاري أصلاً، ويعيش على كنف الآخرين، والمثال على ذلك وجدنا في الآونة الأخيرة بإقليم كردستان ظهور فئات معينة من المترجمين يقومون بترجمة الكتب المنهجية لكليات القانون من اللغة العربية إلى اللغة الكوردية، بكميات هائلة، وبطباعات متفاوتة، وبصورة دورية ثابتة، ودون ترخيص مسبق من مؤلفي الكتب، بالتالي يحصلون على أرباح باهظة، ويعيشون في كنف المؤلفين الذين بذلوا جهوداً حثيثة، والمثابرة لسنوات عديدة من أجل التأليف والنشر.

٢- من حيث أعمال المنافسة الطفيلية (التصرفات الطفيلية)، يفهم من التعريفات أن هذه الأعمال تنحصر في الاعتداء على شهرة المشروع المنافس سواء أكان باستعمال الاسم التجاري، أو العلامة التجارية، بيد أن في منظورنا لا يمكن حصر الاعتداء على شهرة المشروع المنافس بهذين المجالين فحسب، بل من الممكن أن تتجاوز ذلك ليصل إلى حالات غصب التقنية، أو فك الأسرار التجارية، أو تقليد الديكور، أو حتى ترجمة عمل فكري، أو تحويله وما شابه ذلك، من جانب آخر أنه ليس من الصواب حصر الأعمال الطفيلية في إطار معين، لأنه ربما يمرور الزمن تظهر حالات أخرى غير واردة الذكر، لأن الإنسان أناني بطبعه قد يسعى إلى تغليب مصلحته، وتأمين ربحه على حساب الآخرين، ولا يهتم فيما بعد ما إذا كانت الوسيلة المتبعة مشروعة من عدمها، وعليه يمكن القول بأن المنافسة الطفيلية لا يترتب آثارها إلا إذا عد قيام الطفيلي بالاستفادة من سمعة تجارية، أو الشهرة التي حققها شخص آخر منافس، والعيش في كنفه، ولا يهم فيما إذا كان حسن نية أو سيئها، بمعنى آخر أن الطفيلي يعمل على قطف ثمار ما زرعه شخص آخر، فيحاول أن يستفيد من مثابراته، ومجهوداته، والنفقات التي تكبده من أجل الوصول إلى تقنيات مبتكرة، أو سمعة تجارية، أو الاحتراف على نطاق واسع.

بناءً على كل ما سبق يمكن أن نعرف المنافسة الطفيلية على أنها "إقدام شخص لاقتناص الأرباح على حساب شخص آخر دون وجه حق، وذلك بالاستفادة من مجهوداته الشخصية، أو شهرته مهما كانت الوسيلة التي يستخدمه في الحصول على هذه الإفادة".

المطلب الثاني

تمييز المنافسة الطفيلية عما يشبه به من أوضاع

لا جدال في أن فكرة المنافسة الطفيلية قد يثير تداخلاً بينها، وبين بعض الأوضاع القانونية المشابهة، كالوجه التقليدي للمنافسة غير المشروعة، والمنافسة الممنوعة الأمر الذي يتطلب بيان أوجه الخلاف فيما بينها تلافياً للخلط واللبس الذي قد يقع نتيجة ذلك التداخل، بناءً على ذلك نقسم المطلب إلى ثلاثة فروع كالآتي:

الفرع الأول

الوجه التقليدي للمنافسة غير المشروعة والمنافسة الطفيلية

يعرف الوجه التقليدي للمنافسة غير المشروعة على أنه "كل عمل في مجال التجارة، أو الصناعة، أو المال، أو الخدمات، أو غيرها من المجالات التي يقوم به شخص من شأنه إلحاق الضرر بشخص منافس، أو تحقيق مكاسب على حسابه باتباع وسائل يمنعها القانون"^(١)، بينما المنافسة الطفيلية كما تقدم القول هي: "إقدام شخص لاقتناص الأرباح على حساب شخص آخر دون وجه حق، وذلك بالاستفادة من مجهوداته الشخصية، أو شهرته مهما كانت الوسيلة التي يستخدمه في الحصول على هذه الافادة"، وقد نلتمس الخلط مع المنافسة غير المشروعة على أن لكل منهما أساليب مخالفة للعادات الوطيدة، والأصول المرعية في الوسط التجاري، وفي كل منهما يتم استخدام المنافسة، والطرق والوسائل المنافية للقانون لاقتناص الأرباح غير المشروعة، رغم التشابه بينهما، فإن المنافسة الطفيلية تختلف عن المنافسة غير المشروعة في وجهها التقليدي في نواحي عديدة منها:

أولاً: في الوجه التقليدي للمنافسة غير المشروعة، يقوم المنافس بالاعتداء على عناصر المشروع التجاري المشهور المملوك للغير، كأن يتخذ علامة تجارية، أو اسماً تجارياً، أو نموذجاً صناعياً مطابقاً، أو مشابهة عن تلك التي يستعمله المشروع، وذلك لاثارة الخلط، أو اللبس في ذهن جمهور المستهلكين على أن السلع والخدمات التي تقدمه المشروع المعتدي هو نفس السلع والخدمات التي تقدمه المشروع المعتدى عليه.

^(١) د. طعمة صعفك الشمري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بحث منشور في مجلة الحقوق التي تصدرها جامعة الكويت، السنة ١٩، العدد ١، ١٩٩٥، ص ١٧.

ولكن يشترط في هذه المنافسة أن يكون المعتدي على علم باعتدائه على حقوق الآخرين، كأن يعلم باعتدائه على علامة تجارية، أو اسم تجاري مملوك للغير، كما ينبغي أن يكون المشروعان المعتدي والمعتدى عليه يمارسان نفس النشاط التجاري، ولهما نفس الزبائن، أو جمهور المستهلكين، على سبيل المثال كأنهما مشروعان متخصصان في إنتاج العطور، أو المواد الكهربائية.

بيد أن في المنافسة الطفيلية الأمر مختلف تماماً، بحيث لا يشترط بأن يكون الطفيلي على علم في أنه يعتدي على مشروع الغير، فإنه يعتدي على عناصر المشروع التجاري المملوك للغير، ويقوم بالعيش على حسابه، ويتطفل بظله مستفيداً من شهرته، أو سمعته الذي يمثل رمزاً اقتصادياً له، ودون أن يتكبد أية نفقات، أو مثابة، كل ذلك من أجل جلب الزبائن إلى مشروعه^(١)، كما وأن في المنافسة الطفيلية لا ينافس الطفيلي المشروع المعتدى عليه في زبائنه، لأن الزبائن في كل من المشروعين يختلفان عن بعضهما البعض، مثلاً زبائن شركة إنتاج المشروبات الكحولية، تختلف عن زبائن مصنع لإنتاج العطور، وعلى هذا الأساس استقر الاجتهاد الفرنسي في عام ١٩٩٣ على أن شروع شركة (Y.S.L) لإنتاج العطور في استخدام زجاج أطلق عليها اسم "Champagne" بمثابة المنافسة الطفيلية لما تنتجه شركة "Champagne" للمشروبات الكحولية الشهيرة، رغم عدم تصور حدوث أي خلط، أو التباس بينهما لاختلاف بين نوعية المنتجين وزبائنها، وفي نفس الاتجاه قضت محكمة نقض الفرنسية في قرار لها في 2014/2/4 بمسؤولية شركة (Ferragamo Parfums) لإنتاج العطور لاقترافها المنافسة الطفيلية عند قيامها باستخدام تسمية (Signorina) كغطاء مميز لزجاجات العطور، لأن التسمية مستخدمة من قبل شركة (Parfums Christian Dior) الشهيرة في مجال إنتاج الأكسسوارات والملابس الجاهزة^(٢)، وبعبداً عن النشاط التجاري الذي يكون أرضاً خصباً لأعمال الوجه التقليدي في المنافسة غير المشروعة، قد يقوم الطفيلي بمزاولة الوجه الجديد في مجالات أخرى كالاغتداء على حقوق المؤلف بالترجمة، أو تحويل دون إذن مسبق من الناشر.

ثانياً: من خلال استقراء نصوص قوانين معنية^(٣)، أو آراء فقهية^(٤) حول الموضوع نجد أن صور، أو أعمال المنافسة غير المشروعة في وجهها التقليدي قد تنحصر في إطار معين، وضمن

(١) إلياس أبو عيد، المؤسسة التجارية، ج١، طبعة جديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٩، ص ١١٦.

(٢) Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 4 février 2014, 13-11.044, Inédit, Available on the following website: <<https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000028578529>> last visited (27-1-2022).

(٣) المادة (٩٨) من قانون التجارة العراقي الملغي رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠، والذي ينبغي ذكره هنا ان قانون التجارة النافذ رقم (٣٠) لسنة (١٩٨٤) فقد جاء خالياً من أية قواعد منظمة لاحكام المنافسة غير المشروعة، بل

مجموعتين^(٢)، بيد أن صور المنافسة الطفيلية لا تنحصر في أسلوب معين، بل هي بمثابة أساليب جديدة، ومبتكرة بمهارات فنية، وتكتيكات عالية، وبجهود قد تكون فردية نشيطة، ومبدعة ومحالة لأحكام القوانين المعنية في مجال حرية المنافسة، ومتجاوزة للصور التقليدية المعروفة في المنافسة غير المشروعة.

ثالثاً: إن الحماية الدولية للوجه التقليدي للمنافسة غير المشروعة بدأت مع إبرام اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية عام ١٨٨٣ المعدلة في ١٩٧٩، حيث خصصت الاتفاقية المادة (١٠) بفقراتها الثلاث لتنظيم أحكام المنافسة غير المشروعة، أما المنافسة الطفيلية، فقد دخلت أروقة القانون الدولي للملكية الفكرية عام ١٩٩٤ إثر انعقاد اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) لعام ١٩٩٤، والذي يلفت النظر أن الاتفاقية نظم إحدى صورها فقط، ألا وهي منع استخدام العلامة المشهورة لتمييز منتجات، أو خدمات مختلفة عن المنتجات، أو الخدمات التي تستعمل العلامة المشهورة في تمييزها، أي استثناء من مبدأ التخصص للعلامة التجارية^(٣)، وبات تنظيم هذه الصورة الأخيرة واقعة مفروضة على الدول المنضمة إلى منظمة التجارة العالمية (أو تلك التي على وشك العضوية).

أما فيما يخص الصور الأخرى فقد بقي ولحد الآن دون حماية خاصة سواء أكان على نطاقها الدولي، أو الداخلي، وهي تخضع لأحكام عامة تحت رحمة ووطنية أركان المسؤولية التقصيرية فيما يتعلق باثبات الخطأ، والضرر، والعلاقة السببية من قبل التاجر المعتدى عليه، لذا يتطلب على الفقه، والقضاء بذل الجهود الحثيثة من أجل تدويل الحماية الخاصة لصور المنافسة الطفيلية، وانعكاسها على التشريعات الداخلية، سيماً الدول المنضمة، أو على وشك الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية.

وكما يبدو ترك ذلك للقواعد العامة والأحكام الخاصة التي وردت بشأنها في بعض القوانين، كقانون قانون براءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المفصح عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم ٦٥ لسنة ١٩٧٠ المعدل، وقانون العلامات والبيانات التجارية (٢١) لسنة (١٩٥٧) المعدل .

^(١) ينظر د. باسم محمد صالح، القانون التجاري، القسم الأول، بدون طبعة، المكتبة القانونية للنشر- بغداد، ٢٠٠٦، ص ١٦٨- ١٦٩؛ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون، جامعة الموصل، العراق، ٢٠٠٠، ص ص ١٠-١٢.

^(٢) المجموعة الأولى: تشمل جميع الأعمال التي من شأنها أن تسيء سمعة التاجر المنافس، كالاعتداء على علامة الغير التجارية، أو رسومه، أو نماذجه الصناعية، أو على براءات الاختراع.

أما المجموعة الثانية: وهي جميع الأعمال التي من شأنها أن تحدث الاضطراب في محل منافس.

^(٣) تنظر المادة (٢/١٦) من اتفاقية تريبس.

الفرع الثاني

المنافسة الممنوعة والمنافسة الطفيلية

تعرف المنافسة الممنوعة، أو المحظورة على أنها "تلك المنافسة التي تهدف إلى حظر القيام بنشاط معين إما بمقتضى القانون، أو الاتفاق بين المتعاقدين"^(١)، بينما المنافسة الطفيلية كما تقدم القول عبارة عن "إقدام شخص لاقتناص الأرباح على حساب شخص آخر دون وجه حق، وذلك بالاستفادة من مجهوداته الشخصية، أو شهرته مهما كان الوسيلة التي يستخدمه في الحصول على هذه الإفادة"، يفهم من ذلك أن المنافسة الممنوعة والمنافسة الطفيلية يشتركان بعضهما البعض في أنهما يركزان على قيم المنافسة، وأن مصدر الحظر في كليهما لا تخرج عن كونه نص قانوني، أو اتفاق بين المتعاقدين، بيد أنهما يختلفان في أمرين اثنين:

أولاً: إن المنافسة الممنوعة هي المنافسة غير جائزة أصلاً، لأنها لا تستند إلى أي حق، ويمكن مسألة مقترفيها قانوناً ولو لم يصب أحداً بضرر جراء المنافسة^(٢)، مثال ذلك خرق الشروط التي تحددها قوانين خاصة بتنظيم مهنة معينة، كمهنة المحاماة التي يتطلب الحصول على شهادة البكالوريوس في القانون، بالتالي الشخص الذي يمارس مهنة المحاماة من دون أن يكون لديه هذه شهادة البكالوريوس في القانون يرتكب فعل المنافسة المحظورة.

أما المنافسة الطفيلية فهي جائزة في أصلها لأنها تستند إلى حرية المنافسة، والتي لها دور مهم في عملية التنمية الاقتصادية، وكذلك الوسائل التي يستخدمها التاجر المنافس في ممارسة المنافسة الطفيلية مشروعة في ذاتها، كاستخدام التاجر الديكورات الجديدة المبتكرة من أجل جذب المزيد من الزبائن، وتمييز محله عن غيره من المحال التجارية، بيد أنه إذا جاوز هذا الهدف، وكانت هذه الديكورات الجديدة مطابقة، أو مشابهة لمحل تجاري معين ذات سمعة باهرة، وذلك من أجل جذب زبائنه، أو عملائه، فتنحول إلى أمر غير مشروع، ومنافي للعادات، والأصول المرعية في الوسط التجاري.

ثانياً: إن دعوى المنافسة المحظورة أو الممنوعة تختلف عن دعوى المنافسة الطفيلية، فعلى القاضي في دعوى المنافسة المحظورة، أو الممنوعة، أن يحكم لمصلحة المدعي بمجرد إثبات وقوع

^(١) زينة غانم عبد الجبار الصفار، مصدر سابق، ص ٢٤.

^(٢) د. أحمد عبد الحسين كاظم، وحسن ضعيف حمود، الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة الحلي للعلوم القانونية والسياسية، السنة ١٢، العدد ٣، ٢٠٢٠، ص ٣٢١.

فعل مؤدي إلى المنافسة المحظورة (الخطأ)، ودون المطالبة بإثبات الضرر، والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر، لأنهما عنصران مفترضان في المنافسة الممنوعة، أو المحظورة، كونها عمل غير جائز في الأصل^(١)، بيد أن في دعوى المنافسة الطفيلية، فإن القاضي لا يحكم لمصلحة المدعي إلا عند إثباته وقوع الخطأ المعتدي باستخدامه إحدى وسائل وصور المنافسة الطفيلية، وتضرره جراء ذلك الخطأ، ووجود العلاقة السببية بين الخطأ والضرر (كما سنرى لاحقاً).

المطلب الثالث

النموذج العملية للمنافسة الطفيلية في اقليم كردستان العراق

يعد السعي وراء تحقيق الربح من مستلزمات أساسية للحياة بالنسبة لكل فرد من أفراد المجتمع، ويفترض في هذا السعي أن يكون مشروعاً وموافقاً للشرع والقانون، ولكن هذا الافتراض قد يكون نسبياً إلى حد ما سيما في الوسط التجاري، حيث يلجأ البعض من التجار إلى ارتكاب أفعال منافية للأصول المرعية والعادات التجارية السائدة سعياً منهم لكسب أرباح غير مشروعة على حساب الآخرين، كالاعتداء على المشروع المنافس ومحاولة صرف الزبائن عنه سواء أكان عن طريق التعدي على سمعته، أو إثارة الخلط، أو اللبس بين منتجاته، أو أحداث اضطراب في داخله.

تجدر الإشارة إلى أن اقتراف مثل هذه الأفعال قد يتم فيما بين المشاريع التي توجد فيما بينها علاقة تنافسية، أي تلك التي تقدم المنتجات، والخدمات المشابهة، أو المماثلة، وتوجد بينها زبائن مشتركة، وقد رفض قانون المنافسة ومنع الاحتكار الكوردستاني مثل هذه الأعمال، واعتبرها مخالفة لقيم المنافسة، ووضعت عقوبات جزائية، ومدنية لازمة لردعها، أو الحد منها^(٢)، بيد أن التطورات الاقتصادية، والتقنية، واتساع رقعة المنافسة، وبروز بعض المشاريع في الوسط التجاري بتفوقها من حيث ازدياد مطرد في نسبة الزبائن نتيجة بذل المزيد من الجهود، والنفقات، والمثابرة، مما أدى ببعض من التجار إلى ابتكار أساليب، أو طرق جديدة لجذب زبائن تلك المشاريع دون أن يكون بين مشروعاتهم وهذه المشاريع زبائن مشتركة، أو حتى علاقة تنافسية (والتي هي نقطة انطلاق الحظر في القوانين المعنية بالمنافسة غير المشروعة)، وذلك من أجل

^(١) زينة غانم الصفار، مصدر سابق، ٢٥.

^(٢) المواد (١١، ١٢، ١٣) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار في اقليم كردستان رقم (٣) لسنة ٢٠١٣.

الحصول على الأرباح تحايلاً منهم نحو أحكام قوانين خاصة بالمنافسة التقليدية، وتهرباً من طائلة المسائلة القانونية، وفيما يتعلق بالصور العملية للمنافسة الطفيلية يمكن أن نقسمها إلى قسمين رئيسين، أولاً: صور الاعتداء على الشهرة التجارية، وثانياً: صور الاعتداء على المجهودات الفكرية، والاستثمارات المالية، حقيقة أن طرحنا لمثل هذه الصور قد تكون على سبيل المثال، وليس الحصر لأن ربما تكون هناك صور أخرى غير ملفتة لنظرنا عند كتابة هذا الجهد المتواضع، أو أنه مرور الزمن ربما تظهر حالات أخرى غير موجودة في الوقت الحاضر، وعلى ذلك سنقسم المطلوب إلى فرعين كالآتي:

الفرع الأول

صور الاعتداء على الشهرة التجارية

إن الشهرة التجارية التي يتميز بها المشروع التجاري لا تأتي من فراغ، بل نتيجة لبذل المزيد من النفقات، والمثابرة، ومجهودات الدعاية والإعلان، ودرجة جودة المنتجات، أو الخدمات التي يتميز بها، أو تقدمها، ونطاق توزيعها على المستويين الدولي والداخلي، وكثرة الزبائن لهذه المنتجات، أو الخدمات^(١)، وعلى ذلك فقد تكون هذه الشهرة عرضة للتعدي والغصب من قبل المشروعات الضعيفة للاستفادة منها دون وجه حق، وإن صور الاعتداء على الشهرة في المنافسة الطفيلية يبدو متنوعاً، طالما أن هناك من التجار الجشعين يسعون لإبداع طرق ووسائل جديدة ومبتكرة للحصول على الأرباح، والعيش في كنف المشروعات وجهود الآخرين التي كلفته من المال والوقت دون وجه حق، إذ أن العدالة تقتضي عدم إفلاتهم من طائلة المسؤولية، وبحسب منظورنا يمكن رد هذه الصور إلى عدة طوائف كالآتي:

أولاً: الاعتداء على الشهرة التجارية لأغراض ترويج المنتجات: لا جدال في أن التاجر المنافس قد يلجأ إلى اغتصاب العلامة التجارية المملوكة للغير لغرض ترويج منتجاته، وجذب الزبائن التي يحملها تلك العلامة، بالتالي إحقاق أرباح دون وجه حق، ويشتهد هذا الاعتداء فيما إذا كانت العلامة المعتدى عليها من العلامات المعروفة عالمياً، لأن زبائن المنتجات، أو الخدمات التي

^(١) غراهام داوولينغ، تكوين سمعة الشركة (الهوية والصورة والأداء) تعريب، وليد شحاده، ط ١، العبيكان للنشر، الرياض، ٢٠٠٣، ص ٣٢٢.

يحملها هذه العلامات أكثر بكثير مقارنة بتلك التي تحمل العلامات العادية^(١)، حقيقةً أن أية اعتداء على العلامة التجارية العادية للغير من قبل المنافس تستوجب المسائلة القانونية في ظل الإطار التقليدي المنظم للمنافسة، وأن الحماية المقررة لهذه العلامة تقوم على أساس مبدئي الإقليمية والتخصص^(٢) : وفقاً للمبدأ الأول فإنه لا يضيفي الحماية الجزائية للعلامة المعتدى عليها إلا إذا كان مسجلاً لدى دائرة تسجيل العلامة التجارية. أما بالنسبة للمبدأ الثاني فإن الحماية القانونية للعلامة المعتدى عليها لا تنهض أصلاً إذا استخدمها المنافس لتمييز منتجات أخرى غير التي تميز بها العلامة المعتدى عليها، هذا يعني بمفهوم المخالف يجوز للتاجر المنافس استخدام نفس العلامة لتمييز منتجات أخرى غير التي استخدمها التاجر الأصلي، كاستخدام نفس العلامة في تمييز السيارة مثلاً، في حين استخدمت من قبل صاحبها لتمييز ثلاجة. إذا كان منتج التاجر الأصلي يتسم بشهرة، وبكثرة الاقتناء من قبل الزبائن، أو المستهلكين لأنه معروف عندهم بالجودة والأصالة، فإن منتج تاجر منافس سيتمتع بنفس الشهرة، ونفس الزبائن طالما يحمل نفس العلامة التجارية، هذا يعني أن التاجر المنافس استفاد من الجهود التي بذله صاحب العلامة الأصلي، ويجني ثماره دون وجه حق، ودون أن يترتب على فعله أية مسؤولية قانونية بموجب الإطار التقليدي المنظم للمنافسة، وأكثر فريسة لهذه الاعتداءات العلامات المشهورة عالمياً^(٣)، لذا فقد تصد القانون الدولي للملكية الفكرية، والمتمثل باتفاقية تريبس ١٩٩٤ لمثل هذه الأعمال الطفيلية، وأبدعت أحكاماً خاصة لحماية العلامات المشهورة تختلف عما تقررها القواعد العامة للعلامة التجارية من حيث مبدئي الإقليمية والتخصص، وترتبت في إلزام الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية باتباع الحماية المماثلة في تشريعاتها الداخلية^(٤).

وفيما يخص العراق، والتي هي الآن عضو مراقب في هذه المنظمة، وفي طور التفاوض الجدي لاكتساب العضوية الكاملة، فقد استجاب لطلب اتفاقية تريبس، وابتدع نص خاص لحماية مثل

(١) Hà Th Nguyt Thu, Well-Known Trademark Protection Reference to the Japanese experience, Final Report in Fulfillment of the Long-Term Fellowship Sponsored By: World Intellectual Property Organization (WIPO) in Collaboration with the Japan Patent Office, 2010, p 7.

(٢) James Faris, The Famous Marks Ex amous Marks Exception t ception to the T o the Territoriality Principle in oriality Principle in American Trademark Law, Research Puplushed in Case Western Reserve University Law Review, School law. Vol 59, 2009, p 453.

(٣) Qais Ali Mahafzah and Bernadette Hanna Numan, The Legal Consequences of Protecting Unregistered Well-known Foreign Trademarks under Jordanian Legislation, Research Puplushed in Arab Law Quarterly, Vol. 30, No. 4, 2016, p 381.

(٤) تنظر المادة (٣/١٦) من اتفاقية تريبس.

هذه العلامات في قانون العلامات والبيانات التجارية لسنة ١٩٥٧ المعدل في ٢٠٠٤^(١)، هذا يعني أن حماية هذه العلامات باتت ملزمة في العراق وإقليم كردستان وفقاً للتكييف السابق، وإن أية اعتداء، أو تطفل عليها ستكون لها عواقب وخيمة، مع ذلك لو نظرنا إلى الواقع العملي في الإقليم (وخصوصاً أربيل العاصمة) لوجدنا أن العديد من هذه العلامات تتعرض للاعتداء بطريقة، أو بأخرى، ولدى تفقدنا لسوق أربيل سيماً محلات بيع وتجهيز المواد الصحية، لوجدنا أن العديد من الأدوات الصحية المستخدمة في المغاسل، ودوشات الحمامات محفورة بعلامات مارسيدس، وأبل، وبي إم دبليو، وغير ذلك من العلامات المشهورة عالمياً، وهناك من المصانع والمحلات التجارية لصناعة وبيع الأحذية تستخدم علامة ماكдонаلدز لتمييز نوعية معينة من النعال والأحذية، وهناك من يستخدم علامة ثلاث خمسات الفرنسية الشهيرة لتمييز نوعية معينة من علبات المواد الغذائية، ومثل هذه الحالات للخرق كانت كثيرة جداً، ولا حصر لها مع الأسف الشديد.

نحن بدورنا ومن خلال الزيارات الميدانية لبعض من هذه المحال التجارية، ولقاءاتنا مع أصحابهم قمنا بأداء الواجب الوطني، والأخلاقي، والقانوني، بالإرشاد، والتوعية، والتحذير لهؤلاء من عواقب تداعيات هذه الاعتداءات التي قد تقع عبئاً ثقيلاً ليس على كاهلهم فحسب، بل وتنعكس سلباً على اقتصادنا القومي برمته فيما لو قبل العراق بالعضوية الكاملة في منظمة التجارة العالمية، لأن قبول مثل هذه العضوية سيمهد السبيل أمام الدول المالكة لهذه العلامات بأن ترفع الدعوى القضائية ضد جهة المعتدي أمام هيئة التحكيم التابعة للمنظمة، وهناك العديد من السوابق القضائية رصدت لمثل هذه القضايا، على سبيل المثال قيام الشركة السويسرية (MONTRES ROLEX S.A) المالكة للعلامة المشهورة (ROLEX) لتمييز نوع من الساعات في وقف الشركة اليمنية من استخدام علامة (ROLEX) لتمييز نوع من الزيوت والشحوم، وتحملها تعويضات مالية باهظة إضافة إلى مصادرة ممتلكاتها^(٢).

^(١) تنظر الفقرة (٣) من المادة (٤ مكرر/أولاً) والتي تنص على أنه "ينطبق النص السابق على العلامات التي لم تسجل بعد على بضائع، أو خدمات بشرط أن لا تتشابه مع إحدى العلامات المشهورة، بحيث أن استعمالها، ونسبتها إلى تلك البضائع، أو الخدمات قد يعطي الانطباع عن علاقة صاحب العلامة المشهورة بتلك البضائع مما قد يلحق الضرر بمصالح صاحب العلامة المشهورة".

^(٢) تلخص وقائع القضية: في أنه قامت شركة تجارية في اليمن بتسجيل علامة (ROLEX) لدى الإدارة العامة للسجل التجاري بوزارة التموين والتجارة، وذلك لتمييز نوع من الزيوت النباتية والشحوم، فاعتزمت الشركة (MONTRES ROLEX S.A) على هذا التسجيل لدى محكمة أول درجة مدعياً بأن العلامة من العلامات التجارية المشهورة، وقامت بإيداعها (بتسجيلها) في اليمن. وطالبت بشطبها من السجل مع التعويض عن

ثانياً: الاعتداء على الشهرة التجارية لأغراض الدعاية والاعلان: تمثل الاعتداء على الشهرة في هذه الحالة قيام التاجر المنافس باستخدام علامة معروفة كاسم تجاري على واجهة محله التجاري لأغراض الدعاية والاعلان، دون أن يكون مرخصاً باستخدامه من قبل صاحب العلامة، أو وكيلاً عنه، والهدف حتماً تكمن في جذب الزبائن للعلامة، والعيش على كنفها، وحصد ثمارها دون وجه حق، ولدى اطلاعنا على الواقع العملي داخل أسواق أربيل العاصمة، وجدنا العديد من الحالات لمثل هذه الاعتداءات، سيماً في المناطق الصناعية لتصليح السيارات (الشمالية، والجنوبية)، حيث الكثير من مصليحي السيارات استخدموا العلامات المشهورة عالمياً كاسماء لمحالهم الصناعية دون أن يكونوا مرخصين من قبل ماك العلامة، أو تربط بهم روابط معينة، وفي معارض بيع وشراء السيارات وجدنا أيضاً هناك من استعمل الماركات العالمية الفاخرة لتمييز السيارات كاسم تجاري لتمييز معارضهم التجارية عن غيرها دون أن يكون وكيلاً، أو صاحب حق امتياز (الفرانشيزي) لبيع تلك النوع من السيارات، والبعض الآخر يزاولون عملية استيراد السيارات الحديثة الصنع ذات الماركات العالمية من غير البلد الأصلي التي توجد فيها المنشأة للسيارة، وبكميات هائلة، من ثم يبيعها في السوق بأسعار مغرية، وأقل بكثير من أسعار الشركات المرخصة باستيراد تلك السيارات، والتي تكون لديها وكالات تجارية حصرية في الإقليم، كشركتي جيهان، ونيسان موتورز، بالتالي اقتناص الأرباح على حسابهم، والعيش في كنفهم دون وجه حق^(١)، أو حتى من بين المحال التجارية، وجدنا أن هناك اعتداءات خطيرة على شهرة العلامة، واستخدامها كاسم تجاري لتمييز محالهم ليلفت نظر جمهور المستهلكين بوجود صلة بين منتجات تلك المحال، والمنتجات التي تتميز بها العلامة المشهورة، من أمثلة ذلك، الاعتداء على علامة سبستون السعودية المشهورة، والمتخصصة في مجال إعلام الأطفال، وجعلها كاسم تجاري لمحل تجاري متخصص لبيع ألعاب، وكماليات الأطفال دون أن يكون مرخصاً باستخدامها، أو

الأضرار الناجمة عن هذا الاستخدام، فقضت المحكمة برد دعوى الشركة المدعية على أساس أن المنتجات التي تغطيها العلامة المشهورة تختلف عن تلك التي تميزها علامة (ROLEX) الأصلية، وقامت الشركة المدعية بطعن الحكم الصادر لدى محكمة استئناف أمانة العاصمة بالجمهورية اليمنية، وقامت المحكمة بإلغاء الحكم الصادر في محكمة أول درجة بجلستها رقم ١٣/١٩٩٧ في ٢٤/٨/٢٠٠٣ وقضت بإلغاء العلامة المنازعة من سجل الإدارة العامة للسجل التجاري تماشياً مع ما تنصه المادة (١٦) من اتفاقية تريس، لتفصيل أكثر أنظر: د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط ١٠، دار النهضة العربية، ٢٠١٦، القاهرة، ص ٦٠٤.

^(١) هذا ما أكدته لنا السيد (محمد رمضان إبراهيم) رئيس قسم المبيعات في شركة أنوار بابل التابعة لشركة نيسان موتور في أربيل العاصمة في مقابلة أجريتها معه بتاريخ ١٥ / ١ / ٢٠٢٢.

وكيلاً عنها، علماً أن شركة سبستون أعلن ولأكثر من مرة بأن ليس لديها أي فرع في إقليم كردستان العراق، وما يجري هو خرق لعلامتها التجارية، والعيش في كنفها، ونحن بدورنا تابعنا الموضوع وزرنا المحل، وحذرناهم بعواقب وخيمة فيما إذا قبل العراق بالعضوية الكاملة في منظمة التجارة العالمية^(١).

تجدر الإشارة أن هناك حالات أخرى ملفتة للنظر للاعتداء على الشهرة التجارية، والعيش في كنفها، ولكن بصورة غير مباشرة، تتمثل في وضع الشهرة التجارية كوسيلة للحصول على الصفقات، والأرباح الغير مشروعة، والأمثلة على ذلك: وجدنا من بين تجار الجملة (خاصة العطور) هناك من تفرض الشروط على تجار التجزئة بأن لهم الحق في الأخذ بمجموعة من العطور الفاخرة ذات الماركات المشهورة بثمن مغري في حالة اقتنائهم لمجموعة من العطور أو المنتجات الرديئة، وذلك في القائمة الواحدة.

كما ظهرت في الآونة الأخيرة ظاهرة جديدة في نظرنا تدخل ضمن الأعمال الطفيلية، مفادها قيام البعض من أصحاب المحلات التجارية، أو المولات بوضع المنشورات الاعلانية على واجهة محالهم تتضمن في وجود المنتجات التي تحمل العلامات العالمية، والخصومات عليها، وفي الحقيقة لا توجد هذه المنتجات داخل المحال إلا بنسبة ضئيلة جداً، بحيث لا تغطي طلبات الجمهور، بل وأن الهدف من الاعلان ما هو إلا لجذب انتباه المستهلكين، ومهد سبيلهم للدخول إلى المتجر، والتسوق عندهم، وقد أدرك القضاء الفرنسي لمثل هذه الظاهرة، واعتبرها ضمن الصور المنافسة الطفيلية، والعيش في كنف الآخر، وذلك في قضية شركة (Renault) ضد شركة (Richard Nissant et autre)^(٢).

^(١) لقد قمنا بزيارة المحل التجاري (سبستون) في أربيل العاصمة بتاريخ (٢١/ ٢/ ٢٠٢٢)، وأكد لنا موظف المبيعات بأن جميع مالديهم من ألعاب الأطفال والهدايا المعروضة ضمن الماركات العالمية المشهورة سيماً شركة سبستون السعودية لانتاج ألعاب الأطفال، وإن واجهة المحل ماهي إلا تعبر عن الصلة بين منتجاتنا، والشركة المسمى.

^(٢) تتلخص وقائع القضية في قيام الشركة (Richard Nissant et autre) بالإعلان عن سيارتها الجديدة (Prairie) على أساس أنها اسم جديد للسيارة (Espace) التي تنتجها شركة (Renault) الشهيرة، واعتبرت المحكمة أن إعلان الشركة المدعى عليها بهذا الوصف ما هي إلا للاستفادة من شهرة الشركة المدعية، ولترويج منتجاتها، والعيش في كنف الشركة المدعية، والحصول على الأرباح غير المشروعة، وعد بمثابة الأعمال الطفيلية المحظورة، القرار مشار إليه عند: عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ١٠٢-١٠١.

ومن الأعمال الأخرى أيضاً بروز ظاهرة أخرى مفادها قيام البعض من المحال التجارية، ومعارض السيارات بتغريير المستهلكين على أن المنتجات المعروضة لديهم سيماً الصينية الصنع ذات أصالة، ونوعية جيدة، وجودة عالية تفوق بكثير عن مثيلاتها من المنتجات التي تنتجها الشركات ذات الماركات العالمية المعروفة، تجدر الإشارة إلى أن القضاء الفرنسي تصدت لمثل هذه الظاهرة في فرنسا، واعتبرتها من قبيل أعمال المنافسة الطفيلية غير المشروعة، نقبتس ذلك من قرار لمحكمة النقض الصادر في (٢٠٠٠/٥/١٦) في قضية شركة (Gillette) الشهيرة، ضد شركة (Monoprix)، فيما يتعلق بالشفرات الـ (Gillette) للحلاقة^(١).

الفرع الثاني

صور الاعتداء على المجهودات الفكرية والاستثمارات المالية

إضافة على ما تقدم من صور الاعتداء على الشهرة التجارية من قبل التاجر الطفيلي، فإن هناك صور أخرى من المنافسة الطفيلية التي تقوم على أساس الاعتداء على المجهودات، أو الإبداعات الفكرية، والاستثمارات المالية للغير، بيد أن الذي نبغي ذكره هنا أن الاعتداء على الأفكار المجردة، والإبداعات، والمفاهيم، والاستثمارات لا تدخل تحت طائلة الحماية القانونية، إلا إذا تحولت إلى كيانات مادية وملموسة، أو أثمرت عن نتائج تقنية أو فنية^(٢)، يبدوا العلة هنا منطقياً لأن هذا التحول قد تحتاج إلى بذل المزيد من المجهودات الفكرية، وكثير من الوقت، والنفقات الباهظة، وأصبح لها قيمة اقتصادية بمعناها الدقيق^(٣)، وعلى هذا النحو اعتبرت محكمة استئناف باريس في قرار لها بتاريخ (١٩٩٢/١١/١٧)، بأن الأفكار والمجهودات الفكرية في

^(١) تلخص وقائع القضية في أن محكمة النقض الفرنسية قررت بتاريخ ٢٠٠٠/٥/١٦ تأييد الحكم الصادر من محكمة استئناف باريس الصادر في ١٩٩٨/٩/٣٠، والذي تناولت إدانة الشركة (Monoprix)، بارتكاب الأعمال الطفيلية لأنها قامت ببيع قطع غيار مكونة من شفرات الحلاقة الرديئة على أساس أنها مماثلة من حيث الجودة لتلك التي يصنعها الشركة العالمية (Gillette)، واستغل الظروف في أن تركيبة الألوان الموجودة على أغلفة الشفرات هي نفس تركيبة الشفرة الأصلية مما يوحي لجمهور المستهلكين على الخلط، والالتباس بينهما، القرار مشار إليه عند: د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ١٠٦-١٠٧.

^(٢) د. حميد محمد اللهي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في منظمة التجارة العالمية، ط ٢، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٤٦٥.

^(٣) د. عبدالرحيم عنتر عبدالرحمن، حقوق الملكية الفكرية وأثرها الاقتصادي، دار الفكر الجامعي، ط ١، الاسكندرية، ٢٠٠٩، ص ٣٩١.

الوسط التجاري عادةً ما تشكل قيمة اقتصادية، وأن الاعتداء عليها من قبل الغير يؤدي إلى الظلم والتطفل^(١)، وفي مثل هذه الصور لا يشترط لجهة المعتدى عليها أن يكون ذات شهرة تجارية، بل يكفي أن يكون هناك سعي للعيش في كنفها، والاستفادة من مجهوداتها، واستثماراتها، والحصول على المنافع المادية والمعنوية لحسابها، وأن الصور العملية لمثل تلك الحالة متنوعة لا حصر لها، فعلى سبيل المثال:

أولاً: الاعتداء على التصميم والديكورات الداخلية، والمظاهر الخارجية للمحلات التجارية الكبرى، أو المولات، حيث في العادة يتم اختيار هذه الديكورات المظاهر الخارجية بناءً على بذل المزيد من الجهود الفكرية الحثيثة، والدراسات الهندسية، والاحصائية الدقيقة من قبل المتخصصين، ليتناسب مع ميول ورغبات جمهور المستهلكين، لكي يمكن لهم القدر الأكبر من التمتع والراحة واليسر في التسوق^(٢)، كما وأن إنجاز مثل هذه المشاريع قد تحتاج إلى استثمارات مالية كبيرة، ونفقات باهظة، ومزيد من الوقت والمثابرة، وقد يلجأ البعض من التجار إلى تقليد هذه التصميم، والمظاهر، والديكورات الخاصة، لتخفيض نسبة النفقات، والتكاليف في إنجاز المشروع من جانب، ومن جانب آخر لإثارة اللبس، والغموض في نفوس جمهور المستهلكين على أن المحل المعتدي ما هو إلا فرع من الفروع الأخرى للمحلات المعتدى عليها، أو تابعة لها. الجدير بالذكر أنه لا توجد حماية خاصة لمثل هذه الاعتداءات، سواء أكان على المستوى الدولي، أو المحلي، بيد أن القضاء الفرنسي أقر حماية خاصة لمثل هذه الاعتداءات، وعد ذلك من قبيل أعمال التطفل الموجب للضمان، نلتمس ذلك في حكم محكمة استئناف باريس رقم ١٩٩٦/١٣٧٠٠ بتاريخ ١٩٩٧/٦/٢٥، والمتعلق بالفصل في قضية شركة (Sephora) ضد شركة (Patchouli valence)^(٣).

(١) القرار منشور عند: حلمي محمد الحجار، وهالة حلمي الحجار، مصدر سابق، ص ١٠٣.

(٢) د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ١١٣.

(٣) تلخص وقائع القضية في أن محكمة استئناف باريس حكم بتاريخ ١٩٩٧/٦/٢٥ على أن اقتباس شركة (Patchouli valence) للتنظيم الداخلي، وتنسيق الألوان وديكور الواجهة والاعمدة الداخلية لشركة (Sephora)، تعد من أعمال المنافسة الطفيلية، ورغبت الشركة في الانضواء بكنف الشركة المنافسة، واستفادت من تخفيض نفقات الدراسات، والأعمال، والجهود الفكرية لجذب عملائها، لتفصيل أكثر ينظر: د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ١١٤، والقرار متاح على الموقع الالكتروني التالي:

ثانياً: غصب التقنية، ويكون ذلك بالاعتداء على الجهود الفكرية، أو الطرق الفنية التي حققها الغير لصالح تطوير نشاطه الاقتصادي، وعادة الحصول على تلك التقنية، أو الطرق الفنية في الانتاج، والتطوير قد يستغرق بذل المزيد من الجهود، والمثابرة، وإضاعة الوقت والنفقات، وأنه ليس من العدالة، أن يترك المشروع المنافس باستغلال تلك التقنية، واستثمارها، وتوظيفها لحسابها بما يحقق مضاعفة أرباحه^(١).

تجدر الإشارة إلى أن مثل هذه الحالة لا تخضع لأحكام حماية خاصة، بيد أن القضاء الفرنسي- اعتبرها من الحالات التي تدخل في إطار المنافسة الطفيلية، ويبدوا ذلك واضحاً في حكم محكمة استئناف (Rouen) الخاص بإدانة شركة (Jacottet) على إعادة انتاج مخفض السرعة التي انتجها المكاول من الباطن (Dunsous-traitsant) لحسابه بعد انتهاء عقد المكاولة، وذلك لأن الطرق الفنية والتنموية التي اتبعها المكاول في انتاج مخفض السرعة كلفته عليه بذل المزيد من الجهد، والنفقات، والمثابرة، وإن كانت لا تحميه براءة الاختراع، فإنه تستوجب حمايته بموجب دعوى التطفل^(٢).

المبحث الثاني

الحماية القانونية من المنافسة الطفيلية في إقليم كوردستان العراق

جرى العمل في أن الضحية من أعمال المنافسة غير المشروعة التقليدية يتم حمايته عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة التي تستند إلى نفس الأساس الذي تقوم عليها دعوى المسؤولية التقصيرية من ارتكاب خطأ من قبل المعتدي، وتسبب هذا الخطأ في إحداث الضرر للغير، ووجود رابطة سببية بين الخطأ والضرر^(٣)، مع ذلك فإن دعوى المسؤولية التقصيرية تختلف عن دعوى المنافسة غير المشروعة في أنها دعوى علاجية، وتكمن هدفها في تعويض المتضرر عند وقوع الضرر، بينما دعوى المنافسة غير المشروعة فتعتبر دعوى وقائية، لأنها لا

Court of Appeal of Paris, June 25, 1997, n° 1996/13700, https://www-doctrine-fr.translate.google/d/CA/Paris/1997/INPIM19970428?_x_tr_sl=fr&_x_tr_tl=en&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=sc last visited (17-11-2021).

^(١) رباب حسين كشكول، مصدر سابق، ص ١٢.

^(٢) د. محمد سلمان غريب، مصدر سابق، ص ١٠٠.

^(٣) المادة (٢٠٤) من القانون المدني العراقي.

تقتصر على تقرير تعويض فحسب، بل على منع وقوع الضرر في نهاية المطاف^(١)، كما لا يشترط في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة بأن يكون الضرر محققاً، بل إنما يكفي أن يكون محتمل الوقوع^(٢)، والذي نبغي ذكره بأن الهدف من دعوى المنافسة غير المشروعة، هو حماية قيم المنافسة، والعناصر المعنوية للمحل التجاري من التصرفات غير المشروعة التي تقوم بها التاجر المنافس، وذلك بهدف صرف الزبائن عنه، سواء أكان بإثارة اللبس، أو الخلط حول تلك العناصر، أو إحداث اضطراب في داخل المحل التجاري.

بينما في المنافسة الطفيلية فإن الأمر مختلف تماماً، بحيث أن التاجر الطفيلي يسعى للعيش في كنف ضحيته، والاستفادة من شهرته، والنفقات التي تكبده، والصعود على حسابه، فإنه لا يعتدي على عناصر المحل التجاري مباشرةً، أو لا ينافسها في نشاطها التجاري، ولا في زبائنها، أو حتى لا يقوم بأي عمل من شأنه أن يؤدي للاضطراب في محله التجاري، والتي هي من السمات الأساسية للأعمال المنافسة غير المشروعة بوجهها التقليدي^(٣)، وعلى ذلك لا غرابة في القول على أنه من غير منطقي ترك هذه المنافسة للحماية المقررة بدعوى المنافسة غير المشروعة، بل لا بد من أن تغطيها بحماية خاصة تفوق عما تقررها هذه الحماية الأخيرة.

من جانب آخر أن تسمية هذه الدعوى كان موضوع جدل لدى الفقه، فقد أطلق عليها رأي فقهي بدعوى التطفل^(٤)، وعند البعض الآخر^(٥) سميت بالدعوى الطفيلية، وهناك من أطلق عليها دعوى التشويش^(٦)، بينما كانت للدكتورة سميحة القليوبي^(٧) رأي مخالف، وتقول أن صور

(١) د. عصمت عبدالمجيد بكر ود. صبري حمد خاطر، الحماية القانونية للملكية الفكرية، ط ١، بيت الحكمة، بغداد، ٢٠٠١، ص ١٩٣-١٩٤.

(٢) ژاله سعيد يحيى، الحماية القانونية للعلامات التجارية والعناوين الإلكترونية (أسماء الدومين) على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون والسياسة، جامعة صلاح الدين، ٢٠٠٣، ص ٥٦.

(٣) للتفصيل عن هذه الأعمال ينظر: د. أكرم ياملي، القانون التجاري، ج ١، ط ١، دار الثقافة للنشر- والتوزيع، عمان، ١٩٩٨، ص ١٥٨ - ١٦١.

(٤) د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ١٢١.

(٥) حلمي محمد الحجار، وهالة محمد حلمي، مصدر سابق، ص ١٨٩؛ رباب حسين كشكول، مصدر سابق، ص ٨.

(٦) د. محمد محبوبي، حماية العلامة المشهورة، ورقة عمل متاحة على شبكة الانترنت على العنوان التالي:

<<http://www.justic.gov.ma/console/uploads/doc/etude/2005>> last visited (25/1/2022).

(٧) د. سميحة القليوبي، مصدر سابق، ص ٥٩٧.

المنافسة الطفيلية ماهي إلا امتداد لأعمال المنافسة بوجهها التقليدي، وعلى ذلك لا بد من حماية المعتدى عليه وفقاً لأحكام دعوى المنافسة غير المشروعة. وفي رأينا أنه لما كانت أعمال المنافسة الطفيلية وليد إرهابات، وتكتيكات جديدة ابتدعها البعض من التجار الجشعين في ميادين التجارة، والصناعة، وذلك للاستفادة من جهود الآخرين، والعيش في كنفهم، والصعود على حسابهم، فإن العدالة تقتضي إعطاء الطرف المقابل (الضحية) حماية خاصة تتناسب مع معطيات جديدة في المحافظة على قيم المنافسة الشريفة، ومشروعيتها، والقادرة على تصدي المقترفين، وردع الآخرين، وعلى ذلك نحن بدورنا نفضل أن تكون هذه الحماية تحت طائلة دعوى خاصة يمكن تسميتها بدعوى المنافسة الطفيلية المختلفة تماماً عن دعوى المنافسة غير المشروعة، وللتطرق على ماهية هذه الدعوى، وخصوصيتها، وآثارها القانونية على المقترف للأعمال الطفيلية، نقسم المبحث إلى مطلبين كالآتي:

المطلب الأول

دعوى المنافسة الطفيلية

تعد دعوى المنافسة الطفيلية مدنية، ولا يمكن اعتبارها على أنها دعوى جزائية لأن فعل الطفيلي المتمثل باس تغلال شهرة الغير، أو الاعتداء على مجهوده الفكري دون أن يكون منافساً له في النشاط، أو الزبائن لا تعد فعلاً جرمياً طبقاً لقاعدة (لا جريمة ولا عقوبة إلا بالنص)، بل تخضع للقواعد العامة التي تحكم الدعوى المدنية، والمنافسة غير المشروعة بمعناها التقليدي، بيد أن خصوصية هذه الدعوى ببعض أحكام خاصة تفرد نفسها عما تقررها دعوى المنافسة غير المشروعة في وجهها التقليدي من أحكام عامة، وعليه نكرس الجهد فيما يلي لتوضيح هذه الخصوصيات وكالآتي:

أولاً: خصوصية الصفة: الصفة هي "القدرة القانونية التي يملكها شخص معين لإقامة الدعوى أمام القضاء"^(١)، والصفة عادة تتوفر في المدعي، والمدعى عليه^(٢)، ففي دعوى المنافسة غير المشروعة بمعناها التقليدي تكون الصفة لكل من الطرفين المتنازعين، ويمكن أن يكونا شخصين طبيعيين، أو شخصين معنويين، أو لمن ينوب عنهم، أو خلفائهم، وإذا كان المدعي، والمدعى عليه،

^(١) حلمي محمد الحجار، وهالة محمد حلمي، مصدر سابق، ص ١٩١.

^(٢) المادة (٤) من قانون المرافعات المدنية العراقي رقم (٨٣) لسنة ١٩٦٩ المعدل.

يشتركان في قيم المنافسة المشتركة، أو نفس النشاط التجاري، فإن الصفة تثبت عادة لصاحب المشروع (الضحية) المعتدى عليه، وخلفائه، والمشروع المنافس المعتدي، وخلفائه العام، بيد أن الخصوصية هنا تقتضي بأن المدعي في المنافسة الطفيلية قد يكون أكثر من شخص، أو جهة عندئذ تثبت الصفة لكل منهم، ولورثتهم.

المثال على ذلك شركة دجاج كنتاكي (Kentucky Fried Chicken) تعتبر أكبر سلسلة مطاعم الوجبات السريعة في العالم بعد ماكدونالدز، وهي أمريكية الجنسية مقرها الرئيسي- مدينة لوفيل- ولاية كنتاكي، ولها فروع في (١٣١) دولة حول العالم^(١)، واقدمت في الآونة الأخيرة على مزاوله نشاطها التجاري في إقليم كردستان العراق (أربيل العاصمة)، فإذا قام إحدى المشروعات المحلية باتخاذ علامة (K.F.C) كاسم تجاري، أو علامة تجارية لتمييز محلها، أو نشاطها، أو أية صورة أخرى من صور الوجهة الجديد للمنافسة كما تقدم ذكره، فهنا تثبت صفة المدعي للشركة الأم باعتبار أن المشروع الطفيلي المحلي حاول الاستفادة من شهرتها، والعيش في كنفها دون الدخول معها في حلبة المنافسة، وذلك استناداً لأحكام الوجهة الجديد للمنافسة غير المشروعة، وفي نفس الوقت تثبت هذه الصفة لكل فرع من فروع الشركة الموجودة في أربيل العاصمة، وكذلك بالنسبة لورثتهم، وموصى لهم، ووكلائهم، أو حتى خلفهم الخاص طالما تلقى الحق من الشركة بصورة قانونية، كالموهوب له، أو المتفرغ له^(٢).

ثانياً: خصوصية شروط الدعوى: طالما أن دعوى المنافسة الطفيلية دعوى مدنية، فلا بد من أن تتوفر فيها أركان المسؤولية التقصيرية الواردة في المادة (٢٠٤) من القانون المدني العراقي، والأساس التي تقوم عليها المنافسة غير المشروعة في وجهها التقليدي، وعليه فمن حيث المبدأ لا بد للضحية أن تثبت الخطأ، والضرر، والعلاقة السببية بينهما، ولكن السؤال الذي يثار هنا هل هذه الشروط هي نفس الشروط التي تقام عليها دعوى المنافسة غير المشروعة بوجهها التقليدي، أم هناك خصوصية تذكر؟.

للإجابة نسترشد بالقضاء الفرنسي الرائد في هذا المجال، والذي أعطى للمعتدى عليه في مثل هذه الاعتداءات خصوصية فيما يتعلق بإثبات أركان المسؤولية التقصيرية وكالاتي:

(1) Shah Mujahid Uddin Operational strategies and management of KFC, research published in (IJRD), Volume 5, Issue 4, 2020, p 172.

(2) بهذا المعنى ينظر د. حلمي محمد الحجار، وهالة محمد حلمي، مصدر سابق، ص ١٩٤.

١- **خصوصية الخطأ** : يعرف الخطأ عموماً بأنه انحراف في سلوك الشخص مع إدراكه لهذا الانحراف^(١)، وفي النشاط التجاري يفيد كل فعل يتعارض مع العادات، والأصول المرعية المتبعة في الوسط التجاري، سواء كان صدر عن سوء نية، أو إهمال، والخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة بمعناه التقليدي يؤسس على عنصرين أولهما: وجود منافسة حقيقية بين تاجرين، أو منتجين يزاوون تجارة وصناعة من نفس النشاط؛ وثانيهما: أن تكون هناك من أعمال المنافسة غير المشروعة، كاستخدام المتعدي لوسائل مخالفة للقوانين، والعادات، والتقاليد المتبعة في الوسط التجاري، ولا ضير في أن يصدر تلك الأعمال عن إهمال، أو تقصير طالما يتسبب الضرر بالتاجر المنافس^(٢)، بيد أن الخطأ في المنافسة الطفيلية ينفرد بتوفر مجموعة معينة من السمات، أو العناصر وذلك كالآتي^(٣):

أ- **أنه خطأ عمدي**: تقدم القول عن الخطأ في المنافسة غير المشروعة التقليدية، بأنه لا يشترط لوقوعه أن يكون عمدياً، بل يجوز أن يقع عن طريق الإهمال، أو التقصير، بيد أن في الوجه الجديد لهذه المنافسة (المنافسة الطفيلية) يشترط أن يكون الخطأ عن طريق العمد، لأن السلوك المتطفل في الاستفادة من شهرة الغير، والعيش في كنفه لا يتم عن طريق الصدفة، ولا يتصوره إلا إذا كان متزامناً مع سوء نية، وقصد الغش، تطبيقاً لذلك قررت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها بتاريخ ١/٣٠ / ٢٠٠١ بأن التشابه بين كتلوكات شركة (Métro) مع شركة (Swatch) مع التمييز في نشاطهما لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تكون ناتجة عن الصدفة، بل تم بناءً على عمل طفيلي عمدي^(٤).

ب- **أنه خطأ مفترض**: من المعلوم أن دعوى المنافسة غير المشروعة بوجهها التقليدي تقوم على أساس خطأ واجب الإثبات، أي على المدعي أن يثبت خطأ المدعى عليه، أما في دعوى المنافسة الطفيلية، فإن إثبات هذا الخطأ أمر مفترض، وليس واجب الإثبات، نلتمس ذلك في المادة (١٦) من اتفاقية تريبس، والمادة (٨/٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي المعدل، حيث جعل المشرع مجرد تقديم الغير طلب تسجيل علامة مطابقة، أو مشابهة لعلامة

(١) د. إلياس ناصيف، مصدر سابق، ص ٧١.

(٢) د. جوزيف نخلة سماحة، مصدر سابق، ص ٩٤.

(٣) لتفصيل أكثر عن هذه الشروط ينظر: عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٢٠٨ - ٢١٨.

(٤) Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 30 janvier 2001, 98-21.359, Publié au bulletin, <<https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000007042250>> last visited (27-1-2022).

مشهورة، وذلك لتمييز منتجات تماثل، أو تختلف عن تلك التي تميزها العلامة المشهورة سبباً كافياً للخطأ، لأن تقديم الطلب لا يتم بالصدفة، بل إما يوحى رغبة في الاعتداء على الشهرة التي تتمتع بها هذه العلامة، لكي يستفيد منها دون مقابل، المثل على ذلك الذي يقوم بتسجيل علامة (B.M.W) كاسم تجاري لتمييز محل تجاري خاص بتقديم الوجبات السريعة، فإنه على دراية تامة بشهرة، وأصالة العلامة، ويهدف من وراء تصرفه خلق اللبس، والغموض لدى الزبائن بوجود الصلة بين محله التجاري، والشركة المالكة للعلامة.

ج- ألا يوجد مبرر للمشروع المتطفل للعيش في كنف ضحيته: هذا يعني بمفهوم المخالف إذا كان للمتطفل حق، أو رخصة يقررها القانون، أو اعتبارات العدالة للاستفادة من جهود الآخرين، والعيش في كنفهم، فإن عمله يعد مشروعاً لم يدخل ضمن إطار الأعمال المحظورة ضمن المنافسة الطفيلية، فإذا كانت المادة (٤/ مكرر/أولاً) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي المعدل، أقرت حظر استخدام علامة مشابهة، أو مماثلة للعلامات المشهورة لتمييز منتجات مماثلة، أو غير مماثلة لتلك التي يتميز بها العلامة حصراً، فإن الحظر لم يشمل استخدام ترجمة العلامة، وعلى ذلك يستطيع التاجر المنافس الاستفادة من شهرة العلامة إذا استخدم العلامة المترجمة إلى اللغة الأخرى، وليس العلامة ذاتها، أو شبيهها، المثل على ذلك أنه ليس هناك أية مسؤولية قانونية على شبكة الاعلام الاخبارية الكوردية المشهورة (Rudaw) بإطلاق قناة فضائية خاص بهذا الاسم، في حين سبق وكان هناك من شبكة إخبارية سعودية مشهورة لديها قناة تحت هذه التسمية (الحدث)، ولكن باللغة العربية، هذا يعني أن الحظر اصطدم مع رخصة قانونية التي أقرتها كل من المادة (١٦/ ١) من اتفاقية تريبس، والمادة (٤/ مكرر/ أولاً) من القانون العراقي لمصلحة الشبكة الاعلامية الكوردية (Rudaw).

د- أن يكون مشروع المتطفل قد استفاد من ضحية خالصة دون إضافة عليها أو على مجهوداتها:

بمفهوم مخالف إذا قام المتطفل بإضافة نوعية إلى قيمة المنافسة لمشروع المتطفل نتيجة لمجهوداته الفكرية، أو استثماراته المالية لا تعد بمثابة أعمال التطفل، فإذا اقتبس فكرة معينة من مشروع منافس، من ثم بذل جهود حثيثة من النفقات، والبحث، والمثابرة من أجل تطوير الفكرة، وتوظيفها وفقاً لمعايير علمية حديثة لا تعتبر من أعمال التطفل، وعلى عكس ذلك أنها سمة من السمات المطلوبة للتطور والنهوض بركبة التطورات السريعة الحاصلة في ميادين

التجارة والصناعة، ويعتبر ضمن الاختراعات الجديدة، والمرخصة لها بموجب المادة (٣١/ل) من اتفاقية (TRIPS) لعام ١٩٩٤، تطبيقاً لذلك رفضت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها بتاريخ ١٩٩٩/٤/٥ دعوى شركة مدعية في أن شركة مدعى عليها المنافسة قامت باقتباس بعض العناوين من الدليل الذي اعتبرته منهجاً لها (neconstituent pas une reprise systématique)، واعتبرت المحكمة أن الاقتباس لا يمثل نسخاً لها، بل أضافت عليها التغيرات النوعية، ولا يعتبر السلوك أعمالاً تطفلياً موجباً للمسؤولية^(١).

٢- خصوصية الضرر: تقدم القول بأن دعوى المنافسة غير المشروعة بمعناها التقليدي لا تخرج عن نطاق دعوى المسؤولية التقصيرية الواردة في المادة (٢٠٤)^(٢) من القانون المدني العراقي، والضرر هو الركن الأساسي لاستحقاق التعويض في هذه المسؤولية، بل وإن أهميته تفوق أهمية الخطأ في الحالات التي تقوم المسؤولية على عنصر- الضرر فقط، أو ما يسمى بالمسؤولية الموضوعية^(٣)، هذا يعني أن الضرر ركن أساس في دعوى المنافسة غير المشروعة، ويستوي فيما بعد ما إذا كان الضرر مادياً يصيب الضحية في عناصر ذمته المالية، أو أدبياً يصيب شخصية الضحية، أو سمعتها، كما لا يشترط أن يكون الضرر محققاً، إنما يمكن أن يكون محتملاً، عنئذ على المحكمة أن تأخذ بالإجراءات اللازمة لمنع وقوعه في المستقبل، كما لا يشترط في الضرر أن يكون جسيماً، إنما يستطيع المضرور المطالبة به ولو كان يسيراً.

من هنا يثار التساؤل بشأن ما إذا كان الضرر في دعوى المنافسة الطفيلية يخضع لنفس أحكام المنافسة بوجهها التقليدي أم لا ؟

للإجابة نستشهد بالقضاء الفرنسي الرائد في مجال، ففي بداية الأمر كان القضاء متردداً أصلاً فيما إذا كان الضرر يعد ركناً في هذه الدعوى من عدمه بحجة أن المشروع الطفيلي المعتدي لا ينافس مشروع الضحية في زبائنه، وعليه كان هذا المشروع الأخير لا يخسر- شيئاً من الناحية المادية، لذا لا يستوجب التعويض، وتطبيقاً على ذلك قضت محكمة استئناف باريس في قرار لها بتاريخ (١٩٦٢ / ١٢ / ٨) بأن المصنع الذي أنشئ لصناعة البرادات تحت تسمية (Pontiac) عمل طفيلي للعيش في كنف شركة (Pontiac) المشهورة عالمياً في مجال السيارات، وألزم صاحب المصنع بمنع استخدام ذلك الاسم، واتخاذ اسم آخر غير ملتبس، أو مضلل لجمهور المستهلكين،

(١) القرار مشار إليه عند: د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٢١٤.

(٢) يقابلها المادة (١٣٨٢) من القانون المدني الفرنسي المعدل لسنة ١٨٠٤.

(٣) محمد مبارك الرشيد، مصدر سابق، ص ٣٦.

وتحمل كافة إجراءات النشر، والشهر دون تحمله بأي تعويضات مادية تذكر، ولكن عدل عن موقفه هذا صراحة في الثمانينات من القرن المنصرم، وأقرت بتلازم عنصر- الضرر مع اقتراف العمل الطفيلي، ولكن على شرط أن يتحمل المتطفل عليه (الضحية) عبء إثباته بكافة وسائل الإثبات المتاحة^(١)، وفي تطور لاحق عندما أدرك القضاء الفرنسي- بأن المتطفل عليه سيواجه صعوبات جمة في إثبات الضرر، اقدم على اتخاذ مسلك أكثر تيسيراً عما هو المتبع في دعوى المنافسة غير المشروعة بمعناه التقليدي، كالإقرار بأن إثبات الدعوى ينبغي أن تعتمد في المقام الأول على وقف الأعمال الطفيلية، ومنع حدوث الضرر المستقبل قبل تركيزه على ماهية الضرر الذي أصاب المتطفل عليه، وكيفية تقديره أو تحديده، وتطبيقاً لذلك، قضت محكمة استئناف باريس في قرار لها بتاريخ ١٩٩٥/٥/٢٤ على أنه تبين من حيثيات الدعوى بأن التصرفات المنافسة للتجارة التي اقترفت من قبل الشركة المدعى عليها تدل على رغبتها المعتمدة للعيش في كنف الشركة المنافسة في المستقبل، لكي تستفيد من جهودها الترويجية مما يبرر إلزامها بالتعويض عن الضرر الذي سيستنتج من أعمال المنافسة الطفيلية في المستقبل^(٢). بذلك نستطيع القول بأنه مهما يكن الأمر فإن الضرر في المنافسة الطفيلية، هو خسارة من الذمة المالية للمتطفل عليه، وله صور خاصة أعجزت دعوى المنافسة غير المشروعة بصورتها التقليدية عن إيجاد الحلول اللازمة لها، من هذه الصور على سبيل المثال^(٣):

أ- التقليل من القيمة التجارية التي تتمتع بها الشهرة التجارية لمشروع الضحية: عندما يقوم المشروع المتطفل بإنتاج سلعة رديئة، أو منتج رديء، وتضع عليها نفس العلامة التجارية المشهورة التي تتمتع بها مشروع الضحية، لتضليل جمهور المستهلكين، من ثم يقوم بتوزيعه على السوق، سيؤدي ذلك إلى انتقاص من قيمتها التجارية، ولا يفرق فيما إذا كانت المشروع المتطفل في مركز منافس مع المشروع الضحية من عدمه.

ب- تحويل الزبائن: هذه الصورة هي نتيجة حتمية لأعمال التطفل، لأنه عندما تقوم أحد المشروعات بالعيش في كنف مشروع آخر مشهور، عادةً تتحول بعض الزبائن لهذا الأخير إلى

^(١) انظر القرار الصادر من محكمة استئناف باريس الفرنسية بتاريخ (١٩٨٦/٣/٤) المشار إليه عند: د. حلمي

محمد الحجار، وهالة حلمي الحجار، مصدر سابق، ص ١٥٩، هامش ٢.

^(٢) القرار المشار إليه عند: د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ٢٢٣.

^(٣) للتفصيل عن هذه الصور ينظر: د. حلمي محمد الحجار، وهالة حلمي الحجار، مصدر سابق، ص ١٦٢-

مشروع جديد طوعاً باعتبار أحد فروع، وتمثل الضرر لهذه الحالة في انقاص حجم مبيعات مشروع الضحية.

ج- إعاقة مشروع الضحية عن القيام بالمبادرات التجارية، وتفويت فرص التقدم وتنويع الاستثمارات: في هذه الصورة يقوم المشروع المتطفل بالدخول في نشاط جديد تحت سائر شهرة مشروع الضحية، ويترتب على ذلك حرمان مشروع الضحية من الدخول في هذا النشاط، وتنويع استثماراته.

د- الخلط نحو مصدر السلع والمنتجات: وعادة في هذه الصورة يمارس المشروع المتطفل نشاطاً مختلفاً عن مشروع الضحية، ومع ذلك يثور اللبس، أو الغموض في نفوس جمهور المستهلكين حيث يعتقدون بأن السلع، والمنتجات الجديدة ينتجها مشروع الضحية، سواء أكان في فرعها الجديد، أو عن طريق مشروع آخر يرتبط معه اتفاق بترخيص، أو ما شابه ذلك، لأنها تحمل نفس العلامة المميز التي انطبع أصالتها، وجودتها مسبقاً في ذهنهم.

٣- خصوصية العلاقة السببية بين الخطأ والضرر: لا تقوم دعوى المسؤولية التقصيرية إلا عند توفر أركانها الثلاث، الخطأ، والضرر، والعلاقة السببية، وقد استقر الفقه والقضاء على أن دعوى المنافسة غير المشروعة في وجهها التقليدي تستند على نفس الأساس التي تقوم عليها دعوى المسؤولية التقصيرية، عليه ينبغي على المتضرر إثبات الخطأ، والضرر، والعلاقة السببية، فإذا كانت دعوى المنافسة الطفيلية تنفرد بالخصوصية في كلا الركنين، الخطأ، والضرر، فالسؤال الذي يثار هنا هل هذه الخصوصية تستمر مع إثبات المعتدى عليه لركن الرابطة السببية ؟

بداية يعد إثبات الرابطة السببية ركن ضروري لإدانة المعتدي، حيث كان ينبغي على الضحية إثبات الضرر الذي لحق به نتيجة للخطأ الذي اقترف من قبل المدعى عليه، وعلى المحكمة المعنية الإفصاح عن هذه الرابطة عند البت في قرارها بتعويض المعتدى عليه، وتطبيقاً لذلك ألغت محكمة النقض الفرنسية الحكم الذي أصدرته محكمة استئناف فراسي في إدانة شركة (GLOCK)، وإلزامها بأداء مبلغ التعويض إلى المدعى عليه المصفي لشركة (NERAL) بتاريخ (١٩٩٨/١١/١٥)^(١).

^(١) تتلخص وقائع القضية بأن شركة (GLOCK) قام بتقليد قوائم ومستندات لشركة منافسة (NERAL)، واعتبرت محكمة استئناف فراسي بأن السلوك بمثابة خطأ موجب للتعويض، ولكن المحكمة لم توضح وجود رابطة سببية بين الخطأ والضرر الذي لحق بالشركة المدعية، وعند نقض الحكم قامت محكمة النقض بمهمة

نظراً لصعوبة إثبات الرابطة السببية في دعوى المنافسة الطفيلية، فقد أبدع القضاء الفرنسي- فكرة الإثبات بالاستبعاد، مفاد هذه الفكرة تكمن في اعتبار الخطأ الذي ارتكبه المتطفل هو الذي تسبب في الضرر الذي لحق بالضحية طالما لم يوجد هناك سبب آخر لإثبات هذا الضرر وفقاً للقواعد العامة، تطبيقاً لذلك قررت محكمة استئناف باريس في حكمها الصادر (١٩٩٣/١٢/١٥) على أن التاجر الذي ارتكب سلوك طفيلي، ونتيجة لهذا السلوك أشتهرت منتجاته، وازدادت زبائنه، لا ينفي صفة الخطأ عن سلوكه^(١)، من ناحية أخرى في حالة اقتصار دعوى الضحية على المطالبة بوقف أعمال التطفل دون التعويض، فلا يوجد هناك حاجة لإثبات الرابطة السببية^(٢).

المطلب الثاني

العقوبات المترتبة على المتعدي في دعوى المنافسة الطفيلية

إن السلوك الطفيلي في غصب الشهرة دون أن يكون منافساً للمتعدي عليه في النشاط، أو الزبائن هي صورة وحيدة من الصور العملية للوجه الجديد من المنافسة غير المشروعة التي نظمها التشريعات المعاصرة على الإطلاق، وجاء التنظيم استجابة لمتطلبات المادة (١٦) من اتفاقية التريبس، والتي تعد بمثابة حجر زاوية للقبول في عضوية منظمة التجارة العالمية، والمشرع العراقي بدوره لاحقت التطورات ونظم هذه الصورة في قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل في ٢٦/٤/٢٠٠٤، وذلك بالأمر المرقم (٨٠) الصادر من سلطة الائتلاف المحتلة، ونصت المادة (٤/مكرر/أولاً/٢) على أنه "يتمتع مالك العلامة المشهورة بالحماية الممنوحة بموجب هذا القانون حتى لو لم تسجل العلامة في العراق"، يفهم من النص بأن الحماية المطلوبة لهذه الصورة في العراق، وإقليم كردستان تشمل حماية جنائية، ومدنية، لأن القانون المذكور يحتوي على حمايتين.

نحن بدورنا ننتقد هذا التوجه للمشرع العراقي لأن الحماية الجزائية مقررة للعلامات المسجلة، وليس بالضرورة أن يتم توسيع نطاقها ليشمل العلامة المشهورة المستثنى عن شرط

رقابية، ونقضت الحكم لعدم توفر الركن الثالث من أركان المسؤولية التقصيرية، لتفصيل أكثر أنظر: د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٣٣٤ - ٣٣٥.

^(١) Cour d'appel de Paris, 15 décembre 1993, n° 93-25039, available on web sit: <<https://www.doctrine.fr/d/CA/Paris/1993/U31441C730D40C882FC67>> last visited (30-1-2022)

^(٢) د. جوزيف نخلة سماحة، مصدر سابق، ص ١١٠.

التسجيل هذا من جانب، ومن جانب آخر، فإن اتفاقية التريبس نفسها لا يطالب مثل هذه الحماية القوية التي من شأنها أن تخلف آثار سلبية بالنسبة للشركات المحلية التي من شأنها تقويض مساهمتها في النمو الاقتصادي، والتكنولوجي، وتخفيض قدراتها التنافسية على حساب الشركات الأجنبية المالكة لهذه العلامات، والتي تستحوذ بشكل كامل على الأسواق العالمية نتيجة لقدراتها المالية والتكنولوجية.

إن التعديل بهذه الصيغة في رأينا المتواضع ماهي إلا انعكاس لنوايا وتوجهات سلطة الائتلاف المحتلة على أساس أن العراق بعد احتلالها (٢٠٠٣) سيصبح بيئة خصبة أمام شركاتهم لمزاولة نشاطاتها، والاستثمار فيها، وإن مثل هذه الحماية سيحول دون التعدي على علاماتها، أو شهرتها التجارية، مهما يكن الامر فإن تطبيق مثل هذه الجزاء مرهون بتوافر شرطين هما:

أولاً: أن يكون سلوك المتطفل يحمل الغير على الاعتقاد بوجود علاقة بين المنتجات التي تحمل الماركة المشهورة، وتلك التي يقوم الطفيلي بتقديمه، أو تسويقه، وتطبيقاً لذلك فقد رفضت محكمة التمييز الاتحادية العراقي توقيع الجزاء الجنائي على المعتدي عند استخدامه لشهرة الغير في المنتجات غير المماثلة، وأقرت مبدأ "بأن التصنيف السلعي في استخدام العلامة التجارية لا يؤدي إلى حدوث تضليل، والإرباك لدى جمهور المستهلكين"، وذلك في قرارها المرقم (١٠١١) الصادر بتاريخ (٢٨/١٠/٢٠١٠)^(١).

ثانياً: أن يؤدي هذا الاستخدام إلى إلحاق الأضرار بالغير صاحب هذه الشهرة^(٢).

وعليه اذا تحقق هذين الشرطين يعاقب الطفيلي بالعقوبات الواردة في المادة (٥/٣٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية المعدل، والتي تكمن بحبس الطفيلي لمدة تتراوح بين (١-٥) سنوات، وبغرامة مالية قدرها (٥٠-١٠٠) مليون دينار عراقي، وإذا قام بتكرار الفعل مرة أخرى، فيخضع لعقوبة أشد تتراوح بالسجن لمدة (٥-١٠) سنوات، وغرامة بين (١٠٠-٢٠٠) مليون دينار عراقي، إضافة إلى غلق المحل لمدة تتراوح بين (١٥) يوماً إلى (٦) أشهر، وذلك بحسب المادة (٣٦/مكرر) التي أضافته الأمر المرقم (٨٠) الصادر من سلطة الائتلاف المحتلة، كما وللمحكمة ان تفرض العقوبات التكميلية من مصادرة المنتجات، والسلع التي تحمل العلامة المخالفة، وبيع،

^(١) القرار منشور على الموقع الرسمي لمجلس القضاء الأعلى العراقي على العنوان التالي:

<http://www.hjc.iq/qview.1457/> > last visited (30-1-2022).

^(٢) الفقرة (٣) من المادة (٤/مكرر/أولاً) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي المعدل.

والأرباح التي جناها المعتدي خلال مرحلة الاعتداء، وكافة الأدوات والملصقات المستعملة في التعدي، إضافة إلى مصادرة الشركة برمتها^(١).

فاذا سلمنا في أن الحماية الجزائية كانت مفرطة، ومبالغة فيها كما تقدم القول، فإن ذلك لا يفسر وجهة نظرنا في إفلات المتطفل من العقوبة، لأنه فعلاً اقتترف سلوك مخالف للعادات، والسلوك المرعي في الوسط التجاري، بيد أن فعله في العيش في كنف الغير دون أن يكون منافساً له في النشاط، أو الزبائن في وجهة نظرنا لاتصل إلى مستوى جريمة جنائية، بل يعد ذلك من قبيل الخطأ الموجب للمسؤولية المدنية، ونقتدي في هذا التأويل بموقف المشرع-ع الفرنسي- الذي نص صراحة في الفقرة (١) من المادة (٥-٧١٣) من تقنين الملكية الفكرية لسنة ١٩٩٣ على أن^(٢) "استخدام علامة معروفة لتمييز منتجات، أو خدمات غير مماثلة لتلك الواردة في السجل، وتترتب عليه المسؤولية المدنية للمستخدم إذا كان من شأن هذا الاستخدام أن يلحق الضرر بمالك العلامة، أو إذا كان هذا الاستخدام يمثل استغلالاً دون مبرر للعلامة المعروفة".

ولكن بما أن دعوى المنافسة الطفيلية تنفرد بعدد من الخصوصيات (كما تقدم ذكره) ظهرت المتاهات، والجدال بين الفقه والقضاء الفرنسيين حول إمكانية خضوعها إلى دعوى المسؤولية المدنية من عدمها.

ففي بداية الأمر ذهب اتجاه من الفقه^(٣)، والقضاء^(٤) الفرنسيين على أن الدعوى لا تستند أصلاً إلى أحكام المسؤولية المدنية، أمّا إلى نظرية الإثراء دون سبب، لأن استغلال المتطفل للمجهود الفكري سيؤدي في نهاية المطاف إلى إثراء من دون سبب، ولكن سرعان ما انتقد هذا الرأي من قبل الاتجاه السائد من الفقه^(٥)، والقضاء^(١) الفرنسيين بقولهما أن إثراء المدعي على

^(١) الفقرة الأخيرة من المادة (٣٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي المعدل.

^(٢) تنص الفقرة (١) من المادة (٥-٧١٣) بالفرنسية على ما يلي:

"L'emploi d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou service non similaires à ceux designés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur s'il est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cet emploi constitue une exploitation injustifiée de cette dernière »

^(٣) A Lucas La protection des creation industrie abstraites, lite, 1975, N377 et S 1

نقلاً عن: د. حلمي محمد الحجار، وهالة حلمي الحجار، مصدر سابق، ص ١٢٨.

^(٤) القرار لمحكمة استئناف باريس بتاريخ (١٩٨٩ / ٥ / ١٨) المنشور في مؤلف: إلياس مورييس غانم، الماركات المشهورة، ط١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٨، ص ٢٢٤.

^(٥) Philippe le Tourneao, le parasitisme dans tous ses etats D.S. 1993.

حساب المتطفل نتج عن اقرار هذا الأخير للخطأ الذي تسبب في افتقار المدعى عليه، هذا يعني توافر أركان المسؤولية المدنية عن الفعل الشخصي بمفهومها الواسع، وفي تطور لاحق تبنى هذا الاتجاه الأخير تطوير فكرة المسؤولية المدنية المبنية عن الفعل الشخصي، وأقر بأن السلوك المقترف في هذه المسؤولية لا يجوز حصره في نطاق معين، لذا يمكن أن تقع في داخل حلبة المنافسة التجارية، أو من عدم وقوعها في هذه الحلبة، وتجسيدا لذلك يمكن القول بأن دعوى المنافسة الطفيلية تهدف لتحقيق الأمور الثلاثة: صدور الحكم بإدانة المتطفل ونشره على حسابه، ووقف الأعمال الطفيلية والأخذ بالتدابير الاحترازية لمنع حدوث مثل هذه الأعمال في المستقبل، إضافة إلى تقرير تعويض مناسب لجلب الضرر الذي قد تلحق بالمعتدى عليه، ويمكن تلخيص هذه الجزاءات بما يلي:

١- صدور الحكم بإدانة المتطفل ونشره على حسابه: بعد إقامة الدعوى من قبل المدعي، والادعاء على أن المدعى عليه (المتطفل) مارس إحدى الأعمال الطفيلية (الصور العملية التي سبق أن أشرنا إليها) ضد مصالحه، وقبولها من قبل محكمة الموضوع شكلاً ومضموناً^(٢)، فقد تقوم بإصدار الحكم بإدانة المدعى عليه (المتطفل)، ونشر الحكم في صحيفة، أو أكثر، وعلى نفقة المدعى عليه^(٣)، وتلجأ المحكمة إلى هذه الوسيلة إذا ثبت لديها أن ما أصاب المعتدى عليه من ضرر ليس بقدر كبير من الأهمية، أو أن الضرر محقق، ولكنه غير حال بل يمكن أن يوقع في المستقبل، وأن الجمهور المعني ليس لديهم دراية كاملة بحقيقة موقف المتطفل تجاه المعتدى عليه^(٤)، عملاً بالمبدأ القانوني التي أقرته محكمة التمييز الاتحادية في قرارها المرقم (١٨٢٩) الصادر في (٢٠١٨/٧/٤) بالقول "إن التعويض يقتضي أن ينصب على الإضرار الفعلية التي لحقت بالمضرر، وأن لا يكون مغالى فيه"^(٥).

نقلاً عن: د. حلمي محمد الحجار وهالة حلمي الحجار، مصدر سابق، ص ١٣٥.

^(١) القرار لمحكمة استئناف باريس بتاريخ (٢٠١٩ / ١٠ / ١) في قضية الشركة (Artprice)، ضد الشركة (Camard) القرار متاح على الموقع الرسمي للقضاء الفرنسي على العنوان التالي:

<https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-paris-pole-5-ch-1-arret-du-1er-octobre-2019> last visited (30-1-2022).

^(٢) المادة (٩٨) من قانون المرافعات المدنية العراقية المعدل رقم (٨٣) لسنة ١٩٦٩.

^(٣) سالم رضوان الموسوي، نشر الأحكام القضائية في وسائل الاعلام، مقال منشور في صحيفة الحوار المتمدن العدد ١٤٩١، في (٢٠٠٦/٣/١٧).

^(٤) د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٢٦٢.

^(٥) القرار منشور في مؤلف: القاضي قاسم فخري الربيعي، مبادئ محكمة التمييز الاتحادية، ج ٢، ط ١، مطبعة الكتاب للنشر، بغداد، ٢٠١٩، ص ٥١.

وتطبيقاً لهذا الجزاء قررت محكمة استئناف باريس بأن استخدام شركة (Royal comporation) علامة (Pontic) لتمييز نوعية معينة من الثلاجات، اعتداء واضح على حقوق الشركة (General motor) الأميركية التي استخدمت هذه العلامة لتمييز نوعية فاخرة من السيارات، لكن لما رأت المحكمة أن الضرر الذي خلفت الاعتداء ليس على قدر كبير من الأهمية مما يبرر الحكم بالتعويض المادي، وإن نشر الحكم بالإدانة يكفي لمعرفة الجمهور المعني بعدم وجد العلاقة بين منتجات شركة (Generalmotor)، ومنتجات الشركة المدعى عليها، فقررت بنشر الحكم في خمسة جرائد، أو مجلات دورية تختارها الشركة المدعية، وتحمل شركة المدعى عليها (Royal comporation) تكلفة النشر على ألا يزيد عن (2500) فرنك فرنسي^(١).

٢- وقف الأعمال الطفيلية، أو منع وقوعها في المستقبل: قد يتسبب الأعمال الطفيلية بحدوث الاضطراب داخل المحل التجاري المعتدى عليه، عندئذ ليس على المحكمة إلا أن تأمر بوقف هذه الأعمال، عليه فإن وظيفة دعوى المنافسة الطفيلية في هذه الحالة تكمن في علاج الظاهرة، ومنع المتطفل من القيام بمثل هذه الأعمال، ولكن للدعوى وظيفة أخرى، وهي وقائية تكمن في المطالبة باتخاذ التدابير الاحترازية اللازمة للحيلولة دون حدوث مثل هذه الأعمال في المستقبل، بيد أن للمحكمة سلطة تقديرية واسعة في تقرير الحكم بحسب الظروف والملابسات، كل حالة على حدة، بحيث يجوز لها أن تأمر بمنع كلي، أو جزئي، أو حتى إلغاء المنع إذا رأت بأن سلوك المتطفل يقتضي ذلك، أو أن انحرافه بدأ يتحسن، ويتفق مع القيم والعادات المرعية في الوسط التجاري^(٢).

تطبيقاً لهذا الجزاء فقد رفضت محكمة النقض الفرنسية حكم محكمة استئناف فرساي الذي قضى- بمنع صاحب كراج خاص لخدمة بيع وشراء وتصليح السيارات (B.M.W) من استخدام هذه العلامة، كاسم تجاري في إعلاناته، ولو بإضافة كلمات أخرى عليها مثل متخصص في نوع كذا وكذا، حيث أكدت محكمة النقض في قرارها بأنه لا يمكن منع صاحب الكراج في الوقت الذي كان ظروف استخدام العلامة لا يثير أية لبس، أو خلط في نفوس جمهور المستهلكين، لأنه يتعامل مع السيارات التي تحمل هذه العلامة دون غيرها، وأيدت جانب من الفقه الفرنسي هذا الاتجاه بالقول: "أنه من غير مقبول منع التاجر الذي يعمل في مجال شراء

(١) القرار منشور عند د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٢٦٣-٢٦٤.

(٢) د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر نفسه، ص ٢٦٥.

وبيع وإصلاح السيارات (B.M.W) بأن يتخذ الوسائل اللازمة من الدعاية والاعلانات لإخبار العملاء بالخدمات التي يقدمها^(١).

بيد أن الوضع كان مختلفاً تماماً في إقليم كردستان العراق في وجهة نظر السلطات الأمريكية بعد احتلالها للعراق من ضمنها الاقليم في (٢٠٠٣/٤/٩)، حيث كنا نشهد شهود عيان عندما قامت جنود الأمريكيين بشكل مرعب للغاية مستغلين الهمرات العسكرية بازالة علامة (TOYOTA) عنوة على واجهة شركة جيهاان لتجارة السيارات الواقعة بالقرب من مسجد (رشاد مفتي) بارييل العاصمة، علماً أن نشاط الشركة كانت تتمحور في بيع وتصلح السيارات التي تحمل علامة تويوتا حصراً، وأكثر من ذلك كانت الشركة عندئذ في طور المفاوضات المباشرة مع شركة الأم صاحبة العلامة التجارية لأجل إبرام عقد الامتياز التجاري (الفرانشيزي)، والسؤال الذي يثار هنا كم من المعارض لبيع وشراء السيارات، أو الورشات لتصلح السيارات في الصناعة الشمالية والجنوبية تستخدم علامات لشركات السيارات، كأسماء تجارية لمحالهم للدلالة على اختصاص حرفتهم التجارية؟، وهل هذه المحلات حصلت فعلاً على عقود التراخيص بتقديم خدمات ما بعد البيع من الشركات المالكة لهذه العلامات عقد الامتياز التجاري لبيع وشراء السيارات التي تحمل تلك العلامة؟، وما الحكم فيما لو قبلت العراق من ضمنها إقليم كردستان بعضوية كاملة في منظمة التجارة العالمية، بالتالي إتاحة الفرصة لأصحاب هذه الشركات في إقامة دعاوى، ومقاضاة الجهات المعتدية المحلية امام هيئات التحكيم او الهيئة المتخصصة التابعة للمنظمة، وعلى ذلك يجب أن ندرك إن الوضع خطير للغاية وليس على اصحاب المحال التجارية المتعدية فحسب بل يحتمله اقتصادنا الوطني عبئه في نهاية المطاف.

٣- صدور الحكم بالتعويض: يعرف التعويض بأنه "مبلغ من النقود أو أية ترضية من جنس الضرر تعادل ما لحق المضرور من خسارة، وما فاتته من كسب، إذا كانا نتيجة طبيعية للفعل الضار"^(٢)، ولاستحقاق التعويض وإقامة المسؤولية المدنية، ينبغي أن يصدر الخطأ من جانب المعتدي، وان يتسبب بالضرر للمعتدى عليه، وأن يكون هناك علاقة سببية بين الخطأ والضرر. وتجدر الإشارة إلى أن إثبات الخطأ أمر مفترض في دعوى المنافسة الطفيلية (كما تقدم ذكره)، بل يكفي للمعتدى عليه إثبات الضرر الذي لحق به، ويعد من الشروط الأساسية لتقرير

^(١) ألبر شافان، تعليق على حكم محكمة النقض الفرنسي أعلاه في (١٩٨٣/٤/٢٥)، نقلاً عن د. عبدالرحمن السيد قرمان، مصدر سابق، ص ٢٦٦.

^(٢) د. عبدالمجيد الحكيم، عبد الباقي البكري، محمد طه بشر، الوجيز في نظرية الالتزام في القانون العراقي، ج ١، مطابع مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، ١٩٨٠، ص ٢٤٤.

الحكم بالتعويض ، والضرر الموجب للتعويض يجب أن يكون ضرر محققاً، ومباشراً سواء أكان متوقعاً أم غير متوقع، وسواء كان الضرر مادياً يصيب المعتدى عليه في ذمته المالية، أو أدبياً يصيب سمعته، أو شعوره وعواطفه^(١)، والأصل في التعويض أنه تقدر بحسب جسامته الضرر، بيد أن الأضرار التي تنتجها الاعتداءات الطفيلية تثير مشكلة في تقدير التعويض لأنه في المنافسة الطفيلية لا توجد هناك منافسة مباشرة بين مشروع الضحية، ومشروع المعتدي، وعلى ذلك لقد تدخل الفقه الفرنسي^(٢) في حل المشكلة، وأقرت عدة أسس منها:

أ- يقدر التعويض على أساس الانخفاض في حجم المبيعات لمشروع الضحية، ولكن لا يشترط أن يقدر التعويض بنفس النسبة التي انخفضت بها تلك المبيعات، لأن هذا الانخفاض قد يعود إلى أسباب أخرى، كالأسباب الداخلية التي تتعلق بذات المشروع، أو الأسباب الخارجية المتعلقة بتغيير الظروف التي تتم المنافسة في إطارها، سواء أكانت إقتصادية، أو سياسية، أو إجتماعية.

ب- يقدر التعويض على أساس قيمة الأرباح التي حققها الطفيلي، باعتبارها أرباحاً غير مشروعة، بينما هناك رأي^(٣) يقول بأنه لا عبرة بالمنفعة التي يناله الطفيلي، فقد لا يصيب من فعله أية فائدة مادية، ومع ذلك يتعين الحكم عليه بالتعويض، وفي رأينا المتواضع أنه لا يجوز للمحكمة أن تدخل في تقديرها لتعويض المنفعة التي حققها الطفيلي، لأن ذلك يعتبر خروجاً عن القواعد العامة في تقدير التعويض لأن هذا الأخير يقدر بحسب جسامته الضرر الذي أصاب المضرور، وليس وفقاً للأرباح التي حققها الطفيلي.

(١) د. عبدالمجيد الحكيم وآخرون، مصدر سابق، ص ٢١٣.

(٢) فليب لو تورنو، التطفل، جريس كلاسير، رقم (١٦٨) وما بعدها، نقلاً عن: د. عبدالرحمن السيد قرمان، المصدر السابق، ص ٢٧١-٢٧٣.

(٣) سعد عباس علي الأنباري، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دراسة قانونية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الحقوق، جامعة صدام، ١٩٩٩، ص ٨٨.

الختام

وفي نهاية موضوع دراستنا الموسومة بـ (المنافسة الطفيلية كوجه جديد للمنافسة غير المشروعة في إقليم كردستان العراق) توصلنا إلى عدة نتائج، من ثم أبدينا عدة مقترحات عسى ولعل أن يأخذ به المشرع الكوردستاني وفيما يلي أهمها:
أولاً: الاستنتاجات:

١- إن فكرة المنافسة الطفيلية مقتبس من علم البيولوجي، وأقر هذا العلم بأن هناك من الطفيليات تعيش في جسم الكائنات الحية، وتحصل على غذاء العائل على حساب صحتها وسلامتها، وإن الفقيه الفرنسي (Y. sait- Gal) هو أول من نقل هذه الفكرة إلى علم القانون في نهاية الخمسينات من القرن المنصرم.

٢- إن الصور العملية للمنافسة الطفيلية في إقليم كردستان عموماً تندرج تحت طائفة ثلاث فئات من الإعتداءات على المشاريع ذات السمعة التجارية العالية، وهي: الإعتداء على المجهودات الفكرية والاستثمارات المالية، والإعتداء على الشهرة التجارية لأغراض الدعاية والإعلان، والاعتداء على الشهرة التجارية لأغراض ترويج المنتجات.

٣- لما كان أعمال المنافسة الطفيلية وليد إرهابات وتكتيكات جديدة ابتدعها البعض من التجار الجشعين في ميادين التجارة والصناعة، فإن العدالة تقتضي إعطاء الطرف المقابل (الضحية) حماية خاصة تتناسب مع معطيات جديدة في المحافظة على قيم المنافسة الشريفة، ومشروعيتها، والقادرة على تصدي المقترفين وردع الآخرين، ولتكن هذه الحماية تحت طائلة دعوى خاصة يمكن تسميتها بدعوى المنافسة الطفيلية.

٤- إن دعوى المنافسة الطفيلية مدنية، وعليه تخضع للقواعد العامة التي تحكم الدعوى المدنية، بيد أن خصوصية هذه الدعوى ببعض أحكام خاصة تفرد نفسها عما تقررها دعوى المنافسة غير المشروعة في وجهها التقليدي، سواء أكان من حيث صفة الطرفين المتنازعين، أو خصوصية شروط الدعوى من الخطأ، والضرر، والعلاقة السببية بينهما.

٥- إن العقوبات المقررة للمتطفل في دعوى المنافسة الطفيلية لم تصل إلى عقوبات جنائية، لأن فعله في العيش في كنف الغير دون أن يكون منافساً له في النشاط، أو الزبائن لا تصل إلى مستوى جريمة جنائية، بل يعد ذلك من قبيل الخطأ الموجب للمسؤولية المدنية تكمن في صدور الحكم بإدانتته، ونشره على حسابه، ووقف الأعمال التطفلية، أو منع وقوعها في المستقبل، وصدور الحكم بالتعويض إذا كان له المقتضى.

ثانياً: المقترحات:

١- تبين لنا من خلال البحث، بأنه ليس هناك تعريفاً جامعاً مانعاً لمصطلح المنافسة الطفيلية، سواء أكان على الصعيد الفقهي، أو القضائي، والكل ينظر إلى المصطلح من زاويته الخاصة، ومن خلال تقييمنا لعدة تعاريف معروضة اقترحنا التعريف الآتي: "إقدام شخص لاقتناص الأرباح على حساب شخص آخر دون وجه حق، وذلك بالاستفادة من مجهوداته الشخصية، أو شهرته مهما كان الوسيلة التي يستخدمه في الحصول على هذه الإفادة".

٢- تطرق هذا الجهد المتواضع إلى العديد من الصور العلمية للمنافسة الطفيلية، وتجدر الإشارة إلى أن اتفاقية تريبس أفردت المادة (١٦) لتنظيم صورة واحدة منها فقط، وهي السلوك الطفيلي في غصب الشهرة دون أن يكون منافساً للمعتدى عليه في النشاط، أو الزبائن، وعد التنظيم بمثابة حجز زاوية بالنسبة لتشريعات الدول المنضمة إلى منظمة التجارة العالمية، وتلك التي تنوي الحصول على العضوية منها العراق (من ضمنها إقليم كردستان)، أما فيما يخص الصور الأخرى بقي ولحد الآن دون الحماية الخاصة سواء أكان على المستوى الدولي، أو الداخلي، وهي تخضع لأحكام عامة، وتحت رحمة ووطئة أركان المسؤولية التقصيرية، لذا نوصي من الفقه التجاري الدولي بذل الجهود الحثيثة من أجل تدويل الحماية الخاصة لهذه الصور على سبيل المثال، بالتالي انعكاس هذه الحماية على التشريعات الداخلية في الدول الاعضاء او على وشك العضوية في منظمة التجارة العالمية.

٣- استجابة لمتطلبات اتفاقية تريبس نظم المشرع العراقي السلوك الطفيلي في غصب الشهرة دون أن يكون منافس للتاجر المعتدى عليه في النشاط، والزبائن في المادة (٤/مكرر/أولاً/٢) من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، والذي تطبق في إقليم كردستان، بيد أن المشرع أفرط في تنظيم النص عندما أقر بترتيب العقوبة الجزائية على المتطفل لسلوكه العيش في كنف الآخرين، وفي نظرنا أن فعله هذا لا تدخل تحت طائلة المسؤولية الجزائية بل يكفي توقيع العقوبة المدنية ضده، وذلك اقتداء على ما تبنتها اتفاقية التريبس نفسها، والمشرع الفرنسي في هذا المجال، وعليه نقترح على المشرع العراقي تعديل النص ليكون على الصيغة التالية "يتمتع مالك العلامة المشهورة بالحماية المدنية الممنوحة بموجب هذا القانون حتى لو لم تسجل العلامة في العراق".

٤- نظم المشرع الكوردستاني قيم المنافسة المشروعة في قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (٣) لسنة ٢٠١٣، ولكن لم يتطرق إلى الحالات التي تعد من قبيل المنافسة الطفيلية موضوع هذا

البحث، بل يبدو ترك الأمر للقوانين العراقية المعنية والنافذة في إقليم كردستان منها قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤، والقوانين المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، كقانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، وقانون براءات الاختراع والنماذج الصناعية والمؤشرات الجغرافية والمعلومات غير المفصح عنها والدوائر المتكاملة رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل، ولدى اطلعنا إلى هذه القوانين نجد أنها جاءت خالية تماماً من الإشارة إلى مثل هذه الحالات، عدا حالة (غصب الشهرة) كما تقدم ذكره، وعليه نوصي المشرع الكوردستاني بإفراد نص في قانون المنافسة ومنع الاحتكار، وتعداد مثل هذه الحالات كسلوك محظور ومنحرف في الوسط التجاري.

٥- نوصي الجهات المعنية في إقليم كردستان بالعمل على توعية التجار، والصانعين، ومقدمي الخدمات في الإقليم بضرورة التمسك بمبادئ وقيم المنافسة الشريفة، والابتعاد عن الأعمال التي تعد من قبيل المنافسة الطفيلية، وذلك لجذب الزبائن، وجني الأرباح، والعيش في كنف الآخرين سيماً إذا كانت هذه المشاريع المعتدى عليها أجنبية مما تشكل عواقب وخيمة، وعبئاً ثقيلاً ليس على المشروع الطفيلي فحسب، بل وعلى التنمية الاقتصادية في الإقليم أيضاً.

المصادر

اولاً: الكتب

- ١- د.أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، بدون طبعة ومكان الطبع، القاهرة، ١٩٩٤.
- ٢- د. اكرم ياملي، القانون التجاري، ج١، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٨.
- ٣- د. الياس ابو عيد، المؤسسة التجارية، ج١، طبعة جديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٩.
- ٤- د. باسم محمد صالح، القانون التجاري، القسم الاول، بدون طبعة، المكتبة القانونية للنشر، بغداد، ٢٠٠٦.
- ٥- د. جوزيف نخلة سماحة، المزاخمة غير المشروعة، ط١، مؤسسة عزالدين للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٩١.
- ٦- د. حسن محمد بودي، حرية المنافسة التجارية، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٥.
- ٧- د. حلمي محمد الحجار، هالة حلمي الحجار، الطفيلية الاقتصادية، ط١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٤.
- ٨- د. حميد محمد اللهي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في منظمة التجارة العالمية، ط٢، المركز القومي للاصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١٦.
- ٩- د. عبدالرحمن السيد قرمان، المنافسة الطفيلية، بدون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ١٠- عبدالرحيم عنتر عبدالرحمن، حقوق الملكية الفكرية واثرها الاقتصادي، دار الفكر الجامعي، ط١، الاسكندرية، ٢٠٠٩.
- ١١- د. عبدالمجيد الحكيم، عبد الباقي البكري، محمد طه بشير، الوجيز في نظرية الالتزام في القانون العراقي، الجزء الاول، مطابع مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، ١٩٨٠.
- ١٢- د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، ج١، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥.
- ١٣- د. عصمت عبدالمجيد بكر ود. صبري حمد خاطر، الحماية القانونية للملكية الفكرية، ط١، بيت الحكمة، بغداد، ٢٠٠١.

- ١٤- القاضي قاسم فخري الربيعي، مبادئ محكمة التمييز الاتحادية، ج٢، ط١، مطبعة الكتاب للنشر، بغداد، ٢٠١٩.
- ١٥- غراهام داوولينغ، تكوين سمعة الشركة (الهوية والصورة والأداء) تعريب، وليد شحاده، ط١، العبيكان للنشر، الرياض، ٢٠٠٣.
- ١٦- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط١٠، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٦.
- ١٧- د. محمد سلمان غريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤.
- ١٨- د. مصطفى كمال طه، اساسيات القانون التجاري، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٦.
- ١٩- د. والتر بيك، د. جون ديفيز، تعريب: محمد خير الحلبي، علم الطفيليات الطبية، ط١، مركز تعريب العلوم الصحية، الكويت، ٢٠٠٣.
- ٢٠- د. يحيى عساني، د. غسان العبد الرحمن، التطفل والطفيليات، بدون طبعة، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، الحلب، ٢٠٠٥.

ثانياً: الرسائل

- ١- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون، جامعة الموصل، العراق، ٢٠٠٠.
- ٢- ژاله سعيد يحيى، الحماية القانونية للعلامات التجارية والعناوين الإلكترونية (اسماء الدومين) على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون والسياسة، جامعة صلاح الدين، ٢٠٠٣.
- ٣- سعد عباس علي الانباري، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دراسة قانونية، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية صدام للحقوق، جامعة صدام، ١٩٩٩.
- ٤-WATINE ALBANE, La théorie du parasitisme est-elle justifiée? MASTER 2 DROIT EUROPEEN DES AFFAIRES OPTION JURISTE FRANCO-ALLEMAND, UNIVERSITE PARIS II PANTHEON-ASSAS, 2015-2016.

ثالثاً: البحوث

- ١- د. احمد عبدالحسين كاظم، حسن ضعيف حمود، الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة الحلي للعلوم القانونية والسياسية، السنة ١٢، العدد ٣، ٢٠٢٠.

- ٢- رباب حسين كشكول، المسؤولية عن المنافسة الطفيلية، بحث منشور في مجلة الحقوق التي تصدرها جامعة المستنصرية، العدد ٤، ٢٠١١.
- ٣- د. طعمة صعفك الشمري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بحث منشور في مجلة الحقوق التي تصدرها جامعة الكويت، السنة ١٩، العدد ١، ١٩٩٥.
- ٤- د. محمد محبوب، حماية العلامة المشهورة، ورقة عمل متاحة على شبكة الانترنت على <http://www.justic.gov.ma/console/uploads/doc/etude/2005> last visited (25/1/2022).

٥- Shah Mujahid Uddin Operational strategies and management of KFC, research published in (IJRD), Volume 5, Issue 4, 2020.

٦- Hà Th Nguýt Thu, Well-Known Trademark Protection Reference to the Japanese experience, Final Report in Fulfillment of the Long Term Fellowship Sponsored By: World Intellectual Property Organization (WIPO) in Collaboration with the Japan Patent Office, 2010.

٧- James Faris, The Famous Marks Ex amous Marks Exception t ception to the T o the Territoriality Principle in oriality Principle in American Trademark Law, Research Puplushed in Case Western Reserve University Law Review, School law. Vol 59, 2009.

٨- Qais Ali Mahafzah and Bernadette Hanna Numan, The Legal Consequences of Protecting Unregistered Well-known Foreign Trademarks under Jordanian Legislation, Research Puplushed in Arab Law Quarterly , Vol. 30, No. 4, 2016.

رابعاً: القوانين والاتفاقيات الدولية

- ١- قانون المنافسة ومنع الاحتكار الكوردستاني رقم (٣) لسنة ٢٠١٣.
- ٢- قانون براءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المفصح عنها والدوائر المتكاملة والأصناف النباتية رقم ٦٥ لسنة ١٩٧٠ المعدل.

٣- قانون العلامات البيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل .

٤- القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل .

٥- قانون المرافعات المدنية العراقي المعدل رقم (٨٣) لسنة ١٩٦٩.

٦- القانون المدني الفرنسي لسنة ١٨٠٤ المعدل.

٧- تقنين الملكية الفكرية الفرنسية لسنة ١٩٩٣.

خامساً: القرارات القضائية

١- محكمة التمييز الاتحادية، رقم القرار (١٠١١) الصادر بتاريخ (٢٨/١٠/٢٠١٠). القرار منشور على الموقع الرسمي لمجلس القضاء الاعلى العراقي على العنوان التالي:

<<http://www.hjc.iq/qview.1457/> > last visited (12-9-2020).

٢- محكمة التمييز الاتحادية ، رقم القرار (١٨٢٩) الصادر بتاريخ (٧/٤/٢٠١٨)، المنشور في: القاضي قاسم فخري الربيعي، مبادئ محكمة التمييز الاتحادية، ج٢، ط١، مطبعة الكتاب للنشر، بغداد، ٢٠١٩. ٣- محكمة الدرجة الاولى في لبنان، رقم القرار (٢٣)، في ٣٠/١٠/٢٠٠٠، المنشور في مجلة العدل، ٢٠٠١.

٤- قرار لمحكمة استئناف باريس بتاريخ (١/١٠/٢٠١٩) في قضية شركة Artprice ضد شركة Camard القرار متاح على الموقع الرسمي للقضاء الفرنسي على العنوان التالي: .

<<https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-paris-pole-5-ch-1-arret-du-1er-octobre-2019>> last visited (30-1-2022).

5- Cour d'appel de Paris, 18 mai 1989, n° 999, Available on the following website:

<<https://www.doctrine.fr/d/CA/Paris/1989/U845489C37862D3D8DF05>>

6- Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 4 février 2014, 13-11.044, Inédit, Available on the following website:

<<https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000028578529>>

7- Court of Appeal of Paris, June 25, 1997, n° 1996/13700, <https://www-doctrine->

المنافسة الطفيلية كوجه جديد للمنافسة غير المشروعة في إقليم كردستان العراق
<https://doi.org/10.17656/jlps.10215>

fr.translate.google/d/CA/Paris/1997/INPIM19970428?_x_tr_sl=fr&_x_tr_tl=en&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=sc>.

8-Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 30 janvier 2001, 98-21.359, Publié au bulletin, <<https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000007042250>> last visited (27-1-2022).

9- Cour d'appel de Paris, 15 décembre 1993, n° 93-25039, available on web sit: <<https://www.doctrine.fr/d/CA/Paris/1993/U31441C730D40C882FC67>> last visited (30-1-2022).