

بسم الله الرحمن الرحيم

عناية الأستاذ الدكتور رئيس تحرير مجلة جرش للبحوث والدراسات المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد:

### الموضوع: تعهد

انه لمن دواعي سرورنا أن نرسل لكم بحثنا هذا بعنوان:

### الحماية المدنية للعلامة التجارية

"دراسة مقارنة"

وذلك لغايات التحكيم والنشر في مجلتكم الموقرة، وعليه إذ نتعهد بعدم تحكيم ونشر هذا البحث إلا بعد استلام ردود التحكيم من مجلتكم، راجياً من عنايتكم إعلامي حال استلامكم البحث وكذلك حال الانتهاء من عملية التحكيم. متمنياً لكم دوام التوفيق والتقدم في خدمة البحث العلمي

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

الباحثان

الدكتور محمد علي محمد بني مقداد

المملكة العربية السعودية

جامعة تبوك

كلية الشريعة والأنظمة

[dr.banemigdad@yahoo.com](mailto:dr.banemigdad@yahoo.com)

الأردن 00962775175883

2014

## المخلص

الاصل العام ان العلامة التجارية تتمتع بالحماية المدنية سواء كانت هذه العلامة مسجلة ام غير مسجلة, فإذا كانت العلامة مسجلة فإنها تتمتع بالحماية الجزائية والمدنية معا, اما اذا لم تكن مسجلة فإن الحماية المدنية هي الوسيلة الوحيدة امام هذه العلامة اذا ما وقع عليها أي اعتداء.

ان الحماية المدنية للعلامة التجارية حماية مقررّة لجميع الحقوق والمعاملات التجارية دون شرط, وبالتالي فإنها تشمل العلامة التجارية سواء اكانت مسجلة أم غير مسجلة, بمعنى انها تولد مع نشوء الحق في تلك العلامة, ويلزم من يتعدى عليها بالتزوير او التقليد او الاستعمال ان يقوم بالتعويض المادي والادبي لجبر الضرر الذي يصيب مالكيها.

وبتطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية فإن الحق في الحماية المدنية لا يقتصر على مالك العلامة التجارية, وانما يتعداه الى كل من اصابه ضرر من المستهلكين جراء تزوير العلامة التجارية للمنتج والمستهلك. فالعلامة التجارية يمكن حمايتها بدعويين أولهما دعوى الحق اذا كانت العلامة التجارية مسجلة ودعوى المنافسة غير المشروعة مسجلة كانت تلك العلامة أم غير مسجلة.

## Apstract

Trademarks by default enjoy the civil protection either being registered or not. If the trademark is registered, it enjoys both criminal and civil protections altogether, but if it is unregistered, it enjoys the civil protection only. In fact, the civil protection of trademarks is set forward for all rights and commercial transactions without pre-requirements. Thus, such a protection includes the trademark, whether registered or not. In other words, it is generated due to emerging the right of that trademark. Who commits fraud, counterfeit, or use against this trademark is obliged to compensate commercially and morally in order to redress damage affecting its owner. On applying the rules of tort, the right of civil protection is unlimited to the trademark's owner, but it also extends to every person harmed by forging trademarks against the customers. The trademark can be protected by two lawsuits: the lawsuit of right if the trademark is registered and that of unfair competition whether the trademark is registered or not.

## الحماية المدنية للعلامة التجارية

الحماية المدنية كما جاء في الفقه أنها: هي الحماية العامة المقررة طبقاً لأحكام المنافسة غير المشروعة<sup>(1)</sup>. والتجارة تقوم على حرية المنافسة، ويجب ألا تكون هذه الحرية مطلقة، ويلزم أن تكون محدودة بحرية الآخرين<sup>(2)</sup>. فالحقوق جميعها تحتاج إلى حماية، والحماية هي التي تعطي للحق معناه، وان حقوق الملكية الصناعية تحتاج إلى هذه الحماية.

جاء في الفقه ان العلامة التجارية تتمتع بالحماية المدنية سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة<sup>(3)</sup>، والاختلاف ينحصر في ان العلامة التجارية اذا كانت مسجلة فإنها تتمتع بالحماية الجزائية والمدنية معاً، والعلامة الغير مسجلة فإنها تتمتع بالحماية المدنية فقط إذا ما وقع عليها أي اعتداء.

## المبحث الأول

### التسجيل وأثره على الحماية المدنية للعلامة التجارية

سأبين العلاقة بين التسجيل والحماية المدنية للعلامة التجارية، ثم أوضح الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة.

جاء في المادة (48) من نظام العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية رقم م/21 تاريخ 1425/5/4هـ، انه (يحق لكل من اصابه ضرر نتيجة ارتكاب احدى المخالفات المنصوص عليها في هذا النظام ان يطالب المسؤول عن هذه المخالفات بالتعويض عما لحقه من ضرر).

كما جاء في القانون المدني الأردني على: "أن كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو كان غير مميز بضمان الضرر"<sup>(4)</sup>، وكذلك الحال بالنسبة للتشريعات الأخرى ومنها

(1) د. سميحه القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية القاهرة 2005، ص585.  
(2) د. محمود مختار بري، قانون المعاملات التجارية، الجزء الاول، دار النهضة العربية، القاهرة، ص167.  
(3) د. سميحه القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص586.  
(4) المادة 256 من القانون المدني الاردني.

التشريع المصري في المادة 1/163 من القانون المدني المصري حيث جاء فيها "كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض". وبنفس المعنى المادة ( 165 ) مدني سوري، وكذلك المادة (227) مدني كويتي. فالحماية المدنية حماية مقررّة لجميع الحقوق والمعاملات التجارية وبالتالي تشمل العلامة التجارية سواء أكانت تلك العلامة مسجلة أم غير مسجلة.

ويلزم من يتعدى على العلامة التجارية بالتزوير أو التقليد أو الاستعمال بالتعويض عن الضرر المادي والأدبي الذي يصيب مالکها، والمطالبة بالتعويض يكون برفع دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>(5)</sup>.

فالحق في الحماية المدنية لا يقتصر فقط على مالک العلامة بل كل من أصابه ضرر من جراء تزوير العلامة تجارية، وبالتالي يحق لهم رفع دعوى المطالبة بالتعويض. كما أن الحكم بالبراءة في الدعوى الجنائية لعدم سبق تسجيل العلامة التجارية لا يحول دون رفع دعوى التعويض لجبر الأضرار الواقعة. فيمكن حماية العلامة التجارية بدعوى الحق إذا ما كانت العلامة مسجلة، ودعوى المنافسة غير المشروعة إذا كانت تلك العلامة غير مسجلة. ومن التشريعات التي تأخذ بهذا النوع من الحماية التشريع الكويتي والتشريع الإماراتي<sup>(1)</sup>.

نصت المادة (36) من قانون العلامات التجارية الاردني على انه "لا يمنع التسجيل الجاري بمقتضى هذا القانون أي شخص من استعمال اسمه الخاص او اسم محل عمله، او اسم احد اسلافه في العمل استعمالاً حقيقياً، او من استعمال أي وصف حقيقي لبضائعه من حيث النوع او الصنف". وبه تتخذ العلامة التجارية عدة أشكال، منها أن تكون مؤلفة من اسم الشخص، أو لقبه او اسم الغير إذا أذن بذلك، فإذا كانت على هذا الشكل كان بالإمكان حمايتها بالاستناد إلى القواعد العامة، حيث جاء في نص المادة (48) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976 أنه لكل من وقع

(5) د. سميجه القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص586.

(1) د. يعقوب صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1993 ص182-83.

عليه اعتداء غير مشروع في حق من الحقوق الملازمة لشخصيته أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر. ونصت المادة (49) من نفس القانون على أنه "لكل من نازعه الغير في استعمال اسمه أو لقبه أو كليهما بلا مبرر، ومن انتحل الغير اسمه أو لقبه أو كليهما دون حق ان يطالب بوقف هذا الاعتداء مع التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر". وعليه فإن صاحب العلامة غير المسجلة إذا كانت علامة مؤلفة من اسمه أو لقبه وتم الاعتداء عليهما فيستطيع ان يطالب بحمايتها مدنيا مستندا في ذلك على ما ذكر من نصوص.

وإذا كانت العلامة التجارية عبارة عن الاسم التجاري لصاحبها فلا يتم حمايتها كعلامة تجارية، وإنما تحمى على أساس ان الاعتداء الحاصل قد تم على الاسم التجاري للشخص حتى وان لم يكن مسجلا، والعلامة عبارة عن العنوان التجاري لصاحبها<sup>2)</sup>. وعليه فإنه يحق لصاحب العلامة التجارية اقامة دعوى لوقف التعدي على علامته غير المسجلة. والثابت عملا أنه حتى مع الاستثناءات السابقة، فإن الحماية هي حماية غير مباشرة في أغلبها، أي أنها لا ترد على العلامة بصفقتها علامة تجارية.

## المبحث الثاني

### حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة

الاقتصاد الحر مبدأ تأخذ به معظم القوانين وهو الذي يقوم على إتاحة الفرصة لممارسة التجارة بدون قيود، ويترتب على هذه الحرية تسابق وتنافس لاجتذاب العملاء وتحقيق الأرباح في الأسواق التجارية والمالية والصناعية وغيرها، بما لا يتجاوز حدود القانون والعادات التجارية، وأن التجارة تقوم على الحرية والمضاربة

<sup>2)</sup> لا تتوقف الحماية القانونية للاسم التجاري على التسجيل سندا للمادة 8 من اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية.

كمبادئ، فالأصل في القانون أن يبقى حياديا حيال الطرق التي تتبع في مجال المنافسة إذا بقيت قائمة على قواعد الشرف والصدق والأمانة.

أن المجال التجاري يعتبر ساحة رئيسة للمنافسة على الرغم من أن هناك ساحات أخرى مختلفة، ومثال ذلك: منافسة الشركات الصناعية لبعضها، والمنافسة بين الأطباء وبين المهندسين، ومنافسة المحامين والمهنيين لبعضهم البعض، والمنافسة في المجال الفني بين الفنانين.

والتجارة تلعب دورا رئيسا في حياة الشعوب في الوقت الحاضر إلى جانب الصناعة، فللمنافسة قدرة خلاقة تدفع للابتكار وتحفز على الإبداع كدافع للتطور وحافز للتقدم والازدهار في ميدان التجارة والصناعة ، والمنافسة تجتذب اكبر عدد ممكن من العملاء الى عدم الاستمرار في التعامل مع محل معين من المحلات التجارية، ويكون العميل حراً في أن يترك هذا المحل إلى غيره حسب ما تستريح له نفسه ويهديه اليه تفكيره وتقديره<sup>(1)</sup>. والمنافسة تخلق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك، وزيادة الإنتاج وخفض الأسعار والتقدم في مجال الصناعة والتكنولوجيا. وتوفير أجود الأصناف.

والمنافسة اذا اصبحت تعتمد على اساليب الغش والاحتيايل واساليب غير مشروع، فهنا يبرز دور القانون في منع وقوع هذه الاعمال التي تعتبر منافسة غير مشروعة، مما يرتب على القائم بها مسؤولية مدنية وجزائية، لان حرية الفرد تنتهي عندما تبدأ حرية الآخرين، وهذا المبدأ مطبق في المجال التجاري، والحرية لا يمكن ان تكون مطلقة، بل تحتاج الى تدخل المشرع لتنظيمها بقانون، وعليه فإننا سنقسم هذا المبحث الى ثلاثة مطالب كما يلي :

### المطلب الاول : اعمال المنافسة غير المشروعة.

(1) د. علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي ، القاهرة، 1983، ص157.

**المطلب الثاني : الادعاء بالمنافسة غير المشروعة.**

**المطلب الثالث : الادعاء بالمطالبة ببطل الضرر.**

## **المطلب الاول**

### **أعمال المنافسة غير المشروعة**

أوردت المادة (4) من نظام المنافسة في المملكة العربية السعودية رقم م/25 تاريخ 1425/5/4هـ على أن: (تحظر الممارسات او الاتفاقيات او العقود بين المنشآت المتنافسة او تلك التي من المحتمل ان تكون متنافسة اكانت العقود مكتوبة او شفوية، وصريحة كانت ام ضمنية، اذا كان الهدف من الممارسات او الاتفاقيات او العقود او الاثر المترتب عليها تقييد التجارة او الاخلال بالمنافسة بين المنشآت. كذلك على المنشأة او المنشآت التي تتمتع بوضع مهيمن أي ممارسات تحد من المنافسة بين المنشآت، وفقا للشروط والضوابط المبينة في اللائحة.....)

ونصت المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة الاردني رقم (15) لسنة 2000 الاعمال التي تعتبر من اعمال المنافسة غير المشروعة على انه:

(أ) "يعتبر عملا من أعمال المنافسة غير المشروعة: كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية وعلى وجه الخصوص مما يلي :

1- الاعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري .

2- الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي قد تسبب لبسا مع منشأة احد المنافسين او منتجاته او نشاطه الصناعي او التجاري .

3- البيانات او الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات او طريقة تصنيعها او خصائصها او كمياتها او صلاحيتها للاستعمال .

4- أي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج او تحدث لبسا فيما يتعلق بمظهره الخارجي، او طريقة عرضه او قد تضلل الجمهور عند الاعلان عن سعر المنتج او طريقة احتسابها .

(ب) اذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء كانت مسجلة ام غير مسجلة وتؤدي الى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة احكام الفقرة (أ) من هذه المادة .

(ج) تسري الاحكام الواردة في الفقرتين (أ) و (ب) من هذه المادة على الخدمات حسب مقتضى الحال " .

يتبين مما سبق ان اعمال المنافسة غير المشروعة ما هي الا اساليب ووسائل تتنافى تماما مع العادات والامانة والشرف والقانون<sup>(1)</sup>، حيث يلجا اليها التجار لتحقيق أقصى ربح يمكن الحصول عليه .

وعلى مستوى الاتفاقيات الدولية فان الحماية المدنية للعلامة التجارية تستند الى المادة (10) من اتفاقية باريس لعام 1994م والتي اصبحت جزءا من القوانين الوطنية للدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية بعد ان احيلت اليها اتفاقية التربس سواء كانت العلامة مسجلة أم غير مسجلة، وتتم الحماية عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة استنادا لما ورد في المادة المشار اليها والتي تتضمن التزام الدول الاعضاء في الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الاخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة واعتبرت من اعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية او التجارية كما حظرت المادة المشار اليها بصفة خاصة ما يلي :

(1) د. يعقوب يوسف صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص180.



1- "الاعمال التي من طبيعتها ان تحدث لبسا مع منشأة احد المنافسين او منتجاته او نشاطه الصناعي او التجاري .

2- الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله النشاط التجاري والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة احد المنافسين او منتجاته او نشاطه الصناعي او التجاري .

3- البيانات او الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع او طريقة تصنيعها او خصائصها او صلاحيتها للاستعمال او كميتها".

ونصت الفقرة (1) من المادة (16) من اتفاقية التريس على انه "يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع جميع الاطراف الثلاثة التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة من استخدام العلامة ذاتها او علامة مماثلة في اعمالها التجارية بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها او المماثلة والتي سجلت بشأنها العلامة التجارية حين يمكن ان يسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبس ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع او خدمات مطابقة ويحظر ان تضر الحقوق الموصوفة اعلاه بأية حقوق سابقة قائمة حاليا او تؤثر في امكانية منح البلدان الاعضاء حقوقا في العلامات التجارية على اساس الاستخدام". وهذه المادة تنظم واحدة من اهم صور وحالات المنافسة غير المشروعة والمتصلة بإساءة استخدام العلامات التجارية.

ونصت المادة (1/66) من قانون التجارة المصري رقم 17/1999, والتي تقضي بأن: "كل فعل يخالف العادات والاصول المرعية في المعاملات التجارية يعد مكونا لمنافسة غير مشروعة، ويدخل في ذلك على وجه الخصوص الاعتداء على علامات الغير او على اسمه التجاري او على براءات الاختراع وعلى اسرار العمل عنده وكذلك كل فعل او اعتداء يكون من شأنه احداث اللبس في المتجر او في منتجاته او اضعاف الثقة في ماله او في القائمين على ادارته او في منتجاته".

والمشرع المصري اجاز لصاحب الحق المعتدي عليه رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ضد المعتدي طالبا منع الاعتداء وطلب التعويض عما اصابه من اضرار بالإضافة الى جواز نشر الحكم في احدى الصحف اليومية على نفقة المعتدى المحكوم عليه<sup>(1)</sup>.

مما سبق نجد ان اتفاقية باريس والتربس تركز كل منها على مخالفة السلوك للعادات الشريفة والاصول المرعية في التجارة، في حين ان الفقهاء ذهبوا الى ابعاد من ذلك الى مخالفة السلوك ايضا للقوانين واللوائح والعقود والاعراف والعادات فهو اكثر اتساعا مما هو عليه في النصوص التشريعية.

إن معظم التشريعات اعتبرت أي عمل لا تراعى فيه قواعد العدالة والنزاهة والشرف والامانة وروح المنافسة الشريفة يعتبر من قبيل اعمال المنافسة غير المشروعة. وإن أعمال المنافسة غير المشروعة وصورها كثيرة ومتعددة من امثلتها ما يلي<sup>(2)</sup> :

(1) "احداث خلط او لبس بين المحلات التجارية لاغتصاب عملاء محل تجاري معين واجتذابهم الى محل تجاري منافس بطرق تنطوي على الغش والخداع. ومنه استخدام عنوان تجاري مماثل او مشابه او تقليد علامة تجارية او وضع بيانات تجارية غير صحيحة او استخدام شكل او نموذج عبوة او منتجات محل تجاري منافس, او استخدام السمات مميزة لمحل تجاري معين مثل لون واجهة المحل او تصميم الديكور الداخلي او الخارجي او لون وتصميم ملابس العاملين وغير ذلك او استخدام مواد دعائية واعلانات مماثلة لتلك التي يقوم بها المحل التجاري المنافس .

(2) الحط من قيمة المنافس ومنتجاته، بقيام احد التجار بمحاولة صرف العملاء عن منافسة بإطلاق ادعاءات غير صحيحة عن طريق توزيع

(1) انظر: المادة 66 من قانون التجارة المصري رقم 17 / 1999م.  
(2) رجائي الدقي ومختار سعد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الاعتماد، الاسكندرية 2000م.

الاعلانات والنشرات والمطبوعات التي تحمل هذه الادعاءات عن المنافس تهدف الى تشويه سمعته قاصدا بذلك تحويل عملائها اليه او الحط من قيمة منتجات المنافس، بالادعاء ان هذه المنتجات غير صالحة للاستخدام الآدمي او اقل جودة من منتجاته .

(3) الهدم الداخلي لمشروع تجاري، وهي وسائل تؤدي الى احداث خلل داخلي في المشروع، ويقع عادة عندما يقوم عامل او موظف سابق بالمشروع بإفشاء اسرار المحل التجاري او برشوة عامل او موظف يعمل بالمشروع ليقوم بإفشاء اسرار المحل او يقوم بأعمال التخريب الداخلي في المحل او حث عامل او موظف يعمل بالمشروع على ترك العمل والالتحاق بالعمل لدى المنافس".

ولقد قضت محكمة النقض المصرية في هذا الصدد بأنه: "تعد المنافسة غير المشروعة فعلا تقصيريا يستوجب مسؤولية فاعلة، تعويض عن الضرر المترتب عليه عملا بالمادة (163) من القانون المدني المصري، ويعد تجاوزا لحدود المنافسة المشروعة ارتكاب اعمال مخالفة للقانون او العادات او استخدام وسائل منافية لمبادي الشرف والامانة في المعاملات تهدف الى احداث لبس بين منشأتين تجاريتين او ايجاد اضطراب بأحدهما متى كان من شأنه اجتذاب عملاء احدى المنشأتين للأخرى او صرف عملاء المنشأة عنها، فإذا كانت الوقائع الثابتة من الاوراق التي حصلها الحكم المطعون فيه هي خروج تسعة عمال من محل المطعون فيه خلال شهر واحد ثم الحاقهم بمحل الطاعنين المنافس له كل منهما فور خروجه، ثم اعلان الطاعنين بالصحف اكثر من مرة عن التحاق اربعة منهم بمحلهم موجهين الانظار الى اسماءهم وسبق اشتغالهم لمحل المطعون عليه، وكانت هذه الوقائع تتم عن طريق اغراء الطاعنين لعمال محل المطعون عليه على الخروج والحاقهم بمحلهم، كما تتم عن طريق الاعتداء على الاسم التجاري لمحل المطعون عليه بإقحامه في الاعلانات المتعلقة بمحلهم وتضمينها ما يفيد سبق اشتغال عمالهم لدى

المطعون عليه رغم انقطاع الصلة بينهم وبينه بخروجهم من محله، وكانت هذه الافعال مجتمعة تعتبر تجاوزا لحدود المنافسة المشروعة لما يترتب عليه من اضطراب في اعمال محل المطعون عليه بسبب انقاص بعض عملائه عنه الى محل الطاعنين، ولما كان ذلك فإن الحكم المطعون فيه اذا انتهى الى مساءلة الطاعنين على اساس من الفعل الضار غير المشروع وقضى بتعويض يكون قد طبق القانون تطبيقا سليما وبنى قضائه على اسباب سائغة".

(4) الهدم الخارجي او احداث اضطراب في السوق ويحدث هذا - على سبيل المثال- باستخدام وسائل دعائية تؤدي الى تضليل الجمهور حول طبيعة المنتجات او طريقة صنعها او غيرها، كأن يعلم تاجر معين ان السلع التي ينتجها او يبيعها تنفرد بمواصفات معينة لا توجد في السلع التي ينتجها او يبيعها المحل المنافس على خلاف الواقع او يقوم بالإعلان عن سلعه مقترنة بجوائز لم تحصل عليها بالفعل.

والبعض الآخر<sup>1</sup> يرى ان المنافسة غير المشروعة تتحقق باستخدام وسائل تتنافى مع العادات المحلية الجارية في التجارة والصناعة، وذلك باستعمال وسائل تؤدي الى احداث خلط او لبس بين المحال التجارية او بين المنتجات او الخدمات التي يقوم بها منافس يقصد اجتذاب عملائه.

## المطلب الثاني

### الادعاء بالمنافسة غير المشروعة

دعوى المنافسة غير المشروعة يشترط ان تتوافر فيها العناصر التي تلزم دعوى المسؤولية التقصيرية استناداً الى ما استقر عليه الفقه من اعتبار دعوى المنافسة أساسها المسؤولية التقصيرية. ويشترط لنجاح الدعوى ان تكون هناك منافسة غير مشروعة استخدم فيها وسائل منافية للقوانين والعادات والاصول الشريفة في التعامل وان يكون المنافس قد قام بهذا الفعل بقصد الاضرار، ولا بد

<sup>1</sup> د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة 1971، ص 485.

ان تكون هناك علاقة سببية بينهما بمعنى ان تكون هناك منافسة بين مرتكب العمل والمضرور. ومدعي المنافسة غير المشروعة لا بد ان يثبت ان هناك منافسة فعلا وان الاسلوب المتبع في هذه المنافسة غير مشروع.

نستنتج مما سبق ان شروط دعوى المنافسة غير المشروعة هي الفعل الخطأ والظر وعلاقة الرابطة السببية بينهما، وسأتناول هذه الشروط بالتوضيح تباعا:

### أولاً: عنصر الفعل (الخطأ):

لقيام المسؤولية في دعوى المنافسة غير المشروعة، بشكل عام يشترط أن يكون هناك فعل من قبيل الخطأ وان يكون الفعل ضاراً. وقد ثار الخلاف في الفقه حول تعريف الخطأ. إلا أن الفقه المصري قد مال إلى الأخذ بالتعريف التقليدي للخطأ بأنه انحراف في سلوك الشخص مع إدراكه لهذا الانحراف فيلاحظ أن هذا التعريف قد أظهر قيام الخطأ على ركنين: أحدهما مادي وهو الانحراف والتعدي، والآخر معنوي هو الإدراك ، أي بمعنى آخر يمكن تعريف الخطأ بأنه إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل إياه<sup>1</sup>.

ومعظم التشريعات لم تعرف الخطأ عند تنظيمها لأحكام المسؤولية عن العمل غير المشروع تاركة ذلك للفقه والقضاء. والخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة ذو طبيعة مختلفة عن الخطأ في المسؤولية التقصيرية، وذلك بوجوب أن يكون هناك منافسة بين شخصين، وان يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة مما يجعل منها منافسة غير مشروعة. وهذا يستدعي أن اتناول هذا الركن من خلال استعراض شروط الحماية من المنافسة غير المشروعة وإجابة المضرور الى طلبه، وذلك على النحو التالي:

<sup>1</sup> د. طعمه الشمري، احكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بحث مجلة الحقوق، العدد الاول، الكويت 1995.

## 1- المنافسة:

وهي التزاحم في استقطاب العملاء للمحل التجاري، ولا تنافس إلا بين تاجرين أو صانعين يؤديان أعمالاً متشابهة دون اشتراط أن يصل التشابه إلى حد التطابق. ويعرف التنافس بأنه "تزاحم التجار أو الصناع على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم من خلال جذب أكبر عدد من العملاء". ويحقق التجار هذه الغاية مستندين إلى حرية المنافسة فيما بينهم، وحرية الاختيار لدى جمهور المستهلكين<sup>1</sup>.

عملاً بمبدأ حرية ممارسة العمل التجاري، فإن المنافسة في ميدان النشاط التجاري من الحقوق المقررة لكل تاجر كما أسلفت، مادامت المنافسة في نطاقها المشروع، لذا فإن المحلات التجارية المتشابهة تتنافس وتتسابق في اجتذاب العملاء مما يكون له الأثر الطيب إذا ما استعملت وسائل مشروعة في هذه المنافسة، وذلك من حيث جودة المنتجات أو أسعارها سعياً لإرضاء العملاء واجتذابهم<sup>2</sup>. وإذا وصلت هذه المنافسة إلى الحد الذي ترتكب فيه أعمال منافية للأخلاق والأمانة في التعامل التجاري، فهو ما يطلق عليه كما أسلفت المنافسة غير المشروعة. وإن من أول شروط إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون هناك ثمة منافسة بين منتجي الصنف الواحد<sup>3</sup>.

جاء في حكم لمحكمة النقض المصرية<sup>4</sup> أنه "تبين من هذا الذي أورده الحكم المطعون فيه أنه أوضح أركان المسؤولية الموجبة للتعويض من خطأ هو إخلال الطاعنين بالتعاقد ومنافستهما للمطعون عليه منافسة غير مشروعة، ومن ضرر محقق نتيجة لان التسمية التي اتخذها الطاعنان

<sup>1</sup> د. محمد حسين اسماعيل، القانون التجاري الاردني، دار عمار، عمان، الطبعة الاولى 1985 ص209.

<sup>2</sup> د. محمد حسين اسماعيل، مرجع سابق ص 209.

<sup>3</sup> د. حسني المصري، القانون التجاري، الجزء الاول، دار وهدان للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 1986 ص294.

<sup>4</sup> محكمة النقض المصرية، نقض 12 نوفمبر 1959، مجموعة احكام النقض مدني 65.

لشركتهما توجد لبسا في تحديد مصدر منتجات كل من الشركتين لدى المستهلكين، ومن وجود رابطة سببية بين الخطأ والضرر".

لا يتحقق التعدي على العنوان والعلامات التجارية الا بالاستعمال او بالتقليد. وهذا ما اكد عليه القضاء في كثير من احكامه والتي قال فيها انه يترتب على كسب ملكية العلامة التجارية حق خاص لصاحبها يخوله وحده استعمال العلامة ومنع الغير من استعمالها، إلى أن الاعتداء على هذا الحق لا يتحقق الا بتزوير العلامة او تقليدها من المزاحمين لصاحبها في صناعة او تجارة<sup>1</sup>.

ان مثل التماثل او التشابه يمكن معه قيام خلط في ذهن المستهلكين، حيث ان قاضي الموضوع هو الذي يفصل في المنافسة من عدمها فالمعادلة واضحة عندما يتمثل نشاط التجار والصناع لان بضائعهم وخدماتهم موجهة لذات الجمهور وبالتالي فان زيادة عملاء احدهم لا بد ان يقابلها نقص في عملاء الآخرين<sup>2</sup>. والمنافسة لا بد ان تكون بين منافسين مجتمعين من حيث الصفة القانونية "نشاطا متشابهها" ولا يستهدف توفير امكانية مستمرة للاتصال بالعملاء بمعنى انه لا يؤدي عملا مشابها لعمل من اضر بهم<sup>3</sup>.

## 2- عدم مشروعية المنافسة:

استقر الفقه على تعريف عدم مشروعية المنافسة "بانها استخدام وسائل تعد غير مشروعة بحسب ما جرت عليه العادات في التجارة" ولكي تعتبر المنافسة غير مشروعة يجب توافر قصد الحاق الضرر، وان تحقق سوء النية في اغلب الاحيان المقصود هو ان اثبات سوء النية شرطا<sup>4</sup>. فالمنافسة بين تاجرين كل منهما يزاوئ نشاطا تجاريا مماثلا للآخر، فمن مناط قيام دعوى المنافسة غير المشروعة ان يقع

<sup>1</sup> محكمة النقض المصرية، طعن رقم 435، جلسة 1986/12/26 ص 1577.

<sup>2</sup> د. زهير عباس وابو الحلو، الوجيز في شرح القانون التجاري الاردني، مؤسسة حماده الاردن، اربد، ط1، ص 266ز

<sup>3</sup> د. محمد حسين اسماعيل، مرجع سابق، ص 215.

<sup>4</sup> د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، مرجع سابق، ص 487.

خطا من احدهما في هذه المنافسة، وهذا الخطأ يعتبر فعلا غير مشروع، وتكون نتيجته انصراف عملاء التاجر الذي ارتكب الخطأ في حقه الى التاجر المخطئ او الى التاجر الآخرين. وعدم المشروعية هو المعيار الذي نفرق من خلاله بين المنافسة المشروعة والمنافسة غير المشروعة. والمنافسة اذا تمت بفعل خاطئ فإنها ترتب المسؤولية على مرتكبها مهما كانت ضالة الضرر.

وقد اختلفت الفقه<sup>1</sup> في بيان المنافسة التي تعتبر غير مشروعة، فيقال مثلا ان جميع الافعال المخالفة للقانون في معناها الواسع الذي يستوعب العادات التجارية والعقود الخاصة المنظمة للتنافس، وافعال المنافسة غير المشروعة تتمثل في التشابه في المظهر والتجانس وانتحال جودة مزورة، وعدم تنفيذ الالتزامات المترتبة على بيع المحل التجاري والإعلان، وهذا هو سبب الاختلاف بين الشراح في هذا المجال، لان كلا منهم ينظر الى الاعمال المنافسة غير المشروعة من زاوية خاصة، فمنهم من ينظر اليها من خلال الوسيلة المستخدمة، ومنهم من يعنى بالأثر الذي ترتبه ومنهم من ينظر الى القاعدة التي تمت مخالفتها بالفعل. والمنافسة تتمثل في القيام بأفعال لا تتفق وقواعد الامانة والشرف والنزاهة في التجارة ، ذلك لان التنافس في نطاق النشاط التجاري يتصور في اعمال المنافسة، حيث تكون العبرة في ذلك بالعادات والاعراف التجارية<sup>2</sup>.

ان مسألة اعتبار المنافسة مشروعة ام لا هي من المسائل التي يقدرها قاضي الموضوع ويمكن اثباتها بجميع وسائل الاثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن<sup>3</sup>. ويقتضي لتوافر عنصر الخطأ ان تكون هناك منافسة وان تكون هذه المنافسة غير مشروعة، وتكون المنافسة غير مشروعة كما اسلفت باستخدام وسائل منافية للعادات والتقاليد والآداب المتبعة في مهنة التجارة.

## ثانياً: عنصر الضرر

<sup>1</sup>د. محمد حسين اسماعيل، مرجع سابق، ص217.

<sup>2</sup>د. طعمه الشمري، مرجع سابق، ص61.

<sup>3</sup>د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الاولى، دار الفرقان، عمان، الاردن 198، ص387.



المسؤولية التقصيرية يعد الضرر فيها ركنا اساسيا الى جانب الخطأ ورابطة السببية، وهو الركن الجوهرى فيها، وتفق اهميته اهمية الخطأ، فلا يتصور ابدًا ان تقوم هذه المسؤولية بلا ضرر، وهو ما يدفع بالفقه الاسلامي الى العناية الفائقة بفكرة الضرر بقصد درئه عن الناس<sup>1</sup>. ووجود الضرر شرط لازم للمطالبة بالتعويض وفقا لقواعد المسؤولية المدنية. وهو ما اكدت عليه المادة 2/66 من قانون التجارة المصري الجديد التي تنص على "ان كل منافسة غير مشروعة تلزم فاعلها بتعويض الضرر الناجم عنه". وللمحكمة ان تقضي- فضلا عن التعويض- بإزالة الضرر ونشر ملخص الحكم على نفقة المحكوم عليه في احدى الصحف اليومية.

ويحق لكل من اصابة ضرر من فعل المنافسة غير المشروعة ان يرفع دعوى المسؤولية عن الضرر، ويطالب بتعويض عما اصابه من ضرر سواء اكان الضرر ماديا أم ادبيا يناله في سمعته واعتباره المالي او الاجتماعي، ويستوي في ذلك ان يكون الضرر صغيرا او كبيرا<sup>2</sup>. وان دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع هي تعويض الضرر فحسب، اما دعوى المنافسة غير المشروعة فأنها لا تقتصر على تعويض الضرر فقط انما تسعى الى منع وقوع الضرر او الاستمرار فيه فهي دعوى وقائية وعلاجية في ان واحد<sup>3</sup>.

ويكفي ان يكون الضرر محتمل الوقوع في المستقبل لإقامة دعوى المسؤولية، حيث يحكم القاضي في هذه الحالة باتخاذ التدابير اللازمة لمنع وقوع الضرر الذي يهدد مصالح المدعي المتضرر في المستقبل، وكذلك الحال فانه لا يشترط ان يكون الضرر جسيما، اذ ان المسؤولية تتحقق ولو كان الضرر يسيرا او صغيرا<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>د. طعمه الشمري، مرجع سابق، ص 64. و د. انور سلطان، مصادر الالتزام في القانون المدني، عمان، ط 1، 1987، ص 371.

<sup>2</sup> د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن عمان 2000. ص 288.

<sup>3</sup> د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 288.

<sup>4</sup> د. عباس وابو الحلو، مرجع سابق ص 267.

وقد اكدت محكمة استئناف القاهرة<sup>1</sup> في حكم لها على الاكتفاء بالضرر الاحتمالي لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة ، فقد قضت بان العلامتين متشابهتين في الكتابة والنطق على نحو قد يحمل الشخص العادي متوسط الادراك من جمهور المستهلكين لهذه المواد المعنية ان يلتبس عليه الامر فيقبل على المواد الاستهلاكية التي قد تنتجها المستأنفة بمظنة انها من صنع المستأنف ضدها، وفي ذلك ما يلحق المستأنف ضدها ضررا من حقها ان تسعى لتلافيه، هذا ولا يشترط ان يكون الضرر محققا بل يكفي في مجال المنافسة غير المشروعة ان يكون احتماليا. كما لا يشترط ان يكون الضرر ماديا، أي منصبا على فقدان الزبائن ونقص الارباح مثلا، انما يكفي ان يكون هذا الضرر ادبيا اذا تجاوز المساس بحجم المبيعات، واصاب سمعة التاجر او سمعة المنتجات<sup>2</sup>.

وعليه فان القاعدة تقول انه لا يجوز المطالبة بالتعويض ما لم يكن هناك ضرر، سواء اكان هذا الضرر- كما قلت- ماديا او معنويا، ولكن نتيجة لما تقتضيه المصلحة العامة وكذلك المصلحة الخاصة والتي تعنى دعوى المنافسة غير المشروعة بحمايتها، ان المحكمة في هذا الحالة لا تقضي بالتعويض الا اذا كان الضرر محققا، اما اذا كان الضرر احتماليا، فإنها تكتفي باتخاذ الاجراءات الكفيلة بمنع وقوعه<sup>3</sup>.

المشرع الاردني وعلى خلاف التشريعات الاخرى<sup>4</sup>، قد استمد اركان المسؤولية التقصيرية باعتبارها اساسا لدعوى المنافسة غير المشروعة، فلم يأخذ المشرع الأردني بركن الخطأ انما اخذ بركن الفعل، وحسب مبادئ الفقه الحنيف فان مناط الضمان هو الضرر وحده ولا يشترط ان يقترن هذا بخطأ ممن احدثه انما يكفي تحمل الشخص بالضمان في الفقه الاسلامي ان يؤدي فعله بذاته الى الحاق الاذى بغيره. والمتضرر هو المكلف بإقامة البينة على الضرر الذي اصابه لإثبات ادعائه،

<sup>1</sup> استئناف القاهرة، 209 فبراير 1960، مجلة المحاماة، السنة 41، ص 221.

<sup>2</sup> د. عباس وابو الحلو، مرجع سابق، ص 267.

<sup>3</sup> د. طعمه الشمري، مرجع سابق، ص 64.

<sup>4</sup> د. عباس وابو الحلو، مرجع سابق، ص 267.

وانه لا يستطيع ان يخطو خطوة واحدة في دعوى المسؤولية قبل ان يثبت ذلك<sup>1</sup>، الا ان من الصعب على طالب التعويض ان يثبت ذلك وهذه الصعوبة قد تصل الى درجة الاستحالة احيانا<sup>2</sup>. وترفع دعوى المنافسة غير المشروعة على مرتكب الفعل سواء اقام به هو شخصيا ام قام به بالإنابة، ولو لم يكن حرا في اختياره اذا كان الفعل الضار قد صدر من التابع اثناء عمله او بسببه ( مادة 288/ب ) من القانون المدني الاردني ) وترفع الدعوى على الشريك في ارتكاب الفعل شريطة ان يكون الشريك عالما بالخطأ او كان في مقدوره العلم<sup>3</sup>.

ان العملاء ليسوا ملكا للتجار بحيث يستطيعون منع عملائهم من التعامل مع التجار الاخرين او منع التجار من التعامل معهم، فليس عمل المنافسة غير المشروع هو وحده السبب الذي يصرف العملاء عن الاستمرار في التعامل مع التاجر المدعي<sup>4</sup>.

والقواعد العامة تقضي بان يكون التعويض في جميع الاحوال يقدر بقدر بما لحق المتضرر من خسارة، وما فاتته من كسب شريطة ان يكون نتيجة طبيعية للفعل الضار، فلا يشترط في ذلك ان يكون التعويض مساويا لمقدار الضرر الحاصل بل يكفي ان يكون كافيا لجبر الضرر، وقد تلجا المحكمة الى الاستعانة باهل الخبرة لتقدير الضرر اذا صعب عليها الامر<sup>5</sup>.

### ثالثا: علاقة السببية بين الفعل والضرر:

من البديهي الا يسال مرتكب الفعل الا عن الاضرار التي تعتبر نتيجة الخطأ<sup>6</sup>. وما دامت دعوى المنافسة غير المشروعة تستند على دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع فيشترط فيها ان يثبت المدعي ان الضرر الذي اصابه كان بسبب فعل من افعال المنافسة غير المشروعة. فاذا نجح المدعي بأثبات العلاقة السببية

<sup>1</sup> د. عبدالرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون الاردني، دار النهضة العربية، القاهرة، ط11964، ص1065.

<sup>2</sup> د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص389.

<sup>3</sup> د. محمد حسين اسماعيل، القانون التجاري الاردني، مرجع سابق، ص288.

<sup>4</sup> د. حسني المصري، مرجع سابق، ص300.

<sup>5</sup> د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية التجارية، مرجع سابق، ص389.

<sup>6</sup> د. انور سلطان، مصادر الالتزام مرجع سابق، ص377.

بين الفعل والضرر كان له المطالبة بالتعويض عما اصابه من ضرر، اما في حالة الضرر الاحتمالي فلا يشترط توافر ركن علاقة السببية بين الفعل والضرر لعدم وجود الضرر فعلاً<sup>1</sup>. ويرجع السبب في ذلك الى ان القاضي لا يحكم بالتعويض في الضرر الاحتمالي، وانما يحكم به في حالة الضرر الواقع فعلاً، وهذا ما اشارت اليه الاحكام والتطبيقات القضائية في كل من مصر وفرنسا، حيث اعتبر ذلك استثناء من المبدأ العام بوجوب توافر رابطة السببية<sup>2</sup>.

ورابطة السببية ان يكون الضرر قد وقع نتيجة للفعل ( الخطأ ) ، فقد يحدث ان يقع الفعل وان يقع الضرر ولكن لا يكون الضرر المتحقق قد وقع بسبب الفعل الخطأ، انما وقع نتيجة لأمر لا علاقة لفعل التاجر بالضرر، وبذلك يستطيع المدعي عليه ان يدفع عن نفسه المسؤولية بإثبات ان الضرر الذي اصاب المدعي كان نتيجة لسبب اجنبي، كان يكون قوة قاهرة او حادثاً مفاجئاً او فعل الغير او خطأ المتضرر نفسه، وهذا ما اشارت اليه المادة 261 من القانون المدني الأردني بقولها "اذا اثبت الشخص ان الضرر قد نشأ عن سبب اجنبي لا يد له فيه كآفة سماوية او حادث فجائي، او قوة قاهرة، او فعل الغير او فعل المتضرر، كان الغير ملزماً بالضمان ما لم يقضي القانون او الاتفاق بغير ذلك". وان اثبات رابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة لا يكون امراً سهلاً في جميع الاحوال، ويكون من الصعب على تاجر بعينه اثبات الرابطة السببية بين الخطأ المدعى به والضرر الذي اصابه<sup>3</sup>. بمعنى ان يكون الضرر لحق بصاحب العلامة نتيجة للفعل او السلوك الصادر عن المعتدي على العلامة، عندئذ تقوم المسؤولية المدنية، اما اذا انتفت علاقة السببية بين الخطأ والضرر عندئذ لا تقوم المسؤولية المدنية. ومن الجدير بالذكر ان استخلاص رابطة السببية بين الخطأ والضرر من وسائل الواقع التي تستقل بها محكمة الموضوع<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> د. حسني المصري، مرجع سابق، ص 301.

<sup>2</sup> د. اكثم الخولي، الوجيز في القانون التجاري، الاموال العامة، مطبعة نهضة مصر، القاهرة 1970، ص 269.

<sup>3</sup> د. عباس وابو الحلو، مرجع سابق، ص 268.

<sup>4</sup> د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 390.

واذا ما تعدد المتضررون فانه يجوز لكل منهم ان يرفع الدعوى منفردا، وتقام هذه الدعوى على من ارتكب الخطأ وكل من اشترك فيه شريطة ان يعلم من اشترك معه بعدم مشروعية العمل او كان بإمكانه ان يعلم ذلك، حيث تكون مسئوليتهم عن التعويض بالتضامن وفقا للقواعد العامة، ومثال ذلك قيام صاحب مطبعة بطبع بطاقات تحمل علامات تجارية مقلدة او صاحب الجريدة التي نشرت ادعاءات غير صحيحة، ويجوز للمحكمة كما ان تأمر بالإجراءات اللازمة لمنع وقوع الضرر في المستقبل، كان تأمر بحظر استخدام الاسم التجاري او العلامة التجارية<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث

#### الادعاء بالمطالبة ببطل الضرر

تنص المبادئ العامة في التعويض الى قيام المسؤولية حتي يلزم التعويض، والتعويض دائما كامل وهو واحد لدرجات الخطأ، وهو يعني الخسارة التي لحقت بالمضرور وما فاتته من كسب، واحكام القضاء عند تقدير التعويض تقدره بما يعادل الأضرار التي تلحق المضرور.

القضاء حدد الواجبات القانونية التي يعد الاخلال بها خطأ موجبا لمسؤولية الحكم بالتعويض على اساس الفعل الضار، سواء كان خطأ المعتدي عمديا أم غير عمدي، لأن الالتزام بالتعويض أساسه الأفعال الضارة، فالتاجر الذي يتعامل في منتجات مميزة بعلامة معينة تشير الى مصدر الانتاج يضار اذا لجأ تاجر آخر بتزوير هذه العلامة، ووضعها على منتجاته من ذات النوع أو منتجات مصدر آخر<sup>2</sup>.

وقد يرفع الدعوى مالك العلامة لا ليحجب الضرر بل لمجرد الدفاع عن حقه في ملكية العلامة، اما غير المالك فلا تقبل دعواه الا اذا مسه ضرر وعليه اثباته. وحق المضرور ينشأ في التعويض من لحظة حدوث الواقعة الضارة وان كانت طريقة

<sup>1</sup> د. عباس وابو الحلو، مرجع سابق، ص168.

<sup>2</sup> د. محمد صالح بك، شرح القانون التجاري، الجزء الاول، ط7.

التعويض لا يتحدد الا بالحكم. ومقدار التعويض يتحدد على اساس الضرر الفعلي الذي اصاب المدعي، ويشمل التعويض النقدي مقابل مصاريف الدعاية والاعلان ومقابل الاعتداء على القيمة الدعائية للعلامة المميزة ومصاريف مقابل الخصومة ويشترط للتعويض عن الضرر الذي سيقع مستقبلا ان يكون ممكن التعويض.

والمحكمة تقدر التعويض بمقتضى سلطتها التقديرية واستنادا الى المستندات والدلائل المتوافرة لديها، وتستعمل المحكمة سلطتها في منع الاعمال غير المشروعة عن طريق الاوامر والنواهي، فقد تأمر بحظر استخدام تسمية معينة او علامة بارزة من شأنها الخلط او الاتلاف بعقوبة وليس تعويضا.

### صور التعويض:

**التعويض عن المنافسة غير المشروعة يكون اما عيني واما نقدي كما يلي:**

#### 1- التعويض العيني:

تقضي المادة (2/117) من القانون المدني المصري بانه "يجوز للقاضي تبعا للظروف وبناء على طلب المضرور ان يأمر بإعادة الحالة الى ما كانت عليه ، او ان يحكم بأداء امر معين متصل بالعمل غير المشروع وذلك على سبيل التعويض". نرى من هذا النص انه قد اجاز القانون للقاضي ان يأمر باتخاذ أي من الاجراءات الكفيلة بوقف اعمال المنافسة غير المشروعة، ومنع استمرار الوضع غير القانوني وذلك لمنع استخدام علامة تجارية يكون من شأنها الخلط بين منتجاته ومنتجات المنافس، ويجب ان يتحمل التاجر المنافس المسؤولية عن اعماله الغير المشروعة في ادائه التنافسي ونتائج انحرافه هذا بتعويض كل الاضرار التي لحقت بزميله المنافس المتضرر تعويضا كاملا نقدا او عينا. ولل قضاء ان يحكم بمصادرة العلامة الغير قانونية كنوع من التعويض العيني، كما ويجوز للقاضي ان يحكم بغرامة تهديدية عن كل يوم لا تنفذ فيه ما تضمن حكم القضاء.

#### 2- التعويض النقدي:

للقاضي ان ينقص مقدار التعويض او لايحكم بتعويض اذا كان الدائن بخطئه قد اشترك في احداث الضرر. والضرر المادي يختلف عن الضرر الادبي، والعقوبة لا تؤتي ثمارها الا بحرمان التاجر المعتدي من ثمار عدوانه وتقويت قصده عليه، فيجب ان يأخذ في الاعتبار عند تقدير التعويض الارباح التي عادت على التاجر المعتدي، ويجوز لمالك العلامة بدلا من التعويض له الحصول على حصته من الارباح، أيا المدعى عليه يسدد ما ربحه من جراء الاعتداء، وهذا يعتبر إجراء ملائماً وعادلاً. ويشمل التعويض مقابل الاعتداء على القيم الدعائية للعلامة المميزة والتعويض الذي تحدد المحكمة مقداره طبقاً لهذه السلطة التقديرية، ويسمى في بعض الاحيان التعويض الجزائي او المبدئي. ولا تحكم المحكمة بدفع تعويض جزائي اذا ما اقتنعت ان المدعي لم يصبه وقت صدور الحكم ضرر حتى ولو كان جزائياً. وبعض احكام المحاكم اقتصرت بالحكم على المدعى عليه بمصاريف الخصومة بدلا من الحكم عليه بالتعويض، وان مقلد العلامة يرتكب خطأ بتقليدها لترويج منتجاته ويسبب لصاحب العلامة الاصلية بسبب تقليده اضرار يجب مساءلته عنها، بما يستوجب التعويض بما يتناسب مع الضرر الادبي والمادي الذي لحق بصاحب العلامة الاصلية بسبب تقليدها وفقدان ثقة عملائه فيها.

والعلامة المسجلة خصها القانون بحماية جنائية، حيث قرر عقوبات على الافعال التي تكون اعتداء على العلامة التجارية المسجلة، وتقام دعوى التعويض عن الاعتداء على العلامة المسجلة امام المحاكم المدنية والجنائية متى رفعت الدعوى الجنائية، اما اذا كانت العلامة غير مسجلة فتقام دعوى التعويض عن المنافسة غير المشروعة امام المحكمة المدنية.

## الخاتمة

أن الحقوق جميعها تحتاج إلى حماية، وأن هذه الحماية هي التي تعطي للحق معناه، وتضمن ممارسته بشكل هادئ وطبيعي. والعلامة التجارية كغيرها من الحقوق تحتاج إلى هذه الحماية التي تكفلها التشريعات.

ان العلامة التجارية تتمتع بالحماية المدنية سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة، فإذا كانت مسجلة فإنها تتمتع بالحماية الجزائية والمدنية معا، أما إذا لم تكن مسجلة فإن الحماية المدنية هي الوسيلة الوحيدة الباقية لحماية العلامة من أي اعتداء، والحق في الحماية المدنية لا يقتصر فقط على مالك العلامة التجارية، وإنما يتعداه الى كل من أصابه ضرر مثل جمهور المستهلكين، من جراء تزوير علامة تجارية، مما يترتب عليه الحصول على بضائع ومنتجات ذات جودة رديئة أو مختلفة عما اعتاد عليه هؤلاء المستهلكين، وبالتالي يحق لهم رفع دعوى المطالبة بالتعويض.

ويمكن حماية العلامة التجارية بدعويين أولهما: دعوى الحق، إذا ما كانت العلامة مسجلة، والثانية: دعوى المنافسة غير المشروعة اذا كانت تلك العلامة غير مسجلة. فإذا ما كانت غير مسجلة فإن مالکها يتمتع بالحماية المدنية أو دعوى



المنافسة غير المشروعة، وذلك لتعويض ما يلحقه من ضرر مادي أو أدبي، وإذا ما كانت هذه العلامة غير مسجلة يكون له عليها حق ثابت، يخوله دفع أي اعتداء على هذه العلامة، وذلك عن طريق رفع دعوى الحق بدفع الضرر.

ويتمتع صاحب الحق في العلامة التجارية بالحماية القانونية على أساس المنافسة غير المشروعة، سواء أكانت العلامة مسجلة أم غير مسجلة، فإذا كانت العلامة التجارية غير مسجلة تعتبر الحماية على أساس المنافسة غير المشروعة هي الوسيلة الوحيدة لحمايتها من الضرر المادي والأدبي الذي يلحق صاحبها، وإذا كانت العلامة التجارية مسجلة، فإن الحماية الجنائية الخاصة المقررة لها وفقا لقانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 لا تمنع صاحب العلامة من المطالبة بالتعويض سواء أمام المحاكم الجنائية أم غيرها.

### التوصيات

ان المنافسة تعتبر من اهم الامور في المجال الاقتصادي لكونها بحد ذاتها خير ونفع، لأنها تخلق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك، وتدفع إلى زيادة الإنتاج، كما تؤدي إلى تخفيض الأسعار، وتحفز على التقدم في مجال الصناعة والتكنولوجيا فلا بد من الحث عليها وتعديل القانون المنظم لها كلما دعت الحاجة لذلك.

ولا بد من ان يتضمن قانون حماية العلامة التجارية على نص مستقل وواضح على انه لصاحب العلامة التجارية المسجلة الحق المطلق في منع أي جهة لم تحصل

على موافقته من استخدام العلامة ذاتها او علامة مماثلة في اعمالها التجارية بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها او المماثلة والتي سجلت بشأنها العلامة التجارية العائدة له، او يفترض احتمال حدوث لبس في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع او خدمات مطابقة، وان تأخذ المحاكم صفة الاستعجال.

لا بد من ان يشمل القانون على نصوص واضحة تبين اهم صور وحالات المنافسة غير المشروعة وهي المتصلة بإساءة استخدام العلامات التجارية، لأنها بحق اكثر الصور شيوعا في منازعات المنافسة غير المشروعة من ناحية التطبيق العلمي. وان أي عمل لا تراعى فيه قواعد العدالة والنزاهة والشرف والامانة وروح المنافسة الشريفة يعتبر من قبيل اعمال المنافسة غير المشروعة.

ويتوجب تحديد معنى عدم المشروعية لأنه هو المعيار الذي نفرق من خلاله بين المنافسة المشروعة والمنافسة غير المشروعة، فإذا ما كانت المنافسة قد تمت بالوسائل المشروعة، فلا تعتبر خطأ يوجب التعويض ولا يترتب على القائم بها ادنى مسؤولية مهما كانت جسامة الضرر.

ولإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة يتوجب وجود نشاطين في وقت القيام بالعمل، بحيث يكون هذان النشاطان متماثلين أو متشابهين، كأن تكون المنافسة بين تاجرين يتعاملان بمستحضرات التجميل مثلا، فإذا ما حصل أن أساء أحدهما لسمعة الآخر فان ذلك يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة.

## المراجع

1. د. سميحه القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، القاهرة 2005.
2. د. محمود مختار بريري، قانون المعاملات التجارية، الجزء الاول، دار النهضة العربية، القاهرة.
3. د. يعقوب صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، مطبوعات جامعة الكويت، 1993.
4. د. علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983.
5. د. رجائي الدقي ومختار سعد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الاعتماد، الاسكندرية، 2000.
6. د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة 1971.
7. د. طعمه الشمري، احكام المنافسة في القانون الكويتي، بحث مجلة الحقوق، ع1، الكويت، 1995.
8. د. محمد حسين اسماعيل، القانون التجاري الاردني، دار عمار، عمان، 1985.
9. د. حسني المصري، القانون التجاري، الجزء الاول، دار وهدان للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 1986.
10. د. احمد محمد محرز، القانون التجاري، دار النسر الذهبي للطباعة، القاهرة، 1998.
11. د. زهير عباس وابو الحلو، الوجيز بشرح القانون التجاري الاردني، مؤسسة حمادة، الاردن، اربد ط1.
12. د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الاولى، دار الفرقان، عمان، الاردن 1983.
13. د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن 2000.

14. د. انور سلطان، مصادر الالتزام في القانون المدني الاردني، عمان، ط1 1987.
15. د. عبدالرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964.
16. د. اكثم الخولي، الوجيز في القانون التجاري، الاموال العامة، مطبعة نهضة مصر، القاهرة 1970.
17. د. نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، الطبعة الاولى، منشورات دار الحلبي، بيروت 2005.
18. د. محمد صالح بك، شرح القانون التجاري، الجزء الاول، الطبعة السابعة، 1994.
19. نظام المنافسة في المملكة العربية السعودية رقم م/25 تاريخ 1425/5/4هـ.
20. نظام العلامة التجارية في المملكة العربية السعودية رقم/21 تاريخ 1423/5/28هـ.
21. القانون المدني الاردني رقم 49 لسنة 1976م.
22. قانون المنافسة غير المشروعة الاردني رقم 15 لسنة 2000م.
23. قانون التجارة المصري رقم 17/1999م.
24. القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948م.